

Historiska ruskigheter ger stolthet och nya jobb



En av deltagarna i framtagandet av Statens fastighetsverks vision för Uppsala slott är Mia Ulin, verksamhetschef på Vasaborgen Uppsala slott. Hon berättar om spännande planer på en historisk upplevelseattraktion i Vasaborgens 1500-talsruiner.



– Min mission är att öka och ta tillvara intresset för Uppsalas historia bland framförallt barn och ungdomar. Historia handlar mycket om identitet, om att vara stolt över sitt ursprung, förklarar Mia Ulin, som är övertygad om att om man kan sin historia och är stolt över sin kultur, är det lättare att öppna upp, bli nyfiken, se sammanhang och få förståelse för andra kulturer.

I sex år har Mia Ulin varit delaktig i driften av Vasaborgen och har sedan 2005 hållit historiska spökvandringar, både publika föreställningar och inför för-

bokade grupper i ruinerna under varumärket Vasaborgen.

– Med mycket enkla medel har jag berättat om Gustav Vasa, slottsspöket Cecilia, Sturemorden, stadsbranden, Långfredagslaget med mera för sammanlagt över två tusen besökare. På Kulturnatten och höstlovet har vi flera hundra. Jag har fått mycket bra respons, både från Uppsalabor, svenska och utländska turister, berättar Mia Ulin.

Det planerade besökscentret på Uppsala slotts borg-

gård är tänkt att även fungera som en ny entré till Vasaborgens 1500-talsruiner, något som ska göra det möjligt att hålla öppet till ruinerna året om. Den nuvarande entrén i Kung Jans port är svår för besökarna att hitta och den råa kylan i källarvalven gör arbetsmiljön direkt olämplig för guider och annan personal som vistas i ruinerna längre perioder.

– Min vision med Vasaborgen är att utveckla det till ett historiskt upplevelsecentrum, öppet alla dagar i veckan, där barn, ungdomar och vuxna från när och fjärran ska kunna uppleva delar av Uppsalas unika och ibland riktigt läskiga historia, som om de själva var med när det hände.

Inspirationskällan är London Dungeons. Konceptet finns i flera städer bl.a. Hamburg, York och Amsterdam. Attraktionerna är mycket populära och tar tillvara den egna lokala historien, som berättas med hjälp av skådespelare och avancerad teknisk utrustning. I London handlar det bland annat om Jack the Ripper, The Great Fire, pesten med mera.

– Vi har motsvarande spännande händelser i Uppsala men är dåliga på att berätta om dem på ett levande och intresseväckande sätt. Vasaborgen har fantastiska förutsättningar att bli ett attraktivt besöksmål, 400 m² ruiner med gångar, rum och salar i en suggestiv miljö. Mitt mål är att på tre års sikt skapa en attraktion med minst ett par hundra tusen besökare per år och jobb för både ungdomar och vuxna. Underlaget finns redan; Fyrishov har 1,7 miljoner besökare varje år, Domkyrkan 600 000. En stor del av dessa är turister. Vi behöver inte chartra några flygplan för att få hit människor. Vi behöver bara få dem att vilja uppleva mer när de väl är här, menar Mia.

Hur lyckas man då?

– Det viktigaste för att sätta Uppsala på kartan är samverkan, paketering och marknadsföring. Ju mer man ser att det finns att uppleva på en plats, desto längre vill man stanna. Om alla som idag besöker Uppsala stannar en natt längre, skapar det arbetstillfällen och skatteintäkter. Kan man i Jukkasjärvi, kan vi i Uppsala! 🍷



