

## PROSJEKTBEKRIVELSE

Prosjektnavn:	Opplevelsesnæring - kultur- og besøksnæring i samarbeid
Prog.prioriteringer	3.0 En mer sosial grenseregion
Spesifikke mål	Mål 3.3 Fremme kulturens - og besøksnæringens rolle, økonomisk utvikling, sosial delaktighet og sosial innovasjon

## KORT PROSJEKTBEKRIVELSE

Kultur- og besøksnæringene er begge voksende næringer. De er vesentlige for å styrke attraktivitet for beboere, besøkende og næringsliv i hver enkelt kommune og over hele programområdet. Under pandemien ble det tydelig hvor sårbare bransjene var og hvor viktig det er å arbeide med utviklings- og vekstmuligheter for kultur- og besøksnæringen,

Vi ser det som avgjørende å etablere en forståelse for at kultur- og besøksnæringen er i samme økosystem og bør sees under ett som en felles opplevelsesnæring.

## ORGANISERING

Funksjon	Navn
Norsk prosjekteier	FREDRIKSTAD KOMMUNE Org.nr:940039541
Norsk prosjektledelse	Maya Nielsen Visit Fredrikstad og Hvaler AS
Svensk prosjekteier	Innovatum Vitensenter AB
Svensk prosjektledelse	Henrik Olsson Innovatum Vitensenter AB

## SVENSK PARTNERE

Lysekil kommune  
Trollhättan stad

## NORSKE PARTNERE

Visit Fredrikstad & Hvaler  
Østfold kunstsenter

## BUDSJETT

16,6 mill (totalt)

## PROSJEKTETS GRENSEOVERSKRIDENDE MERVERDI

Utfordringene som prosjektet tar utgangspunkt i er på mange måter felles på begge sider av grensen, men måtene å håndtere dem på er på mange måter forskjellige. Dette er et avgjørende utgangspunkt for hvorfor disse utfordringene må håndteres på tvers av landegrensene. Dette er tydeligst i bærekraftsspørsmål, hvor de største utfordringene er på lang sikt.

Reiselivet arbeider idag på tvers av grensen, med båtturer, matopplevelser, guider og andre opplevelser. Ved å koble kulturaktører- og arenaer tettere på reiselivet vil de også inkluderes i det grenseoverskridende samarbeidet. Det er ulike kompetanse og erfaringer i partnerskapet når det gjelder å jobbe med kultur- og reiselivsbransjen, noe som gjør grenseoverskridende samarbeid spesielt viktig. Det er styrker i ulike deler av partnerskapet; en tydelig satsing på kulturnæring (Fredrikstad kommune), samarbeid med ideelle kulturminneaktører (Innovatum Vitensenter), bærekraftige arrangementer (Lysekiel kommune), kompetanse på reiseliv (Visit Fredrikstad Hvaler) og inkluderende næringsutvikling (Trollhättan kommune).

Disse styrkene gir gode vilkår for grenseoverskridende arbeid og muligheter til å håndtere felles utfordringer.

Ulike modeller og verktøy brukes også i de to landene som er verdifulle for kompetanseoverføring.

Vi må spre disse og utvikle nye verktøy for samarbeid som kan brukes av mange mennesker og over grensen.

Et spesielt behov for grenseoverskridende arbeid finnes innen bærekraftsområdet. Her arbeides med ulike modeller i Sverige og Norge, som Hållbarhetsklivet i Sverige og Bærekraftig reiseliv i Norge, så her finnes det stort potensial for grenseoverskridende effekter og gjensidig læring.

Vi ser en stor mulighet i å skape utveksling og nettverk på tvers av landegrensene mellom aktører i kultur- og reiselivsbransjen. Muligheter for inspirasjon, kunnskapsoverføring og møte med andre aktører innenfor deres virksomhetsområde er ofte svært begrenset for de små kultur- og reiselivsaktørene som er målgruppen for prosjektet. De grenseoverskridende møtene kan derfor være en viktig del av opplevelsesbransjens utviklings- og vekstmuligheter.

Det er også en rekke konkrete behov som må løses på tvers av landegrensene for å levere langsiktige bærekraftige resultater.

- Analyser og rapporter for verdiskaping
- Studieturer, utveksling og grensekryssende nettverk
- Modeller og strategier for økt holdbarhet
- Pakketering og markedsbearbeiding

Utvexlingen av offentlige aktører vil også bli klart styrket av flere partnere i et grenseoverskridende prosjekt. Dette kan være avgjørende for å styrke kapasiteten i offentlig sektor i forhold til opplevelsesbransjen. – Flere offentlige aktører kan fremme tiltak som stimulerer innbyggere og besøkende til å ta i bruk kulturelle og kreative ressurser i større grad for å oppnå vekst og utvikling. (Kreativt Sverige SOU 2022:44). For å oppnå dette kreves det en kontekst som er større enn de arenaene partene vanligvis beveger seg på, og vi mener at samarbeid over landegrensene kan være avgjørende for å lykkes.

Læring står sentralt i prosjektet og læring på tvers av landegrensene er en svært viktig del av dette. Vi ser en flyt av utveksling mellom det lokale nivået og grenseoverskridende. Lokal innsats og aktivister gir grunnlag og erfaringer som styrker grenseoverskridende samarbeid. Samtidig kan den kollektive kunnskapen samlet gjennom prosjektet gi direkte tilbakemelding til individuelle aktiviteter og stedsspesifikke aktiviteter.

Endelig gir et Interreg-prosjekt legitimitet og bærekraft til endringsarbeid som er vanskelig å få til på andre måter. Siden vi har ambisjoner om å være et grenseoverskridende og systemendrende prosjekt, trenger vi det langsiktige perspektivet og fokuset som et Interreg-prosjekt kan gi.

## BAKGRUNN

Kultur- og besøksnæringene er viktige og har over lengre tid vært voksende næringer i programområdet. De er vesentlige for å styrke attraktivitet for beboere, besøkende og næringsliv i hver enkelt kommune og over hele programområdet. Under pandemien ble det tydelig hvor sårbare bransjene var og hvor viktig det er nå å arbeide med utviklings- og vekstmuligheter for kultur- og besøksnæringen.

Kultur og reiselivsnæring har sterke bånd til hverandre, der kultur og kulturelle verdier i stor grad er råstoffet som reiselivsnæringen bygger på. Derfor er det viktig å sette søkelys på dem begge, i samarbeid.

«Turisme og kultur er to begreper som er nært beslektet. Selv om reiseliv per definisjon ikke inkluderer kulturbegrepet, er «folks aktiviteter når de er utenfor hverdagsmiljøet» i praksis nesten alltid knyttet til enten opphold i et kulturmiljø eller inntak av en eller flere kulturopplevelser. (Et land å besøke SOU 2017:95).

Opplevelser er den grunnleggende ressursen i reiselivsbransjen, og de er ofte basert på kultur. Derfor har vi valgt å bruke begrepet opplevelsesnæring som fellesbetegnelse for kultur- og reiselivsnæring i samarbeid.

- 1) at reiseliv bidrar til steders attraktivitet for besøkende, næringsliv og investeringer, men også for lokalbefolkning.
- 2) at steders natur- og kulturverdier er i fokus for stedsutvikling og at dette skjer med respekt for disse verdiene
- 3) at det er et langsiktig og sterkt samarbeid rundt stedsutvikling som inkluderer både offentlige og private aktører, samt sivilsamfunnet

Disse målbildene danner grunnlaget for prosjektet, reiseliv er en viktig utviklingsfaktor for steder, kultur er kjernen i stedsutvikling som reiselivet bygger på og det kreves godt samarbeid for at dette skal oppnås.

Det er langsiktige bærekraftsfordeler å hente ved økt samarbeid, sosialt, økonomisk og miljømessig. Fra en høyere merverdi til et sterkere engasjement for lokal utvikling og lokalproduserte opplevelser.

Det er en rekke undersøkelser og undersøkelser som belyser hvorfor samarbeidet mellom kultur og reiselivsnæring er viktig for stedsutvikling og attraktivitet, og hvorfor kultur bør utvikles som næring i samarbeid med reiselivsnæringen. I tillegg kommer partenes egne erfaringer og utfordringer.

**Med utgangspunkt i disse utgangspunktene har vi identifisert en rekke utfordringer og muligheter for kultur- og reiselivsbransjen i samarbeid:**

- Samarbeid mellom kulturnæringen og reiselivsnæringen har stort potensial
- Småskala og ideell drevet kulturarv mangler tydelig tilknytning til besøksnæringen og
- kommersialiseringen er svak
- Profesjonalisering, kommersielt potensial og bærekraft innenfor kulturnæringen må styrkes
- Den småskala og ideell drevne kulturarven mangler tydelig tilknytning til reiselivsnæringen og kommersialiseringen er svak
- Det er mangel på møteplasser og arenaer egnet for aktører i kultur- og reiselivsnæringen, både lokalt og på tvers av landegrensene.
- Kommuner har ulik kompetanse og uklare roller for å støtte utviklingen av kulturnæring
- De offentlige partene mangler et sammenhengende kunnskapsgrunnlag og tilnærming til opplevelsesnæring og bærekraft
- Kompetanseutveksling på tvers av landegrensene oppleves som svakt innenfor kultur- og reiselivsbransjen.
- Mange kulturaktører opplever at kommunene ikke er involvert og de har lite kunnskap om
- kommunenes virksomhet

Utover disse så er det også på grunn av pandemiens effekter overfor både besøks- og kulturnæringen, av vesentlig betydning å sette søkelys på disse aktørene med eksempelvis "restartsproblemer", personalflykt og dårlig lønnsomhet.

Vi ser det langsiktige som avgjørende å etablere en forståelse for at kultur- og besøksnæringen er i det samme "økosystemet" og bør sees under ett som opplevelsesnæring.

## PROSJEKTMÅL

Prosjekt mål: Økt attraktivitet, vekst og bærekraft i opplevelsesbransjen.

1. Det er etablert nye utviklingsmuligheter for kultur- og reiselivsnæringen i samarbeid
  - Styrket forståelse og aksept for opplevelsesbransjens betydning
  - Bedre og langsiktig samarbeid og nettverksbygging mellom reiselivs- og kulturnæringen
  - Mer bærekraftige opplevelser
2. Økt forståelse og kompetanse blant offentlige aktører for opplevelsesbransjens betydning
  - Styrket kompetanse og kapasitet
  - Publikums rolle overfor opplevelsesbransjen er utviklet og tydelig

## STERK VEKST AV OPPLEVELSESPRODUKSJON

- Stedsutvikling og arrangementer brukes som verktøy for å styrke samarbeid og bærekraft innenfor kultur- og reiselivsbransjen
- Styrket produktutvikling og pakking av opplevelser
- Økt kompetanseoverføring over grensen
- Kompetanseutvikling har ført til verdiskaping
- Utveksling har ført til grenseoverskridende nettverk, pakketering og markedsbearbeiding
- Utviklet modeller og strategier for økt bærekraft

Operasjonelt vil bærekraftsspørsmål være en del av alle deler av prosjektet. Nedenfor følger en kort beskrivelse av hvordan vi har tenkt å jobbe med bærekraft innenfor de ulike delmålene.

### 1. Det er etablert nye utviklingsmuligheter for kulturnæringen og reiselivsnæringen i samarbeid

Bærekraft vil være en del av kompetansehevingen som prosjektet skal jobbe med. Det vil være en integrert del av kursene, workshopene, utvekslingene og studieturene vi gjør med opplevelsesbransjen. I forhold til kultur- og reiselivsnæringens målgruppe er spørsmål om økonomisk bærekraft særlig viktige, da de ofte utgjør en forutsetning for et bredere bærekraftsarbeid. Det handler da både om å styrke muligheter for produktutvikling og eksponering mot markedet på en måte som er bærekraftig på lang sikt. Det handler også om å øke forståelsen for at bærekraft i seg selv er et konkurransefortrinn i markedet.

### 2. Økt forståelse og kompetanse blant offentlige aktører for opplevelsesbransjens betydning

De offentlige aktørene trenger også å utvikle kompetanse rundt bærekraft, både for å kunne støtte opp om opplevelsesnæringen, og for å bedre utvikle egen virksomhet. Vi skal arbeide for å styrke bærekraftsperspektivene i planene og strategiene som utvikles slik at de konkret støtter utviklingen av bærekraftige opplevelser og bærekraftige aktører innen opplevelsesbransjen.

De offentlige aktørene trenger også å utvikle sin kompetanse rundt bærekraft, både for å kunne støtte opplevelsesnæringen og for å bedre utvikle egen virksomhet. Vi vil arbeide for å styrke bærekraftsperspektivet i planene og strategiene som utvikles slik at de konkret støtter utviklingen av bærekraftige opplevelser og bærekraftige aktører innen opplevelsesbransjen.

### 3. Styrke vekst av opplevelsesproduksjon

Det er viktig at partene i prosjektet går foran og viser konkret hvordan bærekraftsarbeid kan gjøres innenfor kultur- og reiselivsnæringen. Et viktig verktøy er arrangementer. Hvordan vi utvikler arrangementer for å bli bærekraftige i

alle henseender, miljømessig, økonomisk og sosialt. Dette er et av områdene vi kan teste og utvikle sammen. "Arrangementer kan være testbed for utvikling og innovasjon på en rekke områder" (Et land å besøke). Her er et velfungerende samarbeid med alle involverte parter en avgjørende sak.

Vi vil også i samarbeid med opplevelsesbransjen utvikle noen nye produkter der bærekraft er en del av opplevelsen og markedsføringen, profilere produkter med bærekraft i sentrum.

En viktig del av bærekraftsarbeidet handler om å gi like vilkår for utvikling og støtte, uavhengig av om du som kultur- eller reiselivsnæringsaktør befinner deg i en by eller et distrikt. Mange mindre aktører har sin virksomhet i distriktene, som husmannsplasser og andre kulturmiljøer. Disse er en ressurs for lokal utvikling og sosial bærekraft, samt for reiselivsnæringen. Det er viktig att vi tar med alla typ av aktører og innom dette område har Innovatum kompetanse og metoder som kan utvikles tilsammen med ideelle aktører.

#### **4. Økt kompetanseoverføring over grensen**

Som tidligere omtalt arbeider vi med ulike modeller for bærekraft innen besøksnæringen i Sverige og Norge. Her kommer vi også til å arbeide med analyser og utbytte for å komme fram til hvordan modeller kan utvikles og harmoniseres mellom landene.

Som et eksempel så skal Fredrikstad som reisemål sertifiseres med "Merket for bærekraftig reisemål" i prosjektperioden. Dette arbeidet er initiert av Innovasjon Norge, og utføres av Visit Fredrikstad & Hvaler i samarbeid med Fredrikstad kommune, også som en del av aktivitetene i dette prosjektet. I Västra Götaland arbeides det med verktøyet Hållbarhetsklivet, som setter opp fire kriterier for en bærekraftig reiselivsnæring og som er en del av Västsveriges turistråd sitt strategiske arbeid for å få reiselivsnæringens ulike aktører til å jobbe med bærekraftsspørsmål. Overføringsverdien for prosjektets partnere vil er åpenbart være stor.

## **PROSJEKTORGANISERING**

Samarbeidet er basert på de offentlige aktørene som er sentrale aktører i systemet rundt opplevelsesnæring som vi ønsker å endre og utvikle. Bedriftene, private og ideelle aktører som også er en del av systemet har ikke kapasitet til å jobbe med en samlet systemendring, men er fullt opptatt med å drive og utvikle sine virksomheter. Derfor trengs det et tydelig offentlig engasjement og det er grunnlaget for hvorfor deltakende parter ønsker og trenger å jobbe med utfordringene prosjektet bygger på.

Svensk prosjekteier er Innovatum Science center og i Norge er det Fredrikstad kommune. Formelt vil prosjektet ledes av en styringsgruppe og en operativ ledergruppe. Styringsgruppen består av ansvarlige ledere innenfor organisasjonene som formelt er en del av prosjektet. Ledergruppen består av de operative prosjektlederne for hver part. Det er den operative ledergruppen som skal ha ansvar for planlegging, oppfølging, kommunikasjon og rapportering av helheten i prosjektet.

Det må etableres en tydelig ansvars- og rollefordeling for å skape et godt fungerende grunnlag for prosjektet. Her vil særlig felles- og grenseoverskridende arbeid bli ytterligere avklart. Norske og svenske prosjekteiere har felles ansvar for prosjektledelse, rapportering og prosjektkommunikasjon.

Det vil være minst sju prosjektmøter hvor alle parter skal delta, utfordringer, resultater, analyser og bidrag til fellesarbeidet.

#### **Prosjektmøtene vil omfatte:**

- Workshop om felles problemstillinger
- Seminarer om felles problemstillinger hvor eksterne aktører (besøksnæringen) deltar.
- Studiebesøk for opplevelse og inspirasjon (på hvert sted, som avklarer utfordringer og muligheter). Fire av prosjektmøtene vil bli gjennomført som stormøter hvor målgruppene opplevelsesnæring og andre interessenter vil medvirke. Vi kommer også til å ha tre prosjektmøter med partnerskapet, samt ett antall møter mellom prosjektlederne.

Prosjektets styringsgruppe vil gjennom hele prosjektperioden møtes regelmessig, minimum med to møter per år. Styret konstituerer seg selv, og prosjektledere på norsk og svensk side fungerer som saksforberedende sekretariat for styringsgruppen.

Vi vil jobbe med lokale og grenseoverskridende referansegrupper sammen med opplevelsesbransjen, knyttet til våre kompetansehevende aktiviteter og utvekslinger. Disse vil bli dannet i løpet av prosjektet, tilpasset de ulike behov og utfordringer vi har.

En av disse referansegruppene vil bestå av prosjektets medfinansierer og samarbeidsorganisasjoner.

Evaluering vil skje dels gjennom kontinuerlig læring, som er arbeidsmetoden i prosjektet, dels gjennom ekstern evaluering. Vi planlegger å ha Centre for Tourism ved Göteborgs universitet som eksterne evaluatore.

Deres rolle blir da å gjennomgå prosjektet og foreta en evaluering, men også å strategisk støtte prosjektets utvikling gjennom råd og deltakelse på prosjektmøter. Vi mener at denne typen evaluering både gir en ekstern gjennomgang og forbedrer mulighetene for læring og gode resultater.

## SAMARBEIDSPARTNERE

Følgende organisasjoner har vært involvert i søknadsprosessen og vil også på ulikt vis delta i prosjektet:

- Västra Götalandsregionen, Regional Utviklingsstyre, medfinansierer og partner
- Region Västra Götaland, Kulturrådet, partner
- Fyrbodals kommunelag, medfinansierer og samarbeidspartner.
- Senter for turism ved Göteborgs universitet, ekstern evaluator
- Vest-Sveriges Turistråd, partner
- Visit Trollhättan Vänersborg, samarbeidspartner
- Samarbeid Prisma Västra Götaland, partner
- Visit Greater Oslo
- Visit Oslo Region
- Destinasjonsforum Viken
- Matnettverket Guldkorn
- Norske kulturarrangører
- Kulturnettverket Bransjeprat Fredrikstad

## MÅLGRUPPER

Den primære målgruppen er kultur- og reiselivsnæringen. Det er disse næringene som vil nyte godt av prosjektets resultater og effekter. Kultur og reiseliv er aktører på samme scene, og ofte med samme publikum. Begge har en stemme som bærer utover sin egen region, hver på sin måte. Begge bærer historien og identiteten til stedet. Sammen skaper de helhetsopplevelsen.

Med kulturnæring mener vi alle aktørene og menneskene som jobber med kultur i ulike former. Vi skal ikke jobbe med hele konseptet Kultur og kreativ næring (KKN), men satse på kulturområdet. Vi ser først og fremst på utvikling av opplevelsesprodukter som kombinerer kultur og reiseliv, og som passer for de utvalgte målgruppene.

Arbeidet med målgruppen vil foregå på en rekke ulike måter og vil også utvikles i samarbeid med næringene underveis i prosjektet ut fra de behov som kommer frem.

Noen typer aktiviteter er:

- Identifisere og engasjere kulturaktører utenfor eksisterende nettverk
- Kurs og workshops for kulturaktører, i samarbeid med reiselivsnæringen, blant annet med søkelys på bærekraft
- Studiereiser på tvers av landegrensene med aktører i kultur- og reiselivsbransjen
- Produktutvikling av bærekraftige kulturopplevelser, i samarbeid med reiselivsnæringen
- Stimulere til deltakelse av kulturaktører i arrangementer
- Testing av nye opplevelser på utvalgte konferanser, arrangementer og turoperatørselskaper

Aktivitetene skal også utformes ut fra de lokale og regionale forholdene og koordineres i grensearbeidet.

Innovasjonen i prosjektet handler i stor grad om å samle to områder, kultur og gjestfrihet, på en systematisk og kunnskapsbasert måte. Det er kombinasjonen av målgrupper som er avgjørende, hvor også de offentlige partene er en del. I Sveriges nasjonale strategi for bærekraftig turisme og en voksende reiselivsnæring er et avgjørende poeng for suksess nettopp «at det er et langsiktig og sterkt samarbeid rundt stedsutvikling som inkluderer både offentlige og private aktører, samt sivilsamfunnet».

De offentlige aktørene er også en målgruppe i prosjektet. Det fremgår tydelig av de behov som er identifisert at kommuner, reiselivsorganisasjoner og andre offentlige aktører har behov for å utvikle sin kompetanse og utvikle sin kapasitet. Dette vil i stor grad skje i den grenseoverskridende prosjektutvekslingen, sammen med kultur- og reiselivsnæringen.

I det kreative Sverige! står det at «De som innen offentlig sektor har i oppgave å hjelpe til med næringsutvikling kan derfor ha behov for å øke kunnskapen om de konkrete vilkårene for å drive bedrifter og aktiviteter innenfor kulturelle og kreative næringer, som på flere punkter skiller seg fra andre næringer. Undersøkelsen synliggjør også behovet for økt kunnskapsutveksling mellom kulturnæringen og offentlige aktører.

Det er en rekke aktører utenfor partnerskapets direkte målgrupper som vil være tett involvert i prosjektet.

Viktige aktører er her destinasjonsselskaper, som Turistrådet Västsverige og Visit Trollhättan Vänersborg, Västra Götalandsregionen, Fyrbodals kommunalförbund og kommuner. Visit Oslo Region vil være en samarbeidspartner, i tillegg til kultur- og reiselivsaktører.

Norske Kulturarrangører, NHO Reiseliv, Innovasjon Norge og Virke vil bli benyttet som fagmiljøer.

## RESULTAT

DE SAMLEDE RESULTATENE VI VIL OPPNÅ I LØPET AV PROSJEKTET ER:

- En etablert arbeidsform och en langsiktig metode for samverkan mellan kultur- og besøksnæringen.
- Felles forståelse og økt kunnskap för alla inblandade aktörer som leder till endring av hvordan bransjene oppfattes, og oppfatter hverandre.

- Styrket kompetanse innom opplevelsesnæringen omkring holdbarhet som leder til bærekraftige opplevelser som etablert og langsiktig fokus.
- Økt kvalitet på opplevelsesprodukter, med fokus på bærekraft.
- Økt markedstilgang og produktutvikling for besøks- og kulturnæring - tilgang til reiselivets markedsbearbeiding og markedskanaler.
- Et bedre kunnskapsgrunnlag og styrket kompetanse for alle deltakende aktører.
- En tydeligere og mer koordinert handling fra offentlige aktører vis-à-vis opplevelsesbransjen.
- Økt markedsmulighet og bedre opplevelse for arrangører.
- Økt markedsmulighet og profesjonalisering for kulturnæringen.
- Økt erfaringsutveksling og samarbeid på tvers av landegrensene for opplevelsesbransjen.
- Utviklet modeller og strategier for økt bærekraft på begge sider av grensen.
- Samle rapporter og analyser som viser verdiet av kultur- og besøksnæring hver for seg, og se dem i sammenheng, samt vurdere nye analyser.

Prosjektet skal ha gjennomført en rekke tester innen områdene arrangementer, arenavikling og kunst, som skal resultere i for eksempel:

- Nye arenaer og steder for opplevelser med kultur- og reiselivsbransjen.
- I samarbeid utviklet kulturens rolle som attraksjon på arenaene Trollhättan Canal Park, Gamlebyen og Isegran.



- Utviklet digitale verktøy med AR og AI samt historiefortelling, inkludert digitale opplevelser.
- Utviklet konsepter for bærekraftige arrangementer, for eksempel Tall Ships Race, Culture Week, Fall Days, Saab Car Museum Festival, Slussdagen.
- Prøv innovative kulturaktiviteter på Lysekils kulturuke, Fallens dagar og Fredrikstad Triennale.
- Utvikle et kulturprogram for Tall Ships Races och Saab Car Museum Festival rettet mot bedriftsmarkedet
- Utvikle kommunikasjon rundt kulturarenaer, digitale og analoge.
- Gjennomført utveksling mellom Østfold kunstsenter og Trollhättan kommune om publikum kunstprosjekter og hvordan kunst i offentlige rom kan bidra til opplevelsesbransjen.

---

#### UTTRYKT I KVANTITATIVE MÅL VIL PROSJEKTET OPPNÅ:

- 80 besøks- og kulturnæringsaktører har deltatt i Kompetansehevende aktiviteter 20 workshops og seminarer med opplevelsesbransjen
- 10 tester for nye produkter
- 5 utviklede produkter med bærekraft i fokus 5 samarbeid for produktutvikling
- 7 arrangementer i samarbeid med opplevelsesbransjen
- 3 utprøvinger av nye arenaer for samarbeid mellom kultur- og reiselivsbransjen
- 10 kommuner har samarbeidet om prosjektets metoder og resultater

---

#### SAMLET FOR HELE PROSJEKTET VIL OGSÅ FØLGENDE RESULTATER OPPNÅS:

- Gjennomført grenseoverskridende seminarer og grenseoverskridende workshops med kultur- og besøksnæringen, i tillegg til regelmessige lokale samlinger og aktiviteter.
- Formidlet resultater av analyser og rapporter om opplevelsesnæringens betydning gjennom konferanser, workshops og politisk påvirkning.
- Gjennomførte studieturer og grenseoverskridende kompetansehevingsaktiviteter
- Undersøkt og testet arbeidsmetoder for samarbeid mellom kultur- og reiselivsbransjen
- Økt kunnskap om bærekraft som bærende faktor i opplevelser (best practice - cases) I samarbeid med store festivaler og arrangement.
- Kompetanseoverføring innom området Merket for Bærekraftig Reisemål (Innovasjon Norge) og kvalitetsmodellen Sverige - Norden - Verden og bærekraftspranget

Resultatene skal først og fremst benyttes og være til nytte for kultur- og besøksnæringen gjennom økt kompetanse, flere produkter, bedre markedstilgang, bedre samarbeid med offentlige aktører og bedre tilgang til arenaer og eventer. Dette vil så føre til styrket attraksjonskraft for beboere, besøkere og næringsliv og dermed de offentlige aktørenes forutsetninger.

Resultatene vil også komme kommuner og offentlige aktører i Fyrbodal og Østfold til gode, som modell for utvikling av kultur- og reiselivsbransjen i samarbeid.

## LANGSIKTIGE EFFEKTER

Prosjektet har som ambisjon å være systemendrende. Det betyr at når prosjektet er over, vil alle parter og målgrupper være i en mye bedre posisjon enn de er i dag. Vi vil flytte forholdene for hele bransjen til et bedre sted. Aktiviteter og tiltak vil foregå noen få steder der partene er aktive, men vil bli spredt og diskutert med aktører i hele programområdet, for å muliggjøre en bredere holdningsendring.

Det betyr blant annet at de offentlige partene må ha utviklet sin kompetanse og rolle slik at de bedre kan støtte utviklingen av opplevelsesbransjen. Det betyr at kultur- og reiselivsbransjen har et etablert og langsiktig samarbeid, og at mulighetene for forretningsutvikling og emballasje har økt.

---

### DE LANGSIKTIGE EFFEKTENE AV PROSJEKTET ER:

- Kultur- og reiselivsbransjen har økt kompetanse og er bedre samarbeidspartnere
- Kulturbransjen har mer salgbare produkter for reiselivsbransjen
- Kulturbransjen har økt omsetningen gjennom samarbeid med reiselivsbransjen
- Antall kulturopplevelser har økt, og de er en del av reiselivsbransjens tilbud
- Kunnskapen om reiselivsbransjen har økt i kulturbransjen
- Kunnskapen om kulturbransjen har økt i reiselivsbransjen
- Det er skapt nye arenaer for samarbeid mellom kulturbransjen og reiselivsbransjen
- Kompetansen om opplevelsesbransjens vilkår og muligheter har økt i offentlig sektor (kommuner, destinasjonsselskaper mv.) og kapasiteten er styrket for å støtte og utvikle opplevelsesbransjen.
- Det gjennomføres bærekraftige arrangementer og aktiviteter der kulturnæringen har en større rolle og synlighet  
Kulturnæringen har en tydeligere rolle i den kommunale planleggingen, ikke minst knyttet til reiselivsnæringen og i arbeidet med stedsattraktivitet og dermed livskvalitet.

Siden prosjektet har et sterkt fokus på kompetanseheving og samarbeid, er det gode muligheter for at resultatene blir tydelige, formidlet, forankret og nyttige i arbeidshverdagen. De viktigste resultatene må fortsatt bæres av alle organisasjoner, bedrifter og ideelle aktører som har deltatt og vært med på å produsere resultatene. Da vil noen resultater også samles i strategier og planer for de offentlige partiene og på den måten kunne ha en langsiktig effekt.

Deltakelse fra aktører som Vest-Sveriges Reiselivslag, Region Västra Götaland, Fyrbodals kommuneforening og Turistsenteret ved Göteborgs universitet innebærer både formidlingsmuligheter og at resultatene kan bidra til utvikling av regionale arbeidsmåter og policydokumenter.

I samarbeid med Fyrbodals kommuneforening vil vi formidle resultater og metoder til alle kommunene i Fyrbodals slik at de kan fortsette å jobbe med felles utgangspunkt, kunnskap og metoder i samarbeid med opplevelsesbransjen. Dette vil starte i løpet av prosjektet og fortsette etter at det er avsluttet.

På norsk side vil vi spre kunnskap og resultater i kulturnettverket i Fredrikstad og destinasjonsnettverket i Fredrikstad/Hvaler, i Viken og også i hele Visit Oslo Region (landsdelselskap for Osloregionen). Vi vil sammen med næringsaktørene iverksette metoder og arbeidsverktøy i det fremtidige arbeidet med å utvikle kultur- og besøksnæringen som én felles opplevelsesnæring, og etterstrebe å gi et godt kunnskapsgrunnlag til offentlige planer og strategier.

## BÆREKRAFTKRITERIER

Reiselivsbransjen har kommet langt i retning av økt bærekraft. For mange aktører i kultur- og reiselivsbransjen er bærekraftsspørsmål viktige og en del av hvordan virksomheten utformes. Det finnes også ulike støttetiltak i både Sverige og Norge, som Bærekraftspranget i Västra Götaland og sertifiseringsordningen "Merket for Bærekraft Reisemål". Visit Fredrikstad og Hvaler har nylig startet på denne prosessen for Fredrikstad, og som en del av dette vil selskapet tilby støtte og veiledning til reiselivs- og kulturaktører om bærekraft i praksis, sertifiseringsordninger for de ulike bransjene mm.

I Creative Sweden-strategien er et av målene å "integre kulturelle og kreative næringer i den bredere regionale og lokale samfunnsplanleggingen, med sikte på å fremme bærekraftig utvikling i bedrifter og bidra til attraktive steder for besøkende, innbyggere, bedrifter og investeringer." Dette understreker behovet for at offentlige aktører har en langsiktig og bærekraftig tilnærming til opplevelsesbransjen.

Et velfungerende samarbeid, med høy tillit, er et avgjørende aspekt som skaper utgangspunkt for et bredere bærekraftsarbeid.

Norges nasjonale reiselivsstrategi 2030 har bærekraft som gjennomgangstema, med visjonen "Små avtrykk og sterke inntrykk". Ivaretagelse, utvikling og inkludering av lokalsamfunnet er et bærende prinsipp. Forsterket omtanke for natur, miljø, kultur og lokalsamfunn blir viktig for reiselivet.

Ofte er økonomisk bærekraft for kulturnæringen en vanskelig og avgjørende problemstilling. Små og usikre inntekter samt dårlig kobling til besøksnæring og markedet forøvrig, skaper ikke gode

forutsetninger for utvikling. Her er det behov for å legge til rette for en smart og tilpasset kommersialisering av kulturnæringen, utfra de ulike aktørenes forutsetninger.

I rapporten «A Country to Visit» heter det at «Økonomisk bærekraft i form av langsiktig lønnsomt entreprenørskap er også en forutsetning for å kunne bidra fullt ut til sosial og miljømessig bærekraft».

Det blir stadig tydeligere hvordan besøkende stiller krav til bærekraft når de reiser, og det er en utfordring for reiselivsbransjen å kunne tydeliggjøre dette i sine produkter og tilbud. Det kan være vanskelig for små og lokale kultur- og reiselivsaktører å vite hvordan man best kan jobbe bærekraftig og hvordan bærekraft kan bli en tydelig del av virksomheten.

Vi ser også en mulighet til å knytte bærekraft tydeligere til arrangementer og etablere flere nye bærekraftige opplevelser i samarbeid mellom kultur- og reiselivsbransjen.

Mange av de små kultur- og reiselivsbransjens aktører er aktive innen sosial bærekraft. Ikke minst er ideelle aktører og foreninger en viktig del av sosial bærekraft og gjestfrihet på et sted. Disse småskalaaktørene må integreres tydeligere i reiselivsbransjen og bærekraftsarbeidet, basert på egne forutsetninger. – En annen dimensjon ved sosial bærekraft er reiselivsutvikling som er i takt med lokalsamfunnet. I mange tilfeller bidrar reiselivet til regional og sosial bærekraft, særlig i gravgrendte strøk, ved å være et supplement til annen sysselsetting. (Et land å besøke)

En metode for å nærme seg bærekraftsaspektet er å legge til rette for lokalproduserte opplevelser. Disse hører hjemme på en plass i et lokalsamfunn, og bæres fram av en lokal aktør, i samhandling med plassen og omkringliggende aktører. Lokalproduserte opplevelser tar ofte utgangspunkt i lokale kulturressurser, og er fornybare så lenge de anvendes bærekraftig. Mange lokalproduserte opplevelser har stor attraksjonskraft, og disse er et tydelig mål for prosjektet.