

BY- OG REGIONFORSKNINGSINSTITUTTET NIBR

KulturArvOpplevelser

En evaluering

Arne Holm

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET



Arne Holm

KulturArvOpplevelser

En evaluering

NIBR-rapport 2023:9

Andre publikasjoner fra NIBR:

NIBR-rapport 2023:5	Verdier skapt av et kunstnerskap – Edvard Munch og hans steder i Viken
NIBR-rapport 2019:11	Viken og delregionene – samfunnsutvikling og bærekraft, utfordringer og muligheter
NIBR-rapport 2019:7	Nærings- og distriktsutvikling – perspektiver, politikk/virkemidler og samhandling
NIBR-notat 2018:101	Kulturarv og regional utvikling
NIBR-rapport 2015:17	Samfunnsutviklerrollen til regionalt folkevalgt nivå
NIBR-rapport 2016:7	Kulturarv som ressurs i samfunnsutviklingen.
NIBR-rapport 2016:23	Gode modeller for verdiskaping med utgangspunkt i kulturarv i by

Tittel: KulturArvOpplevelser – En evaluering

Forfatter: Arne Holm

NIBR-rapport: 2023:9

ISSN: 1502-9794
ISBN: 978-82-8309-411-4 (Elektronisk)

Prosjektnummer: 203178

Prosjektnavn: KulturArvOpplevelser

Oppdragsgiver: Viken fylkeskommune

Prosjektleder: Arne Holm

Referat: Evalueringen har hovedfokus på strategier for å måle og forstå effekter i prosjekter som har fått tilskudd fra ordningen KulturArvOpplevelser. Dette gjøres gjennom en tredelt strategi. For det første er resultater og effekter kartlagt med grunnlag i sluttrapporteringene fra de avsluttede prosjekter. For det andre gjøres det en følgeevaluering av syv utvalgte prosjekter, for å evaluere i hvilken grad det er utviklet et rammeverk for å operasjonalisere og måle først og fremst effekter fra prosjektene. I tredje del formuleres noen innspill til et rammeverk for å kunne identifisere og måle resultater og effekter av prosjekter med tilskudd fra ordningen.

Sammendrag: Norsk og engelsk

Dato: Desember 2023

Antall sider: 71

Utgiver: By- og regionforskningsinstituttet NIBR
OsloMet – storbyuniversitetet
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 OSLO
Telefon: (+47) 67 23 50 00
E-post: post-nibr@oslomet.no

Vår hjemmeside: <http://www.oslomet.no/nibr>

© NIBR 2023

Forord

By – og regionforskningsinstituttet NIBR ved OsloMet har med dette arbeidet gjennomført en følgeevaluering på oppdrag fra Viken fylkeskommune, for å måle og forstå effekter av tilskuddene tildelt under ordningen KulturArvOpplevelse. Prosjektet har i hovedsak vært gjennomført av Arne Holm, mens Knut Onsager har fulgt prosessen tett og vært faglig støttespiller under hele prosjektet. I tillegg har Gro Sandkjær Hanssen kommet med verdifulle faglige innspill underveis. Alle forskere ved By- og regionforskningsinstituttet NIBR ved OsloMet.

Vi takker Viken fylkeskommune for oppdraget og for et svært godt samarbeid med rapporten. Samtidig en stor takk til de mange som har stilt opp som informanter for å belyse de prosjektene som får særlig oppmerksomhet i denne følgeevalueringen. Det har vært fantastisk spennende å få innblikk i det arbeidet som gjøres for å koble kulturarv og opplevelser på ulike steder i Viken fylkeskommune.

Oslo, desember 2023

Erik Henningsen
Forskingssjef

Innhold

Forord	1
Innhold	2
Tabelliste.....	3
Figurliste.....	3
Sammendrag.....	4
Summary.....	8
1 Innledning.....	12
1.1 Problemstillinger i prosjektet.....	12
1.2 Om programmet og ordningen KulturArvOpplevelser	13
1.3 Føringer i utformingen av ordningen.....	14
1.4 Følgforskning basert på tidligere erfaringer	15
1.5 Rapportens disposisjon	15
2 Evalueringsstrategi og metodedesign	16
2.1 Evalueringsstrategi.....	16
2.2 Evalueringsstrategier og effektvurdering	17
2.3 Strategier for resultater og effekter	18
2.4 Noe viktige begrepsavklaringer	20
2.5 Del 1 – analysemodell og datagrunnlag.....	22
2.6 Sluttrapporteringer fra samtlige prosjekter	22
2.7 Del 2 - Dybdestudier og utvalg	23
2.8 Validitet og datakilder	25
3 Effektrapportering fra avsluttende prosjekter.....	27
3.1 Prosjektenes og tilskuddets størrelse	27
3.2 Mål og aktiviteter	28
3.3 Prosjektaktiviteter	29
3.4 Resultater.....	30
3.5 Effekter, klassifisert og systematisert.....	33
3.6 Resultater og effekter – Refleksjon rundt rapporteringsrutiner.....	35
3.7 Prosjekteffekter vis a vis regionalforvaltningens samfunnsutviklerrolle	37
4 Følgeevaluering – effektstudie basert på syv utvalgte prosjekter – Del 2	38
4.1 Prosessevaluering – en analyse i fire faser	38
4.2 Strategisk forankringsfasen – mål og forventninger	38
4.3 Tilretteleggingsfasen	42
4.4 Verdiskapingsfasen.....	47
4.5 Resultater og effekter	52
5 Innspill til et rammeverk for å kunne måle resultater og effekter fra gjennomførte KAO- prosjekter.....	62
5.1 Strategisk forankring og planlegging	62
5.2 Tilrettelegging av prosjektet.....	63
5.3 Verdiskapingsprosessen	64
5.4 Resultater og effekter	65
5.5 Avsluttende merknader	66
6 Anbefalinger til fylkeskommunen	67
Litteraturliste.....	69
Vedlegg 1 – Caseprosjekter, utvalg	70

Tabelliste

Tabell 2.1:	Prosjekteier av de prosjektene som har fått tilskudd fra KulturArvOpplevelser og som var ferdigrapportert pr 1. oktober 2023.....	23
Tabell 2.2:	Ferdigrapporterte prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser og som var ferdigrapportert pr 1. oktober 2023, fordelt på år for tilsagnet.	23
Tabell 2.3:	Informanter i de syv utvalgte caseprosjektene, fordelt på ulike aktørgrupper...	24
Tabell 2.4:	Presentasjon av de syv utvalgte prosjektene, med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, som er utgangspunkt for diskusjonen av prosessen frem mot for effektmåling.....	25
Tabell 3.1:	Innvilget tilskudd fra KulturArvOpplevelser fordelt på avsluttede prosjekter pr. 01.10. 2023.	27
Tabell 3.2:	Innvilget tilskudd fra KulturArvOpplevelser i prosent av omsøkte beløp, fordelt på avsluttede prosjekter pr. 01.10. 2023.....	28
Tabell 3.3:	Kategorisering av rapporterte hovedmål i avsluttede prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, pr. 1. oktober 2023.....	29
Tabell 3.4:	Kategorisering av rapporterte hovedaktivitet i avsluttede prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, pr. 1. oktober 2023.....	30

Figurliste

Figur 2.1:	Evalueringsstrategi, illustrert ved prosjektets tre deler.	3
Figur 2.2:	Modell for lokale og regionale utviklingsprosjekter basert på kulturmiljø som ressurs.....	19
Figur 2.3:	Effektmodell, fra tilskudd, via aktiviteter, til effekter.	22

Sammendrag

Problemstillinger

Det sentrale fokuset i denne evalueringen er strategier for å måle og forstå effektene av tilskuddene tildelt under KulturArvOpplevelser, administrert av Viken fylkeskommune, samt hvilket rammeverk effektmålingen skjer innenfor. Prosjektet er tredelt:

Del 1: Her kartlegger vi effekter rapportert inn fra avsluttede prosjekter som har mottatt tilskudd under ordningen. Hvordan har prosjektansvarlige slutt rapportert på resultater og effekter? Her har vi et særlig fokus på kvalitative effekter, men også kvantitative.

Del 2: Omfatter en følgeevaluering basert på et utvalg på syv prosjekter kartlagt i del 1. Her søker vi å identifisere effekter og i hvilken grad det i de utvalgte prosjektene ligger inne et rammeverk for å operasjonalisere og måle disse. Hensikten er å fremvise gode eksempler på prosjektimplementering, med hensyn på effektvurdering.

Del 3: I tredje del gir vi innspill til et rammeverk for å kunne identifisere og måle resultater og effekter av prosjekter med tilskudd fra ordningen. Disse innspillene tar utgangspunkt i våre vurderinger av den prosjektimplementeringen vi har fulgt, særlig i del 2 av prosjektet.

Evalueringens overordnede formål er å vurdere fylkeskommunens arbeidsmetoder og virkemiddelbruk innenfor tilskuddsordningen, samt synliggjøre muligheter for justering av prosessene for søkning og rapportering.

Metodedesign

I del 1 gjennomgås samtlige skriftlige slutt rapporteringer fra prosjekter med tilskudd fra ordningen, fra den ble etablert i Buskerud fylke i 2018. Dette utgjør i alt 33 prosjekter. Private aktører organiserte 18 av disse, mens kommuner organiserte 5. De andre fordelte seg på blant annet visitselskaper og ideelle foreninger.

I del 2 ble slutt rapporteringene supplert med intervjudata med i alt 23 informanter, fordelt på de syv utvalgte prosjektene.

Del 1. Resultater og effekter – Refleksjoner rundt rapporteringsrutiner

Det synes som det generelt er lite systematikk og utviklet metodikk for rapportering av resultater og effekter fra prosjektene. Selv om de fleste har svart ut i slutt rapporteringene flere av de mål de satte seg i prosjektet, fremstår rapporteringene lite konkrete. Dette gjelder særlig rapporteringene av effektene. Der det særlig rapporteres om kvalitative effekter, handler dette om kompetanse og lokalt engasjement, selv om disse ikke er direkte målbare. Utover dette vises i noen grad til lite konkrete kvalitative effekter som entusiasme og engasjement.

Gitt at de fleste prosjektene er relativt små, med begrensede midler og nedslagsfelt, kan det være begrensninger når det kommer til å identifisere målbare eller tydelige effekter. Henvisningene til entusiasme, interesse, engasjement viser imidlertid økende bevissthet og glede rundt bruken av kulturarv som ressurs og i utvikling av konkrete opplevelsesbaserte aktiviteter i nærrområde. Slik synes tilskuddet å bidra til å styrke engasjementet for kulturarv. Dette kan være til verdifull inspirasjon ved utvikling av kulturbaserte utviklingsprosjekter og mobiliseringer på et senere tidspunkt.

Rapporteringene av resultater er noe mer konkrete enn av effekter. Nye produkter beskrives og i noen grad dokumenteres i form av antall besøkende eller «brukere» av en gitt aktivitet. I flere tilfeller er det også utviklet markedsføringsverktøy som vi må anta har et nedslagsfelt som går utover de mer prosjektnære aktørene og interessentene.

Flere prosjekter har utviklet nye strategier for samarbeid og nettverksbygging. Dette kan leses både som et resultat, men også som en effekt og metodikk med mulig betydning for utvikling av nye prosjekter fremover. Nettverkene synes i stor grad å ha en tverrfaglig profil, hvor man i flere prosjekter kobler kulturaktører, reiseliv, opplevelsesnæringer og næringsliv. Dette kan bidra til å bevisstgjøre en større krets om verdiene som ligger i kulturarv for aktiviteter i første omgang, og for lokal og regional verdiskaping mer generelt.

En mulig utfordring ved selvrapportering av resultater og effekter er at man i sluttrapporteringsskjemaet for KulturArvOpplevelser skiller mellom disse to, uten at de prosjektansvarlige nødvendigvis er så bevisste på hva som er forskjellen.

Del 2. Følgeevaluering – effektstudie basert på syv utvalgte prosjekter

Evalueringen tar utgangspunkt i fire faser av en prosjektgjennomføring:

- (1) Strategisk forankring: Forankring av prosjektets fokus, forventninger om effekt, plan og relevante aktører.
- (2) Tilrettelegging: Prosjektet som svar på opplevde behov, lokalt og/eller regionalt, kartlegging av ressurser. Arbeidet med å knytte til seg relevante aktører fortsetter.
- (3) Verdiskapingsprosess: Retningsvalg, samarbeid, mobilisering og nettverk som delprosesser i prosjektet.
- (4) Resultater og effekter: Konsekvenser av prosjektet for særlig bevaring av kulturarv, miljø, økonomi og lokalsamfunn, herunder lokal og regional verdiskaping og bærekraftige lokalsamfunn og regioner.

Fase (1) Den strategiske fasen

Her finner vi at særlig klare forventninger om effekter i utgangspunktet, har betydning for hvilket fokus en har på dette senere i prosjektimplementeringen. I flere prosjekter ser vi at det eksisterer klare forventninger til det å koble kultur og opplevelsesnæringer. I tillegg kan forankring i offentlig planverk være en viktig premiss for gjennomføring.

Fase (2) Tilretteleggingsfasen

I denne fase har vi særlig fokusert på tre forhold; (1) Utfordringsbildet prosjektet skal være et svar på, må avklares; (2) Forpliktende samarbeid med relevante aktører og (3) Kartlegging av kulturarvressursene.

For å starte med utfordringsbildet er en fellesnevner i flere prosjekter at det lokalt oppleves å være et behov for å bygge en tydeligere stedsidentitet og en kulturbasert attraktivitet. Selv om ingen av informantene nevnte uttrykket stedets *komparative fortrinn*, er det mye det det handler om. Løfte frem de fortrinnene som skiller stedet fra andre steder. Her vender man seg i våre caseprosjekter til kulturarven. Ved å bruke kulturarv som ressurs, er intensjonen å øke stedets synlighet og attraktivitet, og med det bidra til økonomisk verdiskaping.

Slik aktiviserer og synliggjør man i disse prosjektene kulturarven som en ressurs for å svare på det utfordringsbilde man står i lokalt og i noen grad også regionalt.

Fase (3) Verdiskapingsfasen

Etter at handlingsrommet for prosjektutviklingen er tilstrekkelig definert og avklart, gjennom kartlegging av ressurser og interesse blant relevante aktører, kan forventningene til prosjektet operasjonaliseres i konkrete aktiviteter. Samtidig må prosjektet organiseres, en prosjektgruppe settes sammen, nettverk bygges og strategier for profilering og markedsføring utarbeides. I denne fasen konkretiseres premissene for hvilke effekter man kan forvente å oppnå.

Vi finner at deltakelse i prosjektgruppen, kan ha stor betydning for eierskap til prosjektet. Skal man sikre en god prosjektimplementering, viser det seg særlig viktig å koble kulturaktørene tett på næringsaktørene.

Profilering og markedsføringer holdes også frem i de aller fleste av våre prosjekter som en forutsetning for vellykket prosjektimplementering.

Fase (4) Resultater og effekter

Med utgangspunkt i diskusjonene knyttet til de tre foregående fasene, ser vi positive effekter for både bevaring og ivaretagelse av kulturarven, sosiale effekter, miljøet og lokalsamfunnet i de utvalgte prosjektene. Arbeidet med å utarbeide klare indikatorer for dette, synes i mindre grad å være definert i prosjektene.

Resultater og effekter

Resultatene og effektene vil inntreffe både på kort og lang sikt, samt både være kvalitative og kvantitative. Resultater og effekter som er kvalitative og som først viser seg på lang sikt, vil kunne være mer krevende å isolere og identifisere enn de mer kortsiktige. Slikt sett vil en effektevaluering for de fleste av disse prosjektene mer ha karakter av prognose, enn av reell effektvurdering. I dette vil vi ha et blikk for det som er definert som *bred verdiskaping*, med effekter av både miljømessig, kulturell og sosial karakter. I tillegg vil vi også se på eventuelle økonomiske effekter. Vi spør blant annet:

- Hvilke resultater har de enkelte prosjektene gitt på kort sikt?
- Hvordan ser effektbildet ut, definert ut fra miljømessige, kulturelle, sosiale og økonomiske standarder?

Resultater

I utgangspunktet synes de aller fleste av prosjektmedarbeiderne bevisste på at det skal bli et produkt som kan leve over tid, og ikke bare være et enkeltstående prosjekt. Resultatene er slikt sett, et mål på de konkrete produktene et prosjekt produserer.

Generelt finner vi at det i stor grad er en kapabel gjennomføringsevne i prosjektene. Når det kommer til å måle resultater, kommer det imidlertid frem en forskjell på de prosjekter som definerer seg som forprosjekter og de prosjektene som er ment å hente ut hele sitt potensiale i et hovedprosjekt. Mål og forventninger i forprosjektene hadde mer karakter av å forberede til et hovedprosjekt og ikke minst, gjøre en kartlegging for slik å vurdere potensialet for et hovedprosjekt. I de andre prosjektene fremstår resultatene i stor grad å henge direkte sammen med det en hadde definert som prosjektets ambisjon, på kort sikt.

Effekter

Kvalitative effekter som attraktivitetsbygging og identitet er størrelser som påvirkes av mange forhold og effektene inntreffer over et langt tidsspenn. Dette gjør det utfordrende å avdekke effekter, særlig av nylig avsluttede prosjekter. I et effektperspektiv er det mange forhold som

endrer seg på samme tid, og det kan være krevende å isolere effekter av disse prosjektene spesifikt. I så henseende blir det mer å vise til antakelser om effekter.

Ingen av de prosjektene vi tok utgangspunkt, i hadde utviklet en definert metodikk for å måle kvalitative langsiktige effekter. Kobler vi imidlertid sammen suksessfaktorene i de tre fasene vi har gjennomgått, nærmer vi oss en dokumenterbar metodikk for, eller indikatorer på, en vellykket prosjetimplementering. De tre prosjektfasene legger med andre ord grunnlaget for effekter.

Del 3. Innspill til rammeverk for å kunne måle resultater og effekter fra gjennomførte KAO prosjekter

I den grad fylkeskommunen har ønske om at prosjekter støttet gjennom KulturArvOpplevelser skal støtte opp under fylkeskommunens strategiske satsinger og den regionale forvaltningens rolle som samfunnsutvikler, bør en gjøre tydelige strategiske vurderinger når en vurderer søknader om tilskudd. Prioritet kunne gis prosjekter som i utgangspunktet, har som ambisjon om å bidra til effekter utover prosjektet selv, i form av å bidra til lokal og regional samfunnsutvikling. Kriterier for utvalgelse kunne eksempelvis være å se til søkerprosjektens potensiale for å mobilisere, bygge nettverk og skape sammen, og slik gi retning til samfunnsutviklingen.

I denne forbindelse synes det også relevant å vurdere i hvilken grad prosjektene som får støtte fra KulturArvOpplevelser er forankret i strategiske planer på kommunalt og/eller fylkeskommunalt nivå. I evalueringen kan vi se et behov for, eller i allefall et potensiale for, at fylkeskommunene via tilskuddsordningen, i større grad bygger opp under den retning kommunene har valgt i sitt planverk, ved nettopp å stille noen krav om eller etterspørre koblinger mellom prosjektet og den aktuelle kommunens planverk.

Et fellestrekk ved prosjektene som får tilskudd gjennom KulturArvOpplevelser synes å være at det er lokalsamfunnets aktører som mobiliserer for å aktivisere kulturarv som en ressurs inn i ulike opplevelsessituasjoner og -næringer. I dette synes det å ligge et betydelig potensiale for ytterligere effekter ved å sikre en forankring av disse prosjektene inn i kommunale – og/eller fylkeskommunale planer eller handlingsstrategier. Samtidig synes det å ligge stort potensiale i de fleste prosjektene med tilskudd, for å mobilisere, bygge nettverk og samskape med andre aktører. Slik vi vurderer det, bør fylkeskommunen, i større grad, etterspørre dette, og veilede søkerne i denne retning. Dette bør komme tidlig i prosjektutvikler fasen, og etterspørres i en søknadsfase.

Alt i alt ser tilskuddene ut til å være til stor inspirasjon og nytte. KulturArvOpplevelser er en svært kjærkommen tilskuddsordning for mange lokale entreprenører og entusiaster som ønsker å skape verdier med utgangspunkt i lokale kulturarvressurser.

Summary

KulturArvOpplevelser (Cultural Heritage Experiences) - An evaluation

The central focus of this evaluation is strategies for measuring and understanding the effects of the grants awarded under KulturArvOpplevelser (KAO) (Cultural Heritage Experiences), administered by Viken County Council, as well as the framework within which effect measurement takes place. The project is divided into three parts:

Part 1: Here we map effects reported from completed projects that have received grants under the scheme. How are results and effects from the projects reported, with a focus on qualitative effects, but also quantitative ones.

Part 2: Includes a follow-up evaluation based on seven projects selected among those mapped in part 1. Here we seek to identify their effects and to what extent the selected projects include a framework for operationalizing and measuring these. The purpose is to show successful examples of project implementation, with regards to impact assessment.

Part 3: In the third part, we provide input to a framework for identifying and measuring the results and effects of projects with grants from the scheme. This input is based on our assessments of the project implementation we have followed, particularly in part 2 of the project.

The overall purpose of the evaluation is to assess the county's working methods and use of policy instruments within the grant scheme, as well as highlight opportunities for adjusting the processes for applying and reporting.

Method design

Part 1 reviews all written final reports from projects with grants from the scheme, since it was established in Buskerud County in 2018. This amounts to a total of 33 projects. Private actors organized 18 of these, while municipalities organized 5. The others were divided among visiting societies and non-profit associations, among others.

In part 2, the final reports from the projects were supplemented with interview data with a total of 23 informants, distributed among the seven selected projects.

Part 1. Results and effects – Reflections on reporting routines

It appears that there is generally little systematic and developed methodology for reporting results and effects from the projects. Although most of the projects in the final reports have satisfied several of the goals set, the reports appear to be not very concrete. This applies in particular to the reporting of the effects. Where qualitative effects are reported in particular, this is a matter of competence and local involvement, even if these are not directly measurable. In addition, it is often referred to minor concrete effects, such as enthusiasm and commitment.

Given that most projects are relatively small, with limited funding and catchment areas, there may be limitations when it comes to identifying measurable effects. The references to enthusiasm, interest and commitment show however increasing awareness of the use of cultural heritage as a resource in the development of concrete experience-based activities in the local area. The grants therefore appears to help strengthen the commitment to cultural heritage.

The reporting of results is somewhat more concrete than of effects. New products are described and to some extent documented in terms of the number of visitors or "users" of the activity. In several cases, marketing tools have also been developed. These we must assume have an impact that goes beyond the more project-oriented players and stakeholders.

New strategies for cooperation and networks have also been developed in several projects. This can be read both as a result, but also as an effect and methodology with possible significance for the development of new projects in the future. The networks appear to have a largely interdisciplinary profile, where several projects link cultural actors, tourism, adventure industries and business. This may increase the awareness of the values inherent in cultural heritage for activities in the first place, and for local and regional value creation more generally.

A possible challenge in self-reporting results and effects is that the final reporting form for KulturArvOpplevelser distinguishes between these two, without the project owners necessarily being aware of the difference.

Part 2. Follow-up evaluation – impact study based on seven selected projects

The evaluation is organized on the basis of four phases of project implementation:

- (1) Strategic anchoring: Anchoring of the project's focus, expectations regarding effect, plan and relevant actors.
- (2) Facilitation: The project in response to perceived needs, locally and/or regionally, mapping of resources. The work of connecting with relevant actors continues.
- (3) Value creation process: Direction, cooperation, mobilization and networks as sub-processes in the project.
- (4) Results and effects: Consequences of the project for the conservation of cultural heritage, the environment, economy and local communities, including local and regional value creation and sustainable local communities and regions.

Phase (1) The strategic phase

Here we find that particularly clear expectations about effects in the first place have an impact on what focus one has on this later in the project implementation. In several projects, we see that there are clear expectations for connecting culture and the experience industries. In addition, anchoring in the public planning system can be an important premise for successful implementation.

Phase (2) The facilitation phase

In this phase, we have focused in particular on three aspects; (1) The challenge to which the project is intended to respond must be clarified; (2) Binding cooperation with relevant actors and (3) Mapping of cultural heritage resources.

To start with the challenges, a common denominator in several of these projects is that there is a local perceived need to build a clearer local identity and culture-based attractiveness. Although none of the informants mentioned the expression of the comparative advantage, that is very much what it is about. Highlight the advantages that distinguish one place from another, this is where the actors in our projects turn to the cultural heritage. By using cultural heritage as a resource, the intention is to increase the visibility and attractiveness of the place, thereby contributing to economic value creation.

In this way, these projects activate and highlight cultural heritage as a resource for responding to the challenges faced locally and to some extent also regionally.

Phase (3) The value creation phase

After the scope for project development has been sufficiently defined and clarified, through mapping of resources and interest among relevant actors, expectations for the project can be operationalized in specific activities. The project must be organized, a project group assembled, networks built and strategies developed for profiling and marketing. In this phase, the premises for what effects one can expect to achieve, are specified.

We find that participation in the project group can be of great importance to acquire ownership of the project. If a good project implementation is to be ensured, it is important to connect the cultural actors close to the industry actors.

Profiling and marketing are also an important prerequisite for successful project implementation.

Stage (4) Results and Effects

Based on the discussions related to the three previous phases, we see positive effects for both conservation and safeguarding of cultural heritage, social impact, the environment and the local community in all the selected projects. However, the work to prepare clear indicators for this, seems to be less defined.

Results and effects

Results and effects can occur in both the short and long term, as well as be qualitative and quantitative. Results and effects that are qualitative and that only appear in the long term, may be more difficult to isolate and identify than those that appear in the short-term. As such, an impact evaluation for most of these projects will be characterized more by prognosis than by real impact assessment. In this we will look at what is defined as broad value creation, with effects of an environmental, cultural and social nature. In addition, we will also look at any economic effects. We ask, among other things:

- What results have the individual projects yielded in the short term?
- What does the impact picture look like, defined by environmental, cultural, social and economic standards?

Findings

In principle, the vast majority of the members of the project teams seems conscious that the project should result in a product that can last for a while, rather than just being a short term project. As such, the results are a measure of the specific products a project produces.

In general, we find that the project teams show a large ability to implement. When it comes to measuring results, however, a difference emerges between the projects that define themselves as pre-projects and those that are intended to realize their potential in a main project. The objectives and expectations in the pre-projects were more in the nature of preparing for a main project and, not least, conducting a survey in order to assess the potential for a main project. In the other projects, the results appear to be largely directly linked to what had been defined as the project's ambition, in the short term.

Effects

Qualitative effects such as attractiveness building and identity are variables that are affected by many factors, and the effects occur over a longer time span. This makes it challenging to uncover effects, especially of recently completed projects. There are also many conditions that change at the same time, and it can be challenging to isolate the effects of these projects. In this respect, it becomes more to refer to assumptions about effects.

None of the caseprojects had developed a defined methodology for measuring qualitative long-term effects. However, if we link the success factors in the three phases we have reviewed, we are approaching a documentable methodology for, or indicators of, a successful project implementation. In other words, the three project phases lay the foundation for effects.

Part 3. Input to framework in order to measure results and effects from completed KAO projects

To the extent that the county council wishes that projects supported through KulturArvOpplevelser should support the strategic initiatives of the county municipality and the role of regional administration as a community developer, clear strategic assessments should be made when considering applications for grants. Priority could be given projects that initially, have the ambition to contribute to effects beyond the project itself, in the form of contributing to local and regional community development. Criteria for selection could be, for example, to look at the potential of the applicant projects to mobilize, build networks and create together, thus giving direction to social development.

In this regard, it also seems relevant to assess the extent to which the projects that receive support from KulturArvOpplevelser are rooted in strategic plans at the municipal and/or county level. In the evaluation, we can see a need for, or at least a potential for, the county authorities, via the grant scheme, to a greater extent to support the direction the municipalities have chosen in their planning, by making some demands for or requesting links between the project and the municipality in question.

A common feature of the projects that receive grants through KulturArvOpplevelser seems to be that it is the local community actors who mobilize to activate cultural heritage as a resource into different experience situations and industries. In this, there seems to be considerable potential for further effects by ensuring an anchoring of these projects into municipal – and/or county municipal plans or action strategies. At the same time, there also seems to be great potential in most projects with grants, to mobilize, build networks and co-create with other players. As we assess it, the county should, to a greater extent, demand this, and guide the applicants in this direction. This should take place during the establishment of the project, and be requested during the application.

Eventually, what we can say for sure, is that the grants prove to be of great inspiration and use, and that many local entrepreneurs and enthusiasts, who want to create value based on local cultural heritage resources, are highly grateful for KulturArvOpplevelser.

1 Innledning

I denne evalueringen utforsker vi strategier for å måle og forstå effektene av tilskuddene tildelt under KulturArvOpplevelser, administrert av Viken fylkeskommune, samt hvilket rammeverk effektmåling skjer innenfor. Prosjektet er tredelt. I første del kartlegger vi effekter rapportert inn fra avsluttede prosjekter som har mottatt tilskudd under ordningen. I andre del gjør vi en følgeevaluering basert på et utvalg av prosjekter kartlagt i del 1 og søker å identifisere hvilke effekter disse gir og i hvilken grad det i de utvalgte prosjektene ligger inne et rammeverk for å operasjonalisere og måle effekter. I tredje del gir vi innspill til et rammeverk for å kunne identifisere og måle resultater og effekter av prosjekter med tilskudd fra ordningen. Disse innspillene tar utgangspunkt i våre vurderinger av prosjektimplementeringen vi har fulgt særlig i del 2 av prosjektet.

Evalueringens overordnede formål er å vurdere fylkeskommunens arbeidsmetoder og virkemiddelbruk innenfor tilskuddsordningen, samt synliggjøre muligheter for justering av prosessene for søkning og rapportering. Fra Viken fylkeskommunes side, er det ønsket om en følgeforskning for å kunne utvikle tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser (KAO) videre.

1.1 Problemstillinger i prosjektet

Problemstillingene og evalueringen er delt inn i tre deler:

Del 1: Hvordan har prosjektansvarlige slutt rapportert fra prosjekter som er gitt tilskudd under KAO-ordningen når det kommer til resultater og effekter? Skilles det mellom resultater og effekter, og i så fall, hva kjennetegner effektrapporteringen? Her vil vi ha et særlig fokus på kvalitative, men også kvantitative, effekter. Utover de rent økonomiske, kan dette handle om mobilisering av aktører, både i prosjektene og utenfor, effekter for kulturmiljøet knyttet til formidling og bevaring, etablering av nye samarbeid eller nettverk, inkludert både private og offentlige aktører, potensialet for videreføring av prosjektet eller andre ventede eller uventede effekter.

Del 2: Her har vi trukket et utvalg på 7 prosjekter blant de som ble kartlagt i del 1 og sett i hvilken grad man i disse har utviklet egne modeller eller prosesser for å måle særlig kvalitative effekter. Metodisk har vi vurdert hvilke aktiviteter som er utviklet innenfor rammene av de enkelte prosjektene, og hvilke resultater og effekter som synes å følge av disse, både på kort og noe lengre sikt. Spørsmålet er i hvilken grad og hvordan man legger til rette for særlig kvalitative effekter i utviklingen og gjennomføringen av prosjektet, og i dette, om det er utviklet modeller for måling eller vurdering av disse? Hensikten er å fremvise gode eksempler på prosjektimplementering, med hensyn på effektvurdering. Hvordan vi definerer de kvalitative effektene vil vi komme tilbake til nedenfor, men kort fortalt handler dette blant annet om miljømessige, kulturelle eller sosiale effekter. Prosessuelle modeller som legger til rette for å realisere denne type verdier kan være deltakelse og nettverksbygging, herunder forankring av prosjektet generelt, i tillegg til blant annet strategier for formidling og markedsføring.

Del 3: Med utgangspunkt i evalueringene og analysene av de slutt rapporterte prosjektene, særlig de vi har gått inn på i del 2, gir vi i del 3 innspill til et rammeverk for å kunne måle resultater og effekter av gjennomførte KAO-prosjekter, som går utover de rent økonomiske. Dette vil vi organisere ut fra ulike faser i prosjektimplementeringen. Prosessbeskrivelsen er derfor viktig, for å lage et rammeverk rundt effektforståelsen.

1.2 Om programmet og ordningen KulturArvOpplevelser

KulturArvOpplevelser er, ifølge nettsiden til Viken fylkeskommune, en «tilskuddsordning som skal bidra til utvikling av opplevelser basert på kultur- og naturarven, lokale ressurser og råvarer, som bidrar til verdiskaping i bred forstand». ¹ Dette innebærer at prosjektene, utover det økonomiske, skal ha positive effekter på «områder som forvaltning av kultur- og naturarven, mobilisering og engasjement i lokalbefolkningen, økt kunnskap eller kompetanse, mv.» ² I denne sammenhengen impliserer dette at prosjektene også skal ha en positiv innvirkning på forvaltningen av kultur – og naturarv, mobilisere og skape økende entusiasme i befolkningen, øke kunnskapsnivået med videre. Dette plasserer ordningen som et virkemiddel for å nå mål innenfor et bredt spekter av politikkområder, både knyttet til kulturmiljø, næringsutvikling, reiseliv, by- og stedsutvikling, folkehelse med videre, samtidig som ordningen kan bidra til å stimulere til aktivitet som bygger opp under fylkeskommunens rolle som regional samfunnsutvikler.

I formålsbestemmelsene for ordningen vises det til mobilisering og engasjement i befolkningen, som er viktige sider ved fylkeskommunens regionale samfunnsutviklerrolle. Samtidig er det referanse til FNs bærekraftsmål. ³

I 2021 ble ordningen videreutviklet til i større grad å legge vekt på bred verdiskaping. I dette ligger en synliggjøring av samspillet mellom ulike former for verdiskaping som i sum er ment å legge grunnlaget for en bærekraftig stedsutvikling. ⁴ Dette begrepet har til hensikt å synliggjøre samspillet mellom ulike former for verdiskaping i arbeidet med en mer bærekraftig stedsutvikling og regional samfunnsutvikling (Haukeland og Brandtzæg 2019). Tilskudd fra ordningen er ment å ha effekter utover de økonomiske. KulturArvOpplevelser ble evaluert av Agenda Kaupang og Insam, på oppdrag fra Viken fylkeskommune. I rapporten som ble lagt frem i januar 2023, vises det til at ordningen bidrar blant annet til mer tverrfaglighet i møte mellom kulturarv og næringsliv.

Bredden blant de prosjektene som har fått tilskudd fra ordningen, er stor. Felles er at de alle på en eller annen måte søker å skape verdier med utgangspunkt i lokal kultur- og naturarv, lokalmat og lokalhistorier. Både kommuner, regionråd, institusjoner, organisasjoner, destinasjonsselskap og organisasjoner med destinasjonsfunksjon kan søke. Ekskludert er enkeltbedrifter, som ikke kan søke alene. De har imidlertid mulighet til å inngå i prosjektsamarbeid med andre aktører. Søker må være en juridisk enhet. ⁵

Ordningen ble etablert av Buskerud fylkeskommune i 2018 og videreført av Viken fylkeskommune etter sammenslåingen av Akershus, Buskerud og Østfold fylkeskommuner. I perioden 2018 til 2021 ble det innvilget 46 søknader om tilskudd under ordningen, mens det i 2022 ble innvilget 13 og i 2023, 10, pr.01.12. Det kan søkes om støtte på opptil 50 prosent av kostnadene. Dette gjelder både forprosjekt og hovedprosjektet. Mottakere av tilskudd rapporterer tilbake til Viken fylkeskommune om bruken.

KulturArvOpplevelser er inne på statsbudsjettets post 77, *Tilskot til verdiskapingsarbeid på kulturminneområdet*, som et av flere verdiskapingsprosjekter i regi av fylkeskommunene.

KulturArvOpplevelser kan, med utgangspunkt i ordningens formål og utforming, delvis leses som en operasjonalisering av fylkeskommunens rolle som regional samfunnsutvikler. For at

¹ [KulturArvOpplevelser - kulturarv, natur og opplevelser i skjønn forening - Viken fylkeskommune](#)

² [KulturArvOpplevelser - kulturarv, natur og opplevelser i skjønn forening - Viken fylkeskommune](#)

³ [Retningslinjer for tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser 2023 - Viken fylkeskommune](#), lest 28.10.2023, punkt 3.3.

⁴ Haukeland og Brandtzæg (2019)

⁵ [Retningslinjer for tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser 2023 - Viken fylkeskommune](#), lest 28.10.2023, punkt 2.2.

fylkeskommunene skal lykkes i denne rollen må de ifølge Meld.St.18 om *Berekraftige byar og sterke distrikt*: (1) Gi strategisk retning til samfunnsutviklingen (2) Mobilisere privat sektor, kulturliv og lokalsamfunn og (3) Samordne og koordinere offentlig innsats og virkemiddelbruk (Meld.St.18, 2016-2017:57, Hofstad mfl. 2015). Gjennom tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser, støtter fylkeskommunen nettopp en mobilisering blant lokale aktører som ønsker å koble kulturarv opp mot opplevelser og næringsutvikling.

Samtidig vil det kunne ligge et element av samordning og koordinering i de prosjektene som kvalifiserer for tilskudd under KAO-ordningen. Dette kan være viktig ikke minst innenfor kulturarvfeltet, hvor en aktiv verdiskapingsstrategi kan forandre både horisontal tverrsektoriell samordning innenfor forvaltningen og vertikal koordinering på tvers av forvaltningsnivåene. I tillegg kommer samarbeid mellom private og offentlige aktører (Jamfør Holm 2015). En rekke prosjekter med støtte fra KAO er da også sektorovergripende og bygger på tverrfaglige program for tilrettelegging av særlig reiselivsopplevelser med utgangspunkt i kulturarv. Administrativt og finansielt er ordningen et samarbeid mellom de fylkesadministrative rådsområdene næring/reiseliv og kultur og mangfold (kulturminner). I dette ligger potensielt muligheter for å samordne og koordinere innsats. Spørsmålet vi tar med oss over i denne følgeforskningen, er hvilken effekt prosjektene med tilskudd fra ordningen, synes å ha både i forhold til å mobilisere privat sektor, kulturliv og lokalsamfunn, i tillegg på området samordning og koordinering av offentlig innsats og virkemiddelbruk.

1.3 Føringer i utformingen av ordningen

I henhold til Vikens retningslinjer for tilskudd etter ordningen,⁶ må tilskuddet fra ordningen være avgjørende for at prosjektet realiseres. Det må også innfri forventningene nevnt i avsnittet ovenfor, herunder formål rettet inn mot bred verdiskaping. I tildelingskriteriene heter det at prosjektet skal gi «positive effekter på områder som forvaltning av kultur- og naturarven, mobilisering og engasjement i lokalbefolkningen, økt kunnskap og ferdigheter og/eller kompetanse, mv».⁷ Prosjektets mål, delmål og resultater skal også være tydelig beskrevet og «disse skal være tallfestet eller på annen måte gjort målbare så langt som hensiktsmessig.»⁸ Her ligger det med andre ord en klar forventning om kvantifiserbare eller i allefall målbare resultater, så langt dette er hensiktsmessig. Dette sender noen tydelige signaler om å oppnå noe konkret. Det vises i tildelingskriteriene ikke tilsvarende til prosjektets effekter.

Samtidig vises det under tildelingskriteriene som gjaldt i 2022, både til at søker må beskrive hvordan prosjektet bidrar til *økonomisk verdiskaping*, samt i neste punkt, hvordan prosjektet gir *positive effekter på områder som forvaltning av kultur- og naturarven, mobilisering og engasjement i lokalbefolkningen, økt kunnskap eller kompetanse, mv.*⁹

Her er det en endring i retningslinjene fra 2022 til 2023, i det en viser til effekter i 2022, men ikke etter revideringene i 2023. Uansett må prosjektene både rapportere på resultater og effekter i skjemaet for sluttbetalingsanmodningen.

⁶ [Retningslinjer for tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser 2023 - Viken fylkeskommune](#), lest 28.10.2023, punkt 3.1.

⁷ [Retningslinjer for tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser 2023 - Viken fylkeskommune](#), lest 28.10.2023, punkt 3.3.

⁸ [Retningslinjer for tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser 2023 - Viken fylkeskommune](#), lest 28.10.2023, punkt 3.3.

⁹ [retningslinjer-tilskuddsordning-ka0-2022.pdf \(viken.no\)](#)

Prosjektene er i henhold til tildelingskriteriene ment å ha et regionalt eller lokalt nedslagsfelt. Det oppfordres til tverrsektorielt samarbeid og/eller samarbeid på tvers av kommune- og regiongrenser, men dette er ikke et krav.

Utover dette kan prosjektene være formulert enten som et forprosjekt eller et hovedprosjekt. Budsjettet skal i henhold til retningslinjene, være aktivitetsbasert. Man gir ikke tilskudd til drift. Støtten fra Viken skal være utløsende når det kommer til å få prosjektet realisert.

1.4 Følgeforskning basert på tidligere erfaringer

I evalueringen gjort av Kaupang Agenda og Insam i 2022, vises det til at det hefter betydelig usikkerhet knyttet til måloppnåelse, resultater og samfunns- og brukereffekter knyttet til KulturArvOpplevelser (Kaupang Agenda og Insam 2022:58). I noen grad kan dette knyttes opp mot at det er for tidlig for særlig de nyeste prosjektene å se de langsiktige effektene. Samtidig finner Agenda Kaupang og Insam at tilskuddene har gitt en bedre forvaltning av kulturarv i de aktuelle prosjektene, samt i noen grad bidratt til noe økt kunnskap og formidling. Gjennom tilskuddene fra KulturArvOpplevelser viser evalueringen at det også har vært en økning i graden av tverrfaglig samarbeid innenfor områdene kulturarv og næring.

Dette vurderes imidlertid av Kaupang Agenda og Insam som nokså prosjektnære effekter, i det de i stor grad knytter seg til de deltakende aktørene og tilhørende aktiviteter (Kaupang Agenda og Insam 2022:58). De mer langsiktige effektene, med ringvirkninger for regionen og samfunnet, fremstår som mer usikre. En av forutsetningene for de mer langsiktige effektene kan synes å være at prosjektet utløser nye aktiviteter, etter at hovedprosjektet er avsluttet. Dette er imidlertid slik Kaupang Agenda og Insam finner det, i varierende grad tilfelle.

1.5 Rapportens disposisjon

I neste kapittel gjør vi rede for analysestrategier og metodedesign. Dette er delt inn i det som ovenfor ble beskrevet som delene 1 og 2. De syv utvalgte caseprosjektene vi tar utgangspunkt i, i del 2, er kort beskrevet i vedlegg 1. I kapittel 3 gjør vi en evaluering av de 33 prosjektene med tilskudd fra ordningen som pr 1. oktober 2023 hadde ferdigrapportert på sitt prosjekt. I kapittel 4 følger del 2, med en prosessevaluering av 7 prosjektcase. Her er hovedfokus på prosjektprosess og tilrettelegging for måling av kvalitative effekter.

I kapittel 5 følger del 3, hvor vi med bakgrunn i analysene i delene 1 og 2, gir innspill til et rammeverk for å kunne måle resultater og effekter fra prosjekter gjennomført med tilskudd fra KulturArvOpplevelser.

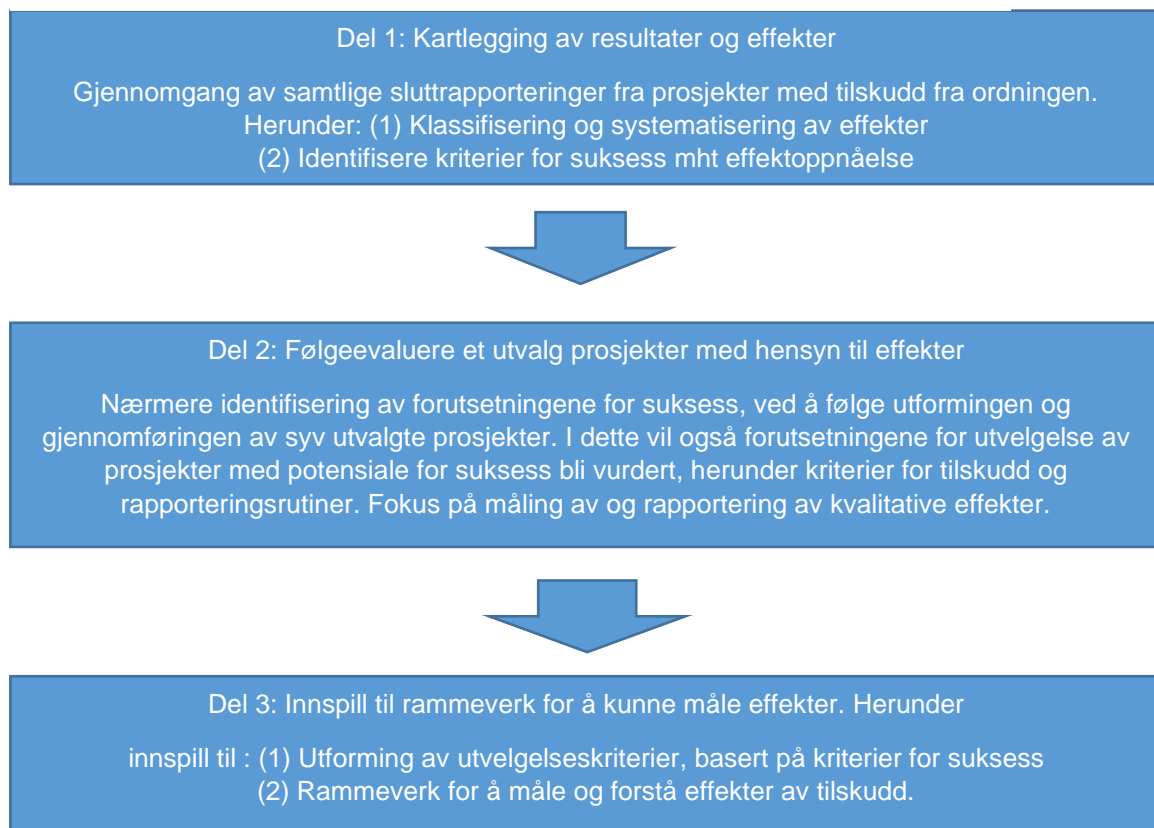
2 Evalueringsstrategi og metodedesign

I dette kapitlet vil vi først gjøre rede for evalueringsstrategien som er grunnlaget for prosjektet. Deretter vil vi gi en oversikt over metodedesignet og hvilke data vi har basert evalueringen på.

2.1 Evalueringsstrategi

Problemstillingene i prosjektet og rekkefølgen av disse kan systematiseres som i figur 2.1. Hovedfokuset er på kvalitative effekter, og prosessbaserte modeller for å oppnå og måle dette. Figuren illustrerer hvordan prosjektets tre deler bygger på hverandre.

Figur 2.1: Evalueringsstrategi, illustrert ved prosjektets tre deler.



I del 1 gjennomgås samtlige sluttrapporter fra prosjekter med tilskudd fra ordningen. Dette legger det kunnskapsmessig grunnlag for å identifisere effekter fra prosjekter under ordningen og klassifiseringen av disse. Vi vil ha et særlig fokus på kvalitative effekter, hvordan disse eventuelt er operasjonalisert, dokumentert og målt. Samtidig vil vi også se på kvantitative og kvalitative resultater. Vi har i del 1 i noen grad systematisert prosjektene med hensyn til tiltak og metoder. Vi har imidlertid begrenset mulighet til å gå i dybden i denne første fasen, når det kommer til å etterprøve hvordan man legger til rette for effektmåling, gitt at vi kun baserer oss på sluttrapporteringene.

Evalueringen av hvordan kvalitative resultater og effekter omtales, vil nyttiggjøre seg begrepet *bred verdiskaping*, som strategi for å identifisere prosjektets betydning for utvikling av en bærekraftig lokal og regional samfunnsutvikling (Haukeland og Brandtzæg 2019). I dette ligger en ambisjon om å synliggjøre samspillet mellom ulike sider ved

verdiskapingsprosessen. Dette kan både omfatte kvalitative verdier, som sosiale, kulturelle og miljømessige verdier, og mer kvantitative resultater og effekter, som økt inntekter eller flere nyetableringer I sum definerer dette effektene av de ulike tiltakene med tilskudd fra KAO.

Kunnskap ervervet i del 1 vil legge grunnlaget for å velge ut prosjekter for del 2. Avhengig av hvordan effektene er dokumentert og rapportert både overfor brukere og regioner, har vi valgt ut prosjekter som i ulik grad prosessuelt har lagt et grunnlag for å evaluere effekter. Dette kan være gjennom etablerte modeller for forankring, samordning og nettverk, som vi antar er sentralt i en effektevaluering. Potensialet for videreføring av prosjektet vil også være relevant her. Samtidig har vi valgt ut et par prosjekter hvor det har vært utfordringer knyttet til effektoppnåelse, for slik å illustrere barrierer for suksess.

I del 3 summerer vi opp hovedtrender i evalueringen og foreslår et rammeverk for effektmåling for prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser. Ordningens formål og kriteriene for å få tilskudd vil benyttes som referanseramme for å vurdere i hvilken grad effektmålene i de foreliggende tilskuddsrapporteringene gir tilstrekkelig informasjon på de mål og hensyn tilskuddene er ment å ivareta, særlig med vekt på de kvalitative effektene. Dernest, hvordan kan et rammeverk for effektmåling defineres, slik at tilskuddsgiver sikres de effektmål som er hensiktsmessig?

2.2 Evalueringsstrategier og effektvurdering

Prosjekter kan både ha kvantitative og kvalitative resultater og effekter. De vil dels inntreffe på kort eller lengre sikt, og kunne tilfalle enkeltpersoner eller grupper av personer, eller har et bredere nedslagsfelt, lokalt og/eller regionalt/nasjonalt.

Veien fra tilskudd til effekt går gjennom flere faser. Det er derfor viktig å ha et blikk på hele implementeringskjeden, helt fra prosjektet forankres til aktiviteter defineres og gjennomføres. Premissene for effekter kan i mange tilfeller antas å legges tidlig i prosessen.

Effektmåling er komplekst. Noen effekter kan være kvantitativt målbare, i form av konkret inntjening, besøkstall, arbeidsplasser eller tilsvarende. Noen av disse kan være målbare på kort sikt, og vil kunne ha et definert og avgrenset nedslagsfelt. Andre effekter vil være mer kvalitative og bygges opp over lengre tid, som mobilisering, økt attraktivitet, omdømme, identitet og miljøkvaliteter. Da er vi over i effekter som kan tilfalle et større geografisk område, som kommunen eller regionen. Disse kan være mer krevende å måle. Gitt at mange av prosjektene er ettårige, vil effekter kunne falle utenfor prosjektet i tid. Der man sporer *nye aktiviteter* som følger rett etter prosjektslutt, vil det også være en viktig effektindikator. Det samme gjelder *ny/økt kompetanse* som er utviklet blant deltakerne og brukerne, nye nettverk og samarbeidserfaringer, og møteplasser som er etablert og utviklet i prosjektperioden, både blant deltakere/brukere lokalt og regionalt. I dette kan det ligge langsiktige effekter som kan opprettholdes/videreføres etter prosjektperioden.

Man skiller ofte mellom brukereffekter og samfunnseffekter. Brukereffekter vil i mange tilfeller være en aktivitets primære effekter. Dette er effekter som tilfaller en gitt målgruppe, som kan være brukerne av en gitt attraksjon eller virksomhet, men også et konkret produkt eller marked. Samfunnseffektene er bredere og ofte mer langsiktige. Her er målgruppene ikke like klart definert, og det kan være krevende å måle effekter.

2.3 Strategier for resultater og effekter

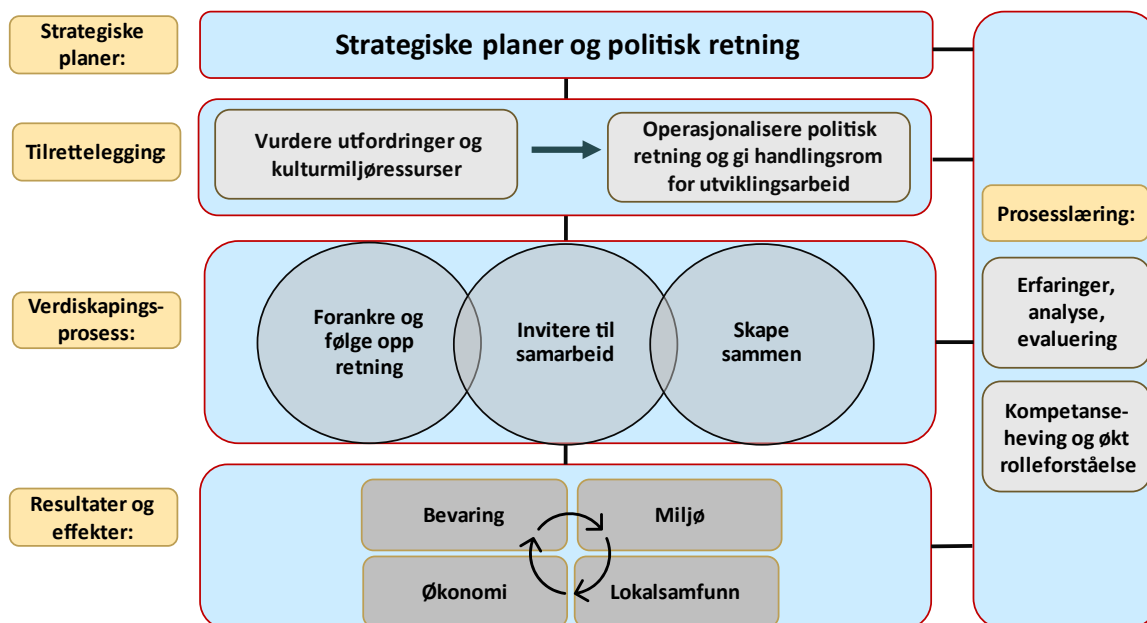
For å strukturere de ulike faser verdiskapende prosjekter kan gå igjennom, med utgangspunkt i kulturmiljøer som ressurs, har Riksantikvaren i samarbeid med By- og regionforskningsinstituttet NIBR jobbet frem en modell vi vil anvende i dette prosjektet.¹⁰ Modellstrukturen er ment å integrere prinsippene om bred verdiskaping. Ideen her er å illustrere faser og sammenhenger som enkeltstående prosjekter med tilskudd under KulturArvOpplevelser gjennomgår på veien fra prosjektide til effekter. Denne er fremstilt i figur 2.2. nedenfor. Gjennomgangen og diskusjonen av enkeltprosjekter vil følge logikken i modellen.

Et viktig utgangspunkt er hvordan fylkeskommunen, gjennom en tilskuddsordning som KulturArvOpplevelser, bidrar til å ivareta noe av intensjonene til grunn for regionreformen, med dens vekt på oppgaveoverføring, demokratisering, mobilisering og samfunnsutviklerrolle. Som et ideologisk grunnlag, kan dette bidra til å legitimere ikke bare prosjekter initiert av fylkeskommunen eller kommunene, men også når fylkeskommunen innenfor en ordning som KulturArvOpplevelser gir tilskudd til prosjekter initiert av andre. I dette ligger en ideologisk forankring i ønsket om regional samfunnsutvikling, i dette tilfellet ved å koble kulturopplevelser og opplevelser.

Intensjonen er blant annet å illustrere i hvilken grad og i tilfelle hvordan, utviklingsprosjekter som kombinerer kultur og opplevelser kan inngå i prosesser som leder frem mot lokal og regional samfunnsutvikling. En forventning er at det fra Viken fylkeskommunes side, gjennom søknadsbehandlingen, gjøres strategiske vurderinger som gir politisk retning og prioritet når det gjelder hvilke prosjekter som vurderes å kvalifisere for tilskuddsordningen for KulturArvOpplevelser. Dette vil innebære at fylkeskommunen kan gi prioritet til prosjekter som, i allefall i utgangspunktet, har en ambisjon om å bidra til effekter utover prosjektet selv, i form av lokal og regional samfunnsutvikling. Her ser man blant annet til søkerprosjektets potensiale for å mobilisere, bygge nettverk og skape sammen, og slik gi retning til samfunnsutviklingen. I denne forbindelse er det relevant å vurdere i hvilken grad prosjektene som får støtte fra KulturArvOpplevelser synes forankret i strategiske planer på kommunalt og/eller fylkeskommunalt nivå. I hvilken grad ligger forventninger om effekter og ikke minst det utfordringsbildet prosjektene adresserer, innenfor de kommunale og/eller fylkeskommunalt prioriterte områdene? Dette skal vi ta videre med oss inn i casestudien i del to av prosjektet.

¹⁰ Tvedt, Holm og Hanssen, NIBR-notat, kommer 2024. Også presentert på Riksantikvarens høstmøte 2023.

Figur 2.2: Modell for lokale og regionale utviklingsprosjekter basert på kulturmiljø som ressurs



Kilde: Tvedt, Holm og Hanssen, Nibr-notat, kommer 2024.

I tilretteleggingsfasen synliggjør søkere av tilskudd hvordan de tenker å ta i bruk kulturmiljøer for å styrke eller skape en kulturmiljøbasert opplevelsesnæring. Dette blir i praksis en form for operasjonalisering av den retningen som ligger inne i de strategiske retningsvalgene som ligger i prosjektene i utgangspunktet. Et spørsmål blir hvordan kulturmiljø, kombinert med andre tilgjengelige ressurser og virkemidler, kan aktiviseres for å møte de lokale eller regionale samfunnsutfordringer som strategiske kommunale og/eller fylkeskommunale grunnlagsdokumentene identifiserer, og derigjennom i hvilken grad prosjektene som gis støtte via KulturArvOpplevelser bidrar til å møte disse.

Prosjektene med støtte fra KulturArvOpplevelser vil i ulik grad og på ulik måte gi effekter sentrale for en lokal og regional samfunnsutvikling. I modellen defineres prosjektkjennetegn man kan anta vil stå sentralt i en verdiskapingsprosess. Således antar vi at forankring og strategisk retning på prosjektene vil være en viktig dimensjon ved prosjektenes verdiskapende potensiale. Samarbeid, samskaping og nettverksbygging med andre aktører, spesielt med fokus på å koble kulturmiljøer opp mot opplevelsesnæringer, er andre dimensjoner vi antar vil kunne ha verdiskapende potensiale i denne sammenhengen. Dette kan handle om mobilisering, både på tvers av sektorer i den offentlige forvaltningen eller opp mot sivilsamfunn, næringsaktører med videre.

I sum gir dette oss viktige prosessmarkører når vi skal indentifisere hvordan det i prosjektutviklingen er lagt til rette for å måle resultater og effekter. Her vil eksempelvis bygging av nettverk både legge et grunnlag for samskaping, men samtidig kunne være en indikator på hvilket nedslagsfelt prosjekters resultater og med det effekter, vil kunne ha. Det samme kan en anta når det kommer til prosjekters mobiliseringspotensiale opp mot enkeltpersoner og sivilsamfunn. Jo mer et prosjekt mobiliserer, jo større kan potensiale for eventuelle positive effekter antas å være.

Resultater og effekter av et prosjekt kan finne sted langs mange dimensjoner. I figuren har vi begrepsfestet fire som kan antas å stå sentralt i lys av lokal og regional samfunnsutvikling,

og koblingen mellom kulturmiljø og opplevelser. Prosjektene resultater og effekter kan for det første rette seg mot bevaring av kulturmiljøer eller kulturarv. Dette omfatter både materiell kulturarv, som et gitt bygningsmiljø, eller immateriell kulturarv, som slåtteteknikker, sagn og fortellinger. For det andre kan prosjektets resultat og effekt handle om økonomiske størrelser. Dette kan på kort sikt finne sted i form av økt omsetning, mens effektene på lang sikt kan handle om styrket næringsgrunnlag for visse typer virksomheter, eksempelvis produksjon og salg av gitte næringsprodukter.

Prosjekter kan også ha næringspolitiske og miljømessige konsekvenser ved å bidra til å sikre grunnlaget for en næringsvirksomhet i en utkantkommune, og/eller bidra til positive miljømessige konsekvenser som et levende landbruk, at kulturlandskapet holdes i hevd, det beites eller enger slås. Effekter henger sammen i komplekse samspill. Bedret økonomi til en næring, påvirker kulturmiljøet og naturmiljøet, og baner vei for det fjerde forholdet som er nevnt i figuren, lokalsamfunnet. Kobling av kulturmiljøer opp mot opplevelser, kan ha store effekter for et lokalsamfunn, om det i dette ligger økt attraktivitet til stedet, økt besøk, styrket identitet og med det, økt grunnlag for ulike former for næringsvirksomheter. Dette kan bidra til å gjøre lokalsamfunn mer levedyktig på lang sikt.

Denne fremstillingen av verdiskapende resultater og effekter er ikke ment å være sekvensiell. Prosjekter kan sette i gang en rekke prosesser. Disse vil kunne være dels parallelle, dels isolerte og dels uavhengige, og løpe på kryss og tvers, og bare delvis være sammenfallende i tid. Innenfor rammene av dette evalueringsprosjektet vil det ikke være mulig å analysere alle resultater eller effekter et prosjekt måtte ha. Resonnementene som ligger i modellen ovenfor, tar mer mål av seg å fremstille verdiskapings- og bærekraftpotensialet til enkeltprosjekter på en mer stilisert og helhetlig måte, enn det som lar seg spore empirisk.

Hvor stort potensiale er for at fylkeskommunen kan påvirke resultat- og effekterkjeder vil også variere. Et empirisk spørsmål vi vil forfølge her, er i hvilken grad fylkeskommunen gir løpende veiledning i forbindelse med et prosjektarbeid, eller hvorvidt fylkeskommunen begrenser sin rolle i forbindelse KulturArvOpplevelser til å velge ut prosjekter.

Forankring i plan kan vi anta vil være en sentral og i noen tilfeller avgjørende suksessfaktor for verdiskapingsprosjektene. Planene forplikter både kommunale og regionale myndigheter, jf. plan- og bygningsloven §§ 8-2 om virkninger av regional plan og 11-3 om virkninger av kommuneplanens samfunnsdel. Planene legger grunnlaget for samspill mellom virkemidler og innsats og gir handlingsrom og retning til lokalt og regionalt utviklingsarbeid

2.4 Noe viktige begrepsavklaringer

I evalueringen viser vi til noen begreper det er nyttig å operasjonalisere.

Resultater og effekter

I sluttrapporterings skjemaet for prosjektene skiller det fra Viken fylkeskommunes side mellom resultater og effekter. I denne sammenhengen vil vi definere resultater som de konkrete utfallene et prosjekt har, enten det er kvantitativt eller kvalitativt. Dette kan være en konkret aktivitet, som for eksempel en avholdt utstilling, en markedsdag eller et annet arrangement, eller at man har produsert et konkret produkt. Inn under begrepet om resultat faller også enkelte kvantitative størrelser som eksempelvis hvor mange som kom på et gitt arrangement, hvor mange som kjøpte kaffe på en markedsdag og tilsvarende. Dette er utfall som kan analoge med prosjektimplementeringen.

Effekter kan også inntreffe analogt med at prosjektet implementeres, mens kanskje oftere representere en mer langsiktig verdi som følge av prosjektrealiseringen. Slik grenser begrepsbruken mer opp mot konsekvenser av at et gitt prosjekt realiseres. I denne evalueringen vil vi teoretisk skille mellom effekter for brukerne og effekter for samfunnet, selv om dette delvis kan sies å være to sider av samme sak. Effekter for brukerne, vil i neste omgang kunne resultere i bredere samfunnsmessige effekter.

Også effekter kan være både kvantitative og kvalitative. For en bruker, vil kvantitative effekter eksempelvis kunne knytte seg til økt inntjening for den virksomhet vedkommende driver. Kvalitative effekter av et prosjekt kan for en bruker eksempelvis knytte seg til økt opplevelse av tilhørighet, identitetsbygging eller økt kunnskap om et felt.

For et samfunn, lokalt eller regionalt, kan effekter på sikt være både kvantitative og kvalitative, men fremstå mer som en aggregering av de effekter som oppleves av brukerne. Samtidig kan det at et prosjekt har betydning for brukerne, også ha ringvirkninger for samfunnet som helhet. Dette innebærer at også de som ikke tok del i prosjektet isolert sett, kan oppleve en positiv effekt av det. Et eksempel vil være et prosjekt som skaper aktivitet, i form av økt handel og flere besøkende til et sted. Gjennom de mer langsiktige effekter dette kan gi for stedets attraktivitet, både for besøkende og de som bor der, vil det kunne oppstå samfunnsmessige ringvirkninger av et prosjekt, som kommer hele lokalsamfunnet til gode.

Addisjonalitet

Et prosjekts addisjonalitet beskriver de effekter som kan tilskrives programmets støtte til et gitt prosjekt, og som ikke hadde funnet sted om støtten ikke hadde vært gitt. I denne evalueringen avgrensers vi dette til å vurdere om prosjektene hadde blitt realisert uten tilskuddet.

Addisjonalitet omhandler den grad av merverdi, som følger av en innsats, og på hvilken måte merverdien fremstår. Dette knyttes til en vurdering av differansen til det kontrafaktisk, om hva som ville skjedd om den offentlige støtten til prosjektet ikke hadde kommet. I denne evalueringen kan addisjonalitet operasjonaliseres langs tre dimensjoner:

Ressursaddisjonalitet – Har tilskuddene til prosjektene utløst større ressurser enn prosjektmidlene? Vi spør:

- Ville prosjektet startet opp og blitt gjennomført uten tilskuddsmidler?
- Ville prosjektet startet opp og blitt gjennomført på et senere tidspunkt?
- Har tilskuddsmidlene utløst andre midler til prosjektimplementeringen?
- Har prosjektet resultert i etableringen av nye nettverk eller samarbeid mellom sektorer eller aktører?

Adferdsaddisjonalitet – Har prosjektene med tilskudd gitt endring i aktørers adferd? Vi spør:

- Har prosjektet mobilisert flere aktører enn i en situasjon hvor prosjektet ikke hadde blitt realisert?
- Har prosjektet bidratt til kompetanseheving blant deltakerne tilknyttet prosjektet?

Resultataddisjonalitet – Hadde resultatene fremkommet uten tilskudd til prosjektene? Vi spør:

- Har det at prosjektet ble gjennomført bidratt til nye prosjekter eller tiltak, som ellers ikke ville ha kommet eller blitt lansert?

- Har støtten utløst, fremskyndet eller forsterket en utviklingsprosess, der opplevelser basert på kulturarv bidrar til verdiskapende bærekraft, lokalt og/eller regionalt?

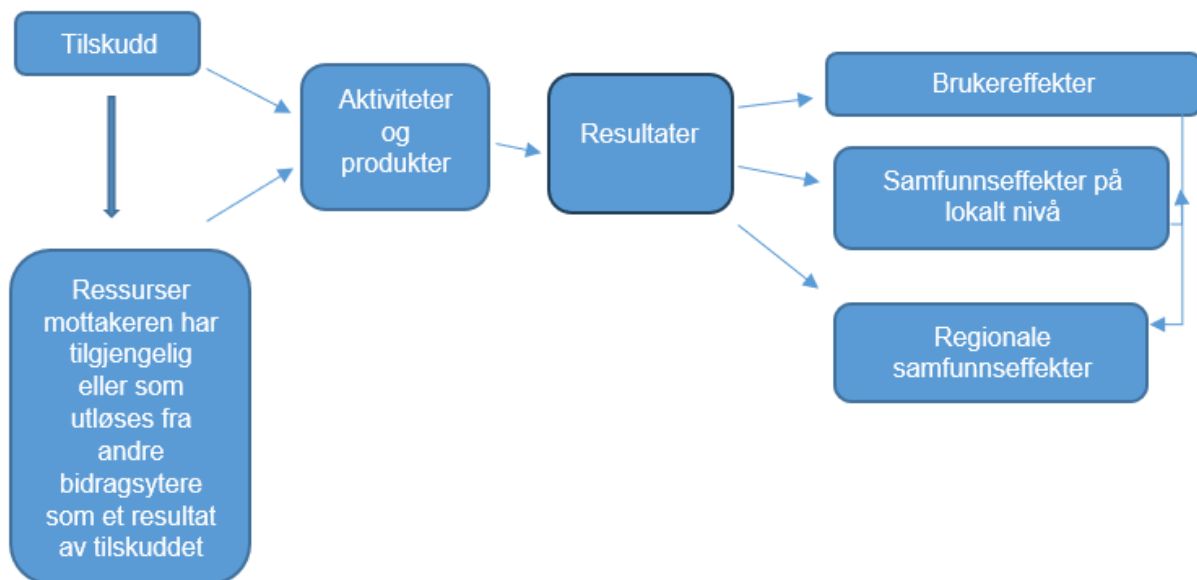
Selv om det kan være vanskelig å klart besvare disse problemstillingene knyttet til addisjonalitet, vil vi i drøftingene i del 3 komme tilbake til hvilken forskjell tilskuddet synes å gjøre når det kommer til de ulike formene for addisjonalitet.

2.5 Del 1 – analysemodell og datagrunnlag

2.5.1 Enkel analysemodell

I del 1 av evalueringen er vårt datagrunnlag basert på resultater og effekter som de prosjektansvarlige selv oppgir i sine sluttrapporteringer. Dette gir ikke grunnlag for en så detaljert evaluering som vi legger opp til i del 2. Vi vil derfor i større grad forholde oss til en enkel effektmodell, her i del 1. Dette er illustrert i figur 2.3.

Figur 2.3: Effektmodell, fra tilskudd, via aktiviteter, til effekter.



Her tenker vi oss at tilskuddet både bidrar til konkrete aktiviteter, samtidig som det også kan utløse ressurser mottakeren selv har eller klarer å skaffe fra andre bidragsytere. Ressurser i denne sammenhengen kan utøver økonomiske tilskudd, også være kompetanse, personell, kulturarv, materiell og immateriell og annet. I sum vil dette danne grunnlaget for utvikling av aktiviteter eller produkter. Disse vil igjen kunne gi visse resultater og effekter. Figuren er ment å illustrere hvordan disse effektene dels kan rette seg mot brukerne, dels representere lokale og/eller regionale samfunnseffekter.

I denne første delen går vi ikke inn i selve prosjektimplementeringsprosessen. Vi har imidlertid tatt med i evalueringen resultater fremskaffet av aktivitetene, for slik å sette effektene mer i perspektiv.

2.6 Sluttrapporteringer fra samtlige prosjekter

Datagrunnlaget er trukket ut fra de i alt 59 prosjektene som har fått tilskudd så langt under ordningen, det vil si fra 2018 til og med 2022, og som er avsluttet med sluttrapportering pr. 1.

oktober 2023. Dette utgjør i alt 33 prosjektet. Disse utgjør datagrunnlaget i del 1. Ingen av de prosjekter som har fått tilskudd i 2023 var ferdigrapportert pr 1. oktober 2023 og er derfor ikke med denne analysen.

Blant de 33 prosjektene som danner grunnlag for denne kartleggingen, er 18 organisert i privat regi. Kommunen står som prosjekteier av fem, mens Visit-selskaper står som eier av 4. Disse siste kan være organisert med kommunalt eierskap, for eksempel Visit Hvaler og Fredrikstad. Ulike ideelle foreninger er prosjekteier av 5 av de 33 prosjektene vi ser på i denne studien. Dette går også frem av følgende tabell.

Tabell 2.1: Prosjekteier av de prosjektene som har fått tilskudd fra KulturArvOpplevelser og som var ferdigrapportert pr 1. oktober 2023.

Prosjekteier	Antall i utvalget (1)
Private aktører	18
Kommuner	5
Annen offentlig aktør	1
Visitselskaper	4
Ideelle foreninger	5
Sum	33

(1) Merk at tre prosjekter har fått tilskudd to ganger. I tabellen er hvert tilskudd regnet med)

Totalt har også minst 6 status som forprosjekter. De aller fleste av prosjektene ligger dessuten i det tidligere Buskerud.

Tabell 2.2: Ferdigrapporterte prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser og som var ferdigrapportert pr 1. oktober 2023, fordelt på år for tilsagnet.

År	Antall
2018	7
2019	10
2020	9
2021	6
2022	1
Sum	33

Sluttrapportene er hentet ut fra regionalforvaltningens saksbehandlingssystem.

2.7 Del 2 - Dybdestudier og utvalg

2.7.1 Utvalg – 7 caseprosjektet

I del 2 har vi valgt ut 7 prosjekter blant de som inngår i datagrunnlaget i del 1, for å følgeevaluere disse med hensyn til kvalitative effekter. De syv er valgt ut for å representere ulike organisatoriske grep når det kommer til prosjektimplementering. Samtidig er det en metodisk utfordring når det kommer til å få frem bredden i modeller for prosjektimplementering, at sluttrapporteringene ikke nødvendigvis gir fyldig informasjon om dette. Utvalget av prosjekter vi har trukket ut for analyse, fanger derfor ikke opp hele bredden i prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, men representerer kun et skjønnsmessig utvalg. De syv prosjektene er presentert i tabell 2.4. nedenfor.

Metodisk har vi i denne delen supplert sluttrapporteringsdokumentene med annen skriftlig dokumentasjon. I tillegg har vi gjennomført dybdeintervjuer med sentrale aktører i prosjektet.

Således er prosjekteier intervjuet i samtlige prosjekter. I de fleste tilfellene er dette sammenfallende med prosjektleder, men ikke alltid. *Matopplevelser i Grønne Lier* er et unntak, hvor kommunen er prosjekteier, mens de leier inn en prosjektleder. Vi har intervjuet en næringsaktør og en kulturaktør i forbindelse med de fleste prosjektene. Motivasjonen for dette er at prosjektene prinsipielt har til formål å koble kultur og næring/opplevelsesnæring. I de to forprosjektene *Matopplevelser i Grønne Lier* og *Salige sykkelturer*, har vi imidlertid prioritert å intervju prosjektleder og en kommune. *Slåttekurset* på Ryghsetra, i Nedre Eiker, som vi skal presentere senere, hadde en noe annen organisering og et annet mål, som innebar at det mest naturlige var å intervju både prosjekteier samt initiativtaker, som også var eier av Ryghsetra der kurset ble arrangert.

I tillegg har vi intervjuet brukere/publikum i tre av de syv prosjektene. I disse har aktiviteten vært å regne som et privat gode, der bruken i større grad har vært avgrenset til identifiserbare aktører. Dette gjelder *Starcraftprosjektet* i Gamlebyen, *Gatelangsprosjektet* i Indre Østfold, og *Ostebygda* prosjektet i Hol kommune.

Andre informanter, som oppgis av prosjektansvarlige å sitte med nyttig informasjon eller synspunkter, er i noen tilfeller også invitert med som informanter. Dette omfatter blant annet lokale visitselskaper og eventuelle samarbeidspartnere. I tillegg har vi intervjuet to sakshandlere i Viken fylkeskommune.

Rapporteringene er hentet ut fra hjemmesidene til regionalforvaltningen. Her har vi også hatt tilgang til prosjektsøknadene.

Sentrale evalueringspunkter er særlig knyttet i hvilken grad er prosjektene rigget for kvalitative effekter, hvilket fokus man har på dette, og hvordan man søker å operasjonalisere, måle og dokumentere dette. I hvilken grad har man i prosjektene utviklet metoder for å kunne dokumentere kvalitative effekter av prosjektene.

Informantintervjuene fordelte seg som følger på de ulike prosjektene og ulike aktører:

Tabell 2.3: Informanter i de syv utvalgte caseprosjektene, fordelt på ulike aktørgrupper

Prosjekt	Kommune	Visitselskap eller liknende	Næringsaktører	Innleid ressurs	Brukere av tiltaket	Kulturaktør	Frivillig forening
Røta		1	1			1 (PL)	
Ostebygda			1(PL) + 1		1		
Gatelangs	1	1 +1 (PL)	1		2		
Starcraft		1 (PL)			3	1	
Slåttekurs						1	1 (PL)
Grønne Lier	1			1(PL)			
Salige sykkelturer	1	1 (PL)					
Sum	3	5	4	1	6	3	1
Sum antall intervjuer	23						

(PL) – prosjektleder

2.7.2 Kort beskrivelse av caseprosjektene

De syv utvalgte prosjektene som danner bakgrunnen for del 2 av evalueringen er presentert ved søker, totalramme og tilskuddstørrelse, i tabell 2.4.

Tabell 2.4: Presentasjon av de syv utvalgte prosjektene, med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, som er utgangspunkt for diskusjonen av prosessen frem mot for effektmåling.

Prosjektnavn/oppstart	Søker	Totalramme	Tilskudd	Tilskudd i % av søkt beløp
Salige sykkelturner i Numedal/2022	Matopplevelser i Numedal SA	1.000 000	200.000,-	40
Matopplevelser i Grønne Lier/2021	Lier kommune	1 000 000,-	250 000,-	50
STARCRAFT/2021	Visit Fredrikstad og Hvaler	855 800	400 000	43
Gatelangs – en smak full vandring i historiske omgivelser/2021	Indre Østfold v/Marker	400 000,-	200 000,-	100
Ostebygda kobler håndverk med ulike kunstformer/2018*	Ostebygda	300 000,-	150 000,-	100
Slåttekurs på Ryghsetra 2020/2020	Nedre Eiker Bygdekvinne lag		95.000	100
Røta – Kunnskap om egen fortid former vår identitet for framtida/2018*	Visit Geilo AS		400 000,-	63

*Prosjektet har fått midler fra KulturArvOpplevelser flere ganger.

Som vi ser av tabellen har ingen av de syv prosjektene fått mer enn kroner 400 000 i tilskudd, det år vi her evaluerer. To av prosjektene har imidlertid fått midler flere ganger, *Ostebygda* og *Røta*. Lavest tilskudd får *Slåttekurset* på Ryghsetra. Tre av de syv prosjektene får hele det tilskuddet de har søkt om, mens to får under halvparten.

Tabell 2.4 indikerer at det i de fem prosjektene vi kjenner den samlede prosjektrammen, foreligger en form for ressursaddisjonalitet, i det prosjektenes totalramme er langt større enn tilskuddet. Mellomlegget gis i form av egeninnsats og finansiering fra andre kilder. Dette innebærer at tilskuddet fra KulturArvOpplevelser direkte eller indirekte har ført til at større midler er tatt i bruk til prosjektet. I to av prosjektene, *Slåttekurset* på Ryghsetra i Nedre Eiker og *Røta* i Hol kommune, er totalrammen for prosjektene ikke oppgitt.

For nærmere beskrivelse av de 7 caseprosjektene, se appendiks 1.

2.8 Validitet og datakilder

Datakildene for denne evalueringen er som det fremkommer her, i hovedsak todelte, sluttrapporterings skjemaene fra prosjektene og intervjuer med informanter fra prosjektene, men også med personer som står utenfor prosjektene.

I denne evalueringen har vi vært avhengig av informanter med aktiv og tett kjennskap til prosjektene. Det er de samme personene som har forfattet sluttrapporteringsene, som vi benytter som grunnlagsdata. Aktørene tett inne i prosjektene, i form av prosjektledere eller medlemmer av styringsgrupper eller tilsvarende, vil imidlertid ikke være helt objektive, gitt at de selv er en aktør i de prosesser og aktiviteter vi evaluerer. Dette er det vanskelig å kontrollere for. I mangel av kontrollgrupper har vi imidlertid i del 2 søkt aktivt for også å finne informanter utenfor prosjektet. Dette har i noen tilfeller bidratt til å nyansere synspunktene som har fremkommet blant informantene tett på prosjektene. Samtidig synes intervjuer med personer med avstand til prosjektet i stor grad å ha bygget opp under den informasjon og de refleksjoner som har kommet frem blant aktørene tett på prosjektet.

Uansett er dette forhold vi må ta i betraktning når vi i både del 1 og del 2 drøfter prosjektene med utgangspunkt i skriftlige og muntlige kilder.

Med dette forbeholdet fremstår informantene som reflekterte rundt både suksess og utfordringer rundt prosjektimplementeringen. I samtlige av caseprosjektene har aktørene tett på prosjektene vært svært tilgjengelig og villige til å snakke om prosjektet. De aller fleste har fremvist et stort engasjement, noe som har bidratt til å gi oss gode data å jobbe med, slik vi vurderer det.

I valgene av caseprosjekter har vi imidlertid også måttet velge et par prosjekter bort, selv om vi i utgangspunktet ønsket de med i prosjektet. Utfordringene ble imidlertid for store når det kom til å finne informanter som kunne gi oss informasjon som gikk utover det som fremgår av selvrapporterings skjemaene. Utfordringene var knyttet til at prosjektene hadde vært på mange hender underveis i prosessen, og at ingen av de vi lyktes å komme i kontakt med følte seg kallet til å uttale seg på prosjektets vegne. Til det opplevde de å ha for begrenset innsikt i prosjektet.

3 Effektrapportering fra avsluttende prosjekter

I dette kapitlet vil vi kartlegge og systematisere hvordan søkere har rapportert effekter av de tilskuddene som er gitt i KAO-ordningen. Vi vil avgrense oss til avsluttede prosjekter, som har utarbeidet og sendt inn til fylkeskommunen en sluttrapport fra prosjektet. Innledningsvis vil vi se på hvem som er eier av prosjektene, hvilke mål eller forventninger som ligger inne i prosjektene og hvilke aktiviteter som er etablert. Dette vil også kunne si noe om hvilke effekter vi kan lese ut av prosjektene.

3.1 Prosjektenes og tilskuddets størrelse

Det er noen variasjoner når det kommer til størrelse, tilkjent tilskudd og tilskuddets andel av søknadsbeløpet om vi sammenlikner de 33 som er sluttrapportert pr 1. oktober 2023. Det er imidlertid bare 18 av de 33 prosjektene hvor totalsummen for prosjektet er oppgitt. Av disse har 4 en totalramme på kroner 1.000.000 eller mer, mens 6 prosjekter på den andre siden hadde en totalramme på kroner 300.000 eller lavere.

Totalt ble det søkt om kroner 9.033.500,- fra de 33 prosjektene, og innvilget kroner 6.811.500,-, hvilket utgjør en innvilget andel på 75 prosent av det omsøkte beløpet.

I tabell 3.1. ser vi hvordan innvilgede tilskudd fra ordningen KulturArvOpplevelser fordeler seg mellom de 33 prosjektene som er avsluttet.

Tabell 3.1: Innvilget tilskudd fra KulturArvOpplevelser fordelt på avsluttede prosjekter pr. 01.10. 2023.

Innvilget beløp, i NOK	Antall prosjekter
1,- til 100.000,-	6
100.001,- til 200.000,-	17
200.001,- til 300.000,-	4
300.001,- til 400.000,-	5
400.001,- til 500.000,-	1
Sum: kroner 6.811.500,-	33
I gjennomsnitt kroner 206.409,- pr prosjekt	

Kilde: Regionalforvaltningen

Som vi ser har de avsluttede prosjektene pr. 1. oktober 2023, som har fått tilskudd fra KulturArvOpplevelser, i hovedsak fått mellom kroner 100.000,- og kroner 200.000,-. Et mindre antall, 6 stykker, har fått inntil 100.000,- i støtte fra ordningen. Kun ett prosjekt har fått over kroner 400.000,- i tilskudd. I gjennomsnitt har de 33 prosjektene fått kroner 206.409,- pr prosjekt i tilskudd.

Ser vi på hvor mye dette andelsvis utgjør av det beløpet det er søkt om, ser vi at de aller fleste har fått innvilget det beløp de har søkt om. Dette fremkommer av tabell 3.2, som viser prosent innvilget tilskudd fra ordningen KulturArvOpplevelser for de prosjekter som har ferdigrapportert pr 1. oktober 2023.

Tabell 3.2: Innvilget tilskudd fra KulturArvOpplevelser i prosent av omsøkte beløp, fordelt på avsluttede prosjekter pr. 01.10. 2023.

Andelsvis tildeling i forhold til omsøkt beløp	Antall prosjekter
1 til 25	1
26 til 50	6
51 til 75	2
76 til 99	1
100	23
I gjennomsnitt innvilget 75 prosent av omsøkt beløp	33

Kilde: Regionalforvaltningen

Bare ett prosjekt har fått innvilget under 26 prosent av det de har søkt om, og syv prosjekter har fått innvilget halvparten av det de har søkt om eller mindre.

I sum innebærer dette at det er relativt mange mindre prosjekter som har fått tilskudd under ordningen. De fleste har også fått det beløpet de har søkt om.

Gitt at prosjektene har en så vidt begrenset størrelse, er det også rimelig at forventningene om resultater og effekter dimensjoneres deretter. Det samme gjelder mulighetene for å identifisere effekter, som kan være mer krevende, jo mindre prosjektene er. Dette har blant annet sammenheng med at det kan være krevende å skille effekter oppnådde av et gitt prosjekt, fra effekter fra andre tiltak og prosjekter.

3.2 Mål og aktiviteter

De ulike prosjektene som har mottatt støtte fra KulturArvOpplevelser og som er ferdigrapporterte, fremviser et stort mangfold når det kommer til hvilke mål de ønsker å fremme. Alle har imidlertid til felles at de kobler kulturarv, materiell og immateriell, med opplevelser, og slikt sett ligger solid innenfor ordningens formål. Et mindre antall prosjekter defineres som forprosjekter. Felles for disse er at de i stor grad tar mål av seg å kartlegge mulighetene for å realisere et hovedprosjekt, blant annet ved å søke en forankring og kartlegge interesser for prosjektet blant relevante aktører. I flere forprosjekter kartlegges det også hvilke kulturarvressurser kommunen har å spille på og hvordan dette kan kobles opp mot ulike opplevelsesnæringer. I dette avklares også i hvilken grad opplevelsesaktørene ser kulturarvressursene som en ressurs, som de kan aktivere for å styrke opplevelsene de tilbyr. I prosjektet *Kulturminner og rekreasjonsverdier som ressurs for bærekraftig reiseliv i Gruveåsen* var det blant annet et formål å legge til rette for reiselivsutvikling i Kongsberg kommune, og jobbe med en strategi for Kongsberg som besøksmål. Forprosjektet, som ble utført i samarbeid med Kongsberg næringsforening, tok sikte på å avklare forutsetninger og muligheter for reiselivsutvikling i Gruveåsen sammen med de kommersielle og frivillige aktørene.

I tabell 3.3. har vi forsøkt å visualisere noe av dette mangfoldet i målsettinger. I tabellen har vi klassifisert det vi opplever at søker holder opp som hovedmål, i prosjektsøknad og prosjektrapportering. De aller fleste prosjekter søker imidlertid å ivareta flere mål, så oversikten i tabell 3.3. gir ikke noe reelt bilde av mangfoldet i målsettinger.

Tabell 3.3: Kategorisering av rapporterte hovedmål i avsluttede prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, pr. 1. oktober 2023.

Mål	Frekvens
Kartlegge muligheter og teste marked	6
Styrke opplevelsesøkonomien	5
Utvikle eller markedsføre steder og kulturprodukter	4
Digitalisere historiske opplevelser	2
Fremme lokalmat	2
Teste samarbeid mellom ulike aktører	2
Formidle historie	2
Komponere sanger	1
Utvikle attraktive opplevelsestilbud gjennom vandringer	1
Utvikle turer	1
Fremme tradisjonshåndverk	1
Legge til rette for ny bruk av kulturarv	1
Ubesvarte	3
Sum	33

Digitalisering og nettsider er viktig for svært mange av prosjektene. Det handler om å få ut informasjon om de aktiviteter som inngår i prosjektet. Å jobbe med digitalisering har også vært hovedfokus i et par av de prosjektene som har blitt avsluttet innenfor ordningen. Utover dette har prosjektene hovedfokus på lokal kulturarv som ønskes trukket inn i opplevelsesnæringene, som lokale mattradisjoner, vandringer, turutvikling og tradisjonshåndverk. Noen prosjekter vil også teste ut potensiale for samarbeid og nettverksbygging aktører imellom.

Mange av prosjektmålene synes å ha mer fokus på prosess, enn på å ivareta konkrete kulturminner. Man ønsker å kartlegge muligheter, koble kulturaktører og næringsaktører, etablere samarbeid, markedsføre og utvikling konsepter som knytter kulturarv og opplevelser sammen. Det nyvinnende fokuset i mange av prosjektene fremstår med andre ord, på kort sikt, mer på prosess, enn på konkret bevaring av kulturarv.

I tillegg står økonomisk verdiskaping sentralt i flere prosjekter, gjennom å hekte kultur og kulturarv tettere på stedets opplevelsesøkonomi. Vi ser det i *Røtaprosjektet* på Geilo og *Starcraftprosjektet* i Fredrikstad, som eksempler. Som destinasjoner er begge steder godt besøkt, men gjennom disse prosjektene søker aktører å koble lokal kulturarv enda tettere på, for på den måten både å gi opplevelsene en klarere lokal forankring, samtidig som det skaper variasjon i tilbudet av opplevelser på stedet, og slik forhåpentligvis gjør stedet mer attraktivt som destinasjon.

I andre prosjekter, som vandringer i småbymiljøer i Indre Østfold er hovedmålet mer å skape en attraksjon og en identitet, på destinasjoner som ikke er så innarbeidet som Geilo og Fredrikstad. Dette gjør attraktivitetsbygging i seg selv, et mer uttalt mål i prosjektet enn på steder som allerede synes tydelig utviklet som opplevelsesdestinasjoner.

Generelt fremstår målsettingene mer som forventninger, som realiseres over et lengre tidsspenn enn det prosjektet er beregnet å dekke.

3.3 Prosjektaktiviteter

Aktivitetene som er utviklet i de ferdigrapporterte prosjektene speiler målsettingene, og fremstår som et steg på veien til å implementere prosjektenes målsettinger. I tabell 3.4. er

det gjort en klassifisering av noen hovedgrupper av den primære aktiviteten innenfor de avsluttende prosjektene. Også her er det gjort en klassifisering av det som fremstår som hovedaktiviteten i prosjektet. De aller fleste prosjektene omfatter hele pakker med aktiviteter, som delvis går over i hverandre.

Tabell 3.4: Kategorisering av rapporterte hovedaktivitet i avsluttede prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, pr. 1. oktober 2023.

Aktivitet	Frekvens
Digitalisering og markedsføring, ved nettbaserte løsninger	6
Skisserte ruter og muligheter	3
Kartlegge aktører og lønnsomme produkter	3
Vandreteater eller liknende	3
Nettverksetablering	3
Skilting	2
Restaurering/gjenskape et kulturminne	2
Kurs	1
Registrere kulturminne	1
Annet eller ubesvart	9
Sum	33

Digitalisering og markedsføring av opplevelser og muligheter står sterkt i flere prosjekter. Dette er i stor grad knyttet opp mot selve opplevelsene. Dette knytter seg i flere tilfeller også tett opp til kartleggingen av aktiviteter, som i prosjektet «*Hurumhalvøyas perler*», i regi av Asker næringsforeningen. Her ble turforslag først utarbeidet, før de ble publisert på nettsiden Visit Greater Oslo avd Asker og Bærum.

Noen prosjekter har hatt som sitt hovedfokus å skissere nettopp ruter og muligheter. Vi ser det i det nevnte prosjektet i regi av Asker næringsforeningen. *Salige sykkelturner* er et annet eksempel. Også kartlegging av særlig opplevelsesaktører står også sentralt i noen av prosjektene, og i tre av de som utgjør grunnlaget her, er dette nær sagt hovedfokus.

Dette fokuset på prosess speiler de målforventninger vi har kommentert ovenfor. Få prosjekter er knyttet konkret til ivaretagelse eller gjenskapelse av et kulturminne. Fokuset er på bruk av kulturarv, og da som ressurs inn i opplevelsesnæringer. Slikt sett ligger prosjektaktivitetene også tett på tilskuddsordningens målsetting. En side av dette er den synlighet dette gir kulturarven, en annen er potensialet for å bygge en attraktivitet og en identitet som er historiske forankret.

3.4 Resultater

Det er store variasjoner i hvordan man i sluttrapporteringene karakteriserer resultater av prosjektene. I noen tilfeller foreligger det knapt noen rapport på resultat. Blant de som rapporterer er det dessuten et stort spenn. Samtidig synes det å være en tendens til at det kun rapporteres om resultater på noen av de aktiviteter som iverksettes. De kvantitative resultatene som rapporteres er naturlig nok mer konkrete enn de kvalitative, selv om det i liten grad rapporteres med bakgrunn i konkrete indikatorer. I dette avsnittet vil vi gjøre en kvalitativ klassifisering av resultater i noen skjønnsmessige kategorier.

Nye produkter

Det meldes i flere prosjektrapporteringer at man i prosjektet har hatt mulighet til å utvikle nye produkter. Dette vil i stor grad handle om nye opplevelsesprodukter som kombinerer kulturarv, mat, håndverk og historie. I *Starkraftprosjektet* i Gamlebyen i Fredrikstad,

rapporterer blant annet Visit Fredrikstad og Hvaler om etablering av vandreteater, musikalsk komedie og samlinger med kulturaktører. I denne sammenhengen har en laget pakker med overnatting, servering og kulturinnslag knyttet til Gamlebyen. I prosjektet i regi av Eggedal borgerstue rapporteres det at man har skapt salgbare opplevelsesprodukter, basert på kulturverdier, natur og bærekraft. I Numedal vises det for øvrig til opparbeidelse av turstier, som vil være å forstå som et nytt produkt.

I Kongsbergs Næringsforums strategiske arbeid for Kongsberg som besøksmål, kom en også raskt i gang med tiltakene i reiselivsstrategien, og koblet aktører for å kunne utarbeide nye produkter i et fellesskap. I andre sluttrapporteringer vises det til at man jobber med aktiviteter.

Flere besøkende og økt etterspørsel

Ikke så mange viser konkret til at prosjektet har resultert i flere besøkende. Der man mest konkret kan vise til antall besøkende er der det er gjennomført konkrete hendelser, med påmelding, som vandringene i Ørje og Rakkestad i regi av *Gatelangsprosjektet* i Indre Østfold og vandreteaterforestillingene i regi av Visit Fredrikstad og Hvaler, under *Starcraftprosjektet*. Det samme gjelder konkrete kurs med påmelding, som i tilfellet med *Slåttekurset* på Ryghsetra, hvor Nedre Eiker Bygdekvinnelag ga kurs i slåtte- og mattradisjoner. Utover dette vises det i liten grad til konkrete besøkstall. I stedet kan det eksempelvis henvises til at en aktivitet var *godt besøkt*, som i tilfellet med fortellerteateret som ble arrangert av Visit Geilo under *Røtaprosjektet*.

Flere arbeidsplasser

Svært få rapporterer at prosjektet har resultert i flere arbeidsplasser. I arbeidet med reiselivsstrategien har imidlertid Visit Geilo, i forbindelse med deres *Røtaprosjekt*, forventninger om å utvikle reiselivs- og kulturbaserte arbeidsplasser. Økt digital tilgjengelighet, slik flere rapporterer om, forventes dessuten å gi flere besøkende, noe som igjen potensielt kan gi flere arbeidsplasser. Dette *rapporteres* det blant annet om fra Hallingdal turist- og næringssservice AS, som ved å jobbe med å digitalisere *Nesbyen Historiske Opplevelser*, viser til økt digital tilgjengelighet. Prosjektansvarlig viser i sin sluttrapportering at nettsiden er benyttet flere ganger, uten at det er presisert noe nærmere. Den økte digitale tilgjengeligheten oppleves som et løft for sentrum av Nesbyen, som igjen forventes å gi flere besøkende. Også i tilfelle med prosjektet fra Hallingdal, *Pilotprosjekt for Hallingdal Historiske Opplevelser*, i regi av Nesbyen Turist- og næringssservice AS, har en jobbet med digitalisering for å legge grunnlaget for en felles profilering og markedsføring av Hallingdal som region. Også her meldes det om flere *klikk*, uten at dette er spesifisert nærmere. Resultater og effektene av økt digitalisering vil uansett først erfares over tid.

Utført konkrete aktiviteter

I noen sluttrapporteringer vises det til aktiviteter som er utført. Dette kan være praktiske oppgaver, som når Nedre Eiker Bygdekvinnelag i forbindelse med sitt slåttekurs, viser til at enga ble slått og gresset hesjet på Ryghsetra i tidligere Nedre Eiker kommune eller når *Ostebygda SA* viser til at avtaler er på plass med ulike leverandører og at osten produsert av *Ostebygda* er å finne på Meny. Dette er resultater som på sikt kan ha en betydning for den lokale og regionale verdiskapingen, gjennom å bidra til økt besøk og nye arbeidsplasser. Slike resultater vil også kunne ses i lys av regional samfunnsutvikling.

Konkrete aktiviteter det rapporteres om er også de allerede nevnte omvisninger i Ørje og Rakkestad, 4 i alt, i prosjektet *Gatelangs* i regi av Visit Indre Østfold, og gateteatervandringene i Gamlebyen i Fredrikstad, i prosjektet *Starcraft* i regi av Visit Fredrikstad og Hvaler.

Norges Vel fikk også midler til etablering av såkalt *Éconmuseè*, som er en håndverksbedrift med produksjon basert på tradisjonell kunnskap og metode. Målet var å transformere håndverksbedrifter til *Éconmuseèr*, og tilskuddsmidlene resulterte i to nye i Buskerud.

Tilgjengelighet og markedsføring

Digital tilgjengelighet er nevnt ovenfor. Dette må imidlertid også nevnes spesielt når det kommer til realisering av nye markedsføringsstrategier som resultat. Det er allikevel et lite antall som nevner dette i sine rapporteringer. Kongsberg næringsforum viser imidlertid til i sin sluttrapportering på prosjektet *Kongsberg 365 - et kortreist besøksmål hele året*, at de har jobbet med en kommunikasjons- og markedsstrategi, og blant annet utviklet en egen markeds kampanje, i tillegg til nettside. Også dette er aktiviteter hvor resultatene først vil bli lesbare over tid.

Økt mulighet for tilleggsinntekter for aktører innenfor smånæringer

Flere av prosjektene har gjennom kartlegginger av opplevelser, aktiviteter, utarbeidelser av turforslag, markedsføringer og annet, bidratt til å øke både oppmerksomheten rundt og kunnskapen om, steder og opplevelser. Dette kan potensielt åpne for økt omsetning, og med det tilleggsinntekter, for smånæringer i distriktene, enten det er knyttet til salg av landbruksprodukter, reiseliv eller kulturaktiviteter. Dette vil komme som en følge av de aktiviteter som er utviklet innenfor de ulike prosjektene.

Samarbeid, samordning og relasjonsbygging

Relasjonsbygging er blant de kvalitative resultatene som synes mest konkret belyst når det skal rapporteres på resultater, i tillegg til antall besøkende på en aktivitet. Dette er også en størrelse som i større grad faktisk lar seg verifisere, noe som også gjøres i noen av rapporteringene. Således vises det blant annet til at aktørene i prosjektet *Utvikling av næring og kulturarv i Vollen og Slemmestad med Kyststien som bindeledd*, i regi av Slemmestad Brygge AS, gjennom prosjektet har styrket samarbeidet og skapt gode relasjoner mellom de ulike aktørene i Vollen og Slemmestad som er tilknyttet kyststien. Prosjektet, som også var et samarbeid med Røyken Historielag, fokuserte på å skape en større helhet på strekningen, gjennom blant annet informasjonsskilt og nye benker.

I forprosjektet *Krøderfjorden - spennende muligheter i et kulturhistorisk perspektiv*, i regi av MS Kryllingen, hvor fokus var å sette sammen et ressursgrunnlag og analysere markedspotensielt for konkrete turforslag, var søk etter samarbeidspartnere en del av prosjektets aktiviteter. I *Røtaprojektet* i regi av Visit Geilo AS, hvor man ønsket å løfte lokal kultur og historie inn i reiselivsproduktet i Hol kommune og Hallingdal, lå det også en forventning om at kulturaktørenes inntjeningsgrunnlag bedret seg, gjennom et bedre samarbeid mellom reiseliv og kulturnæringene.

I forprosjektet til Norefjell Destinasjon AS, *Forprosjekt utvikling av kulturdestinasjon i Midt-Buskerud*, har målet vært å etablere nye konkrete samarbeid på tvers av aktører. Her har man fokusert på tre samarbeidsrelasjoner, som involverer Blaafarveværket, Lauvli, Hagan, Villa Fridheim og MS Kryllingen. Prosjektet har avdekket at det er et potensiale for samarbeid mellom kulturaktører i Norefjellregionen. Hvorvidt samarbeidet i disse prosjektene faktisk har materialisert seg i konkret samarbeid, vil trolig avhenge av hvor forpliktende man har lyktes å gjøre samarbeidet. Et forprosjekt som kan vise til konkret og forpliktende samarbeid i et nettverk av kultur- og opplevelsesaktører er *Salige sykkelturner*, hvor *Matopplevelser i Numedal SA* som prosjekteier rapporterer om hele 22 kontakter.

Noen vurderinger av resultatene

Prosjektansvarlige konkretiserer i begrenset grad resultater fra prosjektene i sluttrapporteringene. Bortsett fra å gjøre rede for bruken av midlene, rapporteres det i begrenset grad om konkrete resultater, herunder de økonomiske, av tilskuddene gitt under KAO-ordningen. Ser vi på hvilke indikatorer som benyttes for å beskrives resultater, er disse kun konkretisert når det gjelder deltakere på kurs og vandring eller liknende, jamfør slåttekursene og vandringene i Indre Østfold og Gamlebyen i Fredrikstad, samt etableringer av to nye Econmuseèr. Prosjekter som har jobbet med digital kommunikasjon, kan dessuten vise til antall *klikk* på hjemmesiden, men tall for dette oppgis ikke i rapporteringene. Utover dette, er resultatrapporteringene mer uttrykk for forventede resultater, enn faktisk realiserte.

3.5 Effekter, klassifisert og systematisert

De aller fleste av prosjektene rapporterer, slik det forventes, på effekter. Her speiles den store bredden i prosjektutforming og målsettinger. Prosjektrapporteringene viser her til ulike typer effekter. Presisjonsnivået varierer imidlertid. Av de i alt 33 prosjektene som er grunnlaget for denne vurderingen, rapporterer om lag halvparten på kvalitative effekter, enten alene eller i kombinasjon med kvantitative effekter. Vurderingen av hva som er kvalitative effekter og hva som er kvantitative baserer seg imidlertid på skjønn. Noen effekter, som for eksempel utarbeidelse av grunnlagsmateriale er først og fremst en kvalitativ verdi, i det at den legger et kunnskapsgrunnlag for videre arbeid. Det er imidlertid også et kvantitativt aspekt ved dette, i form av antall kunnskapsbaserte rapporter produsert. Det samme gjelder når midler er benyttet til å realisere kurs. Dette vil både være en kvantitativ effekt, men som forhåpentligvis har en kvalitativ effekt i form av økt kompetanse.

Mange effekter fremstår som lite definerte, samtidig som de ikke er dokumentert. Noen er mer uttrykk for en opplevelse eller følelse. Dette gjelder særlig de kvalitative effektene, hvor det blant annet vises til *begeistring, økt bevissthet og stolthet og styrket lokal identitet*. Noen effekter fremstår også noe indirekte, sett opp mot målsettingen med det aktuelle prosjektet. Dette gjelder for eksempel når prosjektet oppgir å legge til rette for reiselivsutvikling i kommunen, herunder utarbeidelse av en strategi for dette, der rapporter utarbeides for formålet.

Selv om mangfoldet i rapporterte kvalitative effekter er stort, vil vi i dette avsnittet søke å systematisere rapporterte effekter under noen hovedkategorier. Innenfor hver kategori vil det også være variasjoner. Dertil kommer at det vil være glidende overganger mellom ulike effekter når vi forsøker å kategorisere de. Således kan *økt kunnskap om stedet* både ses på som et uttrykk for kunnskapsheving, samtidig som det kan ha en positiv effekt på stedsutviklingen. Kvalitative effekter kan dessuten være krevende å rapportere på. Dette gis det også uttrykk for i en av sluttrapporteringene. Turist- og næringssservice i Hallingdal, med sitt prosjekt knyttet til historiske omgivelser, sier således i sin rapportering at de opplever betydelige resultater, men at det ikke *dokumenteres*.

Økt kompetanse

Flere prosjektansvarlige ser en effekt av prosjektet i form av kompetanseheving. Dette kan komme til uttrykk på ulike måter. Noen prosjekteiere viser til utarbeidelse av konkrete kunnskapsgrunnlag, mens andre viser mer generelt til at kunnskapsnivået har økt på relevante områder. To prosjektrapporteringer viser eksempelvis til at grunnlagsmateriale er utarbeidet. I tilfelle med forprosjektet til Gruveåsen, i regi av Kongsberg kommune, heter det at rapportene vil utgjøre et viktig grunnlagsmateriale for kommuneplanens arealdel.

Der effektrapporteringene viser til ulike former for kunnskapsheving, er dette særlig knyttet til kulturell, historisk eller håndverkstradisjonell kompetanse, økt kulturell kunnskap og økt bevissthet om kulturskatter og håndverk samt økt kompetanse om historie, og hvordan denne kan brukes kommersielt. Dette gjelder blant annet *Røtaprojektet* i regi av Visit Geilo, som har som ambisjon å løfte frem lokalkulturen. Her vises det under effekter til forventningene om økt kulturell kompetanse. Formuleringen *forventede effekter* gir et inntrykk av at man her er inne i en prosess, hvor disse kvalitative effektene forventes å inntreffe over tid. Det vises imidlertid ikke til hvem man forventer vil øke sin kompetanse. Mer presis i så henseende er *Slåttekurset* i regi av Nedre Eiker Bygdekvinne lag, hvor det heter at de i alt 48 personene, som man beregner var med på kurset eller som jobbet med kurset, *hadde en lærerik opplevelse*. Her får vi en konkret angivelse av for hvem et prosjekt var lærerikt.

I *Starcraftprosjektet* i Gamlebyen i Fredrikstad, i regi av Visit Fredrikstad og Hvaler, rapporteres det også om at aktørene har fått økt kompetanse om historien, og hvordan den kan brukes kommersielt. Også her må vi anta at kompetansen øker blant deltakerne i prosjektet, uten at dette er presisert. Det oppgis at dette vil kunne styrke markedskraften. Også i *Røtaprojektet*, i regi av Visit Geilo, ligger det en forventning om økt forståelse og interesse for kultur og natur.

Effektrapporteringer knyttet til kompetanseheving gir imidlertid ingen indikatorer på disse effektene.

Entusiasme

Et lite antall rapporter viser til *begeistring* og *entusiasme* som effekter av tiltak. Dette gjelder blant annet prosjektet knyttet til Ostebygda, hvor det i effektrapporteringen vises til *begeistring*, uten at det vises nærmere til hos hvem eller over hva. Annerledes er det når Steinsletta Havkajakklubb rapporterer fra sitt forprosjekt. Her er målet å fremme naturopplevelser og padlergleder, og fremheve viktigheten av de historiske vannveiene. I rapporteringen fra prosjektet, der fokus var på å kartlegge og detaljplanlegge, i tillegg til å befare ruten fra Bagn til Vikersund, heter det at prosjektet har gitt *engasjement hos ildsjelene* i klubben.

Mer generelle referanser til begeistring kommer til uttrykk fra prosjektet på Gulsvik, der samferdselshistorie på Gulsvik presenteres for et bredere publikum. Her heter det at stedet, som var åpent tre helger, ga «*stor entusiasme*», og vi må anta at dette gjelder blant de besøkende.

Stedsutvikling, attraktivitet og identitet

Stedsutvikling og attraktivitetsbygging står ofte sentralt der kommunene engasjerer seg. I kyststiprosjektet i Asker, hvor en opplevde en utvikling av samarbeidet mellom tettstedene, vises det for eksempel også til at en er opptatt av stedsutvikling langs kyststien. Dette gjelder i flere av prosjektene, hvor de i rapporteringene viser til at de er opptatt av attraktivitetsbygging lokalt, ved å koble kulturarv, næring, mat og andre opplevelser. I sum håper eller forventer de prosjektansvarlige at besøkstallet vil øke. Stedsutvikling har også en funksjon som identitetsbyggende for de som bor på stedet. Dette er en kvalitativ effekt det vises til i noen av rapporteringene. Identitetsbygging er imidlertid en kvalitet som ikke så lett lar seg måle eller konkretisere. I et par av effektrapporteringene vises det imidlertid til at man har en forventning om å bidra til styrket lokal identitet. Dette gjelder både i *Røtaprojektet* i regi av Visit Geilo, hvor en har jobbet for å bedre samarbeidet mellom reiseliv og kulturnæringen i Hol og Hallingdal, og *Gatelangsprosjektet*, i regi av Visit Indre Østfold, ved Marker kommune. I det sistnevnte prosjektet har man blant annet gjort en del

kartleggingsarbeid av kulturminner og næringsaktører, for slik å legge opp til vandringer i levende småbyer der det tilbys en variert «meny» av mat, drikke, kulturarv, tradisjoner og kulturhistorie, slik det beskrives i rapporteringen fra prosjektet. Også i *Starkraftprosjektet* i regi av Visit Fredrikstad og Hvaler vises det til noe av det samme, i det man ser for seg styrket stolthet om hva Gamlebyen betyr for Fredrikstad og Viken.

Styrking av kultursektoren

En siste kategori kvalitative effekter som det vises til i effektrapporteringene er at prosjektene med tilskudd har bidratt til eller forventer, å styrke det lokale kulturlivet. Dette er igjen en vanskelig størrelse å operasjonalisere eller konkretisere. Dette ligger i stor grad inne i flere av prosjektene som har ambisjoner om å koble kulturarv, kultur og næringsutvikling tettere sammen og slik etablere et samarbeid mellom disse ulike aktørene.

I eksempelvis *Røtaprojektet* på Geilo, ønsker en nettopp å løfte kulturnæringene inn i reiselivsproduktet i Hol kommune og Hallingdal, og utvikle og tilgjengeliggjøre kulturopplevelser i et samarbeid mellom kultur- og reiselivsnæringen. Dette handler om å utnytte potensialet mellom kultur og næring. Også i prosjektet knyttet til *Ostebygda*, har en forventninger om å knytte næring og kultur sammen. Det samme vises det til i effektrapporteringen fra *Hiddenprosjektet* i Ål, der en jobber med verktøy for historiefortelling. Her søker en å øke besøket i historiske områder ved å få frem og formidle glemte historier med næringsutvikling.

Vurdering av rapporterte effektene

Prosjektene som er gjennomgått her har både kvalitative og kvantitative effekter, som ofte kan henge tett sammen. Blant annet vil utarbeidelse av kunnskapsgrunnlag for ulike prosjekter, både ha karakter av å være kvantitativt, samtidig som det kvalitativt bidrar til å høyne kunnskapsnivået om et tema. Også attraktivitets- og identitetsbygging vil kunne ha både en kvantitativ side og en kvalitativ, i det dette er størrelser som kan bidra til å øke antall besøkende, samtidig som det også kvalitativt kan styrke opplevelsen av tilhørighet til stedet blant de som allerede bor der.

Mange kvalitative effekter er imidlertid i stor grad både generelt og subjektivt formulert. Ord som eksempelvis *bevisstgjøring* eller *entusiasme* vises til uten at det gis noen informasjon om hvem som bevisstgjøres eller begeistres. Dette er såpass diffust at det vanskelig kan benyttes til å si noe presist om et prosjekt, utover å fortelle oss at det har vært en positiv stemning rundt implementeringen, blant de grupper eller de personer som beskrives som «entusiastisk». Dette er effekter som uansett er krevende å operasjonalisere kvantitativt.

3.6 Resultater og effekter – Refleksjon rundt rapporteringsrutiner

Innledningsvis i kapittel 1 spurte vi:

- (1) Hvordan rapporterer prosjektansvarlig fra prosjekter som er gitt tilskudd under ordningen med KulturArvOpplevelser når det kommer til resultater og effekter?
- (2) Skilles det mellom resultater og effekter i rapporteringene, og i så fall, hva kjennetegner effektrapporteringene?

På bakgrunn av denne gjennomgangen kan det synes som om det *generelt er lite systematikk og utviklet metodikk for rapportering av resultater og effekter*. Selv om de fleste prosjektene i sluttrapporteringene har svart ut flere av de mål en satte seg i prosjektet,

fremstår rapporteringene lite konkrete. Dette gjelder særlig rapporteringene av effektene. I beskrivelsene ovenfor viser vi at det særlig rapporteres om kompetanse og lokalt engasjement som kvalitative effekter, selv om disse ikke er direkte målbare. På kompetansefeltet er det utarbeidet grunnlagsmateriale i et par tilfeller, og i flere prosjekter har lokalhistorien blitt løftet frem for å gi vidde og dybde til utviklingen av opplevelsesnæringer. Utover dette, er det gjennomgående at det vises til kvalitative størrelser som *entusiasme* og *engasjement*.

Gitt at de fleste prosjektene er relativt små, med begrensede midler og nedslagsfelt, kan det være begrensninger når det kommer til å identifisere målbare eller tydelige effekter, utover de mest prosjektnære. Henvisningene til entusiasme, interesse, engasjement viser imidlertid økende bevissthet og glede rundt bruken av kulturarv som ressurs og i utvikling av konkrete opplevelsesbaserte aktiviteter i nærområde. I så fall synes tilskuddet å bidra til å styrke engasjementet for kulturarv. Dette kan være en verdifull inspirasjon ved utvikling av andre utviklingsprosjekter og mobiliseringer på et senere tidspunkt.

Rapporteringene av resultater er noe mer konkrete enn av effekter. Nye produkter beskrives og i noen grad dokumenteres i form av antall besøkende eller «brukere» av aktiviteten. I flere tilfeller er det også utviklet markedsføringsverktøy som vi må anta har et nedslagsfelt som går utover de mer prosjektnære aktørene og interessentene. Slikt sett kan vi anta at dette vil være verktøy som kan bidra til å bevisstgjøre om verdien av kulturarv som ressurser også overfor en videre krets. I noen grad kan vi også anta at prosjektene, gjennom produktutvikling, har hatt ringvirkninger for det lokale næringslivet, uten at vi får det dokumentert.

I flere prosjekter er det også utviklet nye strategier for samarbeid og nettverk. Dette kan leses både som et resultat, men også som en effekt og metodikk med mulig betydning for utvikling av nye prosjekter fremover. Disse synes i stor grad å ha en tverrfaglig profil, hvor man i flere prosjekter kobler kulturaktører, reiseliv, opplevelsesnæringer og næringsliv. Dette kan bidra til å bevisstgjøre en større krets om verdiene som ligger i kulturarv for aktiviteter i første omgang, og for lokal og regional verdiskaping mer generelt.

En mulig utfordring ved selvrapportering av resultater og effekter er at man i sluttrapporteringsskjemaet for KulturArvOpplevelser skiller mellom disse to, uten at de prosjektansvarlige nødvendigvis er så bevisste hva som er forskjellen. Dette kan tilsynelatende resultere i at dette blandes sammen. For denne evalueringen har dette resultert i at karakteriseringene av resultater og effekter i noen grad har vært basert på en skjønnsmessig tolkning. Det hadde sannsynligvis ryddet i rapporteringene om man fra tilskuddsgivers side hadde vært tydeligere på hva som ble forventet rapportert.

Dernest, metodisk sett, er det også minst fire forbehold som må tas:

- (1) I en selvrapportering av resultater og effekter ligger alltid en utfordring når det kommer til saklighet. Definerede standarder eller indikatorer for rapportering ville avhjulpet dette.
- (2) Effekter, enten de er kvantitative eller kvalitative i form av sosiale, kulturelle eller miljømessige verdier, opptrer både på kort og lang sikt, i tillegg til at det i mindre grad lar seg kvantifisere. Gitt at sluttrapporteringen finner sted like i etterkant av at prosjektene er avsluttet, kan dette resultere i at de langsiktige effektene blir underestimert.
- (3) Prosjektene er små og av begrenset omfang ressursmessig. Resultater og effekter av prosjektstøtten kan derfor være vanskelig å skille fra resultater og effekter av andre lokale og regionale prosjekter og satsninger.

- (4) I noen prosjekter skjer det skifter av mannskap, som skaper brudd i kontinuiteten. Dette kan utfordre mulighetene til å forfølge effekter på sikt.

3.7 Prosjekteffekter vis a vis regionalforvaltningens samfunnsutviklerrolle

I hvilken grad synes prosjektene med støtte gjennom KulturArvOpplevelser, å ha resultater og effekter som støtter opp under regionalforvaltningens samfunnsutviklerrolle, når det kommer til kulturarv som en ressurs?

Med andre ord:

- Hvilken effekt synes prosjektene med tilskudd fra ordningen å ha når det kommer til å mobilisere privat sektor, kulturliv og lokalsamfunn, samt bidra til samordning og koordinering av offentlig innsats og virkemiddelbruk.

Generelt er implikasjonen av refleksjonene i avsnittet ovenfor at det ikke foreligger systematiske standarder som gjør det mulig å måle i hvilken grad og hvordan prosjektene har hatt resultater og/eller effekter som bygger opp under regionalforvaltningens samfunnsutviklerrolle. Det synes allikevel klart at fylkeskommunen med utgangspunkt i tilskuddsordningen KulturArvOpplevelser kan sies å ha lyktes i å mobilisere lokale aktører med ulike faglige utgangspunkt, inn i arbeidet med regional utvikling og verdiskaping. Dette må sies å støtte opp under fylkeskommunens rolle som regional utviklingsaktør, samtidig som man lykkes i å aktivisere kulturarv som ressurs.

Ordningen finner sin plass når det gjelder å bidra til å mobilisere bredt blant private, halvprivate og offentlige aktører. Som vi så i tabell 2.1 ovenfor er de aller fleste, 18 av 33, prosjekteierne ulike private aktører, mens 5 er ideelle foreninger eller liknende. De offentlige aktørene utgjør en langt mindre andel. Skal vi tro prosjekteierne erfaringer med prosjektene, har som vi så i avsnittet ovenfor, også flere resultert i både *entusiasme* og *engasjement*, som er ord som brukes for å beskrive lokal oppslutning. Tatt i betraktning hvor begrensede midler hvert prosjekt får i tilskudd, kan vi kanskje si at det genereres en til dels betydelig adferdsaddisjonalitet, med mye lokalt engasjement, på tvers av sektorer.

Dernest handler fylkeskommunes rolle som regional samfunnsutvikler om å gi strategisk retning til samfunnsutviklingen og samordne og koordinere offentlig innsats og virkemiddelbruk (Meld.St.18, 2016-2017:57, Hofstad mfl. 2015). Også her synes prosjekttilskuddene å bidra positivt. Flere prosjekter er organisert rundt nettverk og tverrfaglige kontakter. Dette kan innebære at når det gjelder målet om større grad av tverrsektorielt samarbeid, rommer ordningen KulturArvOpplevelser et potensiale. Gjennom å koble kulturarv på opplevelsesnæringen oppfordrer ordningen aktører til å se kreativt på nye anvendelsesområder for steders kulturarv. Dette kan innebære at både kvantitative og kvalitative effekter, særlig er å finne på det prosessuelle området, gjennom de mange nye samarbeidskonstellasjonene som kommer til uttrykk i flere av de sluttrapporterings skjemaene prosjektledelsen har arbeidet frem. Dette kan åpne for verdiskaping langs flere av de dimensjonene som ligger inne i begrepet som *bred verdiskaping*, som har fokus på det både sosiale, kulturelle og miljømessige sider ved samfunnsutviklingen.

Dette tar vi med oss inn i neste kapittel, der vi har valgt ut syv prosjektcase for en nærmere evaluering av effekterskapende prosjektprosesser.

4 Følgeevaluering – effektstudie basert på syv utvalgte prosjekter – Del 2

I dette kapitlet vil vi med utgangspunkt i syv prosjekter som alle er sluttrapportert gjøre en evaluering av i hvilken grad man i disse har utviklet egne modeller eller prosesser som kan være egnet til å måle først og fremst kvalitative effekter. Denne prosessevalueringen vil vi gjøre med utgangspunkt i fire faser, som vi gjør rede for i neste avsnitt og som bygger på figur 2.2. fra kapittel 2. Hensikten med analysen er blant annet å identifisere forutsetninger, eller indikatorer, for særlig kvalitative effekter.

4.1 Prosessevaluering – en analyse i fire faser

Spørsmålet i denne følgeevalueringen er i hvilken grad og på hvilken måte, det er lagt til rette for å måle kvalitative effekter i utviklingen og gjennomføringen av prosjekter med tilskudd fra ordningen KulturArvOpplevelser. Hvilke gode eksempler og suksessfaktorer kan vi lese ut av de erfaringer som kommer til uttrykk gjennom evalueringer av de syv caseprosjektene? I dette vil vi følge den prosessdefineringsen som vi gjennomgikk i kapittel 2.

Prosessevalueringen i dette kapitlet er derfor delt inn i fire faser:

- (5) Strategisk forankringsfasen: Forankring av prosjektets fokus, forventninger om effekt, plan og relevante aktører.
- (6) Tilretteleggingsfasen: Prosjektet som svar på opplevde behov, lokalt og/eller regionalt, kartlegging av ressurser. Arbeidet med å knytte til seg relevante aktører fortsetter.
- (7) Verdiskapingsprosess: Retningsvalg, samarbeid, mobilisering og nettverk som delprosesser i prosjektet.
- (8) Resultater og effekter: Konsekvenser av prosjektet for særlig bevaring av kulturarv, miljø, økonomi og lokalsamfunn, herunder lokal og regional verdiskaping og bærekraftige lokalsamfunn og regioner.

Vi vil følge denne hoveddisposisjonen i denne prosessevalueringen, og de ulike fasene utdypes nærmere i det som følger. De fire fasene, slik vi her har definert de, vil i evalueringen gli over i hverandre og samme prosessaktivitet kan være relevant på flere stadier av prosjektimplementeringen. Således vil forankring i aktører og bygging av nettverk bli trukket frem i alle de tre første fasene.

4.2 Strategisk forankringsfasen – mål og forventninger

I denne innledende fasen vil sentrale evalueringsspørsmål knytte seg dels til hvilke forventninger som blir stilt fra både prosjektansvarlig/-eier og tilskuddsgiver. Dernest; hvordan var prosjektet forankret lokalt, i plan og aktører relevante for prosjektimplementeringen. Vi spør:

- I hvilken grad har prosjektansvarlige/-eier og Viken fylkeskommune forventninger om kvalitative effekter i prosjektet, og i så fall, for hvem? Omfatter dette effekter utover de som måtte tilfalle prosjekteiere? I hvilken grad er forventningene kommunisert til tilskuddssøker og i hvilken grad er dette oppfattet hos prosjektansvarlige?
- I hvilken grad er prosjektet forankret i kommunalt planverk, og slikt sett integrert i en større lokal verdiskapingsstrategi?

Hypotesen er man ut fra forventninger om effekter, i stor grad kan lese retningsvalg og prioriteringer i prosjektet, og at dette er et viktig prosessuelt grep for å legge til rette for senere effektmåling.

4.2.1 Forventninger om effekt fra prosjektansvarliges /-eiers side

I de aller fleste av de utvalgte prosjektene ligger det forventninger om at prosjektet skal bidra til særlig lokal, men også regional, næringsutvikling, i første rekke knyttet til opplevelsesnæringene. Veien dit forventes å gå via økt attraktivitet som måtte følge aktiviteter som ligger i prosjektene, både for innbyggere, eiere av ferieboliger og tilreisende. Slikt sett ligger det i betydelig grad inne i prosjektene forventninger om mer langsiktige effekter, som skal bidra til å gi lokalsamfunnet et løft når det kommer til kvalitative verdier som attraktivitet og identitet, som igjen forventes å stimulere den økonomiske verdiskapingen.

Således heter det for eksempel i sluttutbetalingsanmodningen for prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* at:

Hovedmålet til forprosjektet var å komme et skritt nærmere å kunne utvikle og markedsføre Lier som en attraktiv reisedestinasjon med fokus (på) opplevelser, mat og kultur, og med det bidra til næringsutvikling.

Eller som det heter i sluttutbetalingsanmodningen for prosjektet *Salige sykkelturner i Numedal og Sigdal*:

Formålet med forprosjektet Salige Sykkelturer var å kartlegge mulighetene for å posisjonere regionen (Numedal og Sigdal) som et attraktivt reisemål for tursykling...(...).

Liknende formuleringer finnes i sluttutbetalingsanmodningene i 6 av de 7 prosjektene vi har gått i dybden på. Dette kommer også frem i intervjuene med de prosjektansvarlige. Dette innebærer at forventningen om effekter for lokal og til dels regional verdiskaping og utvikling av bærekraft helt klart er til stede i prosjektene. De kvalitative og de kvantitative forventede effektene går imidlertid her litt over i hverandre. Således ligger det implisitt i dette at konkrete aktiviteter som eksempelvis kartlegging av opplevelsesbaserte sykkelturner, vandreteater, fortellerteater, mattradisjoner, alt formidlet og basert på stedsegne historiske fortellinger og kulturelle uttrykk, skal øke stedets attraktivitet og bygge en felles identitet, som igjen skal gi økt økonomisk lønnsomhet og bidra til arbeidsplasser og bosetting.

Forventningene om effekt er imidlertid ikke bare knyttet til vekst og arbeidsplasser, men også at dette skal skje med utgangspunkt i de historiske og kulturelle verdiene eller miljøene som karakteriserer stedet og skiller det fra andre. Dette ser vi blant annet tydelig i *Røtaprojektet*, hvor en sentral informant viser til at:

Hovedintensjonen lå i å løfte kulturen inn hos reiselivsaktørene. Reiselivet ønsket seg lette løsninger når det kom til profilering...(...)...vi mente at man måtte satse på noe som i større grad speilet den lokale kulturen.

Forventningen om effekt lå slikt sett ikke bare i verdiskapende effekter generelt, men i verdier skapt med utgangspunkt i den lokale kulturen. Dette kjennetegner nær sagt alle caseprosjektene vi har evaluert her.

Disse klare forventningene om effekter, synes å gi både retning til prosjektene og virke motiverende for aktørene. Dette er derfor et viktig utgangspunkt og standard for å legge til

rette for kvalitative effekter i utviklingen og gjennomføringen av det enkelte prosjektet, og slikt sett et viktig element på veien mot en modell for måling eller vurdering av effekter.

4.2.2 Forankring i plan

I den grad en kommune er prosjekteier, vil forankring av prosjektet i planverket være en viktig premisse for gjennomføringen, slik en sentral kommunal informant tilknyttet prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* uttrykker det. Dette representerer både en forankring av prosjektet, men også en legitimering av ressursbruk og en forpliktelse, som innebærer at det settes av administrative og økonomiske ressurser til gjennomføring.

Blant de utvalgte caseprosjektene er forankring i plan særlig eksplisitt i prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier*, som er eid av Lier kommune. Her heter det i Strategisk næringsplan. Langsiktig strategi for 2017-2028. Handlingsplan for 2017-2020 at man skal:

Gjennomføre et forprosjekt som vurderer mulighetene for utvikling av natur- og kulturbasert opplevelsesturisme og kommunens rolle i dette.

(Lier kommune 2016:12)

Videre ligger det også en bredere forankring av prosjektet i kommuneplanens samfunnsdel, hvor det blant annet heter at:

Kulturminner og kulturmiljø er ressurser og fellesgode som skaper identitet og samfunnsforståelse.

(Lier kommune 2019:10)

Der kommunen har en sentral rolle, enten som prosjekteier eller medfinansør, vil forankring i plan være en sentral standard når det kommer å legge til rette for effekter, slik det kommer til uttrykk her, selv om det bare er prosjektet til Lier kommune som blant våre caseprosjekter så eksplisitt er eid av en kommune.

De øvrige caseprosjektene er i noe varierende grad forankret i plan. I Hol kommune, som huser både *Røtaprosjektet* og *Ostebygdaprosjektet*, sies det lite i kommuneplanens samfunnsdel som er egnet til å tydelig gi en forankring av disse prosjektene, selv om Hol kommune er inne i *Røtaprosjektet* via næringsfondet (Hol kommune 2018).

Ser vi på kommuneplanens samfunnsdel i Fredrikstad kommune, hvor *Starcraftprosjektet* er geografisk lokalisert, fremheves imidlertid både kulturminner og Gamlebyen. Der heter det blant annet at kommunen skal:

Bruke kulturminner og kulturmiljøer og Gamlebyens unike rolle som en ressurs i byutviklingen

(Fredrikstad kommune 2018:17)

Dette innebærer at satsningen innenfor *Starcraftprosjektet* i prinsippet legitimeres via kommuneplanens samfunnsdel. Fredrikstad kommune er for øvrig inne på eiersiden i Visit Fredrikstad og Hvaler.

Også i Marker kommune er prosjektet *Gatelangs* godt forankret i planverket. Således heter det blant annet i kommunedelplan for Ørje 2007-2019, (Marker kommune 2007:10) under *Forutsetning for gjennomføring av planen* at:

Det er viktig å legge til rette for et samarbeid mellom kommunen og private investorer og næringslivsinteresser for å gjennomføre planen. Dette gjelder også for å oppnå en positiv markedsføring av:

- Ørje som et attraktivt sted å bo
- Ørje i forbindelse med etablering av næringsvirksomhet
- Ørje i kultur- og reiselivssammenheng.

(Marker kommune 2007:10)

Marker kommune er tett inne i prosjektet, og står som søker. Prosjektet gjennomføres i samarbeid med Visit Indre Østfold. I tillegg kan en også føye til at kommuner i Numedal, som hektes på prosjektet *Salige sykkelturner* i Numedal, også i stor grad synliggjør viktigheten av kulturarv for attraktivitet og verdiskaping. Et eksempel finner vi i tiltaksdelen for målet om et *mangfoldig og inkluderende kulturliv som fremmer trivsel og livskvalitet, og bidrar til bolyst og verdiskaping* i kommuneplanens samfunnsdel i Rollag kommune, hvor kulturarv fremheves som et virkemiddel for å skape aktivitet og tilhørighet, med videre. (Rollag kommune 2023.15)

Dette innebærer at flere av prosjektene, særlig *Matopplevelser i Grønne Lier* i Lier kommune, *Starcraft* i Fredrikstad kommune og *Gatelangs* i Marker kommune, synes godt forankret i det kommunale planverket. For kommunene Marker og Lier kobles dette direkte til opplevelser og reiseliv.

4.2.3 Forankring i sivilsamfunnet aktører eller andre relevante aktører

Prosjektene er i varierende grad forankret i relevante lokale aktører. Forankring på dette stadiet av prosessen skiller vi i denne evalueringen fra nettverk som etableres med andre aktører i løpet av prosessen, noe vi kommer tilbake til nedenfor. I denne fasen vil forankring være mer formelle grep som tas av initiativtaker for å få et bredere fundament for prosjektet.

Et eksempel på at sivilsamfunnet slik trekkes inn er forankringen som er gjort for *Slåttekurset* i Nedre Eiker, hvor Nedre Eiker Bygdekvinnelag står som søker, mens ansvaret for kurset deles med eieren av Ryghsetra. En annen variant av forankring i relevante aktører er den som finner sted via visitselskapene. Disse er organisert på ulik måte, med ulike tilknytninger, men felles er at de er et destinasjonsselskap. De opererer dermed som formidlere av opplevelser, i møtet mellom kulturaktører, reiselivsaktører og publikum, for slik å utvikle lokale reiselivsprodukter. Forankring hos et visitselskap er imidlertid ingen garanti for at prosjektet er tilstrekkelig forankret. I *Røtaprosjektet* ga eksempelvis en informant som tidligere hadde jobbet i Visit Geilo AS, uttrykk for at manglende forankring i reiselivsnæringen ble en utfordring når man kom til implementering av prosjektprodukter. Dermed manglet prosjektet forankring hos en av de viktige aktørene i implementeringskjeden.

4.2.4 Forankring i lokal kulturarv

Forankring synes å være et stikkord både for suksess og utfordringer i de fleste av disse prosjektene. Forankring i denne sammenhengen også leses som forankring i lokal kulturarv, som gir en opplevelse av tilhørighet, identitet og kanskje gjenkjennelighet.

4.2.5 Forventninger fra tilskuddsgivers side

Det synes imidlertid, slik det fremgår både blant søkere og blant informanter i fylkeskommunen, at det ikke er formidlet noen klar forventning om verken effekter eller planforankring, fra Viken fylkeskommunes side i dialogen med tilskuddssøker. Dette ligger

heller ikke inne i retningslinjene for tilskuddsordningen for 2023. Fokuset er eksplisitt på koblingen mellom kulturarv og opplevelser. I dette ligger det imidlertid en forventning om at prosjektene skal ha effekter, for opplevelsesverdier lokalt og kanskje også regionalt, avhengig av type prosjekt. Det ligger således i hele ordningen at det er forventninger om at prosjektene som får tilskudd skal ha effekter på opplevelsesverdien av stedet, enten lokalt eller kanskje også regionalt. Dette verbaliseres imidlertid i mindre grad i selve søknadsprosessen. Det er heller ingen krav om effektrapportering underveis

4.3 Tilretteleggingsfasen

I *tilretteleggingsfasen*, skjer det en konkretisering og operasjonalisering av prosjektene. I denne fasen synliggjør, som vi så i kapittel 2, søkerne hvordan de tenker å ta i bruk kulturarv og -miljøer for å styrke eller skape en kulturarvbasert opplevelsesnæring. Før prosjektet operasjonaliseres, eller som en del av det, er det viktig å avklare hvilket utfordringsbilde initiativtakerne tar utgangspunkt i og ikke minst hvilke kulturarvressuser som tenkes aktivisert. Sentrale evalueringsspørsmål er:

- Hvilket utfordringsbilde tegner de prosjektansvarlige?
- Hva ønsker man å endre, ved hjelp av prosjektet?
- Hvilke kulturarvressuser søkes aktivisert i prosjektene?
- Hvilke strategier benyttes for å kartlegge kulturarvressursene?
- Hvordan tenker initiativtakerne til prosjektene å ta i bruk kulturarvressursene for å skape en kulturarvbasert opplevelsesnæring?

Her er det særlig to forhold som peker seg ut som sentrale i prosjektutviklingen; utfordringsbildet lokalt og hvilke ressurser man i prosjektet har mål av seg å aktivisere for å møte dette.

4.3.1 Hvilket utfordringsbilde rettes prosjektet inn mot

Hva man i prosjektet ser som utfordringer lokalt, kan antas å legge føringer både på prosjektets utforming og hva man kan forvente av effekter. I flere av caseprosjektene synes man mer å se mangel på kulturelt særpreg i stedets opplevelsesindustri, enn et behov for økonomisk vekst isolert sett. Et eksempel på dette har vi i *Røtaprojektet*, som har sin geografiske forankring på Geilo. Her tok initiativtakerne til prosjektet utgangspunkt i en manglende stedsegen profilering av stedets opplevelsesnæring. Dette ga prosjektet en klart kvalitativ innretning, hvor man søkte frem det kulturelle særpreget til Geilo som sted.

Prosjektet *Starcraft* med Gamlebyen i Fredrikstad kan et stykke på vei sies å komme i samme kategori. Her er det en etablert severdighet, den intakte festningsbyen, som er utgangspunktet, men det utfordringsbilde prosjektet rettet seg mot, var, i tillegg til flere besøkende, et ønske om i større grad å koble historiske og kulturelt forankrede opplevelser til besøket. Dette ville ifølge våre informanter i prosjektet, kunne forventes i større grad å øke interessen for og antall besøk i Gamlebyen, i tillegg til å øke kunnskapen om denne.

I andre prosjekter, som *Gatelangsprosjektet* i Marker kommune, var utfordringsbildet mer uttalt knyttet både til ønsket om mer liv og omsetning i tettsteder og småbyer, som Ørje og Rakkestad, og et ønske om å bruke lokal historie og kultur som en ressurs for å oppnå dette.

I tilfellet med prosjektet om *Ostebygda* i Holsbygda, Hol kommune, ble utfordringsbildet definert mer direkte som et ønske om å etablere en mer bærekraftig destinasjon, hvor en sammenslutning av melkeprodusenter og ysterier, etter initiativ fra en privat entreprenør, fant

sammen rundt osteprodukter som en mulig kulturelt forankret ressurs, som kunne aktiviseres i denne sammenhengen.

I sum: Tydeliggjøring av hvilket utfordringsbilde et prosjekt retter seg inn mot, vil være en viktig indikator for å evaluere sammenhenger mellom aktivitet og effekt og dermed også en viktig indikator i en modell for effektmåling.

4.3.2 Forpliktende samarbeid mellom aktører som del av tilretteleggingen

Hvorvidt det i prosjektene legges til rette for et forpliktende samarbeid mellom aktører som har en sentral rolle i implementeringsprosessen, fremstår også sentralt i en tidlig tilretteleggende fase. I *Ostebygda*prosjektet ble dette gjort formelt, ved at osteprodusentene som skulle med i prosjektet, ifølge prosjektlederen, signerte et dokument som forpliktet dem til å delta. Dette fremholdes av prosjektlederen som et suksesskriterium. På det måten var prosjektet både forankret og tilrettelagt, gjennom samarbeid mellom et sett av definerte aktører.



Ostebygda, Jacobs plass.
Foto: Emile Holba/Ostebygda.

Også i andre prosjekter ser vi at det er en suksessfaktor når det kommer til effekter, at det i en tilretteleggende fase, mer formelt kobles aktører på prosjektet. I *Starcraft*prosjektet, hvor man skulle utvikle i form av nær sagt deltagende teater, var en i en tilretteleggende fase avhengig av avtaler med kulturaktører, som skulle produsere kulturen i prosjektet. Dette gjaldt blant annet for produksjon av manus. *Gatelangs*prosjektet i Ørje og Rakkestad ble også tilrettelagt ved å knytte til seg manusprodusenter, i tillegg til næringsaktører, slik at man på vandringene kunne komme inn og besøke næringsaktører.

Viktigheten av å tilrettelegge gjennom å koble aktører mer forpliktende til prosjektet blir tydelig om vi ser på *Matopplevelser i Grønne Lier*, hvor dette i mindre grad var til stede. Her fremholder den kommunale informanten at en av utfordringene ved prosjektet, var at forankringen blant næringsaktørene kunne vært bedre. Siden kommunen ikke så for seg å ha rollen som driver av prosjektet fremover, ble forankring i næringene viktig for en videreutvikling av prosjektet. Vår kommunale informant opplevde imidlertid at næringene ikke tok tilstrekkelig eierskap til prosjektet.

4.3.3 Kartlegging av ressurser

En helt grunnleggende del av tilretteleggingsfasen er kartlegging av både hvilke kulturarvressurser en har tilgjengelig og hvilke opplevelsesressurser for øvrig en har å spille på, som spisesteder, overnattingsmuligheter, småforretninger, kafeer, med videre. Dette har stått sentralt i alle prosjektene, men kanskje særlig uttalt har dette vært i forprosjektene, som *Matopplevelser i Grønne Lier* og *Salige Sykkelturer*, som begge har hatt kartlegging av ressurser som et klart mål med prosjektet.

Således heter det i sluttutbetalingsanmodningen for prosjektet *Salige sykkelturer i Numedal og Sigdal* at formålet med prosjektet var å:

Kartlegge mulighetene for å posisjonere region (Numedal og Sigdal) som et attraktivt reisemål for tursykling, avklare potensielle sykkelruter med tilhørende attraksjoner, opplevelser og tilbud som egner seg for denne type sykkelturisme.

Prosjektledelsen i *Salige sykkelturer* har vært i kontakt med en rekke aktører i Numedal, Sigdal, Tinn, Kongsberg, Notodden og Modum, for å kartlegge interessen for deltakelse i en utvikling av prosjektet. 22 aktører har bekreftet at de er med. Det samme ser vi i prosjektet *Gatelangs* i regi Visit Indre Østfold, som oppgir i sin sluttutbetalingsanmodning at kartlegging har vært en del av de aktiviteter prosjektledere og styringsgruppen har arbeidet med:

- Hvilke kulturminner, og næringsaktører finnes?
- Hva finnes av kart og beskrivelser av de ulike kulturminnene?
- Finnes det spennende historier som ikke er fortalt?
- Hvilke lokalmataktører er interessert i å delta?

Både i Ørje og Rakkestad, hvor vandringene ble arrangert, har man kartlagt mulige opplevelser ved å søke i lokalsamlinger og historielagsamlinger, og gått gjennom en rekke skriftlig kilder, som beskrev stedenes historie.

Tilrettelegging av prosjektet, i form av kartleggingene av mulige KulturArvOpplevelser sto også sentralt i *Starcraftprosjektet*, hvor man i Visit Fredrikstad og Hvaler har jobbet med å utvikle hele kundereiser, inkludert bespising, overnatting og transport, i tillegg til de kulturelle opplevelsene.

Kartleggingen av ressurser i denne sammenhengen er både definert opp mot verdier som; historisk forankring, kulturmiljø, kulturarv – materiell og immateriell, i tillegg til andre forhold av betydning for kundenes opplevelser, som transport, bespising og overnatting.

I sum: Kartlegging av og tilgang til, ressurser en vil aktivisere innenfor et gitt prosjekt, vil være en viktig indikator for å evaluere sammenhenger mellom aktivitet og effekt, og dermed også en viktig indikator i en modell for effektmåling. Ressurser i denne sammenhengen vil måtte defineres både opp mot kulturarvverdier, som lokalhistorie og kulturmiljøer, og bli profilert ut fra deres opplevelsespotensiale, samtidig som man også må tenke hele

kundereisen, om man skal nå tilreisende og ferierende. Det gjør også transport, bevertning og overnatting til en del av helheten.

4.3.4 Nærmere om kulturarvressurser som grunnlag for å skape en kulturarvbasert opplevelsesnæring

Kulturarv, materiell og immateriell, er det sentrale utgangspunktet for samtlige av prosjektene med til skudd fra KulturArvOpplevelser. For nær samtlige av våre caseprosjekter blir materiell og immateriell kulturarv to sider av samme sak. Således kan en si at det både i *Ostebygdaprosjektet* i Holsbygda og *Slåttekurset* i Nedre Eiker er tyngdepunktet på det materielle, med henholdsvis produksjon, salg og markedsføring av osteprodukter i det førstnevnte og en slåtteeng i tilfellet med *Slåttekurset*. Samtidig har begge prosjektene tydelige kvalitative sider som eksempelvis å støtte opp under stølskultur og holde kulturlandskapet ved like gjennom husdyrhold i tilfellet med *Ostebygdaprosjektet*, og drive kunnskapsformidling om gamle slåtteteknikker, i tilfellet med *Slåttekurset*.

Også i prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* er kulturarvressursen i hovedsak materiell, i form av matopplevelser, samtidig som planen var å knytte dette opp mot den rikholdige gårdskulturen i Lier.

I de øvrige prosjektene, *Gatelangs*, *Starcraft*, *Røta* og *Salige sykkelture* står den immaterielle kulturarven kanskje vel så tydelig frem, som den materielle. *Gatelangsprosjektet* tok utgangspunkt i både materiell og immateriell kultur på stedene Ørje og Rakkestad, og arrangerte vandringar gatelangs basert på et teaterinspirert guidekonsept. Her ble historier fortalt knyttet til de steder og bygninger man passerte, samtidig som man besøkte kafeer og andre salgssteder, slik at også næringsaktører deltok i arrangementet. Arrangementet gikk på fastsatte datoer, med påmelding.



Gatelangs i Rakkestad og Ørje, med en handelsreisende.
Foto:Jonas Ingstad

Noe av det samme var hovedmodellen i *Starcraftprosjektet* i Gamlebyen i Fredrikstad. Konseptet her var imidlertid at man i samarbeid med kulturaktører utviklet et sett av rollefigurer med tilknytning til Gamlebyen, og hvor interesserte grupper kunne bestille og kjøpe en guidet omvisning med en gitt rollefigur.



«Karen Øltapper» og «Kommandanten» tar besøkende med på en rundtur i Gamlebyen i Fredrikstad, hvor de forteller byen historie ut fra sine erfaringer og opplevelser»
Foto: Visit Fredrikstad og Hvaler

I prosjektet *Salige sykkelturner* er det også tett kobling mellom materiell og immateriell kulturarv som aktiveres for å gi de syklende salige opplevelser. Selve kartleggingen av mulige sykkelruter i områdene Numedal, Sigdal og deler av Telemark, tok nettopp utgangspunkt i kulturarv, og der det var spennende historiske steder å besøke, men i kombinasjon med andre «opplevelser» som kommer godt med på en sykkelturn, som et sted å kjøpe is og mat, badesteder, overnatting for de som er på langtur, og annet.



«Salige sykkelturner» gjennom Numedals vakre landskap. Til venstre: Heimseterrunden på Vegglifjell. Til høyre: Lyngdal kirke i Flesberg.
Foto: SvingOm.

Også i *Røtaprojektet* ble det jobbet aktivt med å bygge opplevelser rundt lokal kulturarv, dels ved å formidle stedets historie på nye måter, dels ved å benytte historiske viktige arenaer og møteplasser, som Geilojordet. Et eget prosjekt ble blant annet bygget opp rundt *Huldreskogen*, med utplassering av foto av fotograf Margrete Birkelands utstilling *Huldrefolket før de blir glemt*, et konsept for hele familien, med tilrettelagte turfasiliteter, som bålplasser og benker, samtidig som en kan lese og lære om *Huldrefolket*, som en gang var livlig til stede i folks fantasi.

Røtaprojektet omfattet i tillegg fortellerteater, på Geilojordet, et friluftsmuseum i miniatyr. Arrangementet gikk tre ganger daglig og var gratis. Samme sted ble det også gitt sommerjobb til ungdom, i formidling av hvordan det var å leve på stedet på 1800-tallet. Morsomt nok ble det forventet at de unge snakket halling, hvilket også knyttet lokale språktradisjoner til formidlingen av lokalhistorie.

Dette viser i sum en tett kobling mellom kulturarv og opplevelse i de syv caseprosjektene. I *Gatelangs*, *Starcraft*, *Røta* og *Salige Sykkelturer* er opplevelsen i stor grad knyttet til selve formidlingen av kulturarven. Når det kommer til effektmåling, som vi skal behandle nærmere nedenfor, vil opplevelsene i *Gatelangs*- og *Starcraft*prosjektene i hovedsak tilfalle de som konkret deltar på lukkede arrangementer, mens opplevelsene i *Røta*- og *Salige Sykkelturer*prosjektene har et mer kollektivt preg, i det alle som vil kan oppleve teateret på Geilojordet eller dra på sykkeltur langs de salige rutene i Numedal.

Slåttekurset må også regnes som et individuelt gode, der kunnskapen som ble formidlet først og fremst tilfalt de som deltok på kurset. Dette er naturlig nok ikke til hinder for at kunnskapen kunne spres videre til andre på et senere tidspunkt.

Effektspredningen som ligger i konseptet til Ostebygda, med samarbeid mellom osteprodusenter når det kom til felles markedsføring og salgsfremstøt, kan isolert sett også ses som et individuelt gode. Det bidrar til lønnsomhet for de enkelte produsentene. Prosjektet har imidlertid vist seg å ha store ringvirkninger for Holsbygda, i form av å markedsføre og gi attraktivitet og oppmerksomhet til stedet. Dette synes å komme en hel rekke aktører innen opplevelsesnæringene til gode, og til syvende og sist bygdas befolkning i sin helhet, i form av økt attraktivitet og økt etterspørsel etter varer og tjenester, som derigjennom har bidratt til en vekst i antallet arbeidsplasser.

I sum kan en si at jo mer konsum og nytte av en aktivitet er individualisert, som et individuelt gode, jo lettere er det å operasjonalisere og måle de mer kvantitative effektene ved en aktivitet. Dette vil imidlertid bare indirekte si noe om omfanget og karakteren av de kvalitative effektene.

Forankring når det kommer til deltakelse, nettverk og relevante aktører handler i stor grad mer om en bredt sammensatt prosjektgruppe, med aktører som er viktig inn i prosjektimplementeringen.

4.4 Verdiskapingsfasen

Etter at de strategiske vurderingene knyttet til forventninger om resultater og effekter er gjort, prosjektet eventuelt er forankret i planverket, og tilrettelegginger er gjort, blant annet med kartlegginger av ressurser og utvikling av konkrete aktiviteter; hvilke verdiskapingsprosesser kan vi lese i de ulike prosjektene? Hva var suksessfaktorene og hva var eventuelt utfordringene når det kom til å legge til rette for særlig kvalitative effekter, og hvordan kan dette munne ut i identifiserbare kriterier som kan brukes i en modellering for effektmåling? Hensikten med dette avsnittet er å illustrere dette gjennom å synliggjøre gode eksempler på prosjektimplementering.

Fokus i verdiskapingsprosessen, jamfør modellen i kapittel 2, er hvordan selve prosjektarbeidet kan legge grunnlag for resultater og effekter. Her har vi tatt utgangspunkt i prosesser som også er relevant om vi ser på fylkeskommunenes rolle i regional samfunnsutvikling, som nettverksbygging, mobilisering, samarbeid og å gi arbeidet en retning. I dette ligger en antakelse om at det er en sammenheng mellom hvordan et prosjekt er innrettet langs disse dimensjonene på den ene siden og resultater og effekter på den andre. I disse dimensjonene ligger med andre ord potensielle standarder relevant for utviklingen av en modell for effektevaluering. I dette avsnittet spør vi derfor blant annet:

- Vedrørende forankring som et uttrykk for deltakelse og mobilisering: Hvordan er prosjektene organisatorisk forankret og hvilken betydning har dette for deltakelse og mobilisering?

- Vedrørende profilering og markedsføring: Hvordan legges det til rette for deltakelse og mobilisering gjennom profilering og markedsføring?
- Nettverk og samarbeid: Hvilken rolle har samarbeid og nettverksbygging i prosjektet?

4.4.1 Forankring som et uttrykk for deltakelse og mobilisering

De fleste av våre caseprosjekter er eid av og forankret i ulike former for nettverksbaserte aktører. Tre er forankret i visitselskap, *Starcraft*, *Røta* og *Gatelangs*; *Salige Sykkelturer* er eid av *Matopplevelser i Numedal SA*, *Ostebygda* er eid av en sammenslutning av melke- og osteprodusenter i Holsbygda. *Slåttekurset* er som prosjekt eid av Nedre Eiker Bygdekvinnelag, mens *Matopplevelser i Grønne Lier* er eid av Lier kommune. Dette innebærer at de fleste prosjektene mobiliserer bredt i utgangspunktet.

Viktigheten av en bredt sammensatt prosjektledelse understrekes når vi ser på organisasjonsstrukturer. Som vist ovenfor, var en utfordring i eksempelvis *Røtaprosjektet*, ifølge en informant som tidligere var tilknyttet Visit Geilo, at prosjektgruppen eller arbeidsgruppen ikke var bredt nok sammensatt. «*Det manglet folk fra næringslivet*», ifølge kilden. Gitt at et mål med *Røtaprosjektet* var å løfte kulturen inn i næringslivet og utvikle en identitetsskapende og lokal merkevare som reiselivsaktørene kunne bruke i markedsføringen, var det viktig at det i prosjektorganiseringen var en kobling til de som skulle bruke eller implementere produktet, slik denne informanten opplevde det. Næringsaktørene må være «*villige til å ta produktet i bruk*». Ifølge samme informant, er det generelt krevende å forankre et prosjekt i næringslivet som er initiert av kultursektoren. Dette samsvarer godt med de opplevelser vår informant i prosjektledelsen av *Røtaprosjektet* gir uttrykk for, i det hun hevder at næringsaktørene må se kultur, og med det produktet prosjektet var ment å utvikle, som nyttig. Informanten i ledelsen i *Røtaprosjektet* utdyper dette når hun sier:

Man må pakketere kulturen slik at næringslivet kjøper den. De store aktørene har penger, men ikke alltid forståelsen for at kultur er viktig....
Man måtte finne de aktørene som hadde lyst til å være med. Vi må lage et produkt næringslivet opplever at de har behov for... Man må se verdien av hverandre.

Utfordringene man opplevde i prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* støtter opp under disse refleksjonene fra aktørene i *Røtaprosjektet*. Selv om *Matopplevelser i Grønne Lier* var kommunalt eid og forankret, opplevde en informant fra kommunen som satt i prosjektgruppen, at det var *en manglende respons fra næringen selv*. Som informanten videre sier:

Næringen må ønske det, de må være villige til å sette av ressurser for å få det til. ... Næringen må eie prosjektet... uten at du har med næringen vil du ikke lykkes.

Prosjektet, som hadde som mål å koble kulturarv og matopplevelser sammen, var avhengig av at lokale matprodusenter og andre, koblet seg på prosjektet og bidro med initiativ og engasjement. Når dette ikke skjedde, var det vanskelig å se noen fremtid for prosjektet, selv om prosjektet, som vist ovenfor, blant annet var forankret i den kommunale næringsplanen. Igjen var imidlertid ikke næringen representert i prosjektgruppen, som besto av to representanter fra kommunen og en innleid konsulent som fungerte som prosjektleder.

Selv om næringsinteresser er representert i prosjektorganiseringen, kan allikevel næringsaktører oppleve et prosjekt som sentralt initiert. Dette leser vi for eksempel ut av

følgende uttalelse fra en næringsaktør i Ørje, når vedkommende beskriver prosjektet *Gatelangs*:

Dette var et ferdig prosjekt som kom til oss, noe vi ble tilbudt, uten at vi hadde noe eierskap til det.

Allikevel var prosjektet meget velkomment for næringsaktørene i Ørje. Det ga en opplevelse at *det skjedde noe der*, som kanskje kunne gjøre at:

Folk ble mer oppmerksomme på Ørje som destinasjon som en annen næringsaktør i Ørje uttrykte det.

4.4.2 Forankring kommunalt

I tilfellet med *Matopplevelser i Grønne Lier* synes det heller ikke være en tilstrekkelig forankring av prosjektet i kommunen under selve prosjektimplementeringen, slik den innleide prosjektlederen opplevde det. En utfordring, slik hun så det i dette prosjektet, var at de som hadde tatt initiativ til prosjektet sluttet i kommunen, og at det etterpå viste seg krevende å få prosjektet forankret hos andre. Som hun sier:

Det er utfordrende å forankre et prosjekt i kommunen....Slutter den som har tatt initiativet til et prosjekt, kan det være krevende å få det forankret hos noen andre.

Prosjektlederen sier videre at:

Skal det fungere må noen få prosjektet som en fast andel av sin stilling.

Prosjektarbeid og -forankring kan ifølge informanten vise seg krevende å få til, om en kommunalt ansatt bare får oppfølging av prosjektet som en del av alle sine andre oppgaver. Det må defineres inn i en stilling og det må frigjøres tid til å følge opp prosjektet.

I sum viser dette at en bredt sammensatt prosjektorganisasjon er en sentral dimensjon i en effektmodellering og under selve prosjektimplementeringen. I denne må også de aktørene med, som skal implementere prosjekttiltak.

4.4.3 Nettverkskoblinger

De fleste av de prosjektene vi har sett på her, kobler kulturinteresser, opplevelsesnæringer, kulturprodusenter, markedsaktører og andre. Dette fordrer en prosjektorganisering der alle disse interesser er knyttet sammen. Dette kan enten skje i form av bredt sammensatte prosjektgrupper, eller som informanten fra særlig visitselskapet til knyttet Fredrikstad og Hvaler fremhever, i et visitselskap. Som vår informant i Visit Fredrikstad og Hvaler uttrykker det i forbindelse med *Starcraftprosjektet*:

Visit hadde ledelsen. Det er destinasjonsselskapenes vesen. Det å være den edderkoppen som samler aktører, produserer og får ting ut i markedet.

De kan også være det forankringspunktet som knytter aktørene tettere sammen under selve prosjektimplementeringen. Visitselskapene tilrettelegger ved både å ta ansvar for produksjon av en aktivitet, og formidle den ut til potensielle kjøpere av tjenesten. Potensielle kjøpere av en kulturaktivitet kan så den andre veien ta kontakt med selskapet, som ordner tjenestene. Dette gir visitselskapene, i denne sammenhengen, en viktig rolle i å legge til rette for at aktørene samarbeider.

4.4.4 Profilering og markedsføring

Prosjektet må markedsføres og synliggjøres. Dette fremstår som et viktig suksesskriterium i alle prosjektene. Således viser flere informanter fra prosjektet *Gatelangs*, til at profesjonell formidling var en svært viktig del av prosjektet. Dette ga prosjektet oppmerksomhet. Som en informant i Rakkestad næringsråd sier det, som begrunnelse for at de opplevde prosjektet som vellykket:

En ting er et godt konsept, men vi kunne også bruke mye penger på et profitt opplegg...Det var en profesjonell hjemmeside for prosjektet...Plakater var en stor styrke for prosjektet.

Et prosjekt som virkelig bygde suksess på god produktlansering og markedsføring av de syv caseprosjektene, var *Ostebygda*. I et samarbeid mellom melkeprodusenter og ysterier ble det tatt et initiativ, under ledelse av en tidligere kultursjef i Hol kommune, til å lansere ost som et spesialprodukt i Holsbygda. Man viste til lange tradisjoner og det spesielle med dyr som hadde beitet på støl om somrene. Ved hjelp av en felles markedsføring, og fremstøt mot næringsliv, turisme med videre, lyktes man i å lansere ost som en tradisjonsrett. I den sammenhengen fremhever også en av de involverte melkebøndene at det var en viktig suksessfaktor i prosjektet at man tok hånd om hele verdikjeden selv. Samarbeidet omfattet melkebøndene, Holsbygda egne ysterier var knyttet til prosjektet og man drev markedsføringen og produktutviklingen selv, uten fordyrende ledd. Dette brakte osteproduktene helt frem til ostedisken på Meny og på menyen til mangt et spisested lokalt og regionalt.

Et sentralt virkemiddel i markedsføring og produktlansering, enten det er ost, vandreteater eller sykkelturer av den salige sorten som skal selges, er nettsider. Dette er viktige arenaer i alle prosjektene. I den forbindelse er det viktig med en viss grad av koordinering, slik at man ikke kjempe om hverandres oppmerksomhet. Dette kan eksempelvis være aktuelt der det er tette tematiske koblinger mellom flere prosjekter med omtrent samme geografiske nedslagsfelt. Da kan en koordinert markedsføring være å foretrekke.

4.4.5 Samskaping

Dette viser at i alle prosjektene er nettverksbygging sentralt. Det samme gjelder som vi har sett, en bredde i prosjektstyringen og forankring i de aktørene som er sentrale i implementeringen av prosjektene. På denne måten søker man å rigge prosjektene slik at man i fellesskap kan legge grunnlag for ønskede resultater og effekter. I noen prosjekter, særlig de to prosjektene som er klart definert som forprosjekter, *Salige sykkelturer* og *Matopplevelser i Grønne Lier*, har en viktig del av forprosjektets formål nettopp vært å etablere disse kontaktene, forankre prosjektet i implementerende aktører. I det ene prosjektet lyktes en svært godt med dette, *Salige sykkelturer*, og en er med det på vei mot et hovedprosjekt. I den andre prosjektet, *Matopplevelser i Grønne Lier*, klarte ikke dette i tilstrekkelig grad til at en ønsket å gå i gang med et hovedprosjekt.

Det interessante i vår sammenheng, er med dette erkjennelsen av hvor viktig forankring, forpliktende samarbeid og involvering er for prosjektimplementeringen. For prosjektet i Lier, ble det, slik vår informant i Lier kommune uttrykker det, nær sagt avgjørende for beslutningen om ikke å gå videre med prosjektet. I prosjektet med salige sykkelturer i Numedal og tilliggende områder, ble det av vår informant i prosjektledelsen, fremholdt som en suksess at man hadde klart å samle 22 aktører på det avsluttende møtet på forprosjektet. Disse favnet bredt fra servicetilbud knyttet til overnattingssteder og bevertningssteder, til kulturaktører

innen ulike områder, som eksempelvis Blaafarveværket. Ifølge vår informant i prosjektet var det nettopp forankringen i disse aktørene som:

Gjorde at vi konkluderte med at vi kunne gå videre med et hovedprosjekt...
dette ønsket de ulike aktørene å være med på.

4.4.6 Personavhengig

Alle caseprosjektene har utvilsomt vært drevet frem av svært engasjerte enkeltpersoner. Det er derfor vanskelig å komme utenom den personlige faktoren i en modell for vellykket prosjektimplementering. Både *Ostebygda*, *Salige sykkelturner*, *Slåttekurset*, *Gatelangs*, *Matopplevelser i Grønne Lier*, *Røta* og *Starcraft* hadde alle ildsjeler i sentrum, som drev prosjektet fremover. Dette bidrar til en personlig forankring av prosjektene, og i det en sårbarhet.

Det interessante er imidlertid at med noen unntak, så synes det samtidig å være en prosjektorganisering som er robust for personendringer. Dette gjelder for eksempel *Gatelangsprosjektet* i regi av Visit Indre Østfold, som er forankret i tre sterke organisasjoner gjør prosjektet mindre sårbart for personendringer.

Et eksempel på et prosjekt som mistet litt fremdrift, da initiativtakeren sluttet, var *Matopplevelser i Grønne Lier*. Ifølge den innleide prosjektlederen til det prosjektet, var det behov for en personlig forankring og engasjement, også der det var en stor organisasjon som en kommune som var drivkraften.

Et annet prosjekt hvor personavhengigheten også gav en sårbarhet til prosjektet som sådan, var *Slåttekurset* i Nedre Eiker. Selv om Nedre Eiker Bygdekvinnelag sto som prosjektledere, var eieren av slåtteenga helt sentral når det kom til å realisere og gjennomføre prosjektet.

4.4.7 Verdiskaping og prosjektimplementering

I sum har vi i dette avsnittet vist til flere viktige elementer til en modell for vellykket prosjektimplementering og effektvurdering. Her skal vi kort bare vise til det sentrale ved etablering av brede nettverk, også under prosjektimplementeringen. Dette er en kontinuerlig prosess. Dette gjelder også der en kommune er prosjekteier. Særlig viktig er det å koble på både kulturaktører og næringsaktører. I de fleste av disse prosjektene er næringsaktører sentrale i implementeringen av prosjektet, men de må både føle eierskap til prosjektet og oppleve at dette er noe de har behov for.

Organisering og initiativ ovenfra og organisering og initiativ nedenfra gir ikke nødvendigvis samme resultat. Caseprosjektene viser at nettopp den sistnevnte strategien kan være sentral for å sikre engasjement og deltakelse. Gjennomgående i denne evalueringen er viktigheten av at næringen selv må ønske prosjektet, se nytten av det, og med det, sette av ressurser til å prioritere det. Organisatorisk bør derfor også næringene med i prosjektgruppen.

Bred prosjektforankring henger tett sammen med nettverkskoblinger og det å forankre prosjektet i aktører som i fellesskap har styrke til å bære prosjektet.

Samtidig er det viktig at prosjektene har en profesjonell profilering og markedsføring utad. Her synes særlig Visit selskapene å tilby en modell som synes fruktbar, i det de kobler både næringsaktører og kulturaktører i et helhetlig formidlingssystem. Dette gir stor grad av forutsigbarhet for partene.

4.5 Resultater og effekter

Med utgangspunkt i de prosessuelle egenskaper som vi her har drøftet, med strategisk forankring og retning, tilrettelegging og de ulike verdiskapende prosessene; hvilke resultater og effekter kan vi lese i vårt utvalg prosjekter?

Som vi viste til i kapittel 2, vil både resultatene og effektene kunne inntreffe både på kort og lang sikt, samt være kvalitative og kvantitative. Resultater og effekter som er kvalitative og som først viser seg på lang sikt, vil kunne være mer krevende å isolere og identifisere enn de mer kortsiktige resultater og effekter av et prosjekt. Slikt sett vil en effektevaluering for de fleste av disse prosjektene mer ha karakter av *prognose*, enn av reell effektvurdering. I dette vil vi ha et blikk for det som tidligere er definert som *bred verdiskaping*, med effekter av både miljømessig, kulturell og sosial karakter. I tillegg vil vi også se på eventuelle økonomiske effekter. Vi spør:

- Hvilke resultater har de enkelte prosjektene gitt på kort sikt?
- Hvordan ser effektbildet ut, definert ut fra miljømessige, kulturelle, sosiale og økonomiske standarder?
- Hvordan kan vi måle de mer kvalitative effektene av prosjektene?
- I hvilken grad kan effekter tilbakeføres til prosessuelle egenskaper som eksempelvis nettverksbygging og samarbeid?

4.5.1 Resultater

I utgangspunktet synes de aller fleste av prosjektmedarbeiderne bevisste på at det skal bli et produkt som kan leve over tid, og ikke bare være et enkeltstående prosjekt. Resultatene er slikt sett, et mål på de konkrete produktene et prosjekt produserer.

Slik det kom frem i den innledende drøftingen av prosjektenes forankring i mål, opererte de fleste av prosjektene med kvalitative målsettinger knyttet til effekt, langtrekkende kvalitative størrelser som først ville inntreffe på et senere tidspunkt. Dette kunne være økt attraktivitet og kulturell bevissthet om stedets egenart, med videre. På veien dit hadde imidlertid alle prosjektene definert konkrete aktiviteter som de kalkulerte med ville gi visse resultater. Og spørsmålet her blir mer om disse konkrete resultatene lot seg realisere.

Aktiviteter i prosjektene har vi gjort rede for ovenfor. Som vi så der var det i stor grad en kapabel gjennomføringsevne i prosjektene. Når det kommer til å måle resultater, kommer det imidlertid frem en forskjell på de prosjekter som definerer seg som forprosjekter, som *Salige sykkelturner* og *Matopplevelser i Grønne Lier*, og de prosjektene som slikt sett er ment å hente ut sitt potensiale i et hovedprosjekt.



Norerunden.
Foto: Linda Tveiten/SvingOm

Mål og forventninger i forprosjektene hadde mer karakter av å forberede til et hovedprosjekt og ikke minst, gjøre en kartlegging for slik å vurdere potensialet for et hovedprosjekt. Her står særlig *Salige sykkelturner* frem med konkrete resultater. Ikke bare har en kartlagt potensialet for å utvikle et spennende sykkelrutenett i områdene Numedal, Sigdal og deler av Telemark. Man har også lyktes i å forankre et hovedprosjekt i et stort antall aktører, bredt knyttet til ulike opplevelsesnæringer langs de mulige sykkelrutene.

Forprosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* hadde mye av de samme ambisjonene, men lyktes ikke på samme måte å få potensielle aktører i en opplevelsesnæring, til verken å engasjere seg eller forplikte seg. Hovedprosjektet ble derfor lagt på is.

I de fem andre prosjektene fremstår resultatene i stor grad å henge direkte sammen med det en hadde definert som prosjektets ambisjon, på kort sikt. *Slåttekurset* ble arrangert, på tross av skumle Coronatider (prosjektet var et utearrangement, med god avstand mellom deltakerne). Det konkrete resultatet, ifølge eieren av slåttejorden, var da at kurset ble gjennomført og engen slått. Mer kvalitativt har dette også økt kunnskapsnivået om slåtteknikker blant de rundt 20 deltakerne på kurset. I tillegg fikk de innføring i gamle mattradisjoner, i regi av Nedre Eiker Bygdekvinne lag.

I Gamlebyen og Indre Østfold ble manus og opplegg til vandretæater og rundturer utarbeidet, og gjennomført. Begge arrangementene viste seg å være svært populære blant et publikum. I Indre Østfold hevder våre informanter at oppslutningen var god på de i alt fire vandringene, to i Ørje og to i Rakkestad. I *Starcraftprosjektet* i regi av Visit Fredrikstad og Hvaler er konseptet et noe annet, selv om det også her ble laget et konsept for vandring og gatetæater. Forskjellen ligger i at vandringen er utviklet som en vare som kan etterspørres og kjøpes via visitselskapet, og som sådan er tilgjengelig på forespørsel. Modellene som er utviklet i begge disse prosjektene er imidlertid anvendbare til å utvikle nye konsepter innenfor samme sjanger. Slikt sett er det ikke snakk om engangsresultater, men om modellutvikling og resultater som bærer over i nye prosjekter ved behov. I dette ligger det også et betydelig kvalitativt resultat.

I *Ostebygd* var forventninger om resultater mer vidtrekkende, og involverte flere aktører innenfor relevante næringer. Med utgangspunkt i forpliktende samarbeid aktørene imellom, tydelig markedsføring og ikke minst stort engasjement, lykkes man i prosjektet med å samle aktører, skape helhet og på den måten vinne tillitt hos sentrale aktører i opplevelsesnæringene i Holsbygd/Geilo. Lokalt produsert ost lanseres som et lokalt kulturprodukt, og etterspørselen øker betydelig etter at produktet er solgt inn hos hoteller, reiselivsaktører og ikke minst i detaljhandelen.



Ostebygda: Fagerdalen Trøgst
Foto: Emile Holba/Ostebygda

Et prosjekt med nesten samme geografiske nedslagsfelt som *Ostebygda*, *Røtaprosjektet* på Geilo, lykkes også i å realisere flere prosjekter med koblinger til opplevelsesnæringene, som *Huldreskogen* og fortellerteater på Geilotunet. Slik lyktes prosjektet et stykke på vei i å nå konkrete resultater som integrerte kulturmiljø i konkrete opplevelser. Den store ambisjonen, å utvikle en helhetlig kulturprofil for opplevelsesnæringene på Geilo, lot seg i mindre grad realisere. Hovedutfordringen, slik en av våre informanter uttrykte det, var at prosjektet ikke var tilstrekkelig integrert i det næringslivet som skulle ta merkevaren i bruk. I følge en tidligere daglig leder i Visit Geilo manglet med andre ord linken til de som skulle implementere produktet, som nevnt ovenfor. *Man kunne jobbet mer med å gjøre det kommersielt*, ifølge samme kilde, med det resultat at man i prosjektet fikk *testet ting, men ingen klarte å ta det fra en pilotfase til drift*.

4.5.2 Et brukerperspektiv på resultater

For å nyansere det de prosjektansvarlige ser som viktige resultater, har vi også intervjuet noen utvalgte brukere av de aktiviteter prosjektene har resultert i. Disse aktørene har først og fremst hatt kvalifiserte meninger om de konkrete aktivitetene, og hvordan de har opplevd disse, siden de ikke har vært involverte i implementeringsprosessen.

Informantene faller her i to grupper; næringsaktører og besøkende eller kjøpere av aktiviteter. I det første tilfellet har vi intervjuet to næringsaktører i Indre Østfold, som begge ledet mindre servicevirksomheter langs vandrerutene i prosjektet *Gatelangs*, samt en større næringsaktør på Geilo, som benyttet produkter utviklet av *Ostebygda*.

Begge næringsaktørene i Indre Østfold var generelt veldig fornøyd med at *det skjer noe*, og at det ifølge den ene informanten *kanskje gjør folk mer oppmerksomme på Ørje som*

destinasjon. Slik kan prosjektet ifølge samme informant *ha noen synergieffekter*. Han fortsetter:

Hvis det går bra for en aktør i Ørje sentrum, så kan det være en fordel for flere. Men jeg føler ikke at det var noen effekt av Gatelangs isolert.

Når informanten her ikke viser til noen effekt av prosjektet isolert, viser han til at det økonomisk var vanskelig å si hva resultatet var. Han opplevde ikke at hans virksomhet fikk noe oppsving av arrangementet. Samtidig er han åpen for at prosjektet tydeligvis kan være et tiltak av flere for å gjøre folk oppmerksomme på Ørje, og med det, øke lønnsomheten for næringslivet lokalt på sikt.

Også den andre næringsaktøren vi intervjuet i Indre Østfold, var positiv til at det med prosjektet ble satt fokus på stedet og stedets historie. Som informanten sier.

Det var med å løfte attraktiviteten til Ørje som sted. Det er kjempebra. Man blir minnet over hvor fint det er her.

I dette ligger det en kime til både lokal stolthet og identitetsbygging. Informanten viste imidlertid til at dette var et ferdig prosjekt som kom til de som næringsaktører, og at han ikke hadde noe eierskap til det. Informanten viste i denne sammenhengen også til viktigheten av hvordan prosjekter markedsføres, og at dette speiler hva prosjektet faktisk inneholder. Dette er viktig for å nå frem til det publikum en ønsker å nå.

Næringsaktøren på Geilo, som blant annet drifter et større spisested var svært godt fornøyd med *Ostebygda* som prosjekt. Han understreker at:

som merkevare er *Ostebygda* en ferdig solgt merkevare. *Ostebygda* er flinke til å markedsføre sine produkter.

Informanten fremholder at *Ostebygda* som konsept er blitt svært godt kjent og at man med dette har skapt mange synergieffekter. Næringsaktøren ser også helt klart en salgsverdi knyttet til ostens lokalkulturelle tilknytning:

Vi selger ost fra nærområdet. Kuene og geitene går på beite i skibakkene om sommeren, så selger Ski Geilo ost, laget av melken, på vinteren ... Dette er en ost som *Ostebygda* har produsert. Dette gir oss en mulighet til å prate om lokal kultur og stølskultur.

Som kilde til denne vellykkede prosjektimplementeringen viser informanten til at det har vært et godt samarbeid med næringslivet rundt produktutviklingen. Produktet og markedsføringen av denne bygger med andre ord på et bredt forarbeid, med forankring i de aktørene som skal selge produktet. I denne sammenhengen sier samme informant:

Ostebygda bidrar til produktutvikling. Det er også mulig å gå i dialog med *Ostebygda*. Man kan komme med ønsker om produkter man ønsker seg, og så få til en dialog med osteprodusentene om det. *Ostebygda* er interessert i å finne ut hva næringslivet trenger.

Fra et brukerperspektiv har vi også intervjuet tre private aktører som kjøpte en vandreteateropplevelse av Visit Fredrikstad og Hvaler, i Gamlebyen. Dette i regi av *Starcraftprosjektet*. Alle tre representerte større arbeidsplasser, som tok kontakt med Visitselskapet, med ønske om en sommeraktivitet for sine ansatte. Alle tre valgte en omvisning med «*Karen Øltapper*».



«Karen Øltapper». En populær dame i Gamlebyen i Fredrikstad.
Foto: Visit Fredrikstad og Hvaler

Opplevelsen av vandringen var den samme blant alle tre. Således forteller lederen fra en av virksomhetene som var med på en slik vandring, og som var fra nærområdet at:

Det var bare positive tilbakemeldinger på arrangementet, fra ansatte i alle aldre. De opplevde at de lærte utrolig mye om Gamlebyen, den byen de selv bor i. De berømmet det å fortelle om egen by. Formidleren formidlet med mye humor og tok gruppen med gjennom hele Gamlebyen. Det var vekt på historiske fakta og det ble gjort interessant, gjennom den levende måten å formidle på. Vi lærte mye om vår egen kulturhistorie...og bygningskultur og personligheter i Gamlebyen.

Opplevelsen ble berømmet, både i innhold og fremførelse, og arrangementet leverte:

Vi fikk mer enn vi forventet å få.

En av de andre informantene forteller at:

Vi har bestilt det igjen for en ny gruppe.

Skal vi derfor tro disse tilbakemeldingene, var dette arrangementet en skikkelig publikumsvinner, som både økte opplevelsesverdien av besøket der og da, men som også ga økt kunnskap og forståelse for egen kulturhistorie.

Med utgangspunkt i disse resultatene og prosjektprosessene som har frembrakt de, hvordan ser effektbildet ut, definert særlig ut fra det vi tenker på som bred verdiskaping, basert på miljømessige, kulturelle og sosiale verdier?

4.5.3 Effekter

I hvilken grad innfris forventningene om kvalitative effekter, i de prosjektene vi har tatt utgangspunkt i denne analysen? Dette vil vi i dette avsnittet drøfte med utgangspunkt i en forståelse av hvordan man synes å ha lagt til rette for kvalitative effekter i utviklingen og implementeringen av prosjektene, og hvilke modeller for effektmåling vi kan lese ut av det.

Kvalitative effekter som attraktivitetsbygging og identitet er størrelser som påvirkes av mange forhold og effektene inntreffer over et lengre tidsspenn. Dette gjør det utfordrende å avdekke effekter, særlig av nylig avsluttede prosjekter. I et effektperspektiv er det også mange forhold

som endrer seg på samme tid, og det kan være krevende å isolere effekter av disse prosjektene spesifikt. I så henseende blir det mer å vise til antakelser om effekter.

Ingen av de prosjektene vi tok utgangspunkt i hadde utviklet en definert metodikk for å måle kvalitative langsiktige effekter. Kobler vi imidlertid sammen suksessfaktorene i de tre fasene vi har gjennomgått, nærmer vi oss en dokumenterbar metodikk for, eller indikatorer på, en vellykket prosjektimplementering. De tre prosjektfasene legger med andre ord grunnlaget for effekter.

Fase (1) Den strategiske fasen

I den innledende strategiske fasen har vi drøftet prosjektene med utgangspunkt i hvilke forventninger om effekt initiativtakerne hadde. Antakelsen er at dette ble retningsgivende for utviklingen av prosjektet. Som vist til ovenfor, lå det inne i samtlige av prosjektene forventninger om langsiktige effekter, med særlig vekt på integrering av kulturelle perspektiver og identitet i utviklingen av opplevelsesnæringene. I dette lå det en forventning om at synliggjøring av kulturelle kvaliteter skulle økte attraktiviteten, både for de som bodde på stedet, for besøkende og for eventuelle eiere av fritidseiendommer.

Således har prosjektutviklerne i både *Ostebygda*, *Starcraft*, *Gatelangs*, *Salige sykkelturner*, *Matopplevelser i Grønne Lier* og *Røtaprosjektene* hatt forventninger om at koblingen mellom kultur og opplevelsesnæringene, det å løfte kulturen inn i reiselivet, skulle økte attraktiviteten til stedene på lengre sikt, og slik ikke bare bidra til økonomisk trygghet for stedet, men også styrke den kulturelle identiteten og bevisstheten.

Prosjekter som *Ostebygda*, *Slåttekurset* og *Salige sykkelturner* har også tydelig hatt forventninger om et produkt med god miljømessig forankring og bærekraft. *Ostebygda* ved å opprettholde stølsdrifta, og slik nyttiggjøre seg de ressurser som ligger i å sende husdyr ut på beita i fjellene og skibakkene om sommeren. *Slåttekurset* ved å bidra til kunnskap og bevissthet om artsmangfold i en slåtteeng, og verdien av å beholde og drifte slåtteenger for artsmangfoldet. *Salige sykkelturner* ved å legge til rette for miljømessig bærekraftig ferdsel, som rekreasjon og fritidsaktivitet, ved bruk av sykkel.

Sosial verdiskaping og bærekraft kan romme vidt, og inkludere både fysiske og ikke-fysiske størrelser. Her vil vi koble begrepet både til helse, folkehelse og livskvalitet, samtidig som det også kan sies å bygge på lik tilgang til ressurser og goder, medvirkning, inkludering og trygghet. I et slikt perspektiv leser vi klare forventninger om sosial verdiskaping inn i alle våre caseprosjekter.

Gjennom valg av en salig sykkelturn kommer en tett på natur, lokalkultur, smånæring og andre med samme interesse, og innbyr således til deltakelse og nærvær mennesker imellom. I tillegg er sykkelturnene et veldig lavterskeltilbud, alt du trenger er en sykkel. Ellers koster ikke dette noe. Rutenettet er ment gjort tilgjengelig for alle. Sykling har også et klart folkehelseperspektiv ved seg, og er en helsebringende virksomhet, som bidrar både til god helse og livskvalitet når den foregår i fredelige omgivelser, omgitt av ren luft.

Vandringene som er tilrettelagt gjennom prosjektene *Gatelangs* og *Starcraft* har også noen av de samme dimensjonene ved seg, selv om de da foregår i by. Det er rimelig å anta at det bidrar til livskvalitet å ta del i disse aktivitetene, det er en sosial aktivitet, der mennesker opplever noe sammen og det byr også på en opplevelse av medvirkning, i det man trekkes mer inn i den aktivitet som utspiller seg. Tilgjengeligheten er imidlertid ikke så lavterskel som for sykkelturnene, gitt at man i allefall for en vandring med guide i Gamlebyen i Fredrikstad, må betale for å delta.

Den sosiale verdiskapingen ligger også klart inne i forventningene til *Slåttekurset* i Nedre Eiker. Denne aktiviteten er imidlertid ikke å karakterisere som kollektiv, i betydningen av at den er tilgjengelig for alle. Her gjelder påmelding og avgift. Forventningene om sosial verdiskaping, med vekt på en helsefremmende og sosial aktivitet knytter seg derfor først og fremst til de som deltar i kurset.

Røtaprosjektet hadde også som en av sine sider å tilby historiefortelling til alle, eksempel ved vandring i *Huldreskogen* eller å følge en forestilling på Geilojordet. Markedsføringsfremstøtet mot næringsaktører var imidlertid mer å betrakte som et forsøk på å bygge en felles identitet og attraktivitetsmarkør, hvilken ville være en mer kulturell verdi.

Forventningene om effekt kan synes som en nødvendig premis for å nå effekter på sikt, i det de kan være retningsgivende for utviklingen av aktiviteter. For å sikre effekt synes forventninger imidlertid ikke å være tilstrekkelig. Det har denne evalueringen vist.

Fase (2) Tilretteleggingsfasen

Dermed er vi over i det vi i figur 2.1. kalte tilretteleggingsfasen. Det må gjennom prosjektimplementeringen legges til rette for at forventningene kan innfris. Her har vi særlig fokusert på tre forhold; (1) Utfordringsbildet prosjektet skal være et svar på, må avklares; (2) Det må inngås forpliktende samarbeid med relevante parter og (3) Kulturarvressursene må kartlegges.

For å starte med utfordringsbildet er en fellesnevner i flere av disse prosjektene at det lokalt oppleves å være et behov for å bygge en tydeligere stedsidentitet og en kulturbasert attraktivitet. Selv om ingen av informantene nevnte uttrykket stedets *komparative fortrinn*, er det mye det det handler om. Løfte frem de fortrinnene som skiller stedet fra andre steder, og her vender man seg i våre utvalgte caseprosjekter til kulturarven. Ved å bruke kulturarv som ressurs, er intensjonen å øke stedets synlighet og attraktivitet, og med det bidra til økonomisk verdiskaping. Stedene i Indre Østfold opplevde et behov for å synliggjøre stedets spennende historie, blant annet som et viktig handelssted for reisende mellom Norge og Sverige, I *Røtaprosjektet* ønsket en å få frem den kulturelle stedsidentiteten i fjellbygda, og lage en profil ut av det. *Ostebygdaprosjektet* brukte lokalmat til å løfte frem både stedets kultur og den tette koblingen mellom natur, næring og kultur.

Slik aktiviserte og synliggjorde man i disse prosjektene kulturarven som en ressurs for å svare på det utfordringsbilde man sto i lokalt og i noen grad også regionalt.

Dette var heller ikke tilstrekkelig for å oppnå effekter av prosjektene. Her synes det viktig i en tilretteleggingsfase både å kartlegge hvilke ressurser man har tilgjengelig og etablere forpliktende samarbeid med relevante aktører. I to av våre prosjekter; *Salige sykkelture* og *Matopplevelser i Grønne Lier* er dette definert som sentrale aktiviteter i egne forprosjekter. Og disse prosjektene viser nettopp viktigheten av å ta denne runden for å legge til rette for langsiktige effekter av prosjektene. For mens man i prosjektet *Salige sykkelture* klarte å etablere forpliktende samarbeid med relevante aktører, opplevde prosjekteier i Lier ikke å få relevante næringsaktører til å prioritere dette.

Fase (3) Verdiskapingsfasen

Etter at handlingsrommet for prosjektutviklingen er tilstrekkelig definert og avklart, gjennom kartlegging av ressurser og interesse blant relevante aktører, kan forventningene til prosjektet operasjonaliseres i konkrete aktiviteter. Samtidig må prosjektet organiseres, en prosjektgruppe settes sammen, nettverk bygges og strategier for profilering og markedsføring utarbeides, for å nevne noen av de forholdene vi har drøftet ovenfor. I denne fasen konkretiseres premisene for hvilke effekter man kan forvente å oppnå.

Vi har sett at deltakelse i prosjektgruppen, kan ha stor betydning for hvorvidt eksempelvis næringsaktører får et eierskap til prosjektet, jamfør *Røtaprojektet*. Skal man sikre en god prosjektimplementering, er det viktig å koble kulturaktørene tett på næringsaktørene og partene må oppleve at de er avhengig av hverandre for å lage et godt produkt. Dette krever et godt forarbeid, slik en har en strategi for i prosjektene *Salige sykkelturner* og *Ostebygda*.

Profilering og markedsføringer holdes også frem i de aller fleste av våre prosjekter som en forutsetning for vellykket prosjektimplementering. Og markedsføringen må treffe både prosjektet og publikum.

Fase (4) Resultater og effekter

Dette innebærer at når det kommer til resultater og effekter, kan vi med utgangspunkt i diskusjonene knyttet til de tre foregående fasene, se konturene av positive effekter for både bevaring og ivaretagelse av kulturarven, sosiale effekter, miljøet og lokalsamfunnet. Arbeidet med å utarbeide klare indikatorer for dette, synes imidlertid foreløpig ikke å være definert i prosjektene.

Det følger imidlertid av drøftingen her at det er noen variasjoner mellom prosjektene. Særlig synes effektene raskt å ha kommet på plass i *Ostebygda-prosjektet*, hvor ost som identitetsbyggende kulturarv i løpet av kort tid ble forankret i det lokale næringslivet. Veien syntes med andre ord å ha vært kort fra identifisering av ost som en del av den immaterielle kulturarven og til opplevelsesnæringer, som tilbud i restauranter, hoteller og detaljhandelen. Når man i tillegg knytter dette til kulturarv/miljømessige verdier som opprettholdelse av stølsdrift og kulturlandskap, styrkes de verdiskapende effektene og prosjektets bærekraft ytterligere.

Et prosjekt som *Salige sykkelturner* synes også på god vei mot en rekke kvalitativt bærekraftige verdier. Men enn så lenge er bare et forprosjekt gjennomført. Men tilslutningen fra en rekke aktører innenfor relevante opplevelsesnæringer, i kombinasjon med en grundig kartlegging av mulige sykkeltraseer, synes å bygge opp under effekter både når det kommer til miljø, opplevelse av kulturarv, det sosiale, herunder folkehelse, og ikke minst for lokalsamfunnet og regionen som helhet. Dette er presisert ytterligere ovenfor.

Hvorvidt et prosjekt som *Gatelangs* i Indre Østfold er tilstrekkelig til å øke attraktiviteten til regionen og styrke identiteten, skal vi ikke konkludere på her. Mye vil avhenge av hvordan dette blir fulgt opp fremover, med liknende og andre tiltak, som i sum vil kunne bidra til å synliggjøre kulturarven og de historiske kvalitetene ved steder som Ørje og Rakkestad. Lykkes en i det, er det rimelig å anta at de miljømessige og sosiale effektene av *Gatelangs-prosjektet* vil holde seg fremover. På kort sikt synes prosjektet å ha bidratt til betydelig entusiasme blant de arrangerende, Rakkestad Næringsråd, Visit Indre Østfold og Marker kommune. Dette kan bidra til å styrke fokuset på kulturarv som ressurs inn i den lokale og regionale samfunnsutviklingen, med de muligheter som ligger der, for verdiskaping langs både en miljømessig, sosial og kulturell dimensjon.

Starcraft-prosjektet synes også å ha denne kapitalen i seg til å være en ressurs i den videre profileringen kulturelt og miljømessig av Gamlebyen i Fredrikstad. Dette kan bidra til å øke stedets tiltrekningskraft for besøkende ytterligere, samtidig som det kan styrke den lokale identiteten og tilhørigheten.

I prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* lyktes en ikke i å skape den forankringen som kunne gi lokale og regionale effekter når det kom til å vise frem Lierdalens egenartede kultur, slik en sentral informant i prosjektet opplevde det. Prosjektet videreføres da heller ikke. Heller ikke i *Røtaprojektet* lyktes en helt i å forankre prosjektet i næringsaktørene,

hvilket reduserte effektene når det kom til forventningen om en helhetlig markedsprofil for Geilo. Innenfor prosjektet ble det allikevel satt i verk aktiviteter som klart bidro til å vise frem den lokale immaterielle kulturen, med *Huldreskogen* og fortellerteater på Geilotunet. Slikt sett synes et grunnlag for verdiskapende effekter langs både en kulturell, sosial og miljømessig dimensjon å være lagt.

I kort innebærer dette at de fleste av prosjektene har klart å levere på de forventninger om effekter, som lå der i utgangspunktet.

4.5.4 Addisjonalitet

Addisjonalitet vil i denne sammenhengen være et mål på differansen mellom det som ble oppnådd i disse prosjektene, og det kontrafaktiske, at prosjektet ikke ble realisert. Hvilke resultater og effekter fulgte med andre ord direkte av prosjektet og hva kan også tilskrives andre forhold?

Evaluert opp mot et begrep om ressursaddisjonalitet, slik vi presenterte det i kapittel 2, gir informantene i prosjektledelsen i de syv caseprosjektene uttrykk for at prosjektene ikke hadde blitt realisert i sin nåværende form, uten tilskudd fra KulturArvOpplevelser. Flere åpner imidlertid for at prosjektet kanskje hadde blitt realisert på et senere tidspunkt, men at det i så fall ville kunne vært i en annen form.

Prosjektstøtte fra Viken fylkeskommune ble således oppfattet som en nødvendig betingelse for realisering, selv om tilskuddet utgjør en mindre del av budsjettammen til de fleste av disse prosjektene. Dernest kommer også den håndrekning som ligger i det å få støtte til et prosjekt. Som en sentral informant i prosjektledelsen til *Ostebygda* prosjektet formulerer det:

Den første innvilgede søknaden er veldig viktig. Det er viktig for å komme i gang. Får en ikke noe tilskudd, blir prosjektet fort lagt bort... Det viser at noen har troa.

Informanten i *Ostebygda* fremhever også at støtte fra fylkeskommunen, kan være med å utløse midler fra andre tilskuddsgivere. Effekten av støtten blir i så fall større enn den som ligger i tilskuddet fra Viken fylkeskommune. Dette ser vi er gjennomgående i disse prosjektene. Tilskuddene fra Viken fylkeskommune utgjør en mindre del, der vi kjenner til den totale budsjettammen for prosjektet.

Ressursaddisjonalitet målt i form av nyetableringer av nettverk eller samarbeid mellom sektorer og aktører synes også å være oppfylt i flere av prosjektene. Særlig fremgangsrikt synes dette å ha vært i *Ostebygdaprojektet*, hvor man har lyktes i å knytte et helt sett av melkeprodusenter sammen, samtidig som det er knyttet kontakter til ysterier, reiseliv og næringsliv, med videre. Dette har resultert i bred verdiskaping rundt produksjon, markedsføring og salg av ost med kulturhistorisk forankring i Holsbygda i Hol. Også i *Salige sykkelturner* er det lagt stor vekt på å etablere et bredt nettverk, skal en ta prosjektet fra et forprosjekt til et hovedprosjekt. Så langt ser en ut til å ha lyktes i det.

Erfaringene fra prosjektet *Matopplevelser i Grønne Lier* kan illustrere hvor viktig denne nettverksbyggingen er, i det en her ikke helt klarte å forankre prosjektet i relevante næringsaktører. Det samme gjaldt i noen grad i *Røtaprosjektet*.

I *Starcraftprosjektet* i Fredrikstad kan det synes som om aktørene først og fremst bygget videre på de nettverk mot kultur- og næringaktører som allerede var etablert. Prosjektet ga imidlertid en mulighet for å videreutvikle dette samarbeidet og slik styrke det.

Evaluert i lys av et begrep om adferdsaddisjonalitet, fremstår det også i denne evalueringen at prosjekter har resultert i en endring i aktørers adferd, men her er det noen forskjeller prosjektene imellom. I *Slåttekurset* videreførte aktørene en allerede etablert tradisjon med kurs, slik at tilskuddet ga ingen adferdsaddisjonalitet isolert sett, utover at det bidro til at kurset lot seg realisere det år de fikk tilskuddet. Også i Visit Fredrikstad og Hvaler, hvor en allerede hadde brede nettverk mot både kultur- og opplevelsesaktører, fremstår *Startcraftprosjektet* som en slags videreføring av tidligere arbeid, men med nytt tema og nytt innhold.

Der tilskuddet gikk inn i prosjekter med størst adferdsaddisjonalitet synes å være *Ostebygdaprosjektet* og *Salige Sykkelturer*, og i noen grad *Gatelangsprosjektet*. Her ble nye nettverk etablert, samarbeid utviklet, og nye modeller for prosjektimplementering utviklet. Slikt sett lyktes man i stor grad, gjennom disse prosjektene, å mobilisere flere aktører og endre deres adferd, enn i en situasjon hvor prosjektet ikke hadde blitt realisert.

Adferdsaddisjonalitet gjennom kompetanseheving har også fått sin plass i flere av disse prosjektene. Dette er særlig markert der kartlegging og kompetanseheving har hatt et særlig fokus. Dette gjelder for det første *Salige sykkelturer* og *Matopplevelser i Grønne Lier*. Men også i andre prosjekter har kompetanseheving hatt en viktig plass. Dette gjelder spesielt prosjektene som har resultert i lokalhistoriske vandringer, som *Startcraft* og *Gatelangs*. Her har man jobbet målbevisst for å øke kunnskapsnivået, både innad i prosjektet, men også utad mot brukerne og næringsaktører om lokalkultur og -historie. Det samme gjelder helt klart i *Røtaprosjektet*, hvor en søkte å bygge en felles kulturhistorisk plattform til bruk for markedsføring av Geilo.

Slåttekurset er også et kompetansehevende prosjekt, om enn ikke så mye hos de prosjektansvarlige, som hos deltakerne.

I *Ostebygdaprosjektet* har også aktørene et fokus på kompetanseheving, både på kort og lang sikt. Prosjektet tar utgangspunkt i lokale mattradisjoner, og produktutvikling har en viktig plass innad i prosjektet. Utad, mot brukere og kunder, har vi også sett at lokale mattradisjoner promottes, i kombinasjon med lokal kultur- og næringshistorikk.

Avslutningsvis, om resultataddisjonalitet, hadde resultatene fremkommet uten tilskudd til prosjektene? Har det at prosjektet ble gjennomført bidratt til nye prosjekter eller tiltak, som ellers ikke ville ha kommet eller blitt lansert? Har støtten utløst, fremskyndet eller forsterket en utviklingsprosess, der opplevelser basert på kulturarv bidrar til verdiskapende bærekraft, lokalt og/eller regionalt?

Generelt er det vanskelig å si noe sikkert om dette. Til det mangler vi blant annet kunnskap om den alternative bruken av de samme midlene til andre formål og prosjekter, og om det hadde hatt større effekt, blant annet i form av lærings- og forbedringspunkter. Det vi kan si med sikkerhet, er at tilskuddene har vært helt sentralt for å realisere prosjekter som nettopp kobler kulturarv til opplevelser, og at dette har ført med seg et lokalt engasjement og entusiasme. Så har man kanskje ikke kommet helt i mål på alt man håper å oppnå. Men i de fleste av de caseprosjektene vi har gått inn i, har tilskuddene utløst andre penger og i sum har dette bidratt til et økt fokus på kulturarv som en ressurs i reiseliv, opplevelser, attraktivitet og identitet. Den entusiasmen dette har gitt, ser ikke ut til å avsluttes med prosjektet, men synes i stedet å ha festet seg som et bredt engasjement og en vilje, som vil kunne leve videre i nye prosjekter.

5 Innspill til et rammeverk for å kunne måle resultater og effekter fra gjennomførte KAO-prosjekter

Med utgangspunkt i evalueringen og analysene av de prosjektene som får støtte, vil vi i dette sluttkapitlet gi innspill til et rammeverk for måling av resultater og effekter av gjennomførte prosjekter med støtte fra KulturArvOpplevelser, som går utover de rent økonomiske. Dette vil vi her knytte til de ulike fasene vi har definert for prosjektimplementeringen og hva som fremstår som suksesskriterier når det kommer til å innfri forventningene til prosjektene. Vi vil særlig fokusere på kvalitative effekter, knyttet til sosial, kulturell og miljømessige effekter, for lokalbefolkningen generelt, i tillegg til lokalt og regional samfunnsutvikling.

Innspillene til rammeverk, som vi vil formulere i dette sluttkapitlet, vil speile den prosesslæring vi leser ut av denne følgeevalueringen, særlig knyttet til de tre første fasene som ble drøftet i del 2 av dette prosjektet, det vil si den strategiske fasen, tilretteleggingsfasen og verdiskapingsfasen.

I denne sammenhengen ligger det et viktig forbehold i at vi i grunnlagsmaterialet bare kan sannsynliggjøre at de forhold vi peker på her, vil bidra til å øke mulighetene for å belyse prosjektets kvalitative effekter.

5.1 Strategisk forankring og planlegging

I den innledende prosjektfasen, som vi har vist til som den strategiske, defineres de overordnede forventningene til prosjektet. Her har vi særlig vist til viktigheten av å ha klare forventninger om kvalitative effekter fra initiativtakernes side. Dette synes å legge grunnlag for retning og fokus i prosjektene, samtidig som det også tydeliggjør hvilke forankringspunkter som potensielt vil være viktig for å innfri forventningene.

I denne fasen synes det også viktig at det fra tilskuddsgivers side, etterspørres hvilke forventninger prosjektansvarlige har til effekt, og eventuelt at det tematiseres og gis veiledning i hvordan prosjekt på best mulig måte tilrettelegges for kvalitative effekter.

Forankring i kommunale plandokumenter vil kunne være et viktig strategisk utgangspunkt for å definere forventninger om effekt i et gitt prosjekt. Dette kan også bidra til at prosjektet ses i en større sammenheng lokalt og regionalt og at det under prosjektimplementeringen kan legges til rette for synergieffekter vis a vis tematisk tilliggende satsninger. Viktigheten av dette forsterkes ved at de fleste prosjektene er av relativt begrenset størrelse, som vi så i del 1 av prosjektet. Dette i seg selv kan være et argument for at de kvalitative effektene av et prosjekt tiltar, i den grad det reflekterer og bygger opp under de prioriteringene kommunene utfører for øvrig på området. På den andre siden kan dette redusere mulighetene for å isolere de kvalitative effektene fra prosjektet, fra andre satsninger på området, og med det kompliseres en effektmåling.

I den strategiske fasen har vi fremholdt viktigheten av å forankre prosjektet formelt, hos de aktørene som er viktige for at man skal lykkes i å ta prosjektet fra plan og forventning om effekt, og over i faktisk implementering. Aktører som er viktige i implementering av et prosjekt, bør også være representert i prosjektets styringsgruppe eller tilsvarende. Særlig har vi sett at det kan oppstå utfordringer om det i en prosjektgruppe kun er kulturaktører representert, når prosjektet tar sikte på å knytte kulturaktiviteter opp mot opplevelsesnæringer.

I denne evalueringen viser det seg derfor at det strategisk viktig å:

- (1) Gi prosjektene en strategisk forankring, som synliggjør forventninger om kvalitative effekter. Dette kan bidra til å definere retning for prosjektet, samtidig som det bidrar til en tidlig bevisstgjøring rundt hvordan man i prosjektet kan legge til rette for kvalitative effekter.
- (2) Forventningene og refleksjonene rundt effekter, bør forankres i det kommunale og/eller fylkeskommunale planverket. Dette legger til rette for synergier i prosjektimplementeringen, samtidig som det kan bidra til et mer langsiktig fokus. Dette kan øke potensialet for kvalitative effekter i et prosjekt.
- (3) Prosjektet bør forankres hos alle aktører som er sentrale i implementeringsprosessen. Blant prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser, fremstår det svært viktig at både kulturaktører og næringsaktører kobles sammen i en formell prosjektstyringsmodell.

Fra tilskuddsgivers/fylkeskommunens side:

- (1) Tidlig i kontakten med fylkeskommunen rundt prosjektet bør det synliggjøres hvilke forventninger fylkeskommunen har til effekter. I denne sammenhengen bør søker veiledes på prosjektgjennomføring, slik at man tidlig legger til rette for en prosjektorganisering og -implementeringsprosess som tar høyde for dette.
- (2) Fylkeskommunen kan stille krav om forankring i plan, enten i egne planverk eller i den aktuelle kommune.
- (3) I søknad om tilskudd og skjema for sluttrapportering bør forventede resultater og effekter defineres klarere i søknads- og rapporteringsmalene. Følgeevalueringen viser at en utfordring ved selvrappotering av resultater og effekter ligger i at mange opplever det som krevende å skille disse to begrepene. Tilskuddsgiver bør tidlig i prosjektet være tydelig på hva som forventes rapportert ved prosjektets avslutning. I dette bør en særlig være tydelig på å avklare hva som forventes når det kommer til rapportering av resultater og effekter.
- (4) Meldingsskjemaene bør etterspørre opplysninger om organisering, herunder aktører og samarbeid. Dette ville gi en tydeligere oversikt over prosjektorganiseringen.

5.2 Tilrettelegging av prosjektet

I den konkrete tilretteleggingen av prosjektet avklares både hvilke lokale og/eller regionale utfordringer man retter seg inn mot, og hvilke ressurser man har tilgjengelig for å møte disse utfordringene. I denne sammenhengen må ressurser klarlegges, det være seg materiell eller immateriell kulturarv, øvrige opplevelsesressurser, som ulike servicetjenester, relevante aktører man kan/bør samarbeide med. Nettopp kartlegging av, og forankring i og bygging av nettverk med relevante aktører, er slik vi ser det en løpende og dynamisk prosess i disse prosjektene, som løper gjennom alle faser av prosjektimplementeringen. Slikt sett vil koblinger til relevante aktører og det at det faktisk eksisterer relevante aktører lokalt på et område, også representere en del av ressursgrunnlaget i prosjektet. Dette gjelder både når det kommer til potensialet for vellykket implementering, og når det kommer til kompetanse og kapasitet.

Erfaringene fra flere av caseprosjektene er at det er krevende å sikre god forankring og innsats for prosjektet hos aktører som ikke opplever noe eierskap til prosjektet. God

prosjektimplementering må bygge på og inkludere de aktørene man er avhengig av for å gjennomføre prosjektet.

I tilretteleggingsfasen synes det viktig å:

- (1) Definere det utfordringsbildet prosjektet retter seg mot? Hva ønsker en at prosjektet skal bidra til å endre og hva er endringspotensialet? Tydeliggjøring av hvilke utfordringer et prosjekt retter seg mot, vil være en viktig indikator for å evaluere sammenhenger mellom aktiviteter og forventede effekter.
- (2) Videreføre arbeidet med å legge til rette for forpliktende samarbeid med aktører som er viktige i tilretteleggingen av prosjektet.
- (3) Kartlegging av ressurser tilgjengelig for prosjektet synes sentralt i en tilretteleggende fase. Har en tilgjengelig de ressurser som er viktige for å realisere prosjektet? Dette viser både til kulturarvressurser/herunder relevante aktører og opplevelsesressurser/herunder relevante aktører.

Fra tilskuddsgivers/fylkeskommunens side:

- (1) Fra tilskuddsgivers side kan det være viktig å etterspørre informasjon om hvilke utfordringer prosjektet retter seg mot og hvilke ressurser som er tilgjengelig for å møte disse. Dette kan sette i gang en positiv bevisstgjøringsprosess hos prosjektsøker, med det formål å realitetsorientere søker når det kommer til hva som faktisk er mulig med de ressurser og aktører som er tilgjengelige.

5.3 Verdiskapingsprosessen

Deltakelse og mobilisering, nettverksbygging, profilering og markedsføring er viktige sider ved prosjektimplementeringen for å sikre kvalitative effekter. I verdiskapingsfase er det tette koblinger mellom deltakelse og mobilisering og nettverksbygging. Læring og kunnskapsdeling mellom aktører i nettverk er en viktig del av verdiskapings- og innovasjonsprosesser. Nettverksbygging er imidlertid en kontinuerlig prosess i et prosjekt og en sentral premisse for at det kan skapes bærekraftige verdier. I nettverksbygging ligger også en viktig kime til deltakelse og mobilisering. I prosjektimplementeringens verdiskapingsfase er det derfor et viktig kriterium for suksess i hvilken grad man i prosjektene evner å mobilisere kultur- og opplevelsesaktører, og aktivisere nettverk som kan legge til rette for et bredere engasjement for prosjektet. Dette kan omfatte både frivillige aktører/sivilsamfunnsaktører innenfor det frivillige, barne- og ungdomsarbeidet, lokale teatergrupper, kor, bygdekvinnelag eller andre, eller mer profesjonelle eller halvprofesjonelle aktører, eksempelvis næringsforeninger.

I denne evalueringen har vi også understreket viktigheten av å forankre prosjektet strategisk og formelt i aktører sentrale for prosjektimplementeringen. Dette går tilbake til den strategiske fasen og tilretteleggingsfasen. I selve verdiskapingsfasen er det viktig at det er en kontinuitet i dette, at ikke prosjektet er sårbart for personsifter eller at tilknytningspunkter løser seg opp.

Prosjekter og aktiviteter må profileres og markedsføres. Det har vist seg som et viktig suksesskriterium slik aktører innenfor flere av våre caseprosjekter har opplevd det. Det å gjøre en aktivitet kjent, er en sentral forutsetning for deltakelse, mobilisering og effekt langs både en sosial, kulturell og miljømessig dimensjon.

Fra tilskuddsgiver/fylkeskommunens side er dette faktorer som både kan fremheves i en oppstartsfase, samtidig som det bør følges opp med å etablere rutiner for rapportering underveis i prosjektet. Dette kan være sentralt for å sikre et vedvarende fokus på dette.

I prosjektenes verdiskapingsfase viser det seg viktig å:

- (1) I et mobiliserings- og deltakelsesperspektiv; hvilke lokale nettverk knyttet til kultur- og opplevelsesaktører har prosjektet potensiale til å utvikle, det være seg frivillige og profesjonelle?
- (2) Forankringer etablert i tidligere faser av prosjektimplementeringen må sikres en stabil kontinuitet også gjennom verdiskapingsfasen, slik at en ikke gjøres sårbar for personskifter eller skifte av fokus hos sentrale aktører.
- (3) Prosjekter må ha en strategi for profilering og markedsføring.

Fra tilskuddsgivers/fylkeskommunens side:

- (1) Fra tilskuddsgivers/fylkeskommunens side kan det være viktig å understreke viktigheten av nettverksbygging, kontinuitet i forankringspunktene samt profilering og markedsføring, både i en innledende fase til prosjektene, og gjennom underveisrapporteringer.
- (2) Oppfordre prosjektansvarlige til å fortsette å bygge nettverk som involverer den aktuelle kommunen eller kommunene. Her bør en oppfordre til å være oppmerksomme på flere aktører enn de som er knyttet til kulturmiljø. Særlig relevante forankringspunkter kan være kommunale plan- og/eller næringsavdelinger. Dette vil kunne bidra til å bygge institusjonell kapasitet i kommunene, som igjen kan legge grunnlag for et styrket fokus på koblinger mellom kulturarv og næring i fremtidige lokale prioriteringer.

5.4 Resultater og effekter

Denne studien har avdekket begrenset systematikk når det kommer til prosjektenes rapportering av resultater og effekter. Dette synes å ha sammenheng med flere forhold. Noen utfordringer ligger i prosjektenes utforming og det metodisk krevende i å avgrense særlig kvalitative resultater og effekter. En ting er å måle kvantitative størrelser som hvor mange som kom på et gitt arrangement, eller inntekter fra salg av et gitt produkt. En annen ting er å avgrense effekter langs mer sosiale, miljømessige og kulturelle dimensjoner. Prosjekter har begrenset omfang, og jo flere aktiviteter som opererer på samme arena, tematisk og geografisk, jo mer krevende blir det å avgrense effekter.

Manglende systematikk i rapporteringen på dette området handler også til dels om manglende tydelighet fra tilskuddsgivers side om hva som forventes av rapporteringer, særlig når det kommer til effekter. Dels opplever også de prosjektansvarlige det krevende å vite hva som faller inn under begrepene. Dette gjelder særlig skillet mellom hva som oppfattes som resultater og hva som oppfattes som effekter. Dels synes det å ha sammenheng med at man fra prosjekteierens side mangler metoder og rutiner for å systematisere og klassifisere effekter.

Prosjektimplementering med utgangspunkt i en faseinndeling kan, slik vi vurderer det, legge grunnlag for å definere et rammeverk som et stykke på vei vil fange opp mer kvalitative resultater og effekter av gjennomførte prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser.

Grunnlaget for kvalitative resultater og effekter kan antas å legges tidlig i implementeringsprosessene, det vi ovenfor har kalt den strategiske fasen og tilretteleggingsfasen. Kriterier eller standarder bør derfor særlig kobles på disse fasene, jamfør avsnittene 5.1. og 5.2. ovenfor. Dette legger grunnlaget for prosjektets mer verdiskapende fase, hvor aktiviteter utformes og realiseres.

Oppmerksomhet rundt de tidlige fasene i prosjektimplementeringen vil kunne bidra til å legge et grunnlag for å etablere kriterier både for utvelgelse av prosjekter for tilskudd og for å vurdere potensialet for effekter.

Dette fordrer imidlertid en langt mer tilstedeværende tilskuddsgiver, i alle faser av prosjektimplementeringen. Dette kan ha form av en slags veiledning før en søknad blir sendt, eventuelt en tydeliggjøring i retningslinjene for ordningen. Forventninger om effekt, viktigheten av forankring, synliggjøring av organisering og deltakelse, vil være elementer som bør vurderes i denne sammenhengen, jamfør avsnittene 5.1-5.3.

Dette vil kunne bidra til å bevisstgjøre potensielle søkere om viktigheten av at et prosjekt blir mer enn akkurat det, et prosjekt. At det også må legges en strategi for hvilke effekter prosjektet skal ha og hvilke faktorer som er viktig å ha på plass for å nå dit.

Gitt at ingen prosjekter er like, er det naturligvis ikke slik at alle prosjekter går igjennom de samme fasene eller stegene, på vei til effekt. Alle prosjekter har imidlertid et utfordringsbilde de forholder seg til og som de vil endre. Det er da det i tilretteleggingsfasen blir viktig å synliggjøre hvilke ressurser man har tilgjengelig, for å endre dette utfordringsbilde. Her er kulturarv en nødvendig forutsetning, gitt tilskuddets formål, men ikke en tilstrekkelig forutsetning for å nå gitte effekter. Her synes tilskuddsgiver også å ha et viktig arbeid i å veilede og informere om hvilke forutsetninger en implementeringsprosess bygger på.

5.5 Avsluttende merknader

Effekter er vanskelig å isolere. Ofte er flere tilgrensende og til dels overlappende prosjekter og aktiviteter i gang på samme tid, og effektene av hver enkelt av de kan være krevende å identifisere. Det synes likevel klar at mange av de aktivitetene som er iverksatt med tilskudd fra KulturArvOpplevelser ikke hadde blitt realisert uten tilskuddet. Dette handler ikke minst om motivasjon for å jobbe videre for å utvikle feltet. Evalueringen viser at selv mindre tilskudd til lokalt forankrede utviklingsprosjekter kan være til inspirasjon i distriktene. Det i seg selv kan være nok som utgangspunkt for å skape bærekraftige næringer i skjæringsfeltet mellom kulturarv, næringsutvikling og reiseliv.

En begrensning ved denne studien er at alternativ bruk av tilskuddsressursene ikke er analysert. Vi har heller ikke sett KulturArvOpplevelser i sammenheng med andre virkemidler, herunder hvilken rolle det har i virkemiddelapparatet. Innenfor den tidshorisont vi har operert med, har vi heller ikke hatt mulighet for å identifisere de mer langsiktige effektene av ordningen. Dette innebærer at vi ikke har mulighet for å uttale oss om det hadde økt potensiale for effekter for eksempel å gi større støtte til færre prosjekter. Det vi kan si, er at tilskuddene viser seg å være til stor inspirasjon og nytte, og at KulturArvOpplevelser er en svært kjærkommen tilskuddsordning for mange lokale entreprenører og entusiaster som ønsker å skape verdier med utgangspunkt i lokale kulturarvressurser.

6 **Anbefalinger til fylkeskommunen**

Basert på prosesslæringspunktene fra kapittel 5, vil vi her kort sammenfatte våre anbefalinger til fylkeskommunen i det videre arbeidet med ordningen KulturArvOpplevelser.

I den grad fylkeskommunen har ønske om at prosjekter med tilskudd fra KulturArvOpplevelser skal støtte opp under fylkeskommunens strategiske satsinger og den regionale forvaltningens rolle som samfunnsutvikler, bør en gjøre tydelige strategiske vurderinger når en vurderer søknader om tilskudd. Prioritet kunne gis prosjekter som i utgangspunktet, har som ambisjon å bidra til effekter utover prosjektet selv, i form av å bidra til lokal og regional samfunnsutvikling. Kriterier for utvelgelse kunne eksempelvis være å se til søkerprosjektene potensiale for å mobilisere, bygge nettverk og skape merverdi sammen, som kan bidra til å styrke samfunnsutviklingen på prioriterte felt og områder.

I denne forbindelse synes det relevant å vurdere i hvilken grad prosjektene som får tilskudd fra KulturArvOpplevelser er forankret i strategiske planer på kommunalt og/eller fylkeskommunalt nivå. I evalueringen kan vi se et behov for, eller i allefall et potensiale for, at fylkeskommunen via tilskuddsordningen, i større grad bygger opp under den retning kommunene har valgt i sitt planverk. Dekan gjøres ved å stille noen krav om eller etterspørre koblinger mellom prosjektet og den aktuelle kommunens planverk.

Et fellestrekk ved prosjektene som får tilskudd gjennom KulturArvOpplevelser synes å være at det er lokalsamfunnets aktører som mobiliserer for å aktivisere kulturarv som en ressurs inn i ulike opplevelsessituasjoner og -næringer. I dette synes det å ligge et betydelig potensiale for ytterligere effekter ved å sikre en forankring av disse prosjektene inn i kommunale – og/eller fylkeskommunale planer eller handlingsstrategier. Samtidig synes det også å ligge et stort potensiale i de fleste prosjekter med tilskudd, for å mobilisere, bygge nettverk og samskape med andre aktører. Slik vi vurderer det, bør fylkeskommunen, i større grad, etterspørre dette, og veilede søkerne i denne retning. Dette bør komme tidlig i prosjektutvikler fasen, og etterspørres i en søknadsfase.

For i større grad å bevisstgjøre om, gi retning til og synliggjøre effekter av prosjektene synes det derfor viktig at tilskuddsgiver/fylkeskommunen i den innledende strategiske fasen:

- (1) Etterspør hvilke forventninger prosjektansvarlig har til effekt, og eventuelt at det tematiseres og gis veiledning i hvordan prosjektet på best mulig måte kan tilrettelegges og organiseres for å sikre realisering av kvalitative effekter.
- (2) Stiller krav om forankring i plan, enten i eget planverk eller i den aktuelle kommunen.
- (3) I søknad om tilskudd og skjema for sluttrapportering bør forventede resultater og effekter defineres klarere i søknads- og rapporteringsmalene.
- (4) Meldingsskjemaene bør etterspørre opplysninger om organisering, herunder aktører og samarbeid. Dette ville gi en tydeligere oversikt over prosjektorganiseringen og slik gi et grunnlag for å veilede i om eventuelt andre aktører med fordel kunne vært trukket inn samarbeidet.

I tilretteleggingsfasen synes det viktig at tilskuddsgiver / fylkeskommunen:

- (1) Etterspør informasjon om hvilke utfordringer prosjektet retter seg mot og hvilke ressurser man har tilgjengelig for å møte disse. Dette kan sette i gang en positiv bevisstgjøringsprosess hos tilskuddssøker, med det formål å realitetsorientere med hensyn til hva som faktisk er mulig med de ressurser og aktører som er tilgjengelige.

I verdiskapingsfasen synes det viktig at tilskuddsgiver / fylkeskommunen:

- (1) Understreker viktigheten av nettverksbygging, kontinuitet i forankringspunktene samt profilering og markedsføring, både i en innledende fase til prosjektene, og gjennom underveisrapporteringer.
- (2) Oppfordrer prosjektansvarlig til å fortsette å bygge nettverk som involverer den/de aktuelle kommunen/e: Her bør en være oppmerksom på flere aktører enn de som er knyttet til relevante kulturmiljøer. Særlig relevante forankringspunkter kan være kommunale plan- og/eller næringsavdelinger. Dette vil kunne bidra til å bygge institusjonell kapasitet i kommunene, som igjen kan legge grunnlag for et styrket fokus på koblinger mellom kulturarv og næring i fremtidige lokale prioriteringer.

Litteraturliste

- Agenda Kaupang og Insam (2022) *Evaluering av KulturArvOpplevelser*. Viken fylkeskommune.
- Fredrikstad kommune (2018) *Fredrikstad mot 2030. Kommuneplanens samfunnsdel*. Vedtatt av bystyret 26. april 2018.
- Haukeland, P.I. og Brandtzæg, B.A. (2019) *Bred verdiskaping som strategi for bærekraftig stedsutvikling*. Tidsskrift for utmarksforskning 2019-1.
- Hofstad, H. og Hanssen, G.S (2015) *Samfunnsutviklerrollen til regionalt folkevalgt nivå*. NIBR-rapport 2015:17.
- Hol kommune (2018) *Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2030*. Vedtatt 20. april 2018.
- Holm, A (2015) *Gode modeller for verdiskaping med grunnlag i kulturarv i by*. NIBR-rapport 2015:23.
- Lier Kommune (2016) *Strategisk næringsplan. Langsiktig strategi for 2017-2028. Handlingsplan for 2017-2020. Sunn næringsutvikling i Grønne Lier*.
- Lier kommune (2019) *Kommuneplanens samfunnsdel 2019-2028*.
- Marker kommune (2007) *Kommunedelplan for Ørje 2007-2019. Strategisk del*. Vedtatt 18.12.2007.
- Meld.St.22 (2015-2016) *Nye folkevalgte regioner – rolle, struktur og oppgaver*. Kommunal- og moderniseringsdepartementet.
- Meld.St. 18 (2016-2017) *Berekraftige byar og sterke distrikt*. Kommunal- og moderniseringsdepartementet.
- Rollag kommune (2023) *Kommuneplanens samfunnsdel 2023-2033*. Vedtatt av kommunestyret 07.09.2023, sak 48/23.
- Tvedt, G., Holm, A. og Hanssen, G.S. (2024 – kommer) *Mot en modell for lokale og regionale utviklingsprosjekter basert på kulturmiljø*. Nibr-notat.

Vedlegg 1 – Caseprosjekter, utvalg

Oversikten som følger for de enkelte caseprosjektene er ikke ment utfyllende verken når det kom til mål eller aktivitet, men er ment å karakterisere det som i sluttrapporteringene og intervjuer er fremkommet som sentralt.

Salige sykkelturner i Numedal/2022

Prosjekt mål: Kartlegge mulighetene for å posisjonere regionen (Numedal og Sigdal) som et attraktivt reisemål for tursykling, avklare potensielle sykkelruter med tilhørende attraksjoner, opplevelser og tilbud som egner seg for sykkelturnisme.

Type prosjekt: Forprosjekt.

Aktiviteter: Skissert og identifisert mulige sykkelruter, kartlagt mulige opplevelser i tilknytning til disse, herunder både museer, spisesteder og overnattingssteder. Det er også etablert et nettverk av aktører som blir viktig over i hovedprosjektet.

Matopplevelser i Grønne Lier/2021

Prosjekt mål: Her ønsket en å utvikle og markedsføre Lier som attraktiv reiselivsdestinasjon, med fokus på opplevelser, mat og kultur og med det bidra til næringsutvikling.

Type prosjekt: Forprosjekt

Aktiviteter: Kartlegging av aktører innenfor kulturarv, mat og turisme. I tillegg er gjennomført møteplasser, arrangement og workshops for å vurdere hvordan tilbud knyttet til nærturisme og mat, kultur, naturopplevelser i Lier bedre kan markedsføres, for slik å nå ut til flere målgrupper. Mulige aktører for blant annet gårdsbaserte opplevelser er kartlagt.

STARCRAFT/2021

Prosjekt mål: Styrke opplevelsesøkonomien i Gamlebyen.

Type prosjekt: Hovedprosjekt.

Aktiviteter: Det er utarbeidet et konsept knyttet til vandreteater i Gamlebyen i Fredrikstad. Historiske personligheter fra stedet er hentet frem og levendegjort i et aktivt teater, som samtidig fungerer som en omvisning i Gamlebyen. I prosjektet ble omvisningskonsepter utviklet, som man i neste omgang kunne tilby interessenter som ønsket kulturbaserte opplevelser i Gamlebyen. I den forbindelse er det også bygget handlekraftige nettverk av aktører relevante for en slik produksjon. I tillegg er det også blant annet laget pakker med overnatting, servering, kultur og opplevelse.

Gatelangs – en smakfull vandring i historiske omgivelser

Prosjekt mål: En ønsket å arrangere en smakfull vandring i historiske omgivelser, koblet på attraktive opplevelsestilbud som formidler kunnskap om natur, kulturarv og øker etterspørselen etter lokale produkter og råvarer. Ønsket vandringer i levende småbyer med mat, drikke, kulturarv, tradisjoner og kulturhistorie underveis.

Type prosjekt: Hovedprosjekt

Aktiviteter: Organiserte vandringer i Ørje og Rakkestad, som vektlegger lokalhistorie, knyttet til kulturhistorie, bygningshistorie, matkulturer og tradisjoner. I denne forbindelse har det vært utført et lokalt kartleggingsarbeid, knyttet til hvilke kulturminner finnes og kan være aktuelle å omtale, oversikt over næringsaktører, hvilken informasjon fremkommer i kart med videre. På dette bakgrunn er det arrangert teaterinspirert vandringer.

Ostebygda kobler håndverk med ulike kunstformer

Prosjekt mål: Målet var å koble ost og andre formidlingsmetoder, kultur koblet til ost som næring.

Type prosjekt: Forprosjekt

Aktiviteter: Prosjektet har fått støtte på minst to søknader, og en rekke aktiviteter er gjennomført knyttet til markedsføring, formidling, distribusjon og salg av oster, produsert i Holsbygda, ved Geilo. Dette omfatter blant annet å få ost inn på menyene på restauranter og markedsført i detaljhandelen.

Slåttekurs på Ryghsetra 2020

Prosjekt mål: Prosjektet hadde til formål å gi innsikt i landbrukets gamle tradisjoner, spre kunnskap om biologisk mangfold og gamle slåttetradisjoner. Dette omfattet også å gi kunnskap og matopplevelser om norsk tradisjonsmat og fremme natur- og kulturminneverdier i jordbrukets kulturlandskap. I tillegg ønsket arrangørene å vise deltakerne hvordan man tar vare på gammelt kulturlandskap, gi deltakerne praktisk innføring i gamle og nye teknikker for vedlikehold av landskapet og slå med ljå og slåmaskin. I tillegg kom også å gi deltakerne gode matopplevelser.

Type prosjekt: Hovedprosjekt

Aktiviteter: Slåttekurs, kombinert med innføring i mattradisjoner.

Røta – Kunnskap om egen fortid former vår identitet for framtida

Prosjekt mål: Prosjektet hadde kvalitative mål, knyttet til å løfte lokal kultur og historie inn i reiselivsproduktet i Hol kommune og Hallingsdal. Dette omfattet både å utvikle og tilgjengeliggjøre kulturopplevelser i Hol og Hallingdal i et samarbeid med kultur og reiselivsnæringen, samt utnytte potensialet i samarbeid mellom kultur og næring.

Type prosjekt: Forprosjekt

Aktiviteter: Det har vært arrangert en rekke aktiviteter som kobler kulturarv til opplevelser på Geilo. Dette omfatter blant annet fortellerteater på Geilojordet, aktiviteter til påsken 2019, herunder påskeverksted bålkos med historier, familiekonserter og rebusløp. Huldreskogen er også etablert som et opplevelsessted med tilbud for barn.