

Nya grepp efter tio år i naturen

Den sydafrikanska savannen i kombination med den hagforska skogen. Kan det bli ett nytt ben i Värmlands besöksnäring?

– Vi får väl se. Man måste vara öppen för allt, konstaterar Leif Eriksson-Wallin vars företag Lewa i Vildmarken nu fyller tio år.

Med en bakgrund som service-tekniker på flygflottillen F18 i Tullinge och brandman/ambulans-sjukvårdare i Botkyrka drabbades Leif Eriksson-Wallin av längtan hem till barndomens Värmland. Köpte gård söder om Hagfors och fick jobb som räddningsledare på Karlstads flygplats.

Men det var först när han satt på en stubbe i skogen, för tillfället engagerad i skogsvårdsstyrelsens inventeringsprojekt Skog och Historia, som han insåg vad han verkligen ville: starta vildmarks-företag och guida besökare ut i naturen med sitt rika innehåll av vilda djur och gammal kultur,

traditionell mat och lärande strapatser.

Krögaren på Hagfors hotell, tyske Hans Mallwitz för vilken ingenting är omöjligt, blev ett inspirerande bollplank och sparkade bokstavligen in Leif i en tysk turistbuss.

– En dag ringde han och sa att han hade en buss tyskar på hotellet som ville ut i naturen, ”hitta på nåt, de kommer om en kvart”, berättar Leif med ett leende.

Under total språkförbistring och i strilande regn tog han med dem ut i skogen och lyckades åtminstone koka kaffe över öppen eld. Återvändande moloken med dyngsura gäster; så var det med det turistföretaget.

– Men Hans strålade, hans landsmän var helnöjda med utflykten, själv var jag bara förvånad.

Det blev startskottet för företaget Lewa i Vildmarken Värmland,

som året därpå tog emot flera hundra tyska turister på älgafari och mineralkursion.

– Jag gick en kvällskurs i tyska, läste på om mineralerna som glittrar i marken och om älgarna visste jag allt sedan barnsben. Det blev en inspirerande sommar som gav mycket mersmak.

Nu har det gått tio år. Vägen har varit lång och krokig, men nu försörjer han sig på företaget vars koncept utvecklats radikalt.

– I dag står vi på tre ben, varav turismen är det kortaste. Mest sysslar vi med event och kick-offer åt företagen och upplevelsebaserad utveckling för arbets- och personalgrupper, förklarar han.

”Vi”, det är han och de fem-sex personer han hyr in efter behov. Kunniga guider som till fullo också behärskar det som är hans käpphäst: ständig säkerhet i skog och mark.

– Som räddningsledare och sjukvårdare har jag varit med om mycket. När vi är långt ute i naturen, ibland bortom både bilväg och telefonkontakt, är gästernas säkerhet vårt fulla ansvar, understryker han.

Han pratar lika mycket som alla andra om vikten av samarbete i besöksnäringen och är inblandad i flera befintliga nätverk. Men han



Utvecklas vidare. Efter tio år som vildmarksguide siktar Leif Eriksson Wallin mot nya koncept, nya nätverk och nya marknader.

har också bildat en lokal samarbetsgrupp med Hagfors hotell, Hagfors Expo och Lakene gård som planerar att marknadsföra sig gemensamt.

Han ingår i det regionala ”Englandsprojektet” som ska locka engelska besökare till Värmland – och så var det då Sydafrika.

– Det är en sydafrikan som tagit kontakt med mig. Han tar emot amerikanska och japanska gäster på

sin turistanläggning. Nu är hans tanke att skapa ett paketarrangemang där det ingår en skogsvecka i Hagfors också, förklarar Leif och slår ut med armarna:

– Vem vet? Sydafrika – Sverige tur och retur, det är allt ett rejält paket, det! Kanske kan det bli nåt, jag måste i alla fall lyssna på honom. Vi ska träffas snart och det ska bli spännande, minst sagt!

TEXT OCH FOTO: CHRISTINA WIKSTRÖM

Presterud – ett naturligt val för konferensen!

I lummig parkmiljö, strax utanför Kristinehamn med närhet till Vänerens strand, ligger Presterud konferenscenter.

Här finns moderna och välutrustade lokaler för grupper från fem till 200 personer. Och även den kortaste paus ger möjlighet att upptäcka de små och stora naturupplevelser som finns runt hörnet.

Välkomna till Presterud konferenscenter – den naturliga mötesplatsen



VASALLEN

www.vasallen.se/kristinehamn
Telefon: 0550-79 15 10

TURISM I VÄRMLAND

Höstligt hummerfiske i Fjällbacka – hur kan vi förlänga Värmlands säsong?

» Så är hösten här igen. Jag och familjen är nyligen hemkomna ifrån Fjällbacka och där märktes det verkligen att det blivit höst. Från att hamnen varit fylld med båtar och de små gatorna av sommargäster låg nu den lilla sommarorten ganska öde. Butikerna var stängda, bageriet likaså.

Men där fanns ett inslag värt att fundera över: hummerfisket. Det blir allt tydligare att turistföretagen på västkusten lyckats skapa nya ”turistpaket” kring höstens hummerfiske. Det skapar en attraktionskraft som gör att allt fler väljer att turista i exempelvis Fjällbacka även utanför den vanliga turistsäsongen.

Att förlänga säsonger är ett sätt att skapa tillväxt i besöksnäringen, och att behålla kompetent arbetskraft.

En tydlig trend i världen är att vi väljer att ta fler men kortare semestrar. En annan är att vi är beredda att spendera mer pengar när vi väl är lediga.

Detta borde vi utnyttja mer i Värmland!

Under den gångna sommaren har vi ägnat oss åt att undersöka Värmlands utländska turister för att hitta ”typkunderna”. Genom att

förstå vad de tycker, tänker och värderar så kan bli duktigare på att ge dem precis vad de vill ha.

Vildmarkaren, njutaren och barnfamiljen – det är våra typiska utländska besökare.

Njutarna, exempelvis, kommer främst från Tyskland, Holland och Norge. De är från 40 år uppåt, ofta sambo eller gifta och reser utan barn. De söker lugn och ro och naturupplevelser. Njutarna tycker om att resa och vill gärna uppleva kultur, historia och frihet. De bor gärna på camping eller i egen husbil och väljer Värmland för den sköna atmosfären, naturen och lugnet.

Njutarna hittade hit via böcker, broschyrer, vänner och bekanta samt internet.

För de övriga typerna finns liknande beskrivningar och det ger oss ett bra underlag att arbeta vidare med.

Slutligen skulle jag vilja gratulera Klässbols linneväveri till finalplatsen i tävlingen om det Stora

Turismpriset. Klässbols linneväveri och skidtunneln i Torsby fanns med på prispallen i delfinalen i Västerås, i konkurrens med företag och organisationer från Örebro och Västmanland.

Vad har Klässbols linneväveri med turism att göra? Jo, ur detta fina familjeföretag med många år på nacken har ett besöksmål vuxit fram. Idag tar man emot 80 000 besökare per år! Det är många som förmodligen aldrig hört talas om Klässbol men som ändå gjort en resa till västra Värmland för att besöka linneväveriet vars produkter finns på matbord över hela världen.

Produkterna, i kombination med familjeföretagare som storytellers med världen som arbetsfält, är en enorm PR-tillgång för Värmland. Här har man skapat ett internationellt varumärke som placerat Klässbol och Värmland på världskartan.

Lycka till i finalen i Stockholm!



Karin Vangstad

karin.vangstad@regionvarmland.se