

Søknad om tilskudd på kr 600.000 til Hovedprosjekt, verdiskapingsarbeid på kulturminneområdet 2021 (Kap. 1429 post 77)

1. Beskrivelse av prosjektet

Det blir søkt om tilskudd til et treårig hovedprosjekt med følgende faser:

- Oppstart
- Gjennomføring
- Avslutning/overgang til driftsfase

Det blir søkt om tilskudd for ett år av gangen.

1.1 Opplevelser i det vestnorske kraftlandskapet

12. Geografisk virkeområde: Industri – og kraftlandskap i Rogaland og Vestland fylkeskommune

13. Prosjekttype: Hovedprosjekt

14. Prosjekteier: Rogaland og Vestland fylkeskommune går inn som prosjekteiere

15. Prosjektleder: Kjøp av tenester

Rapporteringsansvarlig: Ikke avgjort

16. Kontaktopplysninger:

Tor Titlestad, seniorrådgiver

Seksjon for kulturarv

Avdeling for kultur, idrett og inkludering

Vestland fylkeskommune

Tlf. 920 6844,

2. Mål, organisering og forankring

2.1 Hovedmål og delmål for prosjektet:

Hovedprosjektet «*Kraftturisme. Opplevelser i det vestnorske kraftlandskapet*» vil ha som overordnet mål å samordne og legge til rette for at det kan utvikles bred verdiskaping basert på en kobling mellom eldre kraftinstallasjoner som i dag er åpne for besøk, og reiselivsbedrifter i regionen som sammen kan skape et attraktivt reiselivsprodukt. Med kraftturisme og kraftlandskapet mener vi bl.a. de mange installasjonene i Vestlandsregionen knyttet til kraftutbyggingen som f.eks. nedlagte kraftverk, demninger, rørgater og andre elementer som kan inngå i et reiselivsprodukt, sammen med reisemål, overnattingssteder, museer, aktiviteter og opplevelsestilbud. Noen av disse installasjonene er allerede etablert som besøkssteder eller attraksjon, mens andre har et potensial i seg for å bli utviklet og inngå i et reiselivsprodukt. Det er derfor vesentlig for at et slikt prosjekt skal lykkes at man har med deltakelse både fra institusjonene og reiselivsnæringen, slik at man samlet kan utvikle et helhetlig reiselivsprodukt.

Statens Vegvesen sin satsing «Nasjonale Turistveger i Norge» har utviklet 18 strekninger gjennom vakker norsk natur der opplevelsen forsterkes med nyskapende arkitektur og kunst på tilrettelagte utsiktspunkt og rasteplasser. Flere av disse strekningene går i det vestnorske landskapet og inkluderer også ruter der vi finner flere av de kulturhistoriske minnene fra norsk kraftproduksjon og tilhørende kraftindustri. Det er et mål at hovedprosjektet skal kunne nytte de nasjonale turistvegene som historisk infrastruktur som kan gi tilgang til gode natur- og kulturopplevelser.

2.2 Bakgrunn

Kulturelle opplevelser blir stadig viktigere som en del av ferieopplevelsen for turister til Norge. Å oppleve nye kulturer og delta i kulturelle aktiviteter er et viktig motiv for mange turister ved valg av reisemål og under selve ferien. Norge og Vestlandet har en veletablert posisjon innen naturbasert turisme, og naturen er hovedgrunnen til at de fleste ønsker å reise hit på ferie. Om lag 18% av de norske turistene som besøker Vestlandsregionen kan karakteriseres som kulturturister. Det tilsvarer ca. 1,1 mill. gjestedøgn i sommersesongen. Omlag 50% av turistene på Vestlandet er rundreiseturister som velger å stoppe der man finner det attraktivt, og de fleste kjører egen bil. Norge er også det desidert største markedet for kulturturisme, men det er også stor interesse i noen utenlandske markeder som Tyskland, Nederland og Storbritannia.

Den nylig framlagte nasjonale reiselivsstrategien peker på bl.a. på økt satsing på sammenhengen kultur-reiseliv som et strategisk satsingsområde i årene fremover. Prosjektet er en operasjonalisering av denne strategien. Prosjektet er innovativt ved at tematikken utfordrer de konvensjonelle opplevelsesverdiene som fjord, fjell og foss.

Såkalt «Kraftturisme» er blitt meget populært i flere land rundt om i Europa. Gjennom organisasjonen «*European Route of Industrial Heritage*» har man utviklet en rekke reiseruter som viser Europas industriarv i en reiselivssammenheng, men hittil er det ingen reiseruter i Norge. Det er omkring 100 ulike reisemål i Europa som deltar i disse reiserutene. I et slikt prosjekt i Vestlandsregionen ser vi for oss å jobbe sammen med den europeiske organisasjonen og knytte Norge til det europeiske kartet for denne type turisme.

Våren 2020 ble det iverksatt et forprosjekt som hadde som mål å utrede om det er et markedspotensial nasjonalt og internasjonalt for kraftturisme gjennom utvikling og tilrettelegging av opplevelser i det vestnorske kraftlandskapet. I forprosjektet ble det også kartlagt hvorvidt det var interesse blant kultur- og reiselivsaktørene i regionen for en forpliktende deltakelse i et hovedprosjekt med mål om å utvikle eksisterende og nye reiselivsprodukt knyttet til opplevinger av kraftlandskapet på Vestlandet. Vi viser til vedlagt rapport fra forprosjektet.

Konklusjonene fra forprosjektet var bl.a. følgende:

- Vel 20 bedrifter/organisasjoner i Vestlandsregionen svarte at de er positive til å være med i et hovedprosjekt. Det kan antas at flere bedrifter vil være med ved invitasjon til et konkret prosjekt.
- Det er et stort potensial for kulturturisme i det norske feriemarkedet.
- Kulturopplevelser må kombineres med naturopplevelser. Den «rene» kulturturisten er et mindre segment. Turister som søker natur- og kulturopplevelser, er et stort segment med potensial og derfor mest interessant for videre satsing.
- Om lag 50% av turistene på Vestlandet er rundreiseturister som velger å stoppe der man finner det attraktivt. De fleste kjører egen bil.
- Norge er også det desidert største markedet for kulturturisme, men det er også stor interesse i noen utenlandske markeder som Tyskland, Nederland og Storbritannia.
- Ved utvikling av kraftturisme ruter bør en i størst mulig grad prioritere ruter som inkluderer Nasjonale Turistveger og attraksjoner langs disse strekningene. Rutene bør knyttes opp mot allerede eksisterende infrastruktur som naturopplevelser, overnatting, serveringstilbud m.m.

På bakgrunn av konklusjonene i forprosjektet ble det i samråd med Riksantikvaren etablert en pilotstudie der 3 sentrale områder ble invitert til å delta. Disse stedene er Lysefjorden/Flørli, Tyssedal/Odda og Høyanger. Strekningene som er plukket ut, ligger midt i reiselivsarenaen FjordNorge. Sammen med den teknisk-industrielle kulturarven er dette innfallsporten til det moderne Norge – naturarv og kulturarv forenet i opplevelser.

Arbeidet startet opp i november 2020 og er nå inne i en avsluttende fase. Vi viser til underveisrapport fra pilotprosjektet som ble sendt Riksantikvaren i februar 2021. Samtidig ser vi et stort engasjement og ønske om å komme videre med arbeidet og utvide prosjektet til et hovedprosjekt der aktører fra hele regionen inviteres til å delta. På den måten kan opplevelsesproduktet utvikles og løftes frem i flere områder samtidig, slik at det

også blir muligheter for å kunne sy dette sammen til en reiserute gjennom hele regionen, der flest mulig aktuelle og relevante steder og installasjoner kobles på.

I pilotarbeidet har det vært etablert lokale arbeidsgrupper i de tre utvalgte områdene. Det har vært jobbet godt i alle tre områder og allerede nå er det kommet frem nye og videreutviklede produktpakker, aktivitetstilbud og bedre tilrettelegging med formidling og fremvisning av relevante kraftanlegg og tilhørende installasjoner. Når disse settes sammen med eksisterende reiselivstilbud klarer vi å presentere et helhetlig tilbud som så kan løftes inn i relevante distribusjonskanaler og gjøres tilgjengelig for booking sommeren 2021.

Pilotarbeidet har gitt prosjektet mange nyttige erfaringer som det er ønskelig å følge opp og videreføre i et hovedprosjekt. Vi har også registrert gjentakende spørsmål og ønske fra flere andre aktører om å få delta i et hovedprosjekt. Potensialet i næringen er derfor fortsatt stort og interessen for å involvere seg i prosjektet er også stor.

Et tiltak i pilotprosjektet har vært å arrangere et webinar for å belyse og informere om Kraftlandskapet og Kraftturisme som et satsingsområde. Webinaret ble holdt i slutten av januar i år og samlet opp mot 70 deltakere. Her ble temaet «Kraftturisme» belyst fra flere ulike innfallsvinkler, og webinaret bidro i stor grad til å opplyse om og bevisstgjøre mulighetene i et slikt prosjekt, både fra kultur og reiselivssektoren. Arrangørene av webinaret fikk mange positive tilbakemeldinger og oppfordringer til å etablere et full skala prosjekt for å utvikle og utnytte de mulighetene som ligger i et slikt prosjekt for økt lokal verdiskaping både for kultur og reiselivsnæringen. I webinaret registrerte vi også en positiv interesse fra eiersiden om deltakelse i et hovedprosjekt.

Vi har medio februar i år rapportert på arbeidet i pilotprosjektet. Her rapporterer vi bl.a. om at prosjektledelsen er godt fornøyd med lokalt engasjement og involvering. Motivasjonen synes å være høy blant alle de tre pilotene. Over tid ser vi at mulige effekter av pilotprosjektet vil være at det utvikles nye opplevelsesprodukter med utgangspunkt i kraftindustri historien, gjøre tilbudene tilgjengelig og benytte disse i næringssammenheng ved at det åpnes og tilrettelegges nye attraksjoner i områder med lite turisme. Dette vil kunne bidra til å styrke bosettingstilhold og næringsgrunnlag lokalt.

Videre ser vi allerede nå at prosjektet legger grunnlag for lokal verdiskaping med stor overrisslingseffekt til reiselivs- og kulturnæringen. ***Prosjektet som kobler turisme, kraftutbygging og landskapsopplevelser er det første og eneste i sitt slag i Norge, og vil også kunne ha stor nyhetsverdi, og samtidig en positiv overføringsverdi til eventuelle tilsvarende prosjekter i andre deler av landet.***

2.3 Organisering

Prosjekteiere: Rogaland og Vestland fylkeskommuner

Prosjektledelse: Kjøpt tjeneste etter utlysning av anbudskonkurranse. Prosjektledelsen må ha reiselivskompetanse.

Styringsgruppe: En politisk oppnevnt representant fra hver av fylkeskommunene samt en representant fra Riksantikvaren (dersom RA ønsker det). Prosjektledelsen møter i styringsgruppen.

Inter – regional koordinering fylkeskommunene mellom: En av fylkeskommunene tar på seg denne rollen på vegne av prosjekteierne.

Arbeidsgruppe: Ansatte fra fylkeskommunene, samt representanter fra deltakerne i hovedprosjektet (ref. pkt. 3.1). Arbeidsgruppen forbereder saker for styringsgruppen.

Ressursgruppe: Bør ha bred sammensetning med bl.a. representanter fra:

- Statens Vegvesen, Nasjonale Turistveger
- NVE
- Kraftbransjen
- Kraft – og reiselivskommuner
- Innovasjon Norge
- Bedriftsnettverk
- Forvaltere av støtteordninger innen næringsutvikling
- Fjord Norge
- Riksantikvaren

2.4 Forankring i lokale og regionale utviklingsplaner og strategier:

- Kulturhistorisk landskap av nasjonal interesse (KULA)
- Kulturminner i kommunene (KIK)
- Utviklingsplan for Vestland 2020-2024
- Nærings – og Innovasjonsstrategi for Rogaland
- Utviklingsplan for Rogaland 2021-2024. Utviklingsmål nr. 4

3. Prosjektprosessen

Hovedprosjekt vil inneholde følgende aktiviteter. Disse vil imidlertid kunne bli justert og tilpasset ønsker og innspill fra deltakerne i prosjektet og utformet som en egen plan i et hovedprosjekt.

- Definere mål for arbeidet (flere turister, forlenget oppholdstid, økt lokal verdiskaping)
- Samlinger med partnere for å etablere prosjektet, workshops, kunnskapsdeling og felles jobbing med produktutvikling.
- Definere produktområder (veistrekninger) det skal satses på.
- Fokuserer på produktutvikling og enes om en produktutviklingsplan. (opprusting av eksisterende tilbud og utvikling av nye tilbud).
- Ferdiggjøre produktpakker som er lett å bestille, og gjøre de enkelte tilbudene tilgjengelig i relevante kanaler
- Lage forslag til rundreiseprogrammer
- Kompetanseutvikling hos næringsaktørene i forhold til tjenesteutvikling
- Utvikle et helhetlig og gjennomgående informasjonsprogram langs de utvalgte strekningene.
- Studieturer for å lære mer om "best practice", hva man har lyktes med og hva man ikke har lyktes med.
- Produsere informasjonsmateriell rettet mot prioriterte markeder/målgrupper.
- Sikre at fjordlandskapet, aktive, naturbaserte aktiviteter og fjordkulturen blir bærende og integrerte elementer i produktutviklingen.
- Merkevarerbygging av de utvalgte rutene med aktivitets- og kulturtilbud, forsterket med elementene fjordlandskap, fjordkulturen og naturbaserte opplevelser/aktiviteter.

3.1 Samarbeid med andre aktører og opplegg for medvirkning

Utviklingen av «Opplevelser i det vestnorske kraftlandskap» vil kreve lokal mobilisering og bevisstgjøring langs to akser:

- Institusjonsmobilisering, dvs. mobilisering og involvering av kommuner og kulturinstitusjoner
- Aktørmobilisering (private tilbydere av overnatting, aktiviteter, severdigheter, mat og annen service) gjennom utvikling av nettverk og klyngesamarbeid. Sentralt vil også være turoperatører som tar opplevelsespakkene inn i sine turprogrammer, distribuerer og selger disse.

3.2. Suksessfaktorer og særlige utfordringer

- Knytte til oss reiselivskompetanse i prosjektledelsen gjennom anbudskonkurranse
- Gjennom RA sin satsing på KIK har vi fått fram ressurser som kan nyttes i en reiselivssammenheng, sikre en bred representasjon og utnytte nettverks- og klyngetenkning
- Utnyttelsesgraden av tekniske installasjoner er i dag lav. Disse utgjør spennende ressurser for attraksjonsutvikling
- Vi går inn på områder der en i liten grad er opptatt av besøk og turisme, og stimulerer til nytenkning Ny næringsvirksomhet på tidligere ensidige industristeder: Fra industri til opplevelser, side om side
- Skape stolthet om Vestlandet sin kulturhistorie, jfr. rapport fra Norstat (ad. Kulturav vs. Naturarv).

4. Resultater og effekter (forventet måloppnåelse)

4.1. Verdiskaping: Forventede resultater og effekter

Prosjektet vil benytte lokale aktører og steds spesifikke ressurser. Denne metodikken vil skape eierskap og gi identitet av opplevelsene. Prosjektet vil skape ruter i det vestlandske kraftlandskapet og formidle sammenhenger mellom natur og kultur. Økt tilrettelegging av naturressursene og nyttiggjøre kunnskap i formidling mot et bredere publikum.

Ved å skape ruter i det vestnorske kraftlandskapet og formidle sammenhenger mellom natur og kultur vil prosjektet være med å styrke opplevelsen av sammenhengen mellom natur og kulturarven. En effekt kan være at folk får et nytt perspektiv på hvordan landskapet har vært benyttet, fra jakt og jordbruk til moderne vannkraft og industriproduksjon, og formidle kunnskap om hvordan kraftindustrien har påvirket landskapet. Dette kan egne seg til formidling i en reiselivssammenheng. Her ønsker vi å praktisere bevaring gjennom bruk, aktivisere kulturminner som i dag er vanskelig tilgjengelig for publikum og utløse industriarv som ressurs i utvikling av nye opplevelsprodukt i reiselivet.

Det norske markedet vil i årene være et viktig marked, og kulturturisme er en voksende del av dette markedet. Ved å utvikle nye produkter og forbedre eksisterende gjennom å gjøre de tilgjengelig, vil en rekke kulturinstitusjoner og reiselivsbedrifter kunne oppnå økt verdiskaping og lønnsomhet, samtidig som en rekke godt bevarte kulturminner innenfor kraftindustrien vil bli synliggjort, og dermed også bidra til å formidle en viktig og spennende industrihistorie på Vestlandet.

4.2 Kunnskapsutvikling og læring

Prosjektet er unikt og enestående i en kulturbasert reiselivsutvikling og bidrar med viktig kunnskapsutvikling der landskapsperspektivet og det helhetlige kulturmiljøperspektivet vektlegges.

Prosjektet trekker landskapsperspektivet inn i kulturarvformidlingen som ressurs - hvordan kraftproduksjonen har vært med å omforme landskapet. Innfallsvinkelen «landskap som ressurs» kan også være med på å åpne for nye typer formidling av viktige historiske sammenhenger og i seg selv være tolkningsnøkler til opplevelser på stedet.

Verdien av kraftindustriens kulturminner har vært omtalt i planer og strategier innenfor en rekke fagområder og sektorer. Likevel er det utfordrende at verdiene i kraftlandskapet er så omfattende at det er fare for at vesentlige kulturmiljø kan gå tapt, dersom disse ikke bringes inn i inntektsgivende og synliggjørende aktiviteter. Forstudien viser at det er interesse blant reiselivsaktører og forvaltere av kulturminner til å ta disse ressursene i bruk i en reiselivssammenheng.

Disse verdiene vil gjennom dette prosjektet bli formidlet ut til målgrupper vi tradisjonelt ikke har nådd. Det er på tide å sette disse kulturminnene på dagsorden og styrke lokale identitet og lokalsamfunnsutvikling.

Dette er særlig viktig med de demografiske og økonomiske utfordringene en rekke av disse tidligere ensidige industristedene står ovenfor. Kulturmiljømeldingen legger også opp til et øket fokus på de sammenhengene kulturminnene inngår i, noe dette prosjektet er med på å synliggjøre og operasjonalisere.

Vannkraftens opplevelsverdier har ikke vært utnyttet i reiselivssammenheng, selv om verdiene har vært underlagt flere forvaltningsregimer (NVE, Teknisk – industrielle kulturminner, KULA,) som er nevnt ovenfor.

- For krafteierne er historiske anlegg ofte knyttet til kostnader. Ved å bringe inn inntektsgivende aktiviteter blir i større grad vedlikeholdet av disse lettere å forsvare.
- For forvaltningen av kulturminnene vil en slik tilnæringsmåte som dette prosjektet representerer, gi økt bevissthet og løfte kulturmiljø inn i lokal samfunnsutvikling.
- For lokalsamfunnet vil dette understøtte lokal næringsutvikling og underbygge bolyst og stedsidentitet/stolthet.
- For det lokale næringslivet vil dette innebære produktutvikling og markedsføringsmuligheter av nye attraksjoner som kan nedføre lengre oppholdstid lokalt, noe som styrker inntektsgrunnlaget.
- Kunnskapen om og omfanget av Norges vannkraft som en særdeles viktig del av samfunnsutviklingen, særlig på Vestlandet, vil komme fram gjennom synliggjøring og bruk av disse kulturmiljøene i lokal verdiskaping.
- Pilotstudien vitner om stort lokalt engasjement som ikke hadde vært utløst om ikke dette initiativet hadde vært satt i gang.

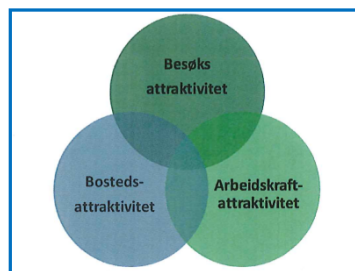
4.3 Læringspotensial og læringsmål

Dokumentasjonen av krafthistorien er omfattende. Det handler om å omsette kunnskapen som allerede ligger der og benytte denne i reiselivsutviklingen på Vestlandet.

Erfaringene som vi oppnår gjennom prosjektet, kan få overføringsverdier for mer helhetlige forvaltningsordninger og formidling av større landskappssammenhenger.

4.4 Andre forutsetninger vi vil følge i hovedprosjektet

Vi mener at det er hensiktsmessig å utvikle besøksattraktivitet som også representerer attraktive tilbud for fastboende. Se fig. 1 som illustrerer at der besøksattraktivitet også løfter bostedsattraktiviteten, vil dette også påvirke kommunens arbeidskrafts attraktivitet og virke tiltrekkende på mobil arbeidskraft.



I hovedprosjektet vil vi jobbe med bærekraftig reiselivsutvikling basert på WTO/FNs prinsipper om utvikling av et bærekraftig reiseliv der de tre dimensjonene som vist i figuren nedenfor balanseres. Det er spesielt viktig å balansere økonomisk levedyktighet med hensynet til de to andre prinsippene.

