



Foto: Per Berntsen, hentet fra søknaden om verdensarvstatus

Masterplan for verdiskaping og attraktivitet

Rjukan - Notodden industriarv

10. mai 2019



Forord

Kommunestyrene i de tre vertskommunene for verdensarven Rjukan – Notodden industriarv og Telemark fylkeskommune vedtok vinteren 2018 at det skal utarbeides en masterplan for verdensarvområdet.

Kort sagt handler dette om å peke ut en retning etter å ha stilt spørsmålet: Hva må gjøres for å få til økt verdiskaping og attraktivitet i verdensarvområdet? Hvordan kan verdensarvverdiene brukes i dette arbeidet?

I dette tilfelle handler det om mål og strategier for å få til økt verdiskaping og attraktivitet for reiseliv, næringsutvikling og bosted. Masterplanen inneholder også en beskrivelse av de fremstående verdiene ved Rjukan – Notodden industriarv, tålegrenser for disse og en «Vær varsom-plakat» som alle som jobber med og inn mot verdensarven bør forholde seg til.

Selve prosessen med å utarbeide masterplanen har vært en vesentlig del av formålet med planarbeidet.

Det har vært gjennomført arbeidsgruppemøter med sentrale aktører innenfor de tre hovedtemaene reiseliv, næringsutvikling og bostedsattraktivitet, samt start- og sluttsamlinger for alle som har vært involvert. Denne organiseringen med arbeidsgrupper og workshops har vært viktige for gjensidig informasjon, bevisstgjøring og forankring.

Telemarksforskning fikk oppdraget med å lede denne prosessen. Det ble også oppnevnt en styringsgruppe for arbeidet. Styringsgruppa har bestått av de tre rådmennene, en representant for fylkesrådmannen, en fra verdensarvsenteret (NiA) og en fra Universitetet i Sør-Øst-Norge. Fra Telemarksforskning har Solveig Svardal vært prosjektleder, mens rådmannen på Notodden har vært leder av styringsgruppa og oppdragsgivers kontaktperson. Arbeidsprosessen har i all hovedsak pågått fra 14.04. til 14.10.2018, men med en justering og spissing av planen våren 2019, etter innspill fra Verdensarvrådet november 2018.

10. mai 2019

Jan-Erik Søhol

Leder av styringsgruppa

Innhold

Bakgrunn	7
Tålegrenser og enestående universelle verdier	8
Masterplanen	9
Planens status.....	9
Føringer for planen.....	9
Masterplanens visjon, mål og strategier	11
Aktører, roller og interesser	12
Oppfølging og implementering	12
Samhandling og samordning	13
Nærmere om planens tema:	
Reiseliv.....	14
Utfordringer.....	14
Mål.....	14
Strategier	14
Næringsutvikling.....	15
Utfordringer.....	15
Mål.....	15
Strategier	15
Bostedsattraktivitet.....	16
Utfordringer.....	16
Mål.....	16
Strategier	16
Vedlegg.....	17
Faglig grunnlag: attraktivitet og brei verdiskaping.....	19
Attraktivitet	19
Verdiskaping.....	20
Verdiskaping og attraktivitet med grunnlag i verdensarvverdiene.....	21
En «vær varsom plakat» i verdensarven	23
Verdensarvlogoen	24
Regler for bruken av verdensarvlogoen	24
Lokal verdensarvprofil.....	25

Bakgrunn

For at et område skal få status som verdensarv, må det representere et unikt kultur- eller naturhistorisk miljø som kan fortelle noe om jordens eller menneskenes historie.

Rjukan – Notodden Industriarv ble ført inn på UNESCOs¹ liste over verdens kultur- og naturarvsteder i Bonn den 5. juli 2015, som et eksempel på den andre industrielle revolusjon der vannkraft ble utnyttet som energikressurs i produksjon av kunstgjødsel – et produkt Norsk Hydro var en pionérprodusent på i verdenssammenheng.

Hvilke områder som skal få stå på UNESCOs liste over verdens kultur- og naturarvsteder bestemmes av det internasjonale verdensarvprogrammet (*World Heritage Programme*) og forvaltes av UNESCOs verdensarvkomité (*UNESCO World Heritage Committee*). Formålet er å verne steder som har enestående universelle verdier (*outstanding universal values*) og som derfor bør tilhøre hele menneskeheten. I tillegg stilles det krav om at verdensarvområder skal vernes etter nasjonale lovverk.

Status som verdensarv er det høyeste internasjonale kvalitetsstempel et sted eller område kan få, hvilket medfører et stort ansvar og forpliktelser for å ivareta og beskytte verdensarven for ettertiden. Verdensarvstedene er forvaltningens fyrtårn, der levende miljøer setter fokus på natur- og kulturminnevern. Verdensarvsteder kan bli utsatt for trusselfaktorer som ny samfunnsutvikling, utbygging og nyskaping. Økt oppmerksomhet eksponerer stedene for turisme og reiselivsfokus, noe som også kan bli en trusselfaktor. Det er derfor viktig at alle sektorer på alle forvaltningsnivåer er seg bevisst å ivareta de forpliktelser for stedene som forutsatt av UNESCO. Forpliktelsene gjelder så vel på statlig som regionalt og lokalt nivå.

Verdensarvstatusen som er tilkjent Rjukan – Notodden industriarv vedrører tre kommuner: Vinje, Tinn og Notodden. Men de mulighetene og begrensningene som statusen gir, vedkommer samtidig hele fylket.

Den offisielle betegnelsen på vårt verdensarvområde er Rjukan – Notodden Industriarv. Denne betegnelsen vil brukes i Masterplanen.

¹ UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) er FNs første underorganisasjon, opprettet den 16. november i 1945. UNESCOs mål er å bidra til fred og trygghet gjennom internasjonalt samarbeid innenfor områdene utdanning, vitenskap og kultur. Norge ble medlem av UNESCO i 1946.

Den 16. november 1972 vedtok UNESCO en konvensjon om verdens natur- og kulturarv. Konvensjonens formål er å verne steder som har enestående universelle verdier (*outstanding universal values*) og som derfor bør tilhøre hele menneskeheten. Konvensjon er den mest utbredte i verden, hele 191 stater har sluttet seg til den. I 2018 er 1092 steder/områder innskrevet på listen fordelt over 167 land (statsparter).

Tålegrenser og enestående universelle verdier

Industriarv er et uttrykk for «gjennomgripende samfunnsendringer og fremragende prestasjoner som representerer en viktig tilvekst for menneskeheten på vitenskapens og ingeniørkunstens områder» (UNESCO kriterier II og IV). I følge UNESCO skiller Rjukan – Notodden industriarv seg ut som «et eksempel på ny global industri tidlig i det 20. århundre».

De enestående universelle verdiene (Outstanding Universal Values / OUV) er styrende for alle muligheter og begrensninger i verdensarven. OUV'n ved Rjukan – Notodden Industriarv er de fire pilarene «kraftproduksjonen», «fabrikkområdene», «transportsystemet» og «company town» (byene Notodden og Rjukan). Det er vannet som renner fra Hardangervidda, som blir gjort om til strøm, som forsyner fabrikkene som lager kunstgjødsel, som i sin tur blir fraktet ut til verden med båt og tog og de to byene som måtte til for drifte det hele. Masterplanen er bygget opp med henblikk på ivaretagelse av disse, og skal være et verktøy der kjøreregler og grensesnitt for bevaring, utvikling, reiseliv og næring skal trekkes opp i henhold til de enestående universelle verdiene i verdensarven.

Et verdensarvsted/område kan jf. konvensjonen bli ført opp på listen over verdensarv i fare og i ytterste konsekvens miste sin status. Det er derfor av stor betydning at man har en «vær varsom plakat» i sitt arbeid der verdensarven er involvert (se vedlegg 2).

Masterplanen

Masterplanen skal gi retning og være en samlet, overordnet strategi for verdiskaping og attraktivitet i verdensarvområdet, med utgangspunkt i verdensarvverdiene og i tråd med de forpliktelsene som følger med UNESCO-statusen.

Planens status

Masterplanen er ikke et juridisk dokument og har ingen formell status i planlovverket, men bør likevel brukes i alle former for planlegging i området, enten det er arealplanlegging, forretningsplaner, eller rene strategiske planer.

Masterplanen er (i henhold til oppdragsbeskrivelsen) avgrenset til å omhandle tre områder:

- Reiseliv
- Næringsutvikling
- Attraktivitet som bosted

Føringer for planen

Masterplanen føyer seg inn i et omfattende planverk som på ulike måter berører Rjukan – Notodden Industriarv, og gir føringer for masterplanen:

UNESCOs retningslinjer

- Utviklingen i verdensarvområdet foregår i tråd med tålegrenser for verdensarvverdiene og UNESCOs retningslinjer for beste praksis for vern

«Forvaltningsplan 2016–2019, Rjukan - Notodden Industriarv»

Forvaltningsplanen skal sikre en forvaltning av verdensarvverdiene i tråd med UNESCOs retningslinjer for beste praksis for vern. Den operer med følgende visjon:

Særpreget, kulturminneverdiene og tradisjonene ved Verdensarvstedet Rjukan– Notodden er grunnlaget for næringsutvikling, samfunnsutvikling, identitetsbygging og gode levekår. Verdensarvstedet har bevart kulturminnene og kulturlandskapet for å vise hvorfor industrisamfunnet ble grunnlagt og hvordan det utviklet seg og fungerte.

Følgende mål er formulert for verdiskaping og attraktivitet (fra kap.7 «Visjon og mål», pkt 8):

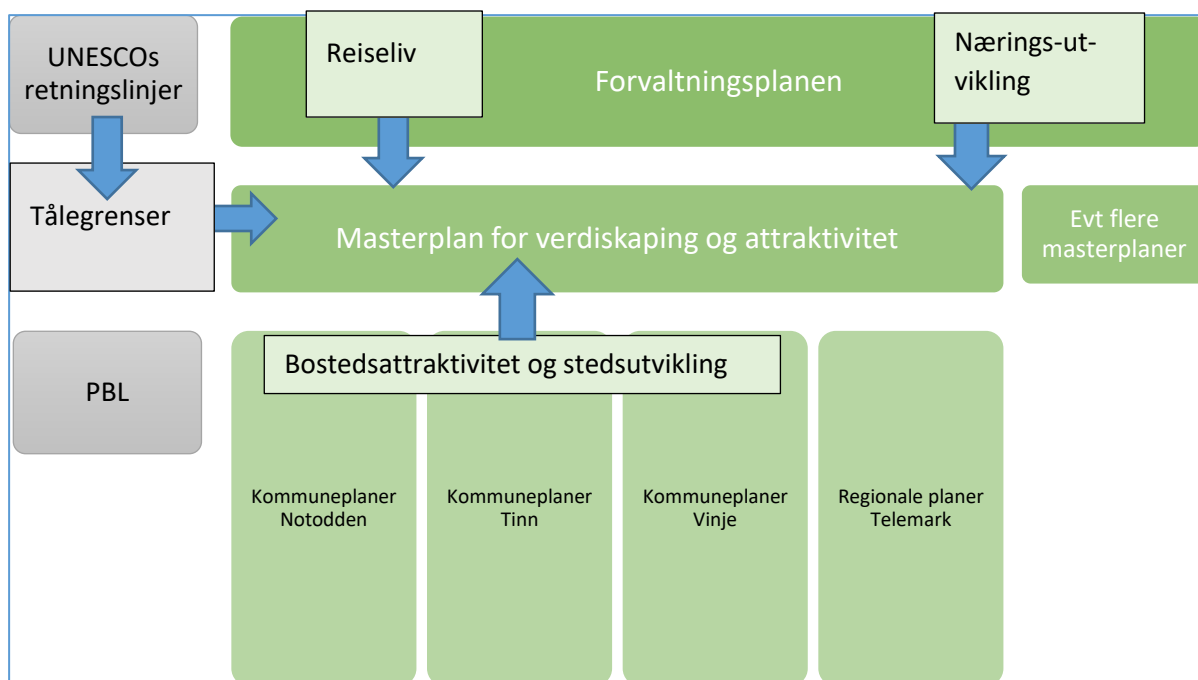
- Det er utviklet flere salgbare verdensarvopplevelser
- Antall besøkende til attraksjoner med inngangsbillett i verdensarven er økt
- Verdensarven legger til rette for økt omsetning/inntekt for næringslivet
- Verdensarven legger til rette for flere arbeidsplasser

Forvaltningsplanen skal revideres i 2019.

Kommuneplaner og regionale planer

Alle kommunene og fylkeskommunen har gjennom kommuneplaner og regionale planer egne mål for attraktivitet, som skal spille på lag med masterplanen:

- Verdensarven fører til økt bostedsattraktivitet



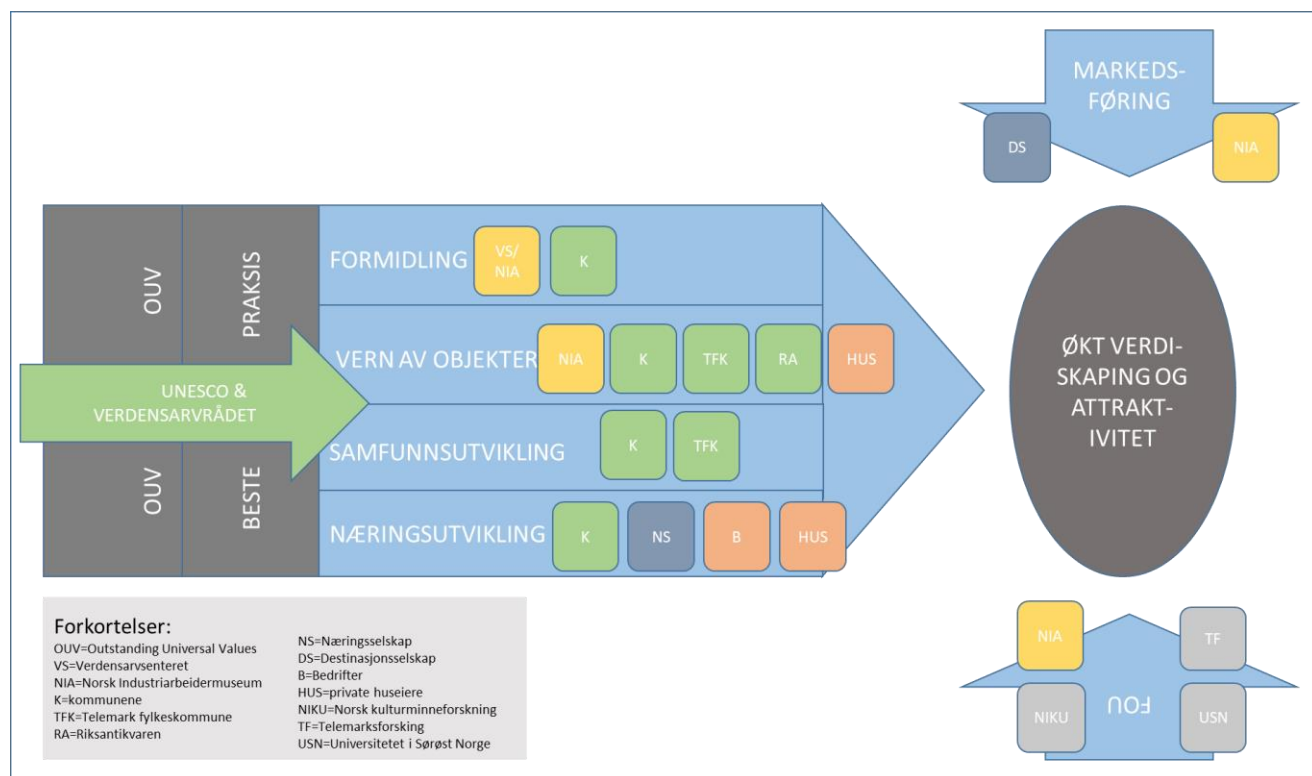
Figur 1. Masterplanens status i forhold til øvrige regionale og kommunale planer. Identifisering av målene for verdiskaping og attraktivitet som er retningsgivende for masterplanen.

Masterplanens visjon, mål og strategier

Visjon	Særpreget, kulturminneverdiene og tradisjonene ved Verdensarvstedet Rjukan– Notodden er grunnlaget for næringsutvikling, samfunnsutvikling, identitetsbygging og gode levekår. Verdensarvstedet har bevart kulturminnene og kulturlandskapet for å vise hvorfor industrisamfunnet ble grunnlagt og hvordan det utviklet seg og fungerte.		
Overordnet føring	Utviklingen i verdensarvområdet foregår i tråd med tålegrenser for verdensarverdiene og UNESCOs retningslinjer for beste praksis for vern		
Mål	Reiseliv	Næringsutvikling	Bostedsattraktivitet
	• Det er utviklet flere salgbare verdensarvopplevelser • Antall besøkende til attraksjoner med inngangsbillett i verdensarven er økt	• Verdensarven legger til rette for økt omsetning/inntekt for næringslivet • Verdensarven legger til rette for flere arbeidsplasser	• Verdensarven fører til økt bostedsattraktivitet
Utviklingsstrategier	Etablere flere verdensarvopplevelser for flere ulike målgrupper	Ta i bruk bygninger og anlegg til nye formål Øke lokal kapasitet og kompetanse for å kunne gjennomføre rehabiliteringsoppdrag i verdensarven	Utvikle attraktive, levende sentrum med møteplasser for flere innbyggergrupper
	Styrke den lokale vertskapsrollen	Styrke den lokale innovasjons- og entreprenørskapskulturen gjennom å utvikle og formidle gründerhistorien	Videreutvikle verdensarvformidling og aktiviteter til hele befolkningen, særlig til skole og barnehage
Omdømmebygging	• Utvikle og foredle «kjernehistoriene» i verdensarven til bruk for reiselivssektoren • Utvikle en målrettet og konsistent markedskommunikasjon mot utvalgte målgrupper	• Utvikle og formidle området som et sted for innovasjon og entreprenørskap • Kommunisere historier om at man kan tjene penger i Notodden/Tinn/Møsstrand • Utrede områdets muligheter som innspillingssted for film	• Notodden og Tinn kommuner går sammen om å lage en markedsføringskampanje om hvordan det er å bo i verdensarven
Samarbeids- og endringskultur	• Utarbeide en kommunikasjonsplan for verdensarven (en bred plan med tydelig ansvarsfordeling over hvem som har ansvaret for å kommunisere hva til hvem – internt og eksternt). • Videreutvikling og hensiktsmessig bruk av felles profil tilknyttet Rjukan-Notodden Industriarv. • Utvikle en infrastruktur for møter og nettverksarbeid mellom aktørene. Denne må ta form av både vertikal og horisontal samhandling mellom etatene/sektorene. Det må utpekes en koordinator for dette. • Sette i verk en løpende overvåking med indikatorer for verdiskaping og attraktivitet, for å kunne evaluere måloppnåelsen for utviklingen av området. Arbeide målrettet med å utvikle god tillit mellom aktørene.		

Aktører, roller og interesser

Noe av utfordringen med å få til verdiskaping og attraktivitet kan ligge i et uoversiktlig aktørbilde med kryssende og motstridende interesser, udefinerte roller, doble roller og uklare grenseoppganger. Noen av de utfordringen som finnes, hverken skal eller bør gjøres noe med. Men en bevisstgjøring av aktørene og deres hovedoppgaver kan bidra positivt.



Figur 2. Kart over aktørene og deres hovedoppgaver- og interesser.

Oppfølging og implementering

Masterplanen skal ha tidshorisont som korresponderer med forvaltningsplanen, og rulleres etter hvert samtidig som den. Det årlige stakeholdermøtet i forbindelse med verdensarvrådet skal ha rapportering fra masterplanen på dagsorden.

Det skal utarbeides en handlingsplan på grunnlag av masterplanen.

Ansvar for implementering av masterplanen ligger hos rådmennene.

Samhandling og samordning

En god samarbeids- og endringskultur er avgjørende for å få til verdiskaping og økt attraktivitet.

I tillegg til strategiene som kan knyttes opp mot de tre temaene reiseliv, næringsutvikling og bostedsattraktivitet, anbefaler vi følgende strategier for å kunne utvikle en god samarbeids- og endringskultur:

- Utarbeide en kommunikasjonsplan for verdensarven (en bred plan med tydelig ansvarsfordeling over hvem som har ansvaret for å kommunisere hva til hvem – internt og eksternt).
- Videreutvikling og hensiktsmessig bruk av felles profil tilknyttet Rjukan-Notodden Industriarv.
- Utvikle en infrastruktur for møter og nettverksarbeid mellom aktørene. Denne må ta form av både vertikal og horisontal samhandling mellom etatene/sektorene. Det må utpekes en koordinator for dette.
- Sette i verk en løpende overvåking med indikatorer for verdiskaping og attraktivitet, for å kunne evaluere måloppnåelsen for utviklingen av området.
- Arbeide målrettet med å utvikle god tillit mellom aktørene.

Nærmere om planens tema:

Reiseliv, næringsutvikling og bostedsattraktivitet

Reiseliv

Kulturarvsbasert reiselivsutvikling er en hovedstrategi for reiselivsutvikling nasjonalt jf. St.meld. 19 *Opplev Norge – unikt og eventyrlig* (2016-2017) og *Verdifulle opplevelser. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen* (2007). Verdensarvstatusen er et godt utgangspunkt for å utvikle kulturarvsbasert reiseliv i de tre kommunene og områdene rundt.

Utfordringer

- Mangel på enkeltprodukter og helhetlige opplevelser for ulike målgrupper
- Dårlig koordinering på tvers av kanaler, målgrupper og kommuner
- Ingen konkret plan for å inkludere relevante aktører for å skape merverdi
- Konkrete stedspesifikke utfordringer i de enkelte kommunene (handle, service, infrastruktur, overnatting, skilting m.m.)
- Mangler en overordnet tiltaksplan for økt besøk
- Mangler tiltaksplan for utvikling av vertskapsrollen

Mål

- Det er utviklet flere salgbare verdensarvopplevelser
- Antall besøkende til attraksjoner med inngangsbillett i verdensarven er økt

Strategier

- Etablere flere verdensarvopplevelser for flere ulike målgrupper
 - Utvikle utvalgte verdensarvsobjekter til nye reisemålsrelaterte formål
 - Øke kunnskap om gjenbruk av industribygg til nye formål
 - Etablere flere overnattingsmuligheter for flere ulike målgrupper
 - Øke tilgjengelighet (UU) til reisemål
 - Utvikle utvalgte verdensarvsobjekter til sørvistilbud
 - Utvikle og styrke tilknytningen til verdensarven for allerede eksisterende opplevelser
- Styrke den lokale vertskapsrollen
 - Øke kunnskapen om verdensarven hos og rundt reiselivsaktørene
 - Øke kunnskapen om hverandre og styrke fellesskapet blant aktørene i og rundt reiselivet
- Omdømmebygging
 - Utvikle og foredle «kjernehistoriene» i verdensarven til bruk for reiselivssektoren
 - Utvikle en målrettet og konsistent markedskommunikasjon mot utvalgte målgrupper

Næringsutvikling

Som følge av verdensarvstatusen utbetales det midler til istandsetting av verdensarvobjektene over ulike offentlige budsjettposter. I tillegg kommer en betydelig privat medfinansiering først og fremst fra Norsk Hydro. Det er dessuten en egen ordning knyttet til Company Town, og private huseiere kan også søke midler fra Kulturminnefondet. Skal dette verdiskapingspotensialet utløses lokalt, trengs kunnskap og utnyttning av lokale ressurser, kapasitet og spesial kompetanse. Restaurerings- og transformasjonskompetanse kan i neste omgang danne grunnlag for salg av tjenester til andre områder, både nasjonalt og internasjonalt. I tillegg må det utvikles opplevelser knyttet til objektene. Da kan objektene danne kjernen i en egen opplevelsesøkonomi.

Utfordringer

- For lite innslag av vern gjennom bruk for eksisterende bygningsmasse og øvrige anlegg, både de som er klassifisert som verdensarvobjekter og andre anlegg, til nye formål.
- For dårlig kapasitet og kompetanse hos lokale håndverkere til å gjennomføre istandsetting av objektene.
- For dårlig tilgang på materialer til istandsetting fra lokale forhandlere.
- For få aktører som driver med produktutvikling som kan gi verdiskaping på grunnlag av verdensarvverdiene.
- Ingen har overordnet ansvar for å koordinere og legge til rette for utviklingsarbeid med utgangspunkt i verdensarven

Mål

- Verdensarven legger til rette for økt omsetning/inntekt for næringslivet
- Verdensarven legger til rette for flere arbeidsplasser

Strategier

- Ta i bruk bygninger og anlegg til nye formål
 - Identifisere aktuelle objekter med særlig potensiale og mobilisere utviklingsaktører
 - Øke kunnskap om vern gjennom bruk
- Øke lokal kapasitet og kompetanse for å kunne gjennomføre rehabiliteringsoppdrag i verdensarven
 - Etablere en materialbank for restaurering av verdensarvobjekter
 - Etablere et kompetansesenter for restaurering av industriarv
- Styrke den lokale innovasjons- og entreprenørskapskulturen gjennom å utvikle og formidle gründerhistorien
 - Bruke verdensarven inn i entreprenørskapsaktiviteter i skolen
 - Gjøre en tydeligere kopling mellom bluesfestivalen og verdensarven
- Omdømmebygging
 - Utvikle og formidle historien om området som et sted for innovasjon og entreprenørskap
 - Kommunisere historier om at man kan tjene penger i Notodden/Tinn/Møsstrand
 - Utrede områdets muligheter som innspillingssted for film

Bostedsattraktivitet

De tre kommunene har ulike utfordringer knyttet til folketallsutvikling og attraktivitet, se vedlegg. Det er vanskelig å se at verdensarvverdiene kan ha direkte innvirkning på bostedsattraktiviteten jf. teorien over. Samtidig er det åpenbart at verdensarvverdiene kan brukes inn i arbeidet med noen av de følgende utfordringene:

Utfordringer

- Vansker med omstillingsprosessen etter industrisamfunnet
- Lite faktisk kunnskap om innbyggernes stolthet, identitet og stedstilhørighet
- Lite levende sentrum, med tomme hus, leiligheter og forretningsarealer i byene
- Liten og sårbar bosetning rundt Møsvatn
- Utfordring å få til vekst i kompetansearbeidsplasser
- Svakt og ikke alltid positivt omdømme
- Utfordrende å omsette verdensarvverdiene i bostedsattraktivitet

Mål

- Verdensarven fører til økt bostedsattraktivitet

Strategier

- Utvikle attraktive, levende sentrum med møteplasser for flere innbyggergrupper
 - Utvikle Møsvatnområdet som et attraktivt område for bosetting med basis i natur- og kulturbaserte næringer
 - Utvikle Hydroparken/ bryggeområdet på Notodden for næring og bolig
 - Utvikle Notodden og Rjukan sentrum
 - Utvikle nye løsninger for UU / tilgjengelighet i eldre hus
- Videreutvikle verdensarvformidling og aktiviteter til hele befolkningen, særlig til skole og barnehage
- Omdømmebygging
 - Notodden og Tinn kommuner går sammen om å lage en markedsføringskampanje om hvordan det er å bo i verdensarven

Vedlegg

1. Faglig grunnlag: attraktivitet og brei verdiskaping
2. En «vær varsom plakat» i verdensarven
3. Verdensarvlogoen

Faglig grunnlag: attraktivitet og brei verdiskaping

Verdensarvstatusen skapte umiddelbart forventninger om høyere besøkstall, verdiskaping og vekst, ikke bare innenfor verdensarvområdet og for verdensarvkommunene, men for hele Telemark. Denne forventningen gjenspeiles i både kommunale og regionale planer og strategier, og ligger til grunn for vedtaket om å lage en masterplan for verdiskaping og attraktivitet. For å kunne utvikle gode strategier for å nå målene, er det nødvendig å forstå noen av sammenhengene mellom forventet vekst i besøk, verdiskaping og attraktivitet.

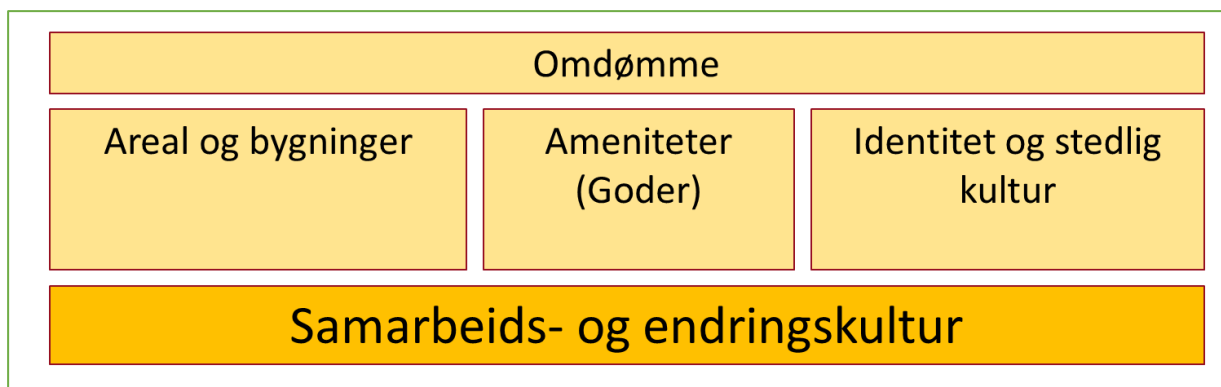
Attraktivitet

Attraktivitetsteorien² er utviklet for å kunne forklare og forstå steders vekst, hva som fører til vekst, hva som er ytre, strukturelle, faktorer som stedet ikke kan påvirke selv, og hva som skyldes egenskaper eller kvaliteter ved stedet, som stedet kan påvirke selv. Det er dette siste vi kaller attraktivitet, altså den veksten et sted får som ikke kan forklares av strukturelle faktorer (forventet) vekst. Steder som får en bedre utvikling enn forventet beskrives som at de har en positiv attraktivitet, steder som får en dårligere utvikling enn forventet beskrives som at de har en negativ attraktivitet. Det skilles også gjerne mellom tre ulike dimensjoner; bosteds-, besøks- og næringsattraktivitet. Hva som påvirker et steds attraktivitet kan sorteres etter fire kategorier: arealer og bygninger, goder og tjenester (ameniteter), kultur- og identitet og omdømme. Strategier og tiltak som velges for å oppnå bedre attraktivitet vil ha litt ulik innretning avhengig av om det er bosteds-, besøks- eller næringsattraktivitet vi skal få til, og avhengig av hva som er utgangspunktet, eller nåsituasjonen på det aktuelle stedet, kommunen eller regionen.

Etter hvert som attraktivitetsmodellen er utviklet og ulike sammenhenger mellom egenskaper ved og aktiviteter på et sted og stedets vekst (for eksempel nivået på kulturtilbudet, eller om stedet har høyskole / universitet) er analysert er det slått fast at det ikke nødvendigvis er nivået, men endringen, det at det skjer noe nytt, at noe blir gjort på en ny og smartere måte enn før eller enn andre får til, som er avgjørende og som påvirker attraktiviteten.

I tillegg til de fire kategoriene er det derfor nødvendig med en sterk samarbeids- og endringskultur for å øke attraktiviteten i et område. Påfølgende figur viser sammenhengene mellom attraktivitetskategoriene og samarbeids- og endringskultur, som framkommer som en forutsetning for å få til utvikling.

² Vareide, Knut (2018): Hvorfor vokser steder? Og hvordan kan utviklingen påvirkes? Cappelen Damm Akademisk.



Figur 3. Sammenhengen mellom fire attraktivitetskategorier og forutsetningen Samarbeids- og endringskultur.

Verdiskaping

Miljøverndepartementet etablerte i 2007 Verdiskapingsprogrammet for kulturminner, med 11 piloter over hele landet, koordinert av Riksantikvaren, og i 2009 ble programmet Naturarven som verdiskaper etablert, koordinert av Direktoratet for naturforvaltning. Evalueringene av disse to programmene ga noen konklusjoner³ som er sentrale for å forstå verdiskapingspotensialet for verdensarvområdet Rjukan - Notodden industriarv.

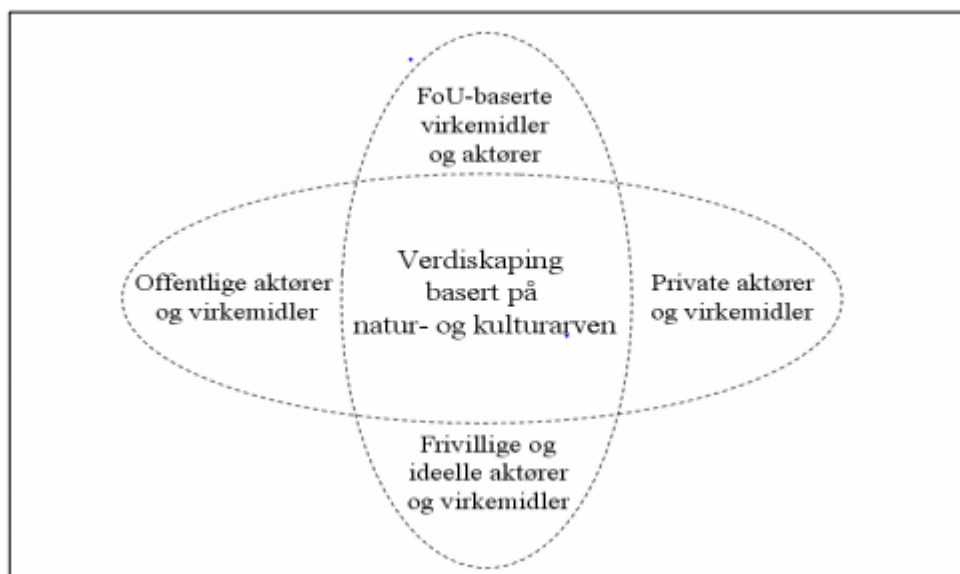
En sentral konklusjon var at med tanke på verdiskaping er det viktig å operere med et langtidsperspektiv. Den økonomiske verdiskapingen kan være negativ det første året, mens den miljømessige, kulturelle og sosiale verdiskapingen kan være positiv, ved at bygninger istandsettes, håndverkstradisjoner revitaliseres, kulturminner som sosiale arenaer forsterkes, og fortellinger holdes levende. På kort sikt utvikles en ressurspool som senere kan danne utgangspunkt for verdiskapende aktivitet av økonomisk art. Det sier noe om kompleksiteten og sammenhengen mellom de ulike formene for verdiskaping. Man må sette bygningen i stand før den kan brukes i forretningsøyemed, og det er heller ikke sikkert man oppdager det økonomiske potensialet før den er satt i stand, men at det er helt andre drivkrefter for å sette i gang restaurering. Verdensarvbasert næringsutvikling kan skje innenfor primærnæringene, reiseliv og opplevelse, kultur, byggebransjen og eiendomsutvikling – for å nevne noe.

Ulike former for entreprenørskap leder til ulike former for verdiskaping. En annen viktig konklusjon i verdiskapingsanalysene var at for å fremme en bærekraftig lokal nærings- og samfunnsutvikling, er det behov for at alle formene for entreprenørskap spiller på lag. Det må tas aktive grep for å stimulere til godt samspill mellom alle sektorer som er aktører og interessenter i verdiskapingen. Dette omfatter aktører både innen offentlig virksomhet, FoU, næringsliv og frivillig sektor (jf. Figur under Figur 4). Som grunnlag for å stimulere til gode entreprenør- og verdiskapingsprosesser, har samhandling etter triple helix-modellen blitt trukket fram som en viktig suksessfaktor de senere årene. Det vil si at man får til et godt samspill mellom næringsliv, offentlig forvaltning og FoU som bidrar til innovasjon og en positiv utviklingsspiral. Særlig når det gjelder

³ Brandtzæg, Bent og P.I. Haukeland (2014): Naturarv skaper verdier. Sluttanalyse av verdiskapingsprogrammet Naturarven som verdiskaper- TF-rapport 351.

Brandtzæg, Bent og P.I. Haukeland (2011): Verdiskapingsprogrammet for kulturminner – 2010. Årsrapport for 2010 med utviklingstrekk gjennom prosjektperioden. TF-notat 5/2011.

en bredere verdiskapingsprosess vil det også være viktig å inkludere frivillig sektor på slike samhandlingsarenaer. Det vil si at man utvider triple helix-modellen til en kvadrupel-helix-modell. Frivillig sektor spiller en viktig rolle når det gjelder å spre kunnskap og skape engasjement knyttet til kulturarven som ressurs for verdiskaping.



Figur 4. Samspill mellom aktører og virkemidler fra FoU, det offentlige, næringsliv og frivillighet er en forutsetning for å løse ut verdiskapingspotensialet knyttet til natur- og kulturarven. Figur etter Haukeland og Brandtzæg.

Verdiskaping og attraktivitet med grunnlag i verdensarvverdiene

Den umiddelbare og første mulige effekten av verdensarvstatusen er at antall besøkende til området øker. Hvordan dette potensialet kan utnyttes, og dermed påvirke verdiskaping og attraktivitet er vist i figur 7.

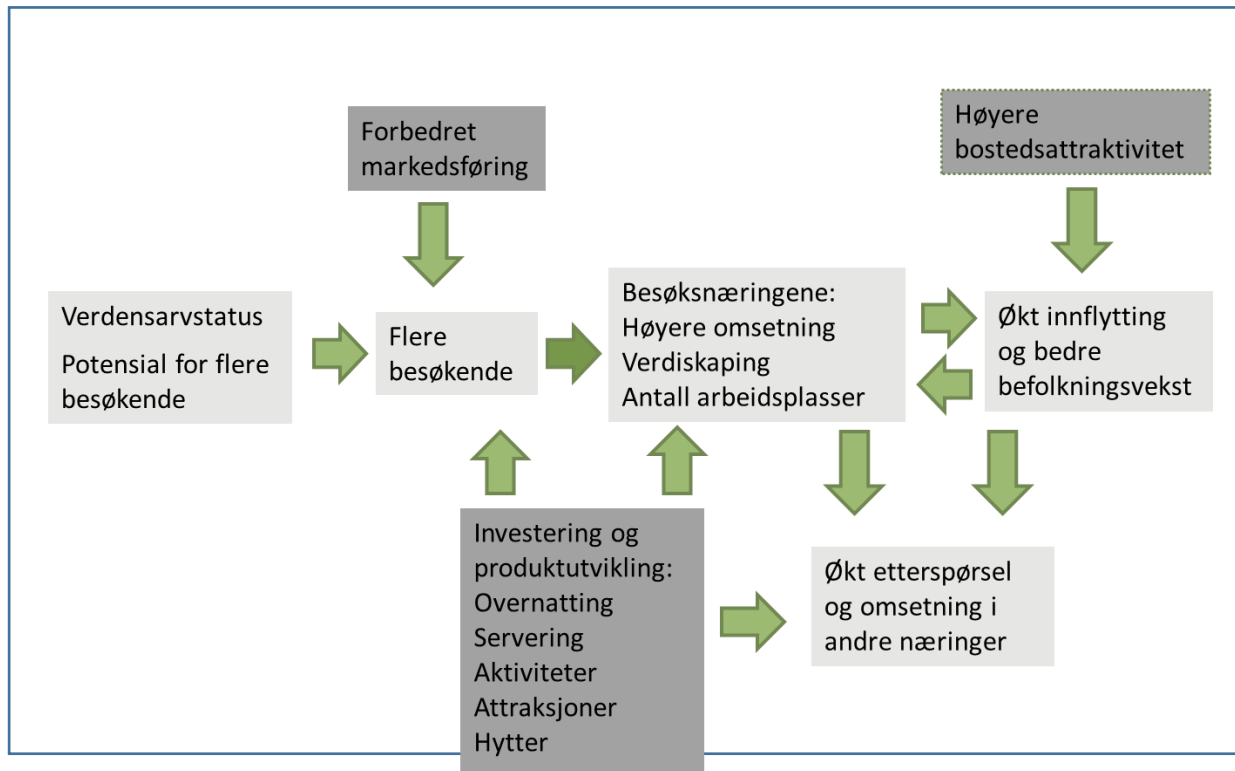
Økningen i besøkstallet vil kunne bli forsterket vesentlig dersom det er en kraftfull lokal respons i form av forbedret markedsføring og at det investeres i ulike reiselivsprodukter. Investeringer og produktutvikling i besøksnæringene vil også i seg selv gjøre området til et mer attraktivt besøkssted. Bedre produkter, det vil si bedre og flere overnattingsbedrifter, serveringssteder og aktiviteter, vil også gjøre at det kan genereres større omsetning og verdiskaping per besøkende. Dette vil gi økt vekst i antall arbeidsplasser i besøksnæringene, høyere omsetning og økt verdiskaping.

Økt verdiskaping og investering i besøksnæringene vil gi ringvirkninger i form av økt etterspørsel og flere arbeidsplasser til andre næringer, som for eksempel bygg og anlegg. Også etablering av kompetansearbeidsplasser med utgangspunkt i kulturarven vil øke antallet arbeidsplasser i de tre kommunene. Økt antall arbeidsplasser i regionen vil også gi mer innflytting og bedre befolkningsvekst, som igjen har ringvirkninger på arbeidsplassutviklingen. Istandsetting og vedlikehold av verdensarvobjektene vil også kunne tilføre et betydelig antall arbeidsplasser.

Det kan også hende at verdensarvstatusen vil gi økt bostedsattraktivitet, dersom området vil framstå som et mer interessant sted å bo i. Det vil gi økt innflytting utover den økte innflyttingen som følger av at arbeidsplassveksten blir høyere.

Disse sammenhengene forutsetter også en forvaltning av verdensarvverdiene i tråd med områdets tålegrense(r).

For å kunne løse ut verdiskapings- og attraktivitetspotensialet som ligger i utvikling av verdensarvverdiene må vi finne strategier og tiltak innenfor de fire attraktivitetskategoriene, samt strategier for samhandling og samspill som kan bygge en god endringskultur, - en betingelse for å skape økt attraktivitet.



Figur 5. Mulige effekter av verdensarvstatus på stedsutvikling.

En «vær varsom plakat» i verdensarven

Et verdensarvsted/område kan jf. konvensjonen bli ført opp på listen over verdensarv i fare og i ytterste konsekvens miste sin status. Det er derfor av stor betydning at man har en «vær varsom plakat» i sitt arbeid der verdensarven er involvert.

For at verdensarven skal være godt ivaretatt etter konvensjonen må man utvise varsomhet der OUV'n står overfor en spesifikk og dokumentert, overhengende trussel, som:

- næringsinteresser, der verdien av OUV'n står på spill
- alvorlig forfall i det urbane eller rurale rommet eller i de naturlige omgivelsene
- betydelig tap av historisk autentisitet
- betydelig tap av integritet (rivning m.m.)
- planlagte utbyggings- eller utviklingsprosjekter på selve området eller plassert slik at virkningen utgjør en trussel mot området
- vesentlig tap av kulturell betydning

Det er også viktig at det finnes beredskapsplaner og rutiner for trusler som flom og brann.

Videre må man utvise varsomhet der et området står overfor trusler som kan ha ødeleggende virkning på dets særpreg. Slike trusler kan være:

- endringer i områdets juridiske status, noe som innebærer at dets vern blir svekket
- manglende politikk for å ta vare på området
- turisme og reiselivsstrategier som går på tvers av OUV'n og forpliktende bevaringshensyn
- truende virkninger av regionalplanprosjekter
- truende virkninger av byplanlegging
- truende virkninger av fraflytting
- forvaltningsplanen eller forvaltningssystemet er mangelfull, utilstrekkelig eller ikke gjennomført full ut – både overordnet eller sektorielt

Forutsetningene ovenfor er nedfelt i «Retningslinjer for gjennomføring av verdensarvkonvensjonen» (Operational guidelines) som vedlikeholdes og rulleres av UNESCO.

Verdensarvlogoen

Verdensarvlogoen symboliserer det gjensidige avhengighetsforholdet mellom kultur- og naturarvområder: Den sentrale firkanten er en form skapt av mennesket, mens sirkelen representerer naturen, og de to er nært knyttet til hverandre.

Logoen er rund, som jorden, og et symbol på beskyttelse. Framfor alt representerer logoen de universelle verdiene som konvensjonen står for.

Den symboliserer også konvensjonen, uttrykker at statspartene har sluttet seg til konvensjonen og uttrykker en anerkjennelse av områdene som står på verdensarvlista. Logoen blir forbundet med allmenn kjennskap til konvensjonen og er symbolet på konvensjonens troverdighet og prestisje.



Figur 6. Verdensarvlogoen

Regler for bruken av verdensarvlogoen

Det er ikke tillatt for kommersielle aktører å bruke logoen direkte på sitt eget materiell, for å uttrykke støtte til arbeidet for verdensarven, med mindre dette er godkjent og i samsvar med de til enhver tid gjeldende prinsipper.

Det er verdensarvkomiteens eksklusive rett å gi offisiell tillatelse til å bruke verdensarvlogoen. For vår verdensarv skal spørsmål om bruk rettes til verdensarvkoordinator som vil ta spørsmålet videre til Riksantikvar og Undervisningsdepartementet som forvalter logobruken nasjonalt.

UNESCOS logo skal alltid stå alene, altså ikke sammen med andre logoer eller andre grafiske elementer.

Et evt vedtak om å tillate bruk av logoen, skal først og fremst knyttes til kvaliteten og innholdet i produktet som logoen skal forbindes med, og ikke til omfanget av produktene som skal markedsføres, eller til den forventede økonomiske avkastningen.

Hovedkriteriet for å godkjenne bruk av logoen, skal være det foreslåtte produktets pedagogiske, vitenskapelige, kulturelle eller kunstneriske verdi sett i relasjon til verdensarvens prinsipper og verdier. Det skal ikke rutinemessig gis tillatelse til å plassere logoen på produkter som ikke har noen, eller bare svært liten, pedagogisk verdi, som for eksempel på kopper, t-skjorter, jakkenåler og andre turistsuvenirer.

Unntak fra denne policyen kan forekomme i forbindelse med spesielle arrangementer, som for eksempel komitémøter og seremonier hvor plaketter blir avduket.

Jf. «Retningslinjer for gjennomføring av verdensarvkonvensjonen – VIII VERDENSARVLOGOEN»

Lokal verdensarvprofil

Utvikling og hensiktsmessig bruk av en felles profil tilknyttet Rjukan-Notodden Industriarv er vurdert som en nøkkelfaktor for å skape oppmerksomhet, kjennskap og omdømme til verdensarven. Forvaltningen av en slik profil vil derfor være et viktig verktøy for å sikre at produktutvikling og markedsføring skjer på en enhetlig og effektiv måte for hele verdensarvområdet. Den lokale profilen skal være et supplement til UNESCO verdensarvslogo, emblemer og betegnelser.

Sentralt i forvaltningen av den visuelle profilen er å: i) Skape størst mulig oppmerksomhet, kunnskap og kjennskap til Rjukan – Notodden Industriarv ved å sikre størst mulig bruk av designprogrammet, og ii) Sikre at all bruk av designprogrammet skjer på en enhetlig måte i henhold til overordnede visjoner, mål og kommunikasjonsmessige retningslinjer.



Figur 7. Lokal verdensarvprofil.

Den visuelle profilen består av følgende elementer:

- Logo (Symbol – navn)
- Typografi
- Fargepalett
- Grafiske elementer
- Fotomanér
- Regi
- Layout

Det er utviklet en komplett designmanual som stilles til disposisjon for aktører som får en godkjent tilknytning til Rjukan – Notodden Verdensarv.

Designmanualen inneholder informasjon, originaler og instruksjoner/kjøreregler for bruk av designprogrammet:

- Hvem som kan benytte hvilke elementer
- Når og hvor ulike elementer kan benyttes
- Formkrav med hensyn til bruk og plassering
- Regler med hensyn til 3. parts eksponering

Designmanualen forvaltes av det autoriserte verdensarvsenteret for Rjukan – Notodden industriarv. Mer informasjon finner man på industrarven.no.