

C-UPPSATS

Campingturismen i Piteå under 1950- och 1960-talet

DANIEL KOSTET
BERTIL NILSSON

Institutionen för Industriell ekonomi och samhällsvetenskap
Avdelningen för Samhällsvetenskap

HISTORIA

Vetenskaplig handledare: Nils-Gustav Lundgren

SAMMANFATTNING

Den här uppsatsen handlar om hur campingturismen växte till i Piteå på 1950- och -60-talet, och gjorde området till ett av Sveriges populäraste campingområden. Enligt statistiken hade Piteå 4 % av den totala campingen i hela riket 1968. Vår uppgift har varit att försöka finna vilka faktorer och aktörer som bidragit till att just Piteå kom att få en sådan framskjuten position inom camping- turismen.

I uppsatsen belyser vi hur bilismens genombrott under 1950 -talet innebar en snabb förändring i turistbeteendet, vilket fick som konsekvens att det traditionella hotell och vandrarhemsboendet, kom att ersättas av boende i eget tält eller hyrd stuga på campingplats. I mitten på 1950-talet blev frågan om anläggande och drift av campingplatser en kommunal angelägenhet, delvis beroende på att olika intresseföreningar hade börjat uppmärksamma förändringen i turistbeteendet.

Turismen i Piteåområdet tog fart när pressen börjat att uppmärksamma de naturtillgångar Piteå hade i sandstränderna och det gynnsamma klimatet. Inom vårt undersökningsområde har vi funnit tre aktörer inom campingturismen, det privata Piteå Havsbad, Piteå stadskommun med campingen vid Norrstrandsbadet och Piteå landskommun med Pitholmens havsbad, som samtliga expanderade i samband med att medias uppmärksamhet börjat locka till sig besökare.

Piteås badanläggningar med dess varma vatten var ett attraktivt besöksmål för befolkningen i Nordkalottområdet. Det anses från många håll att det var de norska turisterna som ”upptäckte” Piteå som turistort. Normännen kom att bli ett stort dominerande inslag på campingplatserna.

Samtidigt som turisterna började hitta till Piteå och dess campingplatser pågick det annan verksamhet i Piteå stad. Det var Hantverks och industriföreningen som i samverkan med Piteå stad anordnade hantverk och industrimässor åren 1957 och 1961. Dessa mässor bidrog till att skapa en ny attraktiv bild av Piteå som gagnade turistverksamheten.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Bakgrund	1
Utvecklingen mot mera fritid.....	1
Piteå blir en semesterort	2
Piteå Havsbad blir riksbekant	3
Syfte och frågeställning	4
Avgränsning och definition	4
Forskningsläge	5
Teoretisk ansats.....	5
Metod.....	5
Vår syn på världen	5
Kvalitativ ansats.....	6
Litteratur och arkivstudier	6
Tolkningsmetodik	6
Disposition	7
Piteå och dess förutsättningar	8
Nordkalottområdet	8
Piteå kusten	8
Förändring i turistbeteendet.....	9
Synen på turism 1960	9
Personerna.....	10
Sammanfattning	11
Framväxten av campingplatserna i området	12
Piteå Havsbad.....	12
Pitholmens Havsbad	13
Norrstrand	15
Konkurrenssituationen	16
Sammanfattning	17
Turister från norr	17
Normännen och Piteå	18
Vänort och besök	20
Norsk press och längtan efter sol och bad.....	22
Malmfälten	23
Sammanfattning	24
Piteå exponeras – en image skapas	25
Hantverk och industrimässor	25
Nattivalen	27
Gågatan	28
Marknadsföringen av Piteås turistutbud	29
Sammanfattning	30
Sammanfattning och slutdiskussion.....	32
Sammanfattning av hela rapporten.....	32
Diskussion	34
Kritik till eget arbete	36
Material beskrivning	36
Vidare forskning	37
Käll- och Litteraturförteckning	38
Källor.....	38
Piteå Kommuns Centralarkiv.	38
Piteå Museum	38
Norbottens Minne.....	38
Tryckta källor.....	39
Litteratur.....	39
Tidningar	40
Piteå Stadsbibliotek	40
Intervju	40
Bilaga 1	
Karta över campingplatserna i undersökningsområdet.	
Bilaga 2	
Piteå Havsbad.	
Bilaga 3	
Piteå stad.	
Bilaga 4	
Piteå landskommun.	
Bilaga 5	
Piteå-Tidningen, turistbilaga första sidan.	

INLEDNING.

Piteå blev under 1950 och –60-talet en dominerande ort för campingturism i övre Norrland. Under säsongen 1968 registrerades i Piteå ca 115 000 gästnätter för campingturister, vilket i det närmaste utgjorde hälften av hela länets beläggning under samma tid. Piteå upprätthöll därigenom ca 4 % av den totalt registrerade campingen i landet (NAB & VAB 1970). Fortfarande 1992 var antalet gästnätter för campingturister i Piteå ungefär hälften av länets beläggning under samma tid. Piteåturisten är till 50 % norr eller västerbottningar, 45 % är från Nordnorge och 5 % från övriga Norden (Hedström 1991). Undersökningar har visat att turister som kommer till Piteå ofta är nöjda med sitt besök där. Enligt en av dessa undersökningar så har medelbesökaren i genomsnitt varit i Piteå sex gånger tidigare. Andelen besökare som återvänder någon gång efter ett besök är ca: 96 % (Hogdal & Öhman 1994). Dessa siffror är högst anmärkningsvärda. Hur har den av trä och pappersindustri dominerande småstaden Piteå, 20 mil söder om Polcirkeln kommit att bli en så populär turistort?

BAKGRUND.

Utvecklingen mot mera fritid

Fritiden som vi idag uppfattar den är en historisk ung företeelse. Den är en produkt av den levnadsstandardhöjning som har möjliggjorts av näringslivets omvandling under slutet av 1800-talet och större delen av 1900-talet, framförallt genom industrialiseringen. Inflyttningen av arbetskraft från landsbygdens små jordbruk in till städernas industri och tjänstejobb accelererade under 1900-talet. Detta innebar att allt fler människor kom att arbeta under en någorlunda reglerad och regelbunden arbetstid. Vid 1900-talets början växte en vision fram om åtta timmars arbete, åtta timmars fritid och åtta timmars sömn. Vägen dit var dock lång, men successivt så reglerades arbetstiderna för att i början av 1970-talet vara nere på 8 timmar per dag, 5 dagar i veckan. (Carlsson, S. m. fl. 1968)

Först 1938 kom den första semesterlagen som gav alla rätt till två veckors semester. Utvecklingen som följde blev sådan att 1951 togs beslut om tre veckor och 1963 kom lag om fyra veckors årlig semester. Vikten av bra rekreativmöjligheter för befolkningen

uppmärksammades av regeringen som agerade för att höja kvalitén på denna. 1939 inrättades Statens fritidsnämnd med uppgift att ge råd om friluftsliv m.m. Samma år stiftades fonden för friluftslivets främjande, vars främsta uppgift var att lämna bidrag så friluftsbad, raststugor och vandrarhem kunde byggas och att mark kunde köpas in för fritidsreservat. (Carlsson, S. m. fl. 1968)

Efter andra världskriget var reallöne ökningarna höga, trots högre skatter och priser hade man mer kvar av lönen än tidigare. Levnadsnivån påverkades också av andra faktorer, som antalet inkomsttagare i hushållet, boende/resekostnader och bidrag. Med reservationer torde det dock stå klart att en betydande standardhöjning ägde rum. Efterkrigstidens förbättrade konjunkturer gjorde att många familjer kunde få möjlighet att köpa bil. 1950 fanns ca 250.000 bilar i Sverige. År 1965 var antalet registrerade bilar uppe i ca 1,8 miljoner bilar. (Carlsson, S. m. fl. 1968)

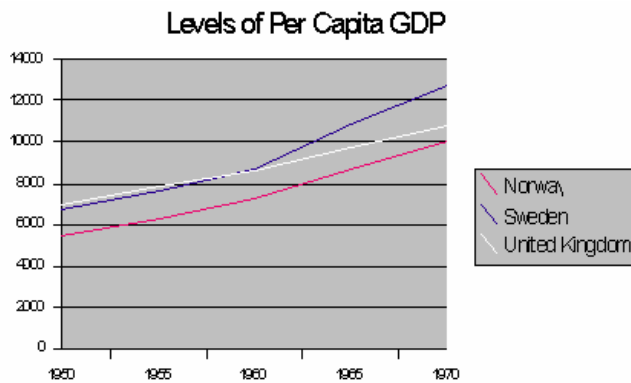


Diagram 1. Levels of Per Capita GDP. 1990 international Geary-Khamis dollars. (The World Economy: A millennial perspective, Maddison, 2001 OECD)

Sammanlagt innebar detta att Sveriges befolkning decennierna efter andra världskriget, fick mer fritid, mer pengar att disponera, samt möjlighet att med bil åka längre bort från hemorten. Vårt västra grannland Norge genomgick en liknande ekonomisk utveckling denna period, om än från en lägre nivå (diagram 1) (Maddison 2001).

Camping var nu något allt fler hade både tid och råd med. Campingplatserna och servicen utökades allteftersom gästerna blev fler. En ny näring var på tillväxt över hela landet under 1950- och -60-talet, en utveckling som kom med framväxten av massbilismen.

Piteå blir en semesterort.

På många håll i landet upptogs under 1930 och 40- talet överläggningar mellan

fackföreningarna och arbetsgivarna för att ge de anställda förmånen av ett semesterhem. Vid avtalsförhandlingarna 1942 för Lousvaara-Kiirunavaara AB beslöts det att tillsätta en gemensam kommitté med Svenska Gruvindustriarbetareförbundets avdelningar 4 i Malmberget, 7 Koskullskulle, 12 i Kiruna och 40 i Svartösten med uppdrag att upprätta arbete för ett ordna ett semesterhem. (M.S.F. 983 A.III. a,b.)

Den bästa platsen för anläggningen ansågs vara någonstans i Norrbottens kustland. Efter att inspekterat Kalixortens alternativ Storön, Luleås alternativ Halsön utanför Kallax, besökte man Piteå, där man under ledning av drätselkammardirektör Axel Bengtsson inspekterade den förslagna platsen på Fårön utanför Piteå. (M.S.F. 983 AIII a,b.)

Man valde att placera semesterhemmet på Norra Fårön, 3 km norr om Piteå stad (Norrbottens Minne, 983 FII.b). Drätselkammaren i Piteå gav löfte om nio hektar mark, elektriska ledningar till platsen, klargjorde att de hade för avsikt att lösa brofrågan till ön, samt att väg över öarna skulle upprättas. Men det som definitivt avgjorde placeringen av semesterhemmet var att staden inköpte en större del av en egendom, som man sedan i sin tur erbjöd föreningen köpa för 15.000:- kronor. Föreningen beslöt därefter att acceptera stadens erbjudande. Föreningen fick av L.K.A.B.:s styrelse ett bidrag på 25.000:- kronor för att köpa och rusta upp fastigheten. Med beslutet att köpa fastigheten hade gruvarbetarfacken och LKAB i samarbete aktiva Piteåpolitiker gjort Piteå till en semesterort. (M.S.F. 983 F III.)

Piteå Havsbad blir riksbekant

Riktig snurr på turismen blev det först när Piteå Havsbad, grundat 1944 av Elof Söderberg, vann Expressens badliga 1956. Badplatsägare samt funktionärer hade då anmodats av tidningen att dagligen inrapportera vattentemperaturen. Expressens ansvariga var först lite tvivelaktiga till uppgifterna från Piteå Havsbad. Man ställde sig frågande till hur en badort i Norrbotten kunde ha högre vattentemperatur än västkusten? Tidningens redaktör i Luleå, Palle Abbing, utrustades därför med en tjänstetermometer och smög omkring på havsbadet för att dubbel kontrollera temperaturangivelserna. Det visade sig stämna. (T. Markström. Piteå 2/12-03. Piteå)

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING.

Att öka förståelsen och få klarhet i vad som bidragit till att just Piteå varit så bra på att ta del av, och utnyttja den kraftigt expanderande campingturismen under 1950 och -60-talet.

- Vilka aktörer har bidragit?

- Under vilka förutsättningar har man agerat?

- Vilka visioner fanns och vad gjordes för att nå dessa?

Avgränsning och definition.

Vi ämnar undersöka campingturismen i en del av det område som idag är Piteå kommun. Under undersökningsperioden bestod området av fyra kommuner, Piteå stad, Hortlax, Norrfjärden och Piteå landskommun. Av dessa ämnar vi undersöka Piteå stad och Piteå landskommun, som tidigt hade turistanläggningar i området. Vi begränsar oss till perioden 1950 och -60-talet, eftersom vi är intresserade av att undersöka varför campingturismen i Piteå utvecklades så starkt under dessa decennier.

Med campingturism avser vi besök som gjorts på campingplats, med övernattnig i tält, husvagn eller stuga. När vi i rapporten skriver Piteå avses hela Piteåbygden som helhet, medan vi med Piteå stad menar dåvarande Piteå stadskommun.

Forskningsläge

Vi har funnit ett tidigare arbete gjort i detta ämne. Ett seminariearbete, ”Campingturismen i Piteå”, skrivet av Lundkvist S.H. vid Stockholms Handelshögskola 1969. Detta material har vi försökt att beställa från Handelshögskolan, tyvärr med negativt resultat. (Arpi & Nyberg 1978)

Teoretisk ansats

För att finna orsaken som finnas bakom turisttillväxten i Piteå, arbetar vi utifrån teorin, som Gunnar Myrdal beskriver i boken *Ekonomisk teori och underutvecklade regioner*, om en allmän interdependens mellan varandra ingripande faktorer inom ett kumulativt orsaksförlopp, d.v.s. en händelse eller anläggning ger genom sin existens eller förändring, vidare verkningar på näromgivningen, som i sin tur påverkar ytterligare omgivning. Det blir en ringar på vattnet effekt. I vårt fall kan det till exempel handla om vad och hur intresse skapas för orten som turistmål, dess attraktioner sprids i en vidare krets, vilket i sin tur ger turist anläggningarna högre beläggning, och i förlängningen också ett stöd till fortsatt utbyggnad av dessa. (Myrdal 1956)

METOD

Vår syn på världen

Vårt kunskapssökande karakteriseras av ett genuint intresse för att öka förståelsen för det fenomen vi studerar och det faller sig därför naturligt att ansluta sig till hermeneutikerna. Enligt det hermeneutiska synsättet existerar världen inte oberoende av betraktaren, utan betraktarens förståelse utgör istället en viktig del av hur världen uppfattas. Fakta och värderingar kan inte skiljas åt. Det hermeneutiska synsättet ger oss möjlighet att lyfta in vår frågeställning i ett sammanhang, att ta ställning till så stor del av helheten som möjligt. Hermeneutikens uppgift blir att differentiera och nyansera istället för att söka det allmängiltiga. Hermeneutik innebär att tolka, att se något som något och den tolkningen förs utifrån våra egna värderingar. Det är innebär att det är viktigt att inte förtiga kunskaper,

ideologier och förhandsuppfattningar som kan påverka undersökningsresultatet. (Molander 1988)

Kvalitativ ansats

Den kvalitativa ansatsen faller sig naturlig eftersom vi ser världen ur ett hermeneutiskt perspektiv där värderingar och tolkningar spelar en avgörande roll. Den kvalitativa undersökningsmetoden präglas av flexibilitet genom att vi kan ändra undersökningens uppläggning under själva genomförandet. Genom att göra en löpande analys under insamlingsfasen, kan vi få idéer om hur vi ska gå vidare i vårt förståelsebyggande. Möjligheten till flexibel planering och närheten till informationskällan ger oss goda möjligheter att göra relevanta tolkningar. (Patel & Davidson 1994)

Litteratur och arkivstudier

Undersökningar som enbart bygger på primärdata förekommer i stort sett aldrig. Kunskapare har nästan alltid någon fas när det finns skäl att utnyttja sekundärmaterial, så är fallet även för oss. Vi påbörjade vår väg mot ökad förståelse genom litteraturstudier i ämnet. När vi kommit till insikt om hur vi skulle se på fenomenet, fortsatte vi vårt sökande i olika arkiv för att skaffa oss en djupare förståelse. De arkiv vi nyttjat är Piteå kommuns centralarkiv, arkivet Norrbottens minne i Luleå, Piteå museums arkiv, samt det arkiv som finns på Piteå bibliotek över Piteå Tidningen. Vi har även tagit del av skriftlig information från Tage Markström, som var med i turismnämnden under ett antal år och dessutom turistchef under några år i slutet på 1960 -talet.

Tolkningsmetodik

För att få en struktur på materialet började vi vårt tolkande genom att noggrant läsa igenom allt insamlat material. Vi försökte börja varje tolkning med en så öppen inställning som möjligt för att inte viktig information skulle gå förlorad. Syftet var främst att hitta en struktur, ett antal teman som skulle kunna bilda utgångspunkt för den fortsatta bearbetningen. Vi

reviderade materialet ett antal gånger och till slut började det få en struktur som belyste vårt problemområde. När den totala tolkningen var klar hade vi funnit ett antal teman som vi anser vara relevanta att gå vidare med för att nå en ökad förståelse och klarhet i vad som bidragit till att just Piteå varit så bra på att ta del av, och utnyttja den kraftigt expanderande campingturismen under 1950 och -60-talet.

Disposition

Vi har valt att presentera resultatet tematiskt för att gör det mer åskådligt, men även därför att de temaindelningar som vi valt att göra, kan i betydelse stå fritt från de övriga. Varje avsnitt avslutas med en kort sammanfattning.

Under rubriken *"Piteå och dess förutsättningar"* tar vi upp en del om geografien, turismens utveckling, samt ett par personer vars bakgrund kan underlätta den fortsatta läsningen. I kapitlet om *"Framväxten av campingplatserna i området"* skriver vi en del omkring utvecklingen av campinganläggningarna. Under rubriken *"Turister från norr"* synar vi vilka turisterna var som besökte de aktuella campingplatserna, och hur det kom sig att de gjorde det. Rubriken i sig ger viss vägledning. *"Piteå exponeras -en image skapas"* handlar om hur turisten blev medveten om att det fanns en liten småstad vid namn Piteå, som kunde vara värt ett besök. Sedan avslutar vi denna rapport med en sammanfattade del med diskussion.

RITEÅ OCH DESS FÖRUTSÄTTNINGAR

Nordkalottområdet

Piteå är beläget i södra delen av Nordkalott området, som i den här beskrivningen består av finska Lappland, i Sverige av Norr och Västerbottens län och i Norge från Nordland upp till Finnmark. Området omfattar en yta av ca: 300.000 km² med en befolkning 1970 på drygt 900.000 personer. Tillgängligheten med bil uppskattades samma år som så att inom två dygn kunde man förflytta sig mellan de flesta platser i området. Inom Nordkalottområdet kan urskiljas ett antal karaktärsområden. Atlantens kustområde med många tätorter och ett näringsliv uppbyggt runt fiskerinäringen, Fjällområdet i huvudsak av vildmarkskaraktär, Skogsområdet med skogsbruk, gruvindustri och småbruk, samt bottenvikens kustområde en kulturbygd med större tätorter som har ett mer differentierat näringsliv och goda kommunikationer. (Asterno, S. m.fl. 1972)

Piteå kusten

Turismen i Piteå bygger på stor del på en naturtillgång som turisterna finner besöksvärd, nämligen sand i kombination med det för Nordkalotten gynnsamma klimatet. Statistiken visar att området har bra med sol under sommaren. Den höga vattentemperaturen vid kusten och speciellt vid de båda havsbaden på Pitholmen har sin förklaring i att den halvö av Pitholmen där havsbaden ligger är uppbyggt av sand. En sandås med en del högre punkter som bildar en rad öar och holmar sträcker sig ut i bottenviken och begränsar området i norr. Mot söder begränsas området av Piteälvens vattenmassor som hindrar det kalla bottenvattnet i havet att cirkulera förbi stränderna vid de två havsbaden. (PT 13/6 1964 T.S. s.4). De goda naturtillgångarna i form av sandstränder med varmt badvatten och många soltimmar ligger dessutom geografiskt väldigt bra till. Till närmaste större väg, E4 eller som den hette på 1950-talet Riksväg 13, är det bara ett par hundra meter. Närmaste tätort som är Piteå ligger bara dryga milen bort.

Förändring i turistbeteendet

Bilismens genombrott under 1950 -talet innebar en snabb förändring i turistbeteendet, vilket fick som konsekvens att det traditionella hotell och vandrarhemsboendet dels inte erbjöd det boende som efterfrågades och dels räckte inte de platser som fanns till. Norrbottens Turistföreningen skriver 1955 om fenomenet:

Campingfrågan, som här bara ska snuddas vid, har genom den snabbhet varmed bilismen ökar, nästan överrumplat de inom turismen arbetande. [...] Under 1956 skall arbetet med campingfrågans lösning intensifieras och kommer att beröra varje kommun i länet (Norrbottens Turistförening 1955 s.5).

Campingfrågan kom som framgår ovan att engagera Norrbottens Turistförbund, men det fanns fler intressenter. Riksorganisationernas Campingkommite tryckte på i campingfrågan 1956, via Länsstyrelsen i Norrbottens län som vidarebefordrade kommitténs skrivelse ut till kommunerna. I skrivelsen påtalades: ”*de begränsade möjligheterna till övernattnig på hotell och pensionat ... ekonomiska skäl resulterat i att ett stort antal semestrande människor ordnat sin övernattnig med tält, bil eller husvagn*” (P.L.I.&F.n. Korrespondens 50-58.). För att få en överblick av vad som från kommunernas sida har gjorts för att ordna campingplatser, anhöll länsstyrelsen om uppgifter huruvida man anordnat campingplatser i kommunerna (P.L.I.&F.n. Korrespondens 50-58.). Från ovanstående skrivelser kan vi utläsa att någonstans i mitten av 1950-talet blev campingfrågan en kommunal angelägenhet.

Synen på turism 1960

Norrbottens turistförenings turistkonferans i Luleå stadshus lördagen den 23 april 1960 hade tillkommit för att mer ingående och i större församling få överlägga om för länet betydelsefulla turistfrågor. Landshövding Näslund framförde i sitt hälsningsanförande att Norrbottens hade fått en allt mer betydande roll som resmål och att den inländska turismen mot norr kunde förväntas öka under 1960-talet. Detta var något som borde föra turismen från att vara en binäring för länet till något helt annat. Det gällde att i tid slå vakt om turismen och ytterligare arbeta för att förkovra sig. (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.)

Till mötet hade drätselkammaren i Piteå stad skickat Axel Bengtson som representant. Han

framförde här sin syn på turismen, en vision som Piteå kom att satsa på och det med framgång. Vid ett tal till mötesdeltagarna framhöll han det faktum att turister och semestrande människor hade börjat öppna ögonen för Norrlands kustbyggd och dess möjligheter. Han tyckte också att det var dags för en reformering av den turistpropaganda som fördes. Den borde i större utsträckning drivas tvåsidigt. Vad han ville ha sagt med det är att man bör inte enbart se söder ut utan även norrut. Bengtsson fortsatte och utvecklade sina tankar:

Fjällen tjuvar folk söderut men man skall därför inte glömma att det finns en betydande folkmängd i Nordnorge och Nordfinland, som vill söka sig söderut till mer öppna och leende bygder. Den naturliga vägen landsvägsledes söderut går för dem via Norrbotten och man bör söka få dem att stanna här (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.).

I samband med sitt uttalande nämner Bengtsson det intresse som man från Tromsö i Norge började visa för Piteå trakten. Axel Bengtsson framförde även kommunernas roll, där han menade att för kunna genomföra en verklig effektiv och fungerande insats för turismen krävs engagemang från kommunernas sida. (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.)

Personerna

Det kan vara på sin plats att inför fortsättningen ge en del bakgrund på de personer som förekommer i rapporten.

Av det som skrivits så här långt så framgår det att Elof Söderberg från Jävrebyn startade upp det privatägda Piteå havsbad 1944. Makan, fru Sally hade tidigare drivit kafé med resanderum, fick maken att satsa på turism, som på den tiden knappt existerade. Piteåturismen och Piteå Havsbad hade genom Elofs satsningar, sett dagens ljus. Elof Söderbergs son, Clifford övertog rörelsen 1960 och därefter följde en expansiv utveckling. Under drygt tre decennier genomfördes omfattande investeringar i camping och restaurang. (T.Markström. Piteå 2/12-03. Piteå)

Ytterligare en person som vi finner viktig för utvecklingen, är Axel Bengtsson som tidigare

nämnts vid etableringen av Malmfältsarbetarnas semesterhemsförening. Bengtsson, ursprungligen från Värmland, kom till MalMBERGET i början av 1920-talet. Ditsänd av Hjalmar Branting med uppgift att motarbeta den framväxande kommunismen i Norrbotten. 1929 flyttade Axel med familj till Piteå. Han blev drätseldirektör i Piteå Stad 1936, en befattning som han hade fram till 1944 då han tvingades att avgå. (Berglund & Carlsson 1996)

Kommunalvalet 1954 gjorde Axel Bengtsson politisk comeback. Via en socialdemokratisk spränglista utmanade han det etablerade socialdemokratiska etablissemanget, och vann. Han blev snart såväl stadsfullmäktiges ordförande som ordförande för drätselnämnden, från maj 1956 kunde han titulera sig som drätseldirektör. Axel Bengtsson blev Piteå stads dynamiske man fram till kommun sammanslagningen 1967. Till hans politiska begåvning hörde sinnet för PR, vilket kom att gagna Piteå. (Berglund & Carlsson 1996)

Sammanfattning

Turistboende som tidigare traditionellt skett på hotell eller pensionat, kom under 1950 och 60-talet förskjutas mot ett campingboende i eget tält, eller i hyrd campingstuga. Detta delvis beroende på att de nya turistgrupper som var i rörelse inte var beredda att betala dyrt för att bo. I mitten av 1950-talet blev campingfrågan en kommunal angelägenhet, detta delvis beroende på de intresseföreningar som kom att engagera sig i campingfrågan, bl.a. Norrbottens Turistförbund och Riksorganisationernas Campingkommite tryckte på i campingfrågan.

Piteå beläget i södra delen av Nordkalott området, ett område med drygt 900.000 invånare, hade naturtillgångar i sandstränderna och det gynnsamma klimatet, som var attraktiva för turister och semestrande människor. Piteåbygdens sandstränder och gynnsamma klimat hade börjat att uppmärksammas i pressen senare delen av 50-talet, vilket innebar fler besök vid stränderna. Företrädare för Piteå turismen ansåg vid turismötet i Luleå 1960, att det var dags för en reformering av den turistpropaganda som fördes, man skulle inte enbart se söder ut, utan även norrut. Vid mötet bekräftade också Piteå stadskommuns delegat att de ansåg att en väl fungerande turism kräver kommunens engagemang.

FRAMVÄXTEN AV CAMPINGPLATSERNA I OMRÅDET

Från 1944 var Elof Söderberg ensam aktör i undersökningsområdet inom bad och camping med sin anläggning vid Pitsundet fram till 1956, då Piteå Stad anlade en camping strax utanför staden. Piteå landskommun beslöt sig också för att investera i en campingplats, som kom att öppnas 1961 bredvid Söderbergs camping Piteå Havsbad. Vi skall nedan ge en kort överblick över campingplatsernas tillkomst och utveckling. Placeringarna av campingplatserna framgår av bilaga 1.

Piteå Havsbad

Grundaren av Piteå havsbad elektrikern Elof Söderberg från Jävrebyn köpte 1944 ett 4 hektar stort område på Pitholmsheden för 8.000 kr. Med hjälp av vänner och släkt transporterade Söderberg några enkla stugor till familjens ägor. Dessa följdes av en kiosk, en servering och en utedansbana. Någon elström fanns inte att tillgå, men Söderberg byggde egna elverk av gamla generatorer som drevs av diverse maskiner, bl.a. en lokomobil, ett vindkraftverk samt en upp pallad bil. (T.Markström. Piteå 2/12-03. Piteå) Under 1960 kompletterade Elof Söderberg campingen med en sommarresturang. Sonen Clifford Söderberg som tog över verksamheten 1960, jobbade för fortsatt expansion. (PT 1960 21/10 f.s)

Till 1963 hade man för fjärde året i rad byggt ut på Piteå havsbad. Tältplatserna på campingområdet utökades från 250 till ca: tusen platser. Anläggningen rymde då också 600 bilplatser. Samma år anlades också en livsmedels butik i området, ett fik till campingen och tjugofyra nya stugor, med sammanlagt åttio bäddar togs också i bruk. (PT 1963 26/7 s.s). Anläggningen gav sommartid 1963 sysselsättning åt ett 60-tal personer. (PT 1963 29/6 f.s). Dansresturangen byggdes ut 1964 till en kapacitet på ca: 650 gäster totalt (PT 1964 13/6 s.6). Denna restaurang brann dock ned och en ny dansresturang på 1650 m² byggdes upp 1966, med ett tre gånger större dansgolv än det gamla. Skälet till varför Clifford vågade sig på dessa satsningar, var den goda besöksfrekvensen. Siffror som överträffat de beräkningar man vågat hoppas på. *"Folk får allt större krav i frågan om standard och de kraven måste vi tillgodose. Det ligger i hela bygdens intresse"* (PT 1965 13/5 f.s), sade Clifford Söderberg i PT 1965. Dansresturangen var en central del av verksamheten, under högsäsong kunde det vara dans

upp till sex dagar i veckan och endel av kvällarna med ”toppartister och topporkestrar”(Bilaga2) (PT 1967 T.S 2 /5 s.11).

Vad gäller besöksfrekvensen på Piteå Havsbad har vi tyvärr inte funnit någon statistik. I PT Turistspecial 1967 anges att Piteå Havsbad året innan besökts av drygt 200000 turister, dock är det något oklart vad som räknats in (PT 1967 T.S 2 /5 s.11).

Att Piteå landskommun byggde sin campingplats bredvid Söderbergs camping fick givetvis konsekvenser. Till det positiva kan anses vara att Söderberg fick möjlighet att ansluta sig till en modern vatten och avloppsanläggning (P.L.K. Protokoll § 708 4/12 -1962). Etableringen av den nya campingen innebar också att en konflikt angående markutnyttjande uppstod, där båda sidor nyttjade juridisk expertis. En lösning nåddes i frågan, men vi ämnar inte att gå in och försöka tolka utfallet. Vi kan konstatera att båda anläggningarna kunde fortleva och expandera. (P.L.K. protokoll § 298 19/4, §384 15/6, §646 29/8, §708 4/12, §976 –62.)

Vad gäller finansieringen av Söderbergs investeringar i anläggningen så finansierades delar av dessa med stöd från fonden för friluftslivets främjande och statsbidrag. (P.L.K. protokoll §505 29/8, §675 29/8 –62. §39 23/1 –63.)

Pitholmens Havsbad

Under 1959 och 60- hade Piteå Landskommun planerat och projekterat för ett andra Pite Havsbad med kommunen som ägare. 1959 börjar landskommunen att verkställa sina planer då markägarna kontaktades ang. upplåtelse av mark (P.L.K. Protokoll §287 4/4 –59.). Kommunens nya campinganläggning som kom att heta Pitholmens havsbad, anlades direkt norr om det privat ägda Piteå Havsbad. Den nya anläggningen bestod av 6 hektar mark med full nyttjanderätt av en c:a 1km lång sandstrand (PT 1960, 28/5, s.5). Anläggningen finansierades vad gäller vägar, vatten och avlopp delvis genom att beredskapsarbete för sysselsättning av svårplacerad arbetskraft kunde utnyttjas, vilket beviljats av Arbetsmarknadsstyrelsen, (P.L.K. protokoll §372 10/6, §429 1/7 –60.) och genom att stadsbidrag kunde utgå som delfinansiering (P.L.K. protokoll §808, §804 4/12 -62 . §119 23/1, §165 , §191 5/3-63.).

Till att börja med så fanns där endast möjlighet att tälta, men från 1963 fanns där också 24 moderna stugor (PT. T-S 1964 s.2). Trycket på campingen, som var trestjärnig från 1963, ökade snabbt (P.K.A. Piteå landskommun protokoll 1963).

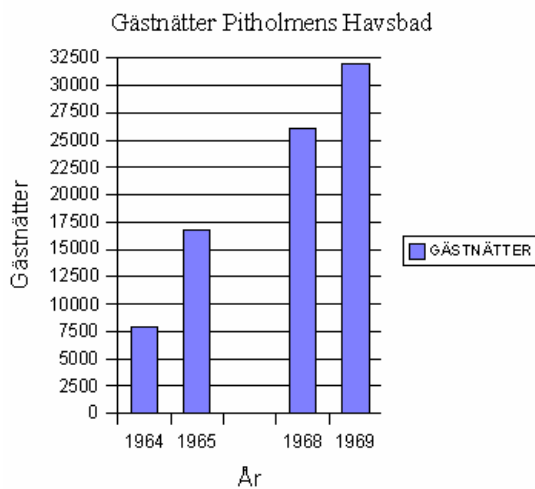


Diagram 2. Gästnätter vid Pitholmens Havsbad. 1963 (P.K.A Turistnämnden 1963), 1964 (P.K.A - P.L. Årsberättelse 1965), 1968, 1969 (Piteå stad Turistnämnden 22/10 1969)

Av statistikuppgifterna från 1964 framgår att Pitholmens Havsbad hade 7936 gäster. Av dessa utgjorde c:a 7300 svenskar, 558 var från övriga Skandinavien och resterande 78 kom från övriga länder. (PT T-S 1965 11/6). Antalet gästnätter nästan fyrdubblades mellan 1964 till 1969, en ökning från 7936 till 31910 gästnätter på fem år (Diagram 2).

Benämningen turistnätter betecknar antalet övernattande turister per dygn. Stannar turisten fler nätter räknas varje natt som ett turistdygn i statistiken. (PT 1960 10/8 f.s)

Sommaren 1964 så hade man inom turistnämnden tagit beslutet att man själva skulle sköta anläggningen. Man offrade semester och byte av varandra nere vid badet. Skälet var att man från turistnämnden ville få erfarenhet av turismen inifrån. (PT T-S 1964 s.2)

1964 tillfrågade man 110 långliggare om hur de fått kännedom om Pitholmens Havsbad. Av dessa uppgav nästan hälften, 50 stycken att det var genom bekantas rekommendation som de sökt sig till anläggningen. 36 svarade att man varit där tidigare och sökt sig tillbaka. På tredjeplats kom tidningsreklamen. De var 21 personer som angav pressen som inspirationskällan till besöket. I enstaka fall angavs folders, broschyrer, vägskyltar, etc som orsak till att man stannat till vid badet. (PT T-S 1965 11/6)

Norrstrand

Piteå stad satsade på att bygga en campingplats bara ett hundratal meter utanför stadskärnan, vid Norrstrandsbadet. Campingplatsen öppnades 1956, och då i liten skala. Ett par år senare upptäckte man att turisterna kom i allt större omfattning, vilket satte fart på utvecklingen. (PT 1960 9/7 f.s.). I anslutning till campingplatsen fanns sedan tidigare en badplats som Piteå stadskommun 1957 beslutade att rusta upp, med medel från fonden för Friluftslivets främjande. (DK 1957 11/6 § 288) Campingplatsen kom då att även innefatta en för dåtiden modern badanläggning.

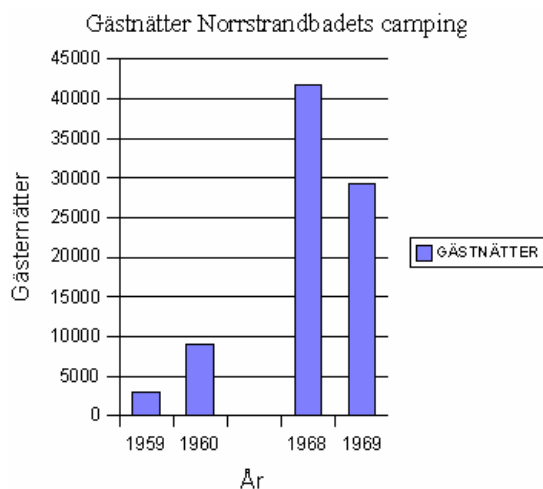


Diagram 3. Antalet gästnätter vid Norrstrands badet. 1959 och 1960 (PT 25/6 1961), 1968, 1969 (Piteå stad Turistnämnden 22/6 1969).

Beläggningen på Norrstrands campingplats ökade lavinartat, 1959 hade räknade man in knappt 3000 gästnätter, som redan till året efter tredubblades till ca: 9000 gästnätter. Den kraftiga anstormningen av turister gjorde att man 1960 beslöt att bygga ytterligare en campinganläggning i anslutning till den redan befintliga Norrstrandscampingen. (PT 1961 25/6 f.s.) Turistmängden trettonfaldigades mellan 1959 och 1968, som blev ett rekordår med 41677 gästnätter (Diagram 3) (Piteå stads turistnämnd 22/6 1969).

I Piteå Tidningen 1960 kunde man läsa om hur Axel Bengtsson D.K ordföranden kalkylerade med att Piteå inom något år skulle ha en campingplats som sträckte sig från Fårösundets mynning till strax utanför staden (2 km). Ett flott norrstrandsbad med trampolin, sandstrand och diverse andra moderniteter däremellan. ”En sådan omfattning räknar man faktiskt med att turistlivet här i Piteå ska få”. (PT 1960 9/7 f.s.) Campingplatsen kom också att byggas ut och moderniseras i flera omgångar. Till 1964 års säsong utökades området ifrån 20000 m² till 32000 m² och kapaciteten uppskattades då till 450-500 tält. (PT 1963 22/8 f.s.)

Redan från början var det norska inslaget stort på campingplatsen ”*man kan vänta liksom tidigare att det blir norrmännen som blir i majoritet när det drar ihop sig till den verkliga turistsäsongen*” (PT 1962 6/6 s.s). Att campingplatsen hade ett stort norskt inslag kan man utläsa av statistiken, 1965 var av hela besöksantalet drygt 75 % norrmän. Siffran för 1966 var drygt 85 %. (PT 1967 27/6 s.7). Mer om det norska inslaget finns att läsa under Turister från norr.

Senare delen av 1960-talet så var utnyttjandet av campingen så pass stor att många inte fick plats, utan de tältade utanför området. Många lämnade också området för att komma tillbaka några dagar senare med förhoppning att trängseln minskat. (PT 1967 2/7 f.s.)

Konkurrenssituationen

Fanns det då bara Piteå området att välja att campa i, om man som boende på Nordkalotten önskade sol och värme?

Vi har valt att inte göra några jämförelser olika kustorter emellan, eftersom det skulle innebära ett för oss allt för stort åtagande. Men i ett affärsbrev ställt till Jakob Lines 1970, skrivet i syfte att sälja in Piteå på den finska marknaden, finner vi endel intressant fakta. I brevet framhåller företrädare för Piteås turism den gynnsamma situationen för campingboende i kommunen:

I Norrbottens län finns 25 s.k auktorerade campingplatser av skiftande standard. Sju stycken har fått beteckningen som trestjärniga campingplatser. Fem av dessa finns i Piteå centrum. Mest internationellt kända är Piteå Havsbad och Pitholmens havsbad, som tillsammans rubriceras som 'Nordens Riviera' (P.S.T.n. -70.).

Även om det är en partsinlaga, så kan det ge en bild av hur konkurrensen såg ut vid vår undersökningsperiods utgång 1970. Även om man inte ska förringa de campingplatser som fanns med lägre standard, så är det tydligt att Piteå kommunerna genom sin satsning på campingplatserna skapat sig en ledande position i under 1960-talet.

Sammanfattning

Vi finner inom vårt undersökningsområde tre aktörer som samtliga satsar på camping turismen. Vi har det privata Piteå Havsbad som varit verksamt sedan 1940-talet, Piteå stadskommun som 1956 öppnade en camping vid Norrstrandsbadet. Den tredje aktören Piteå landskommun, som 1960 anlade en campingplats, Pitholmens havsbad, vid det redan befintliga Piteå Havsbad.

De tre aktörerna hade med sina anläggningar lite olika förutsättningar och inriktningar. Det privata Piteå havsbadet hade restaurang och dans att erbjuda förutom camping och stugboende, vilket gav anläggningen en nöjesprofil. Piteå stads campingplats beläget bara ett hundratal meter från centrum, innebar att staden kunde nås med en promenad på bara några minuter. Campingen kom av någon anledning att bli norrmännens favorit tillhåll i Piteåbygden. Pitholmens havsbad var en renodlad bad och campinganläggning, men närheten till det privata Piteå havsbad gav de boende möjlighet till dans, samt att äta på restaurang.

Dessa tre aktörer som var för sig investerade och expanderade kraftigt under 1960-talet, vilket gynnade Piteå turismen som helhet. Tillgången på campingboende med bra serviceanläggningar var i området relativt bra. Etableringen av Piteå Landskommuns campingplats, Pitholmens havsbad, verkar inte hindrat det privata Piteå havsbad från att expandera.

TURISTER FRÅN NORR

I avsnittet om turistsynen 1960, skriver vi om hur Axel Bengtsson vid turistkonfensen i Luleå, angav Nordnorge och Nordfinland som en möjlig marknad. Knappt en månad senare besöktes Piteå av den första nordnorska delegationen och festligheter hölls i Stadshotellet. Vid det tal som drätselordförande Bengtsson höll denna norgaften återkom han till sitt budskap, så här refereras det i PT 16 maj 1960:

Han gick inledningsvis rätt skarpt till rätta med de brochyrförfattare i turistgenren som bara pläderar för fjällen, ödebygder, järnverket och shopping¹.

¹ Förmodligen köpcentret i Luleå, författarnas kommentar.

- Det är ett länsintresse att tala om för folk från andra delar av landet och för Nordkalottens människor överhuvudtaget att vi har en vacker kustbygd, där det kan vara värt att se sig omkring. Vi har badvatten som ofta inte bara är bättre än längs skånekusten utan också varmare (PT 1960 16 /5 f.s.).

Talet innefattar här hela Nordkalotten som tänkbar marknad, ett område enligt vår definition med 900.000 invånare.

Undersökningar har visat att de flesta turisterna kommit just från Nordkalotten, vilket vi nämnde i inledningen. I teorin har den blivande turisten i beslutssituationen oändligt många val av resmål, men de ekonomiska och tidsmässiga resurser, som är möjliga att avsätta för en turistresa begränsar möjligheterna. (Jansson 1994)

Normännen och Piteå

Att normännen tidigt bevistade campingplatserna i Piteå området framgår i texten om Norrstrandsbadet. Det anses från många håll att det var just de norska turisterna som ”upptäckte” Piteå som turistort, dessutom av en tillfällighet. Piteå Tidningen skrev 1963 i en tillbakablick om hur Axel Bengtsson visade en norrman från Tromsø vars bil hade gått sönder till en verkstad. Sedan visade han norrmanen och hans familj till tältplatsen vid Norrstrandsbadet, där de kunde campa i avvaktan på att bilen blev reparerad. Bilen hämtades ut från verkstaden, men den norska familjen, som var på väg söderut, ändrade sina planer och stannade semestern ut i Piteå. Året därpå kom den norska familjen tillbaka i sällskap med andra Tromsöbor. (PT 1963 13/6 juni T.S. s.2)

Bengtsson var inne på samma tema i ett tal på stadshotellet i samband med att en norsk delegation var på besök i Piteå 1960 ”Många normän – och främst Tromsöbor - på väg söderut stannade ifjol i Piteå för att rasta. Många blev kvar här hela sommaren. De ansåg sig ha upptäckt Norrbottens riviera” (PT 1960 16/8 f.s.). Vi har även funnit en norsk version som också anger tillfälligheter bakom den norska upptäckten av Piteå. Edmund Eriksen vid tidningen Nordlys i Tromsø skriver:

Det er emmellertid ikket så mange årende siden Norrbottens kystland og kanskje i første rekke Piteå blev oppdaget av Nord-Norges innbyggere. Vi hade ikke laert

dette landet å kjenne annet enn fra viduet i et tog på veg så langt fra alt. Endlose myrer, skoger, og en og annan småstad – det var liksom ikke noensom trakk anerlig med tanke på å tillbringe en frie. Rene tilfeldigheter som oppdalensen av selve perlen i Norrbotten, Piteå forte imidlertid til et stadig firer er klar over et en så visst ikke behoven å reise hele skandinavien på lange for å bade - utan å bli blåfrossen (PT 1962 28/6 s.5).

Huruvida detta är skrönor går väl alltid att diskutera, men faktum är att normmännens närvaro i Piteå ofta beskrivs så som att det var normmännen som upptäckte Piteå, och dessutom av en slump.

Av Edmund Eriksen vid tidningen Nordlys i Tromsø, får vi också en bra förklaring till varför normmännen förlade sin semester i Piteå.

Navet Piteå har god klang i Tromsø og for såvidt også over hele Troms fordi denne hyggelige staden er blitt noe av et ferieparadis for en stor del av sommarturister fra troms og Finnmark. Spor manhvordet er blitt slik får man gjorne svaret konsentrert i tre meget viktige punkter nemlig:

Til Piteå er det fra troms passe langt. Starter man turen om morgonen er det en overnatting og neste dag i god tid o kvelden, er man framme. Onsker man ta turen i en etappe kan man kladet også om man tar noe av kvelden till hjælp.

Punkt to: Vanntemperaturen på badeplassene ved Piteå er "vidunderlig" målt med de mål mennesker har som lever ved Ishavets kolde sternder. Campingplassene er gode og velstelte.

Punkt tre: Både staden och dens innbyggare er hyggelig og det gjores mye for skape det best mulige miljø for campingturister. [...] Denne oppdagelse har medført at en stadig okende strom av Nord-Norges bilister, i forste rekke fra troms og Finnmark. [...] De drar da også gjerrene tilbake år etter år , og stadig skutter nya til. Piteå kan derfor også kommende sommer vente stigense besok fra nabolandet i norr (PT 1962 28 /6 s.5).

I artikeln får vi veta att avståndet till Piteå upplevs som rimligt, vilket är en viktig faktor enligt Bruno Jansson (Jansson 1994), eftersom både tid och ekonomi påverkar valet av resmål. Samtidigt så bekräftas också att bra campingplatser och varmt badvatten är en attraktion som lockar besökare.

Vänort och besök

Vad gäller turismen från Nordnorge så kan man se att det snabbt utvecklades till relationer på politisk och affärsmässig nivå. Även tidningarna på de olika orterna blev snabbt inblandade i de olika turistaktiviteterna. För Piteå verkar det ha varit angeläget att visa ömsesidigt intresse, för en utveckling av turismen mot Norge.

Relationen till den tilltänkta marknaden i Nordnorge verkar Tromsö ha varit särskilt viktig. Man kan utläsa från båda sidor förväntningar om en ökad turistström från motpartens invånare. Piteå-Tidningen refererar den 16:e maj 1960 om det vi funnit vara de första försöken till fasta turistband mellan Tromsö och Piteå. *"Piteå stad gästades av en femmannas delegation från Tromsö, samtliga tillhörande Reisetrafikkforeningen for tromso og omegn"* (PT 1961 16/5 f.s.). Den norska kvintetten möttes av stadens representanter, drätselkammarens ordförande Axel Bengtsson och turistnämndens ordförande Svante Forsman. På kvällen anordnades det en Norgeafton på Stadshotellet med Piteå stads turistnämnd, SJ och stadens köpmän som arrangörer (PT 1960 16/5 f.s.). Vidare om mötet så skriver PT om att insatsen från Piteås delegation varit lyckad: *"-Vi är närmast chockade av den välvilja som visats oss och har ytterligare stärkts i vår uppfattning om Piteås lämplighet som mål för turistande norrmänn."* (PT 1960 16/5 s.s.) uttryckte en av norrmännen i delegationen vid avresan.

Vid utställningen 1961, *Piteå -porten mot norr* kom det kanske första praktiska resultatet av vänortsrelationerna, de två orterna samsades om en monter med turismen som huvudtema (PT 1961 15/8 f.s.). Oktober 1961 arrangerades det en resa i Piteå Tidningens och turistutskottets regi till Tromsö. En busslast pitebor åkte iväg på ett återbesök. Som en av värdarna i Norge finner vi Tidningen Nordlyss: *"Besökarna från pitebygden fick också ett hjärtligt mottagande av de turistmedvetna norrmännen. Lördagkväll gav tidningen Nordlyss middag för de svenska*

resenärerna” (PT 1961 11/10 f.s.).

Emellertid så verkar samarbetet dessa två orter emellan ha havererat någon gång under 1962 då det går att läsa i Piteå Tidningen den 5 Februari 1963 om hur Axel Bengtsson utvecklar sina tankar kring vänortsidéen som kontaktskapande verktyg: *”För dagen har Piteå inga officiella vänorter ... inte kan få den naturliga kontakten genom att några pampar från varje stad åker över en eller kanske två gånger om året reser över och håller tal och äter högtidlig middag.”* (PT 1963 5/2 f.s.).

Men detta innebar inte slutet på personliga kontakter mellan företrädare för Piteå stad och Nordnorska städer, de verkade alltjämt vara viktiga för båda parter. Under 1964 utvidgades kontakten med Nordnorge, då en ny turist delegation, denna gång från de norska städerna Narvik och Harstad besökte Piteå. Det hela handlade om att sälja in Nordnorge som resmål för piteborna. (PT 1964 19/2 f.s.) Men dessa nya kontakter kom snabbt att utnyttjas till att sälja Piteå i Nordnorge, vilket man kan utläsa från drätselkammarens protokoll 10 April 1964 då PTs semesterbilaga diskuterades:

... PT under maj månad d.å ämnar utge ett speciellt semesternummer som ägnas staden och älvdalen, och man har förordat att staden skulle beställa 6000 ex för 20 öre st. distribueras till 225 svenska turistbyråer, samt till byråer i Norge och Finland och till tätorter i Nordnorge och Nordfinland. Nämnden föreslår inköp enligt ovan, och varjämte nämnden föreslagit att drätseldirektören som turistambassadör skulle besöka städerna Narvik, Harstad och Tromsö i Norge och Uleåborg och Jakobstad i Finland i anslutning till utgivandet av semesternummret (D.K protokoll § 271 10/4 -64).

PR resor till Nordnorge förekom även senare, efter kommunsammanslagningen 1967 företog de ansvariga för turismen Tage Markström, Axel Bogren och Tage Hansson en PR resa till Nordnorge för att sprida reklam om Piteå. Trion följdes av såväl tidningar som norsk radio. Efter den driven invaderades Norrstrandsbadet av normän. De bidrog till 42000 gästnätter vilket påstås vara rekord ännu 1991. (Hedström 1991)

Norsk press och längtan efter sol och bad

Piteås fina sommarväder och turistanläggningar fick också en hel del gratis uppmärksamhet i den nordnorska pressen. Journalister från de nordnorska tidningarna passade på att finansiera sina egna semesterresor genom att skriva om turistupplevelser i Piteå med omnejd. Kontakter kunde förmedlas via yrkeskollegor, här citerat från ett brev till Piteå tidningen:

Gode kollega. Jeg har nettopp least Deres utmekede spesialnummer om sommarstaden Piteå, i Piteå-Tidningen för 13.ds” ”Det etter hvert blitt kjent at svært mangr nordmenn tillbringer sin ferie i Piteås vakre omgivelser, spesielt fordi sommeren her i Nord.Norge kan vaere så som så. Jag tenkte derfor å gjore noen reportasjer om Piteå-badene mens jeg er der. En kollega av meg i Harstad Tidene har alt veart der og laget mye fint stoff fra ”Norrbottens Riviera” (P.L.K Öh).

skriver Redaktionssekreterare Knut Sletbakk för tidningen Fremover i Narvik, i ett brev daterat 14/6 1964. Journalistyrket kunde även fungera som dörröppnare i Piteå om man angav att man ämnade skriva om staden. Ett bra boende kunde i endel fall ordnas, även om det var fullbelagt i campingstugorna. Exempelvis så erbjöds redaktionsekreteraren från tidningen Fremover i Narvik, att få bo ett par veckor i en privat sommarstuga, tillhörande en ledamot av turistnämnden i Piteå Landskommun. (P:L:K Öh)

Redan 1964, året efter PT:s första utgåva av sin semesterbilaga så hakade den norska tidningen Harstad Tidene på genom att ge ut en speciell semesterbilaga om den svenska bottenvikskusten. I ett brev tillsänt Axel Bengtsson, för att sälja reklamplats till bilagan, skriver tidningen om sina planer:

... Og vi naerer ingen tvil om at den turistinvasjon Dere hittils har hatt fra denne siden av grensen, bare er en liten opptakt til den som vil komme i årene fremover” ”Med den posisjon Harstad Tidene har og med en daglig leserkrets på ca: 55000 i et distrikt med relativ god velstånd, er vi overbeviste om at vårt

spesialopplegg vil virke til sin hensikt og gi den orientering for semesterplanlegging som alle ønsker sig. Dette er dertil det første i sitt slag på denne sida av grensen, så vidt vi vet har ingen norske aviser hittil presentert Nord Sverige på denne måten, og vi ska gjore vårt beste for at presentasjonen blir så fyldig og god som overhode mulig” ”Vi har merket oss Piteå-Tidningens utmerkede semester utgave ifjor, både når det gjelder tekst, bilder og annonser (Piteå museum, Axel Bengtssons samlinger Ö2:7).

Samtidig som dessa journalister, i eksemplet ovan från Narvik och Harstad, sprider vällovlig information till sina läsare om Piteå som semesterstad, så ger de ju också välkommen information för de turistansvariga i Piteå, om hur stark orten är som semester mål för norrmännen.

Malmfälten

Vad gäller invånare från malmfältsorterna Kiruna, Gällivare, Malmberget med omnejd, så hade många av dessa tillgång till malmfältarbetarnas semesterhem på Fårön, som började ta

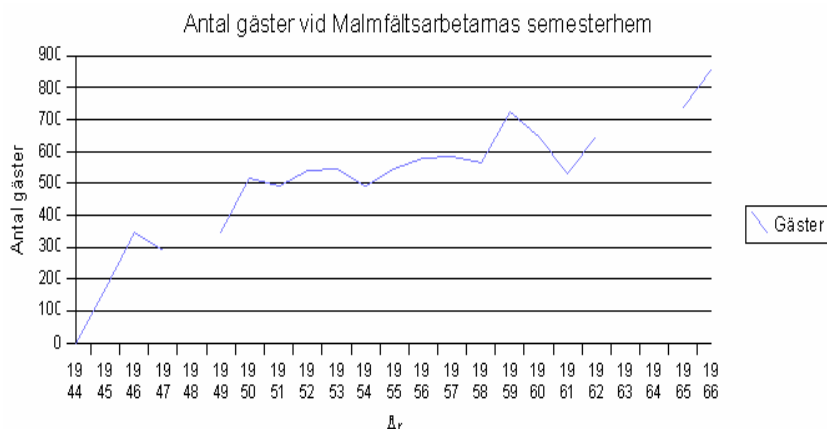


Diagram 4. Antal gäster vid Malmfältarbetarnas semesterhem (Norrbottnens Minne, 983 Volym.1 Ac)

emot besökare redan 1944. Mellan 300 - 600 gäster i runda tal besökte hemmet varje år (Diagram 4). Detta innebar att Piteå som semesterstad tidigt blev känt i malmfältsområdet.

Eftersom man hade enbart ett begränsat antal platser och arbetarna med deras familjer var fler än tillgången på platser blev man tvungen att göra ett regelsystem för bokning av plats. ”Alla sökanden som icke tidigare förhyrt på Hemmet utsorteras och mellan dem lottades om tillgängliga platser. Om platser därutöver fanns så lottades dessa ut på övriga sökanden” (M.S.F. 983 A II.b.).

De som inte fick plats på hemmet och önskade tillbringa semestern i Piteå, kunde då vara tänkbara campinggäster. Likaså vänner och bekanta som inte var medlemmar i semesterhemsföreningen som hört berättas om Piteå. Här hade vi önskat oss ett underlag i form av någon form av ”campingliggare” för att kunna se varifrån gästerna kom, men tyvärr saknas sådana. Vi kan inte styrka vårt resonemang på något sätt, utan vi får nöja oss med att konstatera att malmfältsturisterna liksom de övriga svenska besökarna inte går att ortsbestämma eller räkna in.

Sammanfattning

Runt 1960 så var det uppenbart för Piteå stad, att hela Nordkalotten med 900.000 invånare var en tänkbar marknad. Piteås badanläggningar med dess varma vatten var ett attraktivt besöksmål för befolkningen i norr. Norrmännens ankomst till dessa anläggningar hade öppnat ögonen på de ansvariga politikerna. Det anses från många håll att det var just de norska turisterna som ”upptäckte” Piteå som turistort, dessutom av en tillfällighet.

Vad gäller turismen från Nordnorge så kan man se att det snabbt utvecklades till relationer på politisk och affärsmässig nivå. Tidningarna på de olika orterna blev inblandade i de olika turistaktiviteterna som researrangörer eller värdar. Journalister från de nordnorska tidningarna passade på att finansiera sina egna semesterresor genom att skriva om turistupplevelser i Piteå med omnejd, vilket gav fin gratis publicitet.

Vad gäller invånare från malmfältsorterna Kiruna, Gällivare, Malmberget med omnejd, så hade många av dessa tillgång till malmfältsarbetarnas semesterhem på Fårön, som började ta emot besökare redan 1944. Detta innebar att Piteå som semesterstad tidigt blev känt i malmfältsområdet. Vi kan emellertid inte styrka någon koppling mellan utvecklingen av campingturismen och malmfältsbornas besök på semesterhemet. Vad gäller de övriga svenska besökarna kan vi inte heller där kartlägga från vilka regioner de kom.

PITEÅ EXPONERAS – EN IMAGE SKAPAS

Vi har valt att ägna en del uppmärksamhet på massmediala bilden av Piteå och på olika försök från företrädare för Piteåbygden att marknadsföra orten. Detta finner vi viktigt utifrån många synvinklar. Intresse skapas för orten och dess attraktioner i en vidare krets, vilket i sin tur ger turist anläggningarna högre beläggning, och i förlängningen också ett stöd till fortsatt utbyggnad av dessa.

Valet av resmål för den blivande turisten görs genom den uppfattning om en plats individen har. Bilden av platsen byggs upp genom information som den blivande turisten tar till sig från olika tryckta källor, radio/TV, genom hörsägen samt genom egna erfarenheter. Upplevda möjligheter av olika slag i kombination med motivationen till resan bildar en image av varje turist destination. Denna image kan beskrivas som summan av de uppfattningar, idéer och intryck, som en person har om en plats. (Jansson 1994)

Att Piteå lyckas skapa sig en positiv bild hos folk framgår i en undersökning som gjordes 1967. Norrbottens Turisttrafikförbund hade gjort vissa undersökningar där det visat sig att Piteå var ett lockande mål för semesterfirare, efterfrågan var då ungefär fyra gånger större än tillgången. Piteå hade hamnat i en situation där man helt enkelt inte vågade satsa på någon större reklam för Piteå orten, därför att alla inkvarterings möjligheter var redan bokade. (PT 1967 10/6 s.1)

Den massmediala uppmärksamheten startade som skrivits förut i samband med att Piteå Havsbad vann expressens solliga 1956, men den kom att fortsätta via aktiviteter som egentligen låg utanför turistbranchen.

Hantverk och industrimässor

1957 ansåg man att tiden var inne för att exponera Piteå, dess utvecklingsmöjligheter och framtidsplaner och detta kom att ske genom en hantverk och industri utställning, Jubileumsutställningen, som kom att förläggas mitt i staden. Som arrangörer stod Piteå Fabriks och hantverkförening, som det året fyllde 80 år, men bakom utställningen stod även hela staden och bygdens näringsliv. Jubileumsutställningen i Piteå var Norrlands största evenemang den sommaren. (Sundsvalls Tidning 26/3 1957) Utställningen blev föremål för en omfattande och

välvillig uppmärksamhet i pressen landet över. Några av stockholmstidningarna hade utsända medarbetare till utställnings öppnandet. ”*Dagens Nyheter exempelvis hade skickat sin Rom – korrespondent redaktör Agne Hamrin, en journalist av internationell klass*” (PT 1957 9/8 s.3). PT skrev om den uppmärksamhet som utställningen rönt i stockholmspressen. De publicerade en bild med klipp av stockholmstidningarnas artikelrubriker dagarna efter utställningsöppnandet. Några av rubriker var följande: ”*vackra flickornas stad bjuder på kvalitetsexpo*” (*Stockholmstidningen*), ”*Hantverk och flygindustri på jubileumsmässa i Piteå*” (*SvD*), ”*Åska och nye landshövdingen invigde Piteautställningen*” (*DN*). (PT 1957 9/8 s.3). Piteautställningens styrelse jobbade även aktivt med PR genom att bjuda de pressmän som rest upp till Piteå på en utflykt i skärgården, vilket bl.a. renderade i en artikel i DN på en halvsida med text och bilder under rubriken ”*Surströmmingsfest på Norrlandsö – Kommunalpamp rökte öring vid nattligt symposium*” (DN 1957 5/8). Jubileumsutställningen 1957 blev en framgång besöksmässigt med 62.000 besökande och massmedialt blev den en succé. Just den massmediala uppmärksamheten vid 1957 års utställning skulle få konsekvenser när det var dags för nästa mässa 1961.

Utställningen 1961 hade som motto; ”Piteå – porten mot norr” och syftet var att visa näringslivets och kulturens utveckling. Piteå Fabriks och hantverkförening stod åter som arrangör i samarbete med Piteå stad och näringslivets organisationer. Vid utställningen 1961 debuterade två fenomen som skulle bidra med mycket uppmärksamhet, samt ge Piteå en profil i Sverige. Den ena handlade om nöje, ”... *ett djärvt försök med ett nattklubbsarrangemang på stadens gator. 'Piteå dansar och ler' skall den nattliga tillställningen heta och det blir något som tidigare inte prövats i detta land*”. (NK 1961 11/8). Den andra var att stänga av en del av Storgatan för biltrafik, detta efter en ide av Henning Boström vid Domus (Berglund & Carlsson 1996), ”*Hela gatan skall bli i ett plan – ett*” *friskluftsintag*” där *småstadsatmosfären och välståndet ska avnjutas*”, (NSD 1961 11/8) förklarade Axel Bengtsson..

Nattivalen

Piteå dansar och ler, eller som den benämndes under 1960-talet, Nattivalen, startade med ett nattligt bråk om publicitet i samband med 1961 års Piteåutställning stod det att läsa i Piteå Tidningen den 9 juli 1964. Axel Bengtsson ”läste lusen” av stressad utställningsdirektör, men denne bad honom endera kyla ned sig eller hitta på något själv. När direktören bad Bengtsson att hitta på något för att få tidningar, TV och radio att bevaka just piteåutställningen, kastade Bengtsson ur sig om något om att servera helstekta grisar, pitepalt och dansa på gatorna. *”Mitt framkastade förslag den där natten var nog egentligen menat som ett skämt”*, sade Axel Bengtsson. *”Jag var förargad över att det var så tyst kring utställningen och ville ha tidningarna att hjälpa till liksom de gjort vid utställningen 1957”* (PT 1964 s.s.). Utställningsdirektören tog emellertid inte alls det hela som ett skämt och en journalist fick morgonen efter ta del av planerna. Han slog upp saken på en halvsida i en kvällstidning. Då var det inte annat än att fullfölja iden. Nu blev det inte några helstekta grisar, men väl både dans, palt och surströmming. (PT 9/7 1964 s.s.)

”Allting klaffade denna historiska natt: vädret, arrangemangen, ordningen” (PT 1961 21/8 s.3) skrev Piteåtidningen i sin analys av karnevalen, och uppskattade besöksantalet till 25000. Som det var tänkt så lockade arrangemanget en del representanter från massmedia bl.a. för Expressen, Stockholmstidningen och TV. Så här skrev Stockholmstidningens utsände: *”Hela centrala Piteå var natten till lördag en enda stor dansbana. Under mottot ”Piteå dansar och ler” kulminerade en industri och hantverksmässa med en tillställning som den nu 340 år gamla staden aldrig skådat maken till.”* (PT 1961 21/8 s.3). Expressens Gala Peter skrev: *”Medan surströmmings doften låg tät över 11000 m² avstängd Sundsgatan och Uddmansgatan i Piteå så var tusen och åter tusen människor i dans och yra på asfalten”* (PT 1961 21/8 s.3). TV var också där och gjorde en inspelning som visades i efterhand.” (PT 1961 21/8 s.3).

Eftersom evenemanget ansågs som lyckat av det styrande, så beslöts det att Nattivalen skulle upprepas 1962 för att finansiera 1963 års kulturkonferens som ingick Nordkalottveckan, och självklart skulle det vara Nattival då också (PT 1965 11/6 T.S. s.19). 1962 direktsändes evenemanget i Radio, men 1964 kom det verkliga massmediala genombrottet, direktsändning

i TV. En direktsändning som beskrevs av Aftonbladet som en av de dyraste, kostnaden var dubbelt så hög som för det då populära karusellprogrammet. *”Förberedelserna för TV-sändningen har varit mycket omfattande. [...] och man räknar med att kunna ge en autentisk skildring av firandet i semesterstaden Piteå”* (Aftonbladet 1964 18/7). Vidare skrev Aftonbladet att även radion satsade hårt på festivalnatten (Aftonbladet 1964 18/7).

Från 1964 var det föreningen Birkarlen, i vilken ingick bl.a. landshövding Manfred Näslund, riksdagsman Ragnar Lassinantti och Axel Bengtsson, som ansvarade för Nattivalen. Föreningen Birkarlen delade årligen ut kulturpris till kulturarbetare på Nordkalotten, till en pristagare från vardera Finland, Norge och Sverige (PT 1964 1964 20/7 f.s.). Kulturpriserna gav publicitet i hela Norden stod det att läsa i Piteå tidningen 14 juli 1965, *”Norska och finska tidningar ägnar jippet sida efter sida, som exempel kan nämnas att den största finskspråkiga tidningen skickade hit en av sina medarbetare och resultatet blev sex sidor om Nattivalen”* (PT 1965 14/7 s.5). Nattivalen kom dock sakta att somna in och evenemanget fanns inte längre när 1970-talet började. Men de tidiga åren gav uppmärksamhet i hela landet och gav Piteå en image av att vara den aktiva sommarstaden där det händer saker. Nattivalen användes givetvis av Piteå stad när de annonserade om turiststaden (Bilaga 3).

Gågatan

Ett par dagar innan utställningen 1961 beslöt drätselkammaren att Storgatan mellan Uddmansgatan och Torget inte skulle få trafikeras av bilar. Till att börja med skulle det ske på försök från den 11 augusti till den 10 september, alltså under utställningsperioden och ytterligare ett par veckor (NSD 1961 11/8). Detta tilltag med att stänga av biltrafiken väckte uppmärksamhet ganska omgående, redan första veckan, i samband med Nattivalen, gjorde TV ett inslag om gågatan eller *”Trivselgatan”* som den benämndes (PT 1961 18/8 f.s.). Den bilfria gatan kom att bli permanent, till en början bara på sommaren, men så småningom året runt. Gågatan blev en succé för handeln, men också för staden Piteå som fick ytterligare en attraktion.

”Vi kan inte komma ifrån att gågatan blivit en attraktion i turistsammanhang. Om man läser om Piteå i andra tidningar, som kommer ut på annan ort, dras den

fram. Och ett faktum är att juli, som förr var en av de sämsta försäljningsmånaderna under året nu gått upp som tvåa efter december” (PT 1963 17/8 f.s.).

sammanfattade affärschef Henning Boström, Domus, en av tre i ”gångbanekommitten”.

Turisterna uppskattade också gatan, de fick en aktivitet vid sidan av campingen och solbadandet.

”Det er koserligt, ingen trafik att tänka på när man går här ... Gatan är speciell för Piteå, ger staden en alldeles egen karaktär. Vi har hört talas om den redan i Hammerfest, alla som sett den talar om den” (PT 1963 31/7 s.s.) sade tre norska gäster i en intervju i PT 1963. I samma nummer yttrar sig också turist från Uddevalla i samma ämne ”Det gör hela stan extra trevlig och gör att man kommer ihåg den. Det är kul att se en massa folk här, det är något som rör på sig. Och hit går alla människor, antingen för att handla eller också bara titta på folk” (PT 1963 31/7 s.s.). Gågatan användes också flitigt i turistannonseringen som en lockande attraktion av Piteå stad. (Bilaga 3)

Marknadsföringen av Piteås turistutbud

Reklamen för anläggningarna och Piteå i turishänseende har skett genom annonsering i läns- och rikstidningar. Även i nordnorska tidningar (Tromsö) har man kunnat sprida kunskapen om Piteå som semester mål. Piteå Tidningen gav ut en specialturistupplaga årligen med start 1963 och då i 25.000 exemplar. Denna skickades till samtliga fem nordiska ländernas resebyråer och turistanläggningar. Man annonserade även i Norrbottens Turisttrafikförbunds Turisthandbok., där alla länets kommuner marknadsfördes. (P.L.K. Protokoll –65.)

Riksorganisationernas Campingkommité inventerade fortlöpande under åren de till organisationen anmälda campingplatserna. De besiktigades enligt normer grundade på internationella krav, men anpassade för svenska förhållanden. Man använde tre bedömningsnivåer, där tre stjärniga platser föll under kategorin ”mycket välordnade platser”, två stjärniga var ”välordnade platser” och en stjärniga var ”enklare men godtagbara platser”. Man framhöll även från Campingkommiténs sida att *”I verkligheten torde således blott ett fåtal platser kunna betecknas med tre stjärnor” (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.)*

Bedömningarna infördes sedan i organisationens Campingbok (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.).

Vad det gäller Piteå Landskommuns anläggning vid Pitholmen, vet vi att man från 1963 var klassad som tre stjärning anläggning (P.L.K. Protokoll –63.). Ett bra markandsförings argument (*Bilaga 4*). För Norrstandsbadets campinganläggning finner vi den första noteringen 1967 om att den är trestjärnig (PT 1967 11/7 s.3).

I Norrmännens fall kom de till en början inte hit på grund av vad som nämnt ovan, en medveten reklamverksamhet, utan genom bekantas rekommendationer s.k. ”mun-till-mun-metoden”, vilket norrmännen också blivit kända för (PT 1960 9/7 s.5, 1962 8/6 s.5, 1963 22/8 f.s.). Man har efter hemkomsten till sina vänner och bekanta delat med sig av sina erfarenheter. Dessa förutsätter vi bör ha varit positiva då man återvänt och i sällskap med just sina bekanta. Sedan när en mindre grupp av norrmän blivit kända har de ansvariga inom kommunen förstått att det finns en ”marknad”, värd att satsa på. Detta tror vi fallet var i Piteå. De källor vi har haft tillgång till visar i alla fall på denna tendens.

Sammanfattning

Den massmediala bilden av Piteå skapade en positiv image runt orten och dess attraktioner. Hantverk och industrimässan som ordnades 1957 och 1961, kom att bidra med positiva reportage i rikspresen. Till 1961 års mässa så satsade man på en nattlig karneval som uppmärksammades i hela Sverige. Arrangemanget som gick under namnet Nattivalen, blev en framgång, vilket innebar att arrangemanget kom att genomföras årligen, med uppmärksamhet från press, radio och TV.

Gågatan som introducerades inför mässan 1961 blev snabbt en attraktion i turistsammanhang. Gatan uppmärksammades i olika media och användes vid marknadsföringen av staden. Juli månad som förr var en av de sämsta försäljningsmånaderna för handeln, gick nu upp som tvåa efter december.

Piteå Tidningens Turist bilaga som gavs ut första gången 1963 var en tillgång för marknadsföringen av Piteå, då den skickades ut till turistbyråer i hela Norden, samt till

städerna på Nordkalotten (*Bilaga 5*). Vad gäller marknaden i Nordnorge, så var norrmännen duktiga på att själva på att marknadsföra Piteå.

SAMMANFATTNING OCH SLUTDISKUSSION

Sammanfattning av hela rapporten

Piteåbygdens sandstränder och gynnsamma klimat hade börjat att uppmärksammas av pressen under senare delen av 1950-talet. Genombrottet för Piteå som semesterort kan sägas ha kommit med att Piteå Havsbad vann tidningen Expressens sol lica 1956. Inom undersökningsområdet fanns sedan 1940-talet det privata Piteå Havsbad vid Pitsund, drygt en mil utanför Piteå stad. Piteå stadskommun etablerade 1956 en camping vid Norrstrandsbadet i omedelbar närhet till staden och Piteå landskommun, anlade 1960 en campingplats, Pitholmens havsbad, vid det redan befintliga Piteå Havsbad. Piteås badanläggningar med dess varma vatten kom att bli ett attraktivt besöksmål för befolkningen i norr. Norrmännen hittade till dessa anläggningar de sista åren under 1950-talet. De var också duktiga på att föra sin upptäckt vidare till sina landsmän, som kom i allt större skaror för varje år. Det anses från många håll att det var just de norska turisterna som ”upptäckte” Piteå som turistort.

Under 1960 framgår det från våra källor att politikerna i Piteå stad fått upp ögonen för det norska inslaget på campingplatserna. De insåg att Piteå, beläget i södra delen av Nordkalottområdet med drygt 900.000 invånare (1970), hade naturtillgångar i sandstränderna och det gynnsamma klimatet, som var attraktiva för turister och semestrande människor från norr. Företrädare för Piteå stad ansåg vid turistmötet i Luleå 1960, att det var dags för en reformering av den turistpropaganda som fördes. Man önskade att turistreklamen inte enbart riktades söder ut, utan även norrut där, det fanns en betydande folkmängd i Nordnorge och Nordfinland, som kunde vara intresserade av att söka sig söderut, till sol och bad.

Vad gäller turismen från Nordnorge så kan man se att det snabbt utvecklades till relationer på politisk och affärsmässig nivå. Även tidningarna på de olika orterna blev snabbt inblandade i de olika turistaktiviteterna som researrangörer eller värdar. Piteås fina sommarväder och turistanläggningar fick också en hel del gratis uppmärksamhet i den nordnorska pressen. Journalister från de nordnorska tidningarna passade på att finansiera sina egna semesterresor genom att skriva om turistupplevelser i Piteå med omnejd.

Vad gäller invånare från malmfältsorterna Kiruna, Gällivare, Malmberget med omnejd, så hade många av dessa en direkt kontakt till Piteå genom malmfältsarbetarnas semesterhem på Fårön, som började ta emot besökare redan 1944. Mellan 300 - 600 gäster i runda tal besökte hemmet varje år. Detta innebar att Piteå som semesterstad tidigt blivit känt i malmfältsområdet. Vi kan emellertid inte styrka någon koppling mellan utvecklingen av campingturismen och malmfältsbornas besök på sitt semesterhem. Vad gäller de övriga svenska besökarna kan vi inte heller där kartlägga från vilka regioner de kom, då det saknas källmaterial där detta skulle ha gått att utläsa.

Samtidigt som norrmännen började hitta till Piteå och dess campingplatser pågick det annan verksamhet i Piteå stad. Det var Hantverks och industriföreningen som i samverkan med Piteå stad anordnade hantverk och industri mässor åren 1957 och 1961. Dessa mässor bidrog till att skapa en ny attraktiv bild av Piteå, som gagnade turistverksamheten. I samband med 1961 års mässa så satsade man på en nattlig karneval av en omfattning som aldrig tidigare förekommit i Sverige. Arrangemanget som gick under namnet Nattivalen blev en succé med 25.000 besökande första året. Framgången innebar att arrangemanget kom att genomföras årligen, de första åren med uppmärksamhet från både radio och TV. Gågatan som introducerades inför mässan 1961, blev snabbt en attraktion i turistsammanhang. Gatan uppmärksammades i olika media och användes vid marknadsföringen av staden. Även handeln märkte av gatans popularitet, juli månad blev den näst bästa försäljnings månaden under året, bara december var bättre.

Det privata Piteå Havsbad, Piteå stadskommuns camping vid Norrstrandsbadet och Piteå landskommuns campingplats Pitholmens Havsbad, expanderade samtliga kraftigt i början av 1960-talet. De tre aktörerna hade olika förutsättningar och inriktningar. Det privata Piteå havsbadet hade restaurang och dans att erbjuda förutom camping och stugboende. Detta gav anläggningen en nöjesprofil. Piteå stads campingplats var beläget bara ett hundratal meter från centrum. Detta innebar att staden kunde nås med en promenad på bara några minuter. Pitholmens havsbad var en renodlad bad och campinganläggning, men närheten till det privata Piteå havsbad gav de boende möjlighet till dans, samt att äta på restaurang. Sammantaget så kom det att bli så att utbyggnaden av campingplatserna kom att ske samtidigt som Piteå började att exponeras i pressen, radion och TV:n som semesterort. Därtill kommer

också norrmännens upptäckt av Piteå. Detta innebar att anläggningarna fick modifieras och byggas ut under många år.

Diskussion

I vår undersökning har vi sett att turismen och campingen var nästan obefintlig i Piteå under 1950-talets början. Ett trendbrott kom 1956 med att Piteå havsbad vann solligan i Expressen. Detta innebar förmodligen ett uppvaknande för politikerna, att Piteå hade en nästan outnyttjad resurs i form av varmt badvatten och gästvänliga stränder som kunde matcha de bästa i Sverige. Samtidigt samma år 1956, hade Norrbottens turistförbund och Riksorganisationernas Campingkommitté börjat agera gentemot kommunerna angående campingplatser. Även Länsstyrelsen i Norrbottens län agerade i frågan genom att kartlägga utbudet av campinganläggningar. Campingen blev en kommunal angelägenhet. Uppmärksamheten mot det varma badvattnet vid Piteå Havsbad kom att sammanfalla med att campingturismen började att diskuteras på allvar i Norrbotten. För vårt undersökningsområde innebar det att anläggande av campingplatser sannolikt kom att påskyndas och placeringen campingplatserna blev också ganska naturlig med tanke på Piteås kommersiellt gångbara nyupptäckta naturprodukt, sol och bad.

Piteåbygden gynnades också av att det fanns flera aktörer som var beredda att investera i campinganläggningar. Det var gynnsamt för tillkomsten av turistanläggningarna att Piteå var uppdelat i fyra mindre kommuner fram till 1967. Två av dessa, Piteå stadskommun och Piteå landskommun gjorde båda helhjärtade satsningar på campingturismen, vilket gav ett positivt resultat för hela området. Det privata Piteå Havsbad, där egentligen allt startade, satsade också friskt. Det innebär att inom vårt undersökningsområde, vid tidsbegränsningens slut 1970, fanns det tre moderna campingplatser, med profil som i viss mån kompletterade varandra. Vi kan inte heller se någon tendens till överkapacitet tack vare detta. Efterfrågan på campingboende var stor under hela undersökningsperioden.

Vid turistmötet i Luleå 1960 så klargörs vilken vision som fanns vad gäller turismen för Piteå stads del, turisten fanns på Nordkalotten. Vår uppfattning utifrån källmaterialet, främst PT, är att norrmännen kom till Piteå utan någon föregående marknadsföring från Piteås sida. Norrmännens uppdykande på campingplatserna i Piteå området blev en oväntad och positiv

händelse, som man från kommunens sida inte var sen att ta tillvara och vårda. Den tidigaste marknadsföringen av Piteå i Norge, gjordes av norrmännen själva. Intresset som norrmännen visade Piteå var så pass aktivt så att de var nästintill själva ytterligare en aktör. PT:s semesterbilaga kom årligen från 1963 också få en positiv inverkan på turistströmmen, då kommunerna bekostade att den spreds i Nordnorge.

Malmfälten och dess befolkning fick ju genom semesterhemmets anläggande på 1940-talet tidigt relationer till Piteå. Vi har funnit att detta hem har varit välbesökt, men också alldeles för underdimensionerat för att kunna ta emot alla som velat besöka hemmet. Detta är ren spekulering från vår sida, när vi påstår att när campinganläggningarna färdigställdes i Piteå fanns det redan en inarbetad marknad i malmfälten. Vi har visserligen inte funnit något dokument eller statistik som kan styrka detta påstående, men vi anser att det är ett rimligt antagande. När Norrstrandscampingen öppnade 1956 hade semesterhemmet redan varit igång i 12 år.

Valet av resmål för de semestrande påverkas ofta av bilden, imagen, som man har av en plats. Här anser vi att Piteå lyckats väldigt bra genom sin exponering i press, radio och TV. Piteås marknadsföring har genomförts på olika sätt. Näringslivets och Piteå stads hantverk och industrimässor kom att bidra med mycket uppmärksamhet, och en avknoppning från mässan 1961, Nattivalen gav Piteå en profil i Sverige. Den bilfria gatan som lanserades samma år, gågatan, fick mycket massmedial uppmärksamhet. Gatan var dessutom en positiv upplevelse för turisterna. Även om Nattivalen och gågatan inte från början var medvetna satsningar på turism, så blev utfallet väldigt bra. Även PT satsning på att marknadsföra Piteåområdet genom sin bilaga Turistspecial, uppfattar vi som en kraftfull marknadsföring.

Sammantaget så var det många faktorer som inverkade på ett gynnsamt sätt när Piteå etablerade sig som en bad och campingort. Den teoretiska aspekten som vi utgick ifrån, om en allmän interdependens mellan varandra ingripande faktorer inom ett kumulativt orsaksförlopp, d.v.s. en händelse eller anläggning ger genom sin existens eller förändring, vidare verkningar på omgivningen, anser vi fullt tillämpbar på campingturismens tillväxt i undersökningsområdet under vår undersökningsperiod. Den massmediala uppmärksamheten,

utbyggnaden av turist- anläggningarna och uppmärksamheten från Norge kom att tidsmässigt infalla helt rätt för att ge stöd för den nya näringen och till dess fortsatta expansion.

Kritik till eget arbete

Det gäller att vara medveten om att det finns olika sätt att se på samma sak, tolkningen runt ett och samma fenomen kan ses utifrån olika aspekter. För att läsaren inte ska missförstå våra resultat har vi, så långt det går, försökt redovisa vad som utgjort grunden för vår tolkning. Ytterligare en aspekt gäller i vilken utsträckning läsaren kan kontrollera tolkningar och slutsatser. Det har att göra med hur vi har valt att dokumentera materialet och hur vi argumenterar för det vi kommit fram till. Läsaren har ingen möjlighet att kontrollera vad vi valt att utelämna och varför. För att underlätta kontrollen av underlaget har vi försökt använda citat som belyser företeelser som vi velat lyfta fram.

Vår förståelse för ämnet har utvecklats likt en spiral och vi har hela tiden fått större insikt i vår frågeställning. Det kan dock hända att insikten utvecklats åt fel håll om vi hela tiden bekräftat våra egna fördomar. Då blir den hermeneutiska spiralen en ond cirkel där man blir fast i sitt eget tänkande. All ny och motstridig information omtolkas så att den stämmer överens med vår tidigare förståelse eller avfärdas som betydelselös. För att minska risken för att hamna i en ond cirkel har vi försökt vara kritiska till vår egen tolkning och hela tiden försökt sätta den i relation till det insamlade materialet. (Kvale 1997)

Material beskrivning

Här har vi valt att ta upp en aspekt som är viktig att få belysa och framföra till läsaren. Mycket av vår rapport bygger på Piteå Tidningen. Fördelarna är att den har en närhetsfaktor som vi bedömer som god. Den ligger rätt i tiden då reportagen är samtida med händelserna som de refererar, i något enstaka fall förekommer det någon tillbakablick. Hur objektiv är tidningen och deras artiklar? Tidningen är socialdemokratisk, likväl som ledningen för Piteå kommun. Detta kan påverka objektiviteten. Faktum är att pressen kan användas som ett verktyg för att föra ut vissa budskap från ansvariga politiker och tjänstemän. Fördelen är att man kan få ta del av visioner som de styrande vill lyfta fram. Det som också kan påverka är de personliga relationer som kan finnas mellan pressens journalister och aktörerna. En annan

svaghet med artiklar är att man blir utelämnad åt de fakta som skribenten valt att ta upp. Detta innebär att materialet är en behandling och kanske i vissa fall bör ses som en behandling, dvs litteratur. Vi har även sett då vi jobbat med artiklarna att det inte förekommer några kritiska, negativa skrivelser. Detta kan ju då vara ett utfall av att både tidning och Piteås ledning var av samma färg, dvs socialdemokratisk.

Förutom tidningarna har vi använt oss av Piteå Kommuns Arkiv. Det vi har fått fram är ofta besluten. Underlagen och diskussionen kring ärendena saknas. Detta lämnar luckor i varför besluten tagits och hur man sett på saker och skeenden. Har alla varit positiva, har det funnits negativa och osäkra röster. Dessa kommer ju inte fram då man av enbart av besluten kan invagas till att tro att man har haft en konstant enad och problemfri väg framåt. Detta kan i sin tur göra våra antaganden en aning vaga.

Materialet i generell bemärkelse har varit tunt. Inte enbart för oss, utan även andra har haft problem med detta i sin forskning, vad gäller turismen och dess utveckling. Det som framförallt har varit svårt är att hitta material från turistföreningar, campingstatistik och tidigare forskning.

Vidare forskning

Ämnet i sig är intressant och det finns mycket inom området man kan engagera sig i. Vi ställer oss dock frågande till hur man skall göra det. då vi av egna erfarenheter har sett att material tillgången är begränsad.

Malmfältsarbetarnas semesterhem och dess etablering i Piteå kan vara intressant att forska vidare kring, en del material finns i arkivet hos Norrbottens minne.

KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

Källor

Piteå Kommuns Centralarkiv.

Drätsel Kammaren Protokoll 1957. (D.K. protokoll –57.)

Piteå Landskommuns Idrotts och Fritids nämnd, Korrespondens 1950- 58. (P.L.I.&F.n. Korrespondens 50-58.)

Piteå Landskommuns Idrotts och Fritids nämnd, Korrespondens 1959-61. (P.L.I.&F.n. Korrespondens 59-61.)

Piteå Landskommuns Protokoll 1959. (P.L.K. protokoll –59.)

Piteå Landskommuns Protokoll 1962. (P.L.K. protokoll –62.)

Piteå Landskommuns Protokoll 1963. (P.L.K. protokoll –63.)

Piteå Landskommuns Protokoll 1965. (P.L.K. Protokoll –65.)

Piteå Landskommuns Övriga handlingar -1966 (P.L.K Öh)

Piteå Stads Turistnämnd 1969. (P.S.T.n. –69.)

Piteå Stads Turistnämnd 1970. (P.S.T.n. –70.)

Piteå Museum

Axel Bengtssons samlingar Ö2:7. (A:B Ö2:7)

Aftonbladet 18 Juli 1964

DN 5 augusti 1957.

NK 11 augusti 1961.

NSD 11 augusti 1961.

Sundsvalls Tidning 26 mars 1957

Norrbottnens Minne

Malmfältarnas semesterhems förening, 983 A.III. a,b. (M.S.F. 983 A.III. a,b.)

Malmfältarnas semesterhems förening, 983 F.II. b. (M.S.F. 983 F.II.b.)

Malmfältarnas semesterhems förening, 983 F III. (M.S.F. 983 F III.)

Malmfältarnas semesterhems förening, 983 A II.b. (M.S.F. 983 A II.b.)

Norrbottnens Turistförening Årsberättelse 1955. (N.T. årsb. –55.)

Tryckta källor

Arkitekt- och Byggnadskontor NAB & Vattenbyggnadsbyrån VBB (1967 – 1970). *Generalplan för Piteå*. Piteå Stads Bibliotek (NAB & VAB 1970)

Arpi, G. & Nyberg, L. (1978). *Turismens regionala och lokala betydelse-undersökningar och undersökningsmetoder*. Kulturgeografiska institutionen. Uppsala

Astermo, S. m.fl. (1972) *Turismen på Nordkalotten*. Nordiska institutet för samhällsplanering. Högskolan i Luleå, Biblioteket. Nord. Qm

Hedström, G.(1991). *Näringsliv i Piteå*. SSA-Rådet, Företagen, och Länsstyrelsen. Piteå Stads Bibliotek. Q

Hogdal, J & Öhman, J.(1994). *Samhällsgeografiska studier i Piteå*. Arbetsrapport Kulturgeografiska institutionen, Uppsala Universitet. ISSN 0283-622X

Litteratur

Berglund, T & Carlsson, T. (1996). *I våra kvarter, Piteå på 50-talet*. Lars-Åke Winberg Förlag AB. Halmstad Tryckeri AB. ISBN 918700467-4

Carlsson, S. m. fl. (1968). *Den Svenska Historien 10*. Albert Bonniers förlag.

Hirdman, Y. & Molin, K. (1985). *Modell Sverige*. Nordiska museet. ISBN 91-71-08249-2.

Jansson, B. (1994). *Borta Bra Men Hemma Bäst*. Gerum nr. 22. ISBN 991-7174-902-0

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB. ISBN 91-44-00185-1.

Maddison, A *The World Economy: A millennial perspective*. OECD 2001

Molander, B (1988). *Vetenskapsfilosofi. En bok om vetenskapen och den vetenskapande människan*. Stockholm: Thales. Andra upplagan. ISBN 91-87172-19-4.

Myrdal Gunnar (1956). *Ekonomisk teori och underutvecklade regioner*. Tiden-Barnängen tryckerier AB Stockholm 1969

Norborg, L-A. (1988). *Sveriges historia under 1800- och 1900-talen*. Norstedts Tryckeri, Stockholm. ISBN 91-24-35202-0.

Patel, R & Davidson, B (1994). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur AB. Andra upplagan. ISBN 91-44-30952-X.

Tidningar

Piteå Stadsbibliotek

Piteå Tidningen.

PT 9/8 –1957.	PT 25/6-1961.	PT 5/2 –1963.	PT 9/7 -1964.	PT 10/6 –1967.
PT 16/5-1960.	PT 15/8 –1961.	PT 13/6-1963, Turistspecial.	PT 20/7 –1964.	PT 27/6 –1967.
PT 28/5-1960.	PT 18/8 –1961.	PT 26/7-1963.	PT ? –1964, Turistspecial.	PT 2/7 –1967.
PT 9/6-1960.	PT 21/8 –1961.	PT 31/7 –1963.	PT 13/5-1965.	PT 11/7 –1967.
PT 9/7 –1960.	PT 11/10 –1961.	PT 17/8 –1963.	PT 11/6 –1965, Turistspecial.	
PT 21/10 –1960.	PT 6/6-1962.	PT 22/8 –1963.	PT 14/7 –1965.	
PT 16/5 –1961.	PT 28/6 –1962.	PT 19/2 –1964.	PT 2/5-1967, Turistspecial.	

Intervju

Tage Markström. Piteå 2/12-03. Piteå. Varit med i Turistnämnden under ett antal år.

Turistchef under några år på 1960 -talet.

Bilaga 1

Bilaga 1

TURIST-
INFORMATION

PITEÅOMRÅDET
ÖVERSIKTSKARTA

LOGIFRISER: esk. moms och exp.avg

Tiden 1-16 juni, 11-31 aug.	Tiden 16 juni - 11 aug.
2-bäddstuga u. d. 165 —/vecka 25 —/dygn	2-bäddstuga u. d. 250 —/vecka 40 —/dygn
4-bäddstuga u. d. 210 —/vecka 35 —/dygn	4-bäddstuga u. d. 310 —/vecka 50 —/dygn
4 bäddstuga m. d. 240 —/vecka 40 —/dygn	4-bäddstuga m. d. 340 —/vecka 55 —/dygn

**PITHOLMENS
HAVSBAD**

TURIST-SPECIAL



PITE HAVSBAD -

Norrlands Riviera



Pite havsbad, av praxen djupa till Norrlands ihland också Nordens Riviera bjuder Er välkommen till en solig badsemester.

NEDERBÖRD NÖLTYMNINGAR TEMPERATUR

Varför inte badsemester i Juni?

Välj Er juli en härlig månad och avsevärd som sommarturisternas favorit månad, men har Ni skäp till på att njuta av sol och sandstränder på den vackra halvön PITE. Pite havsbad är ett av de bästa badstället i Norrland. Pite havsbad är ett av de bästa badstället i Norrland. Pite havsbad är ett av de bästa badstället i Norrland.

Den juli månad är våra stigar fullständigt fria i mitten av april. Tag semester i juni och bryt våra stigar. Vi tillåter tillgå från den 20 juni.

*** Campingplats

Tredjehög campingplats med 120 000 m² avsett för sommarens 100-200 motorer och bilar på en av de mest vackra badställen.



SERVICE

- Restaurant med dans varje kväll utom måndagar
- Matservering med god och prisbilligt mat
- Snabbköp med fullgott sortiment
- Kloaker Bensinstation Stor parkeringsplats

PITE HAVSBAD

Badstället är öppet
Från 10/6 - 30/9
Tel. 076 30 - 320 90
076 02 - 113 00

TURIST-SPECIAL

PITEÅ

semesterstaden



I centrum för turismen på Nordkalotten, Piteåområdets milda och reanfattiga klimat har gjort att staden verkligen går skäl för namnet "Norrländs Riviera".

Piteå har erkänt god turistservice med trivsamt badplats, "restjärnig" campingplats och goda hotell, restauranger och baren. Även för turisternas nöjen och underhållning är det väl beställt.

SOMMARENS ATTRAKTIONER:

"Nattivalen"
— då hela staden för en natt dansar och roar sig på gatorna.

"Gögoten"
Piteås promenadvänliga affärsgata — rikt utrustad, trivsamt och med moderna affärer.

Internationell camping
vid Norrstrandbadet. Här möter turister från hela Norden och många andra nationer.

Segel- och motorbåtar
från hela Norrland samlas i sommar till stor SJÖNSPOTTTRÄFF i Piteå.

Parkkvällar
Varje torsdag under sommaren arrangeras trivsamma familjeunderhållning i Badhusparken.



Storgatan — Piteås bilfria promenad- och shoppinggata är en trevlig oas för turisterna.



Campingplatsen vid Norrstrandbadet — "restjärnig" välförberedd skivklubb, service, bäriga bad och trevligt.



Varje torsdag under sommaren arrangeras "Parkkvällar" i Badhusparken, med trevlig familjeunderhållning.

Välkommen till årets trivselsemester i

PITEÅ STAD

Informationer och stadens turist-
brochyr tillhandahålls genom
Piteå stads turistskötsel
tel. Piteå 132 38.

TURIST-SPECIAL

SEMESTRA

I centrum
för turismen
på Nordkalotten!

I PITEÅ
LANDSKOMMUN

KULLEN — vandrarhem och camping



— är belägen mellan Öjebyn och Piteälven. Kullen har blivit allt populärare bland turisterna. Varje natt compar många människor på de mjuka grasmattorna — eller också bor de på vandrarhemmet. Varmt och kallt vatten, WC, elström och servering är något av den service Ni finner på Kullen.

ÖJEBYN — gammalt och nytt



I centrum för kommunen ligger Öjebyn. Där finns den vackra medeltidskyrkan — samhällets stolthet. Där finns också den gamla pitfiräcka kyrkstulen, intressant att vandra i och idealisk att fotografera. Men i Öjebyn finns även en modern sida, med välplanerad bebyggelse och ett rikt affärsliv.

EN BYGD PÅ FRAMMARSCH

- * skönhet
- * omväxling

Genom hela Piteå landskommun löper Europaväg 4, som tillsammans med det övriga goda vägnätet gör det lätt att nå alla platser snabbt.

Piteå landskommun har mycket att bjuda semesterfolket. Ni har alla förutsättningar att få en trygg och omväxlande semester i vår bygd!

PITHOLMENS HAVSBAD



— den nya, moderna bananläggningen vid Hårlands Rivea. Kännetecknande sandplage, varmt och klart vatten, god service. Förutom skidstad campingplats erbjuder vi i år nybyggda turiststugor med alla moderna bekvämligheter.

Upplysningar om denna och kommunen i övrigt fås hos gästgiveriet Hållas gås. Telefon Piteå 600 00 växel.

VÄLKOMMEN TILL —

Piteå Landskommun

Bilaga 5


Piteå-Tidningen

1963 (Nr 131 B)

SEMESTER

vid Norrlands Riviera

TURISTGUIDE
för Er som besöker
PITEÅOMRÅDET



BAD • UTFLYKTSMÅL • NÖJEN • KARTOR