

RAPPORT

# HVORDAN MÅLE SAMFUNNSNYTTEN AV KULTURMILJØER OVER TID? FORSLAG TIL INDIKATORER FOR MILJØOVERVÅKING



**MENON-PUBLIKASJON NR. 80/2017**

Av Heidi Ulstein, Kristin Magnussen, Siri Voll Dombu og Endre Kildal Iversen



## Forord

På oppdrag for Riksantikvaren har Menon Economics vurdert indikatorer for å måle samfunnsnyttene av kulturmiljøer over tid. Målet med oppdraget er å gi et konkret og tydelig forslag til endelig opplegg som skal benyttes i en nullpunktmåling av kulturarvens samfunnsnytte. Prosjektet har vært ledet av Heidi Ulstein, og rapporten er skrevet av Kristin Magnussen, Endre Kildal Iversen og Siri Voll Dombu. Ståle Navrud (Menon og NMBU) har vært sparringspartner og kvalitetssikrer.

Menon Economics er et forskningsbasert analyse- og rådgivningsselskap i skjæringspunktet mellom foretaksøkonomi, samfunnsøkonomi og næringspolitikk. Vi tilbyr analyse- og rådgivningstjenester til bedrifter, organisasjoner, kommuner, fylker og departementer. Vårt hovedfokus ligger på empiriske analyser av økonomisk politikk, og våre medarbeidere har økonomisk kompetanse på et høyt vitenskapelig nivå.

Vi takker Riksantikvaren for et spennende oppdrag og gode diskusjoner underveis i arbeidet. Forfatterne står ansvarlig for innholdet i rapporten.

---

Desember 2017

Heidi Ulstein  
Prosjektleder  
Menon Economics

# Innhold

<b>SAMMENDRAG OG KONKLUSJONER</b>	<b>3</b>
<b>SUMMARY AND CONCLUSIONS</b>	<b>9</b>
<b>1. INNLEDNING OG FORMÅL</b>	<b>15</b>
1.1. Bakgrunn	15
1.2. Kulturmiljøer kan gi ulike typer samfunnsnytte	15
1.3. Formål og problemstillinger	16
1.4. De utvalgte kulturmiljøene	16
<b>2. VURDERING AV INDIKATORER FOR BRUKSVERDIER FOR BESØKENDE OG NÆRINGSLIV</b>	<b>19</b>
2.1. Indikatorer fra forprosjektet	19
2.2. Kriterier for å vurdere indikatorene	20
2.3. Menons forslag til potensielle nye eller endrede indikatorer	21
2.4. Vår vurdering av indikatorene	21
2.4.1. Vurdering av indikatorer fra forprosjektet	21
2.4.2. Nye potensielle indikatorer	28
2.4.3. Oppsummering av våre vurderinger	34
2.5. Anbefaling av indikatorer	34
2.5.1. Indikatorer for De Historiske Hotel & Spisesteder og bedrifter med Olavsrose-status	35
<b>3. MULIGE UNDERSØKELSESMETODER FOR EN INNBYGGERUNDERSØKELSE I OG VED SJU UTVALGTE KULTURMILJØER</b>	<b>36</b>
3.1. Bakgrunn, metode og disposisjon av kapitlet	36
3.2. Om internettpaneller	37
3.3. Om befolkningen i de utvalgte kulturmiljøene	38
3.4. Vurdering av mulighet for gjennomføring av internettpanelbaserte undersøkelser i de utvalgte kulturmiljøene	40
3.5. Vurdering av andre aktuelle undersøkelsesmetoder i de utvalgte kulturmiljøene	40
3.6. Anbefaling om undersøkelsesmetode	42
3.6.1. Kriterier for gode undersøkelser	42
3.6.2. Anbefalt undersøkelsesmetode	43
3.6.3. Sammenheng mellom indikatorer for holdninger til kulturminner og sosioøkonomiske bakgrunnsvariabler	43
3.6.4. Anbefalte tiltak for å øke svarprosenten	43
3.6.5. Anbefalt hyppighet for innbyggerundersøkelser	44
<b>4. INDIKATORER FOR Å MÅLE IKKE-BRUKSVERDIER AV Å BEVARE KULTURMILJØER</b>	<b>45</b>
4.1. Bakgrunn, metode og disposisjon av kapitlet	45
4.2. Formål og vurderinger ved utforming av spørreskjemaet	45
4.3. Funn fra fokusgruppen	49
4.4. Foreløpig utkast til spørreskjema som kan benyttes i en landsomfattende spørreundersøkelse	51
<b>5. REFERANSER</b>	<b>60</b>
<b>VEDLEGG 1: SAMMENDRAG AV FOKUSGRUPPE</b>	<b>61</b>

# Sammendrag og konklusjoner

## Bakgrunn og formål

På oppdrag fra Riksantikvaren vurderer vi i dette prosjektet indikatorer for å måle samfunnsnyttene av kulturmiljøer over tid. Det er ønskelig å måle «mest mulig» av kulturarvens samfunnsnytte, også kalt den totale samfunnsøkonomiske verdi. Den samfunnsøkonomiske verdien består av både bruks- og ikke-bruksverdier. Med bruksverdier menes de verdier de besøkende og innbyggere opplever når de besøker eller bor i kulturmiljøet. Med ikke-bruksverdier menes verdien av å bevare kulturmiljøet uavhengig av egen bruk, ut fra et ønske om å bevare dets eksistens for dagens og fremtidige generasjoner, også kalt eksistens- og bevaringsverdier. Slike verdier kan oppleves av mange flere enn dem som faktisk oppsøker kulturmiljøet.

Målet er å gi et konkret og tydelig forslag til et endelig opplegg som kan benyttes i en nullpunktsmåling av kulturarvens samfunnsnytte. Prosjektet har behandlet følgende problemstillinger:

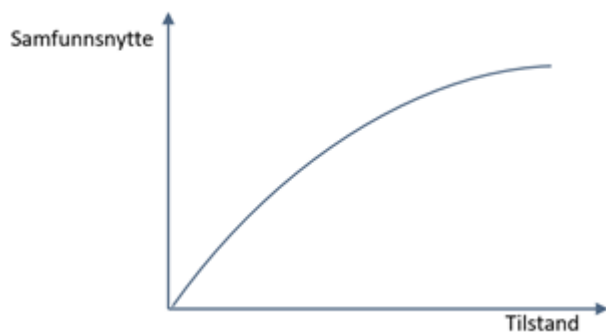
- 1) Første del av oppdraget har vurdert indikatorer som tar sikte på å måle bruksverdier for tilreisende og næringsliv.
- 2) Andre del av oppdraget består av to deler.
  - a) Del 2a utreder og anbefaler hvordan innbyggernes syn, holdninger, identitet, stolthet og kunnskap om kulturmiljøet de bor i eller ved kan innhentes ved bruk av internettpaneler, eller eventuelt andre typer spørreundersøkelser.
  - b) Del 2b utarbeider forslag til spørsmål som kan benyttes i en omnibusundersøkelse eller tilsvarende, og som måler den generelle befolkningens ikke-bruksverdier av å bevare kulturmiljøene i casene.

Riksantikvaren har valgt ut de syv historiske bymiljøene Gamlebyen i Fredrikstad, Skudeneshavn, Røros, Rjukan, Risør, Henningsvær og Levanger som case.

## Samfunnsnytteindikatorer for måling av kulturminner og -miljøers tilstand over tid

Målet med miljøovervåkingen av kulturminner og -miljøer er å dokumentere miljøtilstanden og utviklingen av denne over tid. Tilstanden til et kulturminne eller -miljø kan forverres eller forbedres over tid avhengig av hva som skjer i samfunnet generelt og hvilke tiltak som settes inn i kulturmiljøet spesielt.

Hensikten er at resultatene fra miljøovervåkingen som knyttes opp mot samfunnsnyttene av kulturmiljøet, skal kunne si noe om kulturmiljøets tilstand. Et kulturmiljø med god miljøtilstand vil gi seg utslag i at flere besøker stedet, noe som gir seg direkte utslag i besøkstall, men også i økt omsetning for næringslivet i selve kulturmiljøet og eventuelt i resten av kommunen. Et kulturmiljø med god miljøtilstand vil også gi seg utslag i innbyggernes syn og holdninger og tilfredshet med eget kulturmiljø, og i hvordan den generelle befolkning vurderer verdien av kulturmiljøet. En slik stilisert sammenheng mellom kulturmiljøets tilstand og samfunnsnytte er vist i figur S1. Det er disse utslagene i samfunnsnytte som følge av endringer i miljøtilstand vi søker å måle med de samfunnsnytteindikatorerne som foreslås for henholdsvis besøkende og næringsliv, innbyggere og den generelle befolkning i denne rapporten.



**Figur S1. Sammenheng mellom et kulturmiljøes tilstand og samfunnsnytte**

Figur S1 viser at samfunnsnytte øker med bedre tilstand i kulturmiljøet av de grunner som er beskrevet over. Det er likevel sannsynlig - og lagt til grunn i figuren - at denne positive sammenhengen er avtakende over tid, ettersom tilstanden ikke ubegrenset kan forbedres.

En utfordring er at det ikke nødvendigvis er en direkte og momentan årsaks-virkningssammenheng mellom kulturmiljøets tilstand og endringer i samfunnsnytte-indikatorer, men at tilstandsutviklingen over tid bidrar til målbare endringer i samfunnsnytte. Det er sannsynlig at tilstanden må være over eller under et visst nivå før den påvirker samfunnsnytteindikatorerne nevneverdig, og det kan ta tid. Dersom tilstanden forverres over tid, er det sannsynlig at dette kan påvirke tilstrømming av beøkende, opplevelsen av kulturmiljøet ved både bruk og ikke-bruk, og verdiskapingspotensialet.

Det å koble tradisjonell miljøovervåking og overvåkning av samfunnsnytteindikatorer kan gi helt ny kunnskap om denne typen sammenhenger. Per i dag argumenteres det på et kvalitativt grunnlag om at bevaring og vedlikeholds nivå skal opprettholdes og at dette igjen møter regjeringens og stortingets mål for kulturminneforvaltningen. Implisitt betyr det at en god tilstand for kulturminner og kulturmiljø møter samfunnsmålene og dermed utløser samfunnsnytte. Dersom man parallelt måler samfunnsnytteindikatorer over år parallelt med tradisjonelle tilstandsindikatorer muliggjør det å se disse typene indikatorer i sammenheng. Over tid kan man da se om, hvordan og hvilke tilstandsindikatorer som påvirker bruksverdier, ikke-bruksverdier, holdninger og kjennskap til kulturmiljøet. En nullpunktsmåling vil ikke kunne si så mye direkte om sammenhengen mellom tilstand og samfunnsnytte, men målinger over tid kan være svært nyttige for å måle slike sammenhenger. Ved å ha et sett av indikatorer som dekker ulike aspekter ved samfunnsnytte, vil det samlede bildet av indikatorer for næringsliv, tilreisende, innbyggere og den generelle befolkning kunne gi en indikasjon på tilstandsutviklingen over tid.

Det er altså hensikten at indikatorene for måling av samfunnsnytte skal si noe om tilstanden til de kulturmiljøene som undersøkes og hvordan tilstanden utvikles over tid, og dette er lagt til grunn ved utvikling av forslag til indikatorer. Det vil være sammenheng mellom tilstanden og hvordan tilreisende, innbyggere og den generelle befolkning oppfatter og vurderer kulturmiljøet. Ved å måle de samme indikatorene på samme måte over tid, vil man dermed kunne følge med på utviklingen i kulturmiljøet. På samme måte som ved måling av andre indikatorer for tilstanden til kulturmiljøer, kan det være «støy» i årsaks-virkningssammenhengen. Ved å ha et sett av indikatorer som dekker ulike aspekter ved samfunnsnytte, vil det samlede bildet av indikatorer for næringsliv, tilreisende, innbyggere og den generelle befolkning kunne gi en indikasjon på tilstandsutviklingen over tid.

Det er også grunn til å anta at økt oppmerksomhet om sammenhengen mellom tilstand og samfunnsnytte, vil øke innsatsen for å bevare og forbedre tilstanden, fordi dette vil gi seg utslag i økte inntekter for næringslivet og økt nytte og glede for innbyggere i kulturmiljøet og den generelle befolkning.

### **Anbefalt hyppighet for måling av samfunnsnytteindikatorer**

Hvor ofte det er hensiktsmessig å måle samfunnsnyttene for henholdsvis besøkende og næringsliv, innbyggere og den generelle befolkning, er ikke gitt. Man bør unngå å gjennomføre innbyggerundersøkelser for ofte, særlig på små steder. Hvis befolkningen er liten, risikerer man at de samme innbyggerne blir forsøkt rekruttert hver gang. Vi anbefaler at en innbyggerundersøkelse til dem som bor i kommunen der kulturmiljøet befinner seg, gjennomføres hvert tredje år. Vi tror ikke det er hensiktsmessig å gjennomføre slike undersøkelser hvert år eller annet hvert år, samtidig som det kan være for lenge med fem års mellomrom.

Når det gjelder undersøkelser til den generelle befolkning, har man en mye større befolkning å ta av, slik at man ut fra det hensynet kunne gjennomført undersøkelser hvert år, uten at det ville være noe problem. Vi tror likevel ikke det vil være hensiktsmessig å gjennomføre en slik undersøkelse hvert år, men at tre års mellomrom kan fungere også for undersøkelser til den generelle befolkning. Man kunne også tenkt seg fem års mellomrom, men for å få et best mulig totalbilde, tror vi det er hensiktsmessig å innhente informasjon fra innbyggere og den generelle befolkning samme år.

Indikatorene som skal måle samfunnsnyttene for næringsliv og besøkende, baserer seg i stor grad på offentlig statistikk, og ved fremhenting av denne statistikken, er det lite ekstraarbeid å ta med tall for alle år. Man behøver ikke innhente og måle indikatorene hvert år, men når det gjøres, kan det enkelt gjøres for de tre foregående årene.

Dersom man ønsker indikatorer fra samme år for næringsliv, innbyggere og den generelle befolkning, må man huske at innbyggerundersøkelsen og undersøkelsen til den generelle befolkning vil innhente de spurtes verdivurdering det året undersøkelsen gjennomføres. Ved bruk av regnskapsdata, besøksdata osv., som foreslås for måling av næringsliv og besøkendes nytte, vil man få tall fra tidligere år. For eksempel vil regnskapstall for 2016, først foreligger sommeren/høsten 2017, det samme gjelder statistikk for overnattinger, besøkende på museer osv.

Ved et undersøkelsesopplegg som legger dette til grunn, kan man dermed fordele oppgaver og kostnader ved ulike deler av opplegget for å måle samfunnsnyttene av kulturmiljøene på ulike år, og fortsatt få indikatorer som gjelder samme år.

### **Vurdering av indikatorer for bruksverdier for besøkende og næringsliv**

Siden verdien av kulturmiljøer ikke direkte omsettes i markeder, må indikatorene som skal måle samfunnsnytte måle størrelser i tilgrensende markeder. Riksantikvarens formål med indikatorene er å måle *utviklingen* i kulturarvens samfunnsnytte. Det vil si at indikatorene primært skal måle endringer over tid innad i hvert enkelt kulturmiljø, mens forskjeller mellom kulturmiljøene er av sekundær interesse. Indikatorene måles kvantitativt i enheter som kroner, antall besøkende, transaksjoner, oppslag og så videre.

Formålet med vår vurdering av indikatorer for bruksverdier for besøkende og næringsliv er å kvalitetssikre foreslåtte indikatorer fra forprosjektet (Magnussen m.fl. 2016) og indentifisere nye indikatorer for å måle bruksverdier for besøkende til kulturminnet og kulturminnets verdi for næringslivet. At formålet med indikatorene er å måle utvikling over tid innad i kulturmiljø innebærer at fokuset er på lokal samfunnsnytte. Det



er viktig å presisere at en positiv utvikling i lokal samfunnsnytte ikke nødvendigvis innebærer en positiv utvikling i nasjonal samfunnsnytte.

Vi har gått gjennom hver enkelt indikator fra forprosjektet til Magnussen m.fl. (2016) samt egne foreslåtte indikatorer og vurdert indikatorene ut fra seks kriterier. Ved å vurdere relevans, retning og treffsikkerhet vurderer vi indikatorens evne til treffsikkert å måle utvikling i verdi over tid. Ved å vurdere om indikatoren er påvirkbar, målbar og akseptert vurderer vi om indikatoren vil være enkel i bruk, og lite ressurskrevende for å måle tiltak i kulturmiljøet og om den er bygger på akseptable datakilder. Vi foreslår følgende indikatorer for Riksantikvaren.

#### **Forslag til indikatorer for å måle besøkendes nytte**

- Totalt antall besøkende til kulturmiljøet (uendret fra forprosjektet)
- Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet (endret fra forprosjektet)
- Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet relativt til antall ferieovernattinger i fylket (nytt forslag)
- Antall besøkende på viktigste kulturhistoriske museer (endret fra forprosjektet)
- Omsetningen for alle aktiviteter i kulturmiljøet (uendret fra forprosjektet)
- Omsetning i utvalgte næringer i avgrenset område (uendret fra forprosjektet)

#### **Forslag til indikatorer for å måle næringslivets nytte**

- Kulturmiljørelatert dekning i sosiale medier (nytt forslag)
- Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Sysselsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Andel kulturmiljørelatert verdiskaping i næringsliv i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Eventuelt: Næringslivets bruk av kulturmiljø i virksomhet (uendret fra forprosjektet)

Vår gjennomgang viser at dette er indikatorer som både har gode egenskaper og er funksjonelle. Vi mener indikatorene gir god informasjon om nytten til både de besøkende og næringslivet, samtidig som indikatorene er enkle å samle inn.

#### **Anbefalt undersøkelsesmetode for en innbyggerundersøkelse**

Vi har vurdert aktuelle undersøkelsesmetoder for en innbyggerundersøkelse som skal kartlegge innbyggernes syn, holdninger, identitet, stolthet og kunnskap om kulturmiljøet de bor i eller ved. Vi vurderte først om slik informasjon kan innhentes ved bruk av meningsmålingsinstituttens internettpaneller, men finner at fordi innbyggertallet er så lite i de aktuelle kulturmiljøene og kommunene de ligger i, er dette lite aktuelt. Unntaket er Gamlebyen i Fredrikstad, der befolkningen i kommunen er stor nok til at en internettpanel-undersøkelse kunne bli benyttet.

For de øvrige stedene, og eventuelt også for Fredrikstad dersom man ønsker å benytte samme innsamlingsmetode, fremstår telefonintervjuer eller utsending av sms-er med link til et web-skjema som de mest egnede metodene. Man må da gjøre tiltak for å øke svarprosenten, som kan være lav ved denne formen for undersøkelser. Man bør utarbeide spørsmålene til undersøkelsen før man tar endelig stilling til hvilken av disse metodene som benyttes, slik at man kan se metode og ønskede spørsmål i sammenheng.

Det anbefales at undersøkelsen innhenter informasjon fra innbyggerne i kommunen kulturmiljøet ligger i, ikke bare dem som bor innenfor kulturmiljøets grenser. Hele kommunens befolkning kan ha glede og nytte av kulturmiljøet, ikke bare de relativt få som bor i selve kulturmiljøet.

## **Indikatorer for å måle ikke-bruksverdier av å bevare kulturmiljøer innhentes ved bruk av en spørreundersøkelse til den generelle befolkning**

Vi har utarbeidet forslag til spørsmål som kan benyttes i en omnibusundersøkelse eller tilsvarende og som måler den generelle befolkningens vurdering av hvor viktig og verdifullt det er å bevare kulturmiljøer generelt og i de sju utvalgte kulturmiljøene. Ved utforming av skjemaet har vi innhentet synspunkter i en workshop hos Riksantikvaren i juni 2017, fått kommentarer til et foreløpig utkast og testet skjemaet i en fokusgruppe. Den versjonen som presenteres i rapporten, er utkast til spørreskjema etter at innspill og erfaringer fra fokusgruppen medio august 2017 er innarbeidet.

Med undersøkelsen ønsker man å måle den generelle befolkningens vurdering av viktighet og verdi av å bevare kulturmiljøer generelt og hvert enkelt kulturmiljø spesielt. Det ønskes også bakgrunnsinformasjon om deres kunnskap og kjennskap til kulturmiljøet generelt og hvert enkelt av de sju, samt kunnskap om hva som gjør at de har, eller ikke har, verdier for kulturmiljøer generelt og hvert av de sju, og deres holdninger til kulturmiljøer som noe som gir steder attraktivitet eller tvert imot.

### **Vurdering av kulturmiljøer generelt og hvert av de sju kulturmiljøene**

Vi har i samråd med oppdragsgiver valgt å inkludere spørsmål om verdivurderinger av kulturminner og -miljøer generelt og for hvert av de sju utvalgte kulturmiljøene. Vi har ikke sett skjemaet ferdig i web-format, og man bør ha en åpning for at det bør kuttes ytterligere i spørsmål etter overføring og uttesting av web-versjonen.

Vi har vurdert, i samråd med oppdragsgiver og ved uttesting i fokusgruppen, på hvilken form ikke-bruksverdiene skal innhentes, om det er i form av betalingsvillighet, likert-skalaer eller andre tilnærminger. Vi har valgt ikke å be om folks betalingsvillighet direkte, eller koble til betalingsmåter osv. Vi har i stedet brukt spørsmål om hvordan de vurderer viktigheten av å bevare kulturmiljøer generelt. Vi har også inkludert spørsmål om hvilken verdi det har for dem å bevare kulturmiljøer generelt og hvert av de sju utvalgte kulturmiljøene.

Det kunne også vært interessant å innhente faktisk betalingsvillighet ved bruk av betinget verdsettingsmetode. Dette ville imidlertid kreve en større spørreundersøkelse, med mer bakgrunnsinformasjon om hvert sted, tilstand, nødvendige tiltak, betalingsform og -mekanisme osv. Det er ikke rom for dette i den undersøkelsen som er planlagt her, som er en omnibus eller tilsvarende kort undersøkelse.

For å uttrykke hvor viktig eller verdifull et kulturminne er, hvor god kunnskap respondenten har osv., har vi i stor grad brukt en skala fra 1-10 der 1 er «svær liten», «svært lite viktig» osv., mens 10 er «svært stor» og «svært viktig» osv. For andre spørsmål har vi spurt om respondenten er uenig eller enig, på en fem-delt skala; «helt uenig», «litt uenig», «verken uenig eller enig», «litt enig» og «helt enig».

### **«Berørt befolkning» bør få spørsmål om de ulike kulturmiljøene**

Dersom et kulturmiljø er av nasjonal verdi, kan vi anta at hele den norske befolkning kan ha ikke-bruksverdier knyttet til å ta vare på kulturmiljøet. Dersom kulturmiljøet har regional eller lokal verdi, er det befolkningen lokalt eller regionalt som kan antas å ha slike ikke-bruksverdier. Man må derfor vurdere hvilken befolkning som er den aktuelle å spørre om ikke-bruksverdier for ulike kulturmiljøer.

Vi har foreslått å inkludere alle kulturmiljøer til alle respondenter. En årsak til dette er at kulturmiljøene som er utvalgt ikke er jevnt fordelt utover landet, noe som i en landsomfattende spørreundersøkelse ville gi få svar for eksempel for Henningsvær og Levanger. Det kan også være at folk som ikke bor nær et kulturmiljø av andre årsaker er godt kjent med og/eller at kulturmiljøet har stor verdi eller viktighet for dem. Ved å gi alle respondenter spørsmål om alle kulturmiljøer, men også inkludere spørsmål om i hvor stor grad de kjenner hvert



enkelt kulturmiljø, har man mulighet til å vurdere viktighet og verdi for ulike grupper avhengig av hvor godt kjent de er med dem. Man kan da for eksempel se om Henningsvær har større verdi for de som bor i de nordligste fylkene enn de som bor sør på. Vi kan også se om de som har besøkt for eksempel Henningsvær vurderer det til å ha større verdi enn de som ikke har besøkt stedet.

For å få nok svar fra respondenter i ulike deler av landet, kan det være hensiktsmessig å øke utvalgsstørrelsen fra standard omnibus på omlag 1 000 til for eksempel 2 000. Dette bør helst testes i en pilot til hele landet når web-skjemaene er klare, først da kan man undersøke hvordan utvalget vil reagere, selv om vi hadde med folk fra ulike deler av landet i fokusgruppen for å få en pekepinn.

### **Undersøkelsen kan gjennomføres som del av en omnibusundersøkelse eller som egen undersøkelse**

For utforming av spørsmålene i spørreundersøkelsen har det liten betydning om spørsmålene om kulturmiljøer blir del av en omnibusundersøkelse eller sendes ut som en selvstendig nettbasert undersøkelse til meningsmålingsinstituttets panel. Dersom man beholder det antall spørsmål som inngår i forslaget nå, vil vi anbefale at man gjennomfører dette som en egen undersøkelse. Dersom man velger å konsentrere seg mer om færre spørsmål kan undersøkelsen være mer egnet for å koble seg på en omnibus.

# Summary and conclusions

## Background and objectives

On behalf of the Norwegian Directorate for Cultural Heritage, in this project we assess indicators for measuring the public benefits of cultural environments over time. The public benefits of cultural heritage may be measured as the Total Economic Value. The Total Economic Value consists of use and non-use values. Visitors and inhabitants obtain use values when they actually experience the cultural environment. Non-use values are the values people obtain from knowing that the cultural environment exists and is taken care of for now and future generations, irrespective of their own use.

The goal is to provide a concrete and clear proposal for a final approach that will be used in a zero-point measurement of the public benefits deriving from Norway's cultural heritage. The project has addressed the following issues:

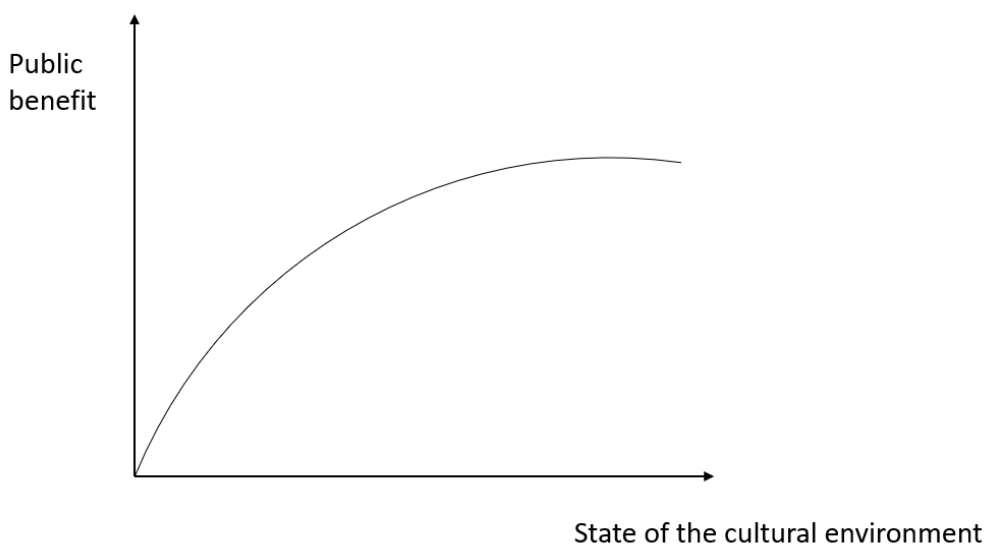
- 3) The first part of the assignment has evaluated indicators aimed at measuring use values for visitors and the business sector.
- 4) The second part of the assignment consists of two parts:
  - c) Part 2a explores and recommends how information on inhabitants' views, attitudes, identity, pride in and knowledge about the cultural environment they live in or near to can be obtained with the help of web panels, or possibly other types of surveys.
  - d) Part 2b drafts suggestions for questions that can be used in an omnibus survey or equivalent, and measure the general population's non-use values of preserving the cultural environments in the case examples presented in this report.

The Directorate for Cultural Heritage has chosen the seven historical urban environments Gamlebyen (Old Town) in Fredrikstad, Skudeneshavn, Røros, Rjukan, Risør, Henningsvær and Levanger as case examples.

## Public benefit indicators for measuring the state of cultural monuments and environments over time

The purpose of environmental monitoring of cultural monuments and environments is to document the state of the environment and its development over time. The state of a cultural monument or environment can deteriorate or improve over time, depending on what is happening in society in general and what measures are taken in the cultural environment in particular.

The idea behind this is that the results of the environmental monitoring in connection with data on the public benefits of the cultural environment will provide information on the state of the cultural environment. A cultural environment in a good environmental state will result in more visitors coming to the site, which has a direct impact on the number of visitors, but also in increased turnover for the business community in the cultural environment itself and possibly also in the rest of the municipality. A cultural environment in a good state will also be reflected in the residents' views, attitudes, and satisfaction with their own cultural environment, and in how the general population perceives the value of the cultural environment. Such a stylized connection between the state of the cultural environment and the public benefit is illustrated in Figure S1. It is these variations in public benefits resulting from changes in the state of the cultural environment we seek to measure with the public benefit indicators for visitors and the business community, residents, and the general population respectively, suggested in this report.



**Figure S1. Relation between the state of a cultural environment and public benefit**

Figure S1 shows that public benefit increases with a better state of the cultural environment, for the reasons described above. It is, however, likely that this positive relationship decreases over time, because the state of an environment cannot be improved indefinitely. This effect has been taken into account in the figure above.

One challenge here is that there is not necessarily a direct and immediate causal relationship between the state of the cultural environment and changes in indicators for public benefit, but that the development in the state of the environment over time contributes to measurable changes in public benefit. It is likely that the state of the environment has to be above or below a certain level before there is a noticeable effect on the public benefit indicators, and this can take time. If the state of the environment deteriorates over time, it is likely that this will impact the flow of visitors, the experience of the cultural environment both when it is used and not used, and its value creation potential.

Combining traditional environmental monitoring and monitoring of public benefit indicators can provide new knowledge about this kind of relationship. As of today, it is argued on a qualitative basis that conservation and maintenance levels must be sustained, and that this again meets the government's and the Norwegian parliament's objectives for cultural heritage management. Implicitly, this means that a good state of cultural monuments and cultural environment meets the societal objectives and thus triggers public benefits. If one measures public benefit indicators over a sustained period in parallel with traditional indicators, this makes it possible to see these types of indicators in context. Over time, one can then see how and what indicators affect utility values, non-utility values, attitudes and knowledge of the cultural environment. A zero-point measurement will not provide much direct information about the relationship between the state of the environment and public benefit, but measurements over time can be very useful for measuring such relationships. Through a set of indicators covering different aspects of public benefit, the overall picture of indicators for business, residents, visitors and the general population will be able to provide an indication of the development in the state of an environment over time.

Thus, it is the intention that indicators for measuring public benefit should provide information about the state of the cultural environments being investigated and how their state develops over time, and suggestions for indicators are developed on the basis of this. There will be a connection between the state of the environment

and how visitors, residents and the general population perceive and evaluate the cultural environment. By measuring the same indicators in the same way over time, it will thus be possible to monitor developments in the cultural environment. As with the measurement of other indicators of the state of cultural environments, there may be some "noise" with regards to the causal relation. Through a set of indicators that cover different aspects of public benefit, the overall picture of indicators for business, visitors, residents and the general population can provide an indication of developments in the state of the environment over time.

There is also reason to assume that increased awareness of the relationship between state of an environment and public benefit will increase efforts to preserve and improve its state, as this will be reflected in increased income for the business community and increased benefit and enjoyment for residents in the cultural environment and the population in general.

### **Recommended frequency for measuring public benefit indicators**

How often it is expedient to measure the public benefit for visitors and business community, residents and the general population respectively, is not a given. One should avoid conducting surveys of residents too often, especially in small places. If the population is small, it is likely that the same residents will be approached every time. We recommend that a resident survey for those living in the municipality where the cultural environment is located, is carried out every three years. We do not think it makes sense to conduct such surveys every year or every other year, while a five-year interval may be too long.

With regards to a survey of the general population, there is a much bigger pool of potential respondents, so in that respect, one could carry out a survey every year without it being a problem. However, we do not think it would be expedient to conduct such a survey every year, but that three-year intervals would also work out for surveys to the general population. Five-year intervals would also be a possibility, but to get the best possible overall picture, we think it makes sense to collect information from residents and the general population in the same year.

The indicators that measure the public benefit for the business community and visitors are mainly based on public statistics, and when collecting these data, little extra effort is required to include figures for all years. It is not necessary to obtain and measure the indicators every year, but when this is being done, it is easy to do so for the preceding three years as well.

If indicators from the same year for business, residents and the general population are desired, it is important to remember that the resident survey and the survey for the general population will obtain the respondents' valuation for the year the survey is conducted. When using accounting data, visitor data, etc., which we propose to use for measuring the benefits to business and visitors, you will get figures from previous years. Accounting figures for 2016, for example, will only be available in the summer/autumn of 2017; the same applies to statistics for overnight stays, visitors to museums, etc.

By using a survey design that accounts for this, it is possible to allocate tasks and costs for different parts of the scheme to measure the public benefits of the cultural environments to different years, and still get indicators that apply to the same year.

### **Evaluation of indicators for use values for visitors and the business community**

Since the value of cultural environments is not directly traded in markets, the indicators that measure public benefits must measure variables in adjoining markets. The purpose of the indicators for the Norwegian Directorate for Cultural Heritage is to measure the development of the public benefit derived from the cultural

heritage. This means that the indicators must primarily measure changes over time in each cultural environment, while differences between the cultural environments are of secondary interest. The indicators are measured quantitatively in units such as Norwegian kroner, number of visitors, transactions, amount of media coverage, and so on.

The purpose of our assessment of indicators for utility values for visitors and business is to ensure quality assurance of the indicators proposed in the preliminary project (Magnussen et al. 2016) and identify new indicators for measuring utility values for visitors to the cultural monuments and the value of cultural monuments for business. The fact that the main purpose of the indicators is to measure development over time within the cultural environment means that the focus is on local public benefit. Here, it is important to specify that a positive development in local public benefit does not necessarily entail a positive development in national public benefit.

We have reviewed each individual indicator from the preliminary project by Magnussen et al. (2016) as well as our own suggested indicators, and evaluated the indicators based on six criteria. By assessing relevance, direction and accuracy, we assess the ability of the indicator to accurately measure development in value over time. By assessing whether the indicator is impactable, measurable and generally accepted, we assess whether the indicator will be easy to use and not too resource-intensive to measure the impact of measures in the cultural environment, and if it is based on acceptable data sources. We propose the following indicators to the Norwegian Directorate of Cultural Heritage:

#### **Suggestions for indicators to measure visitors' benefits**

- Total number of visitors to the cultural environment (same as in preliminary project)
- Number of overnight stays for leisure purposes in the cultural environment (changed from preliminary project)
- Number of overnight stays for leisure purposes in the cultural environment relative to number of overnight stays for leisure purposes in the county (new suggestion)
- Number of visitors at the most important museums for cultural history (changed from preliminary project)
- Sales revenue for all activities in the cultural environment (same as in preliminary project)
- Sales revenue in selected industries in delimited area (same as in preliminary project)

#### **Suggestions for indicators to measure benefits to business**

- Social media coverage related to cultural environment (new suggestion)
- Value creation within accommodation, food services and activities in the cultural environment (new suggestion)
- Employment within accommodation, food services and activities in the cultural environment (new suggestion)
- Share of value creation related to the cultural environment in the business sector in the cultural environment (new suggestion)
- Potentially: The business sector's use of the cultural environment in its activities (unchanged from preliminary project)

Our review shows that these are indicators that both have suitable characteristics and are functional. We believe the indicators provide good information on the benefit for both visitors and the business sector, while the data required for the indicators are easy to collect.

### **Recommended survey method for a survey of residents**

We have evaluated relevant survey methods for a survey of residents intended to chart the residents' views, attitude, identity, pride and knowledge about the cultural environment they live in or near to. To begin with, we considered whether such information might be obtained through use of the polling institutes' web panels, but due to the fact that the number of residents in the relevant cultural environments and in the municipalities they are located in is so small, this is not really appropriate. The exception is the Old Town of Fredrikstad, where the population is large enough to use a web panel-based survey.

For the other locations, and possibly also for Fredrikstad if the same collection method is to be used for all locations, telephone interviews or sending text messages with a link to a web form are the most suitable methods. With this method, it is necessary to take steps to increase the response rate, which may be low in this form of survey. The questions for the survey need to be drawn up before deciding which of these methods will be used, so that it is possible to see the method and the desired questions in context.

We recommend that the survey collects information from the inhabitants in the municipality the cultural environment is located in, not only from the residents that live within the borders of the cultural environment. The population of the whole municipality may derive enjoyment and benefit from the cultural environment, not just the relatively few residents that live in the actual environment.

### **Indicators to measure non-utility values of preserving cultural environments are obtained through a survey of the general population**

We have drawn up suggestions for questions that can be used in an omnibus survey or equivalent and which measure the general population's assessment of the importance and value of preserving cultural environments in general and the seven selected cultural environments in particular. When designing the form, we obtained perspectives on this in a workshop at the Directorate of Cultural Heritage in June 2017, received comments on a preliminary draft and tested the form in a focus group. The version presented in this report is a draft questionnaire where input and experiences from the focus group from mid-August 2017 have been incorporated.

The survey aims to measure the general population's assessment of the importance and value of preserving cultural environments in general and each of the selected cultural environments in particular. Background information about their knowledge of and about the cultural environment in general and each of the seven individual environments is also desired, as well as knowledge about why they value cultural environments in general and each of the seven individual environments, and their attitudes towards cultural environments as something that makes places attractive (or, on the contrary, unattractive).

### **Assessment of cultural environments in general and each of the seven environments in particular**

In consultation with the client, we have chosen to include questions about valuations of cultural monuments and environments in general and for each of the seven selected cultural environments in particular. We have not seen the final version of the form in web format, and there should be an opportunity for potential further cuts in the number of questions once the web-version has been transmitted and tested.

We have also considered, in consultation with the client and by testing in the focus group, in which form non-utility values should be obtained, whether this should be done in the form of willingness to pay, Likert-scales or other approaches. We have chosen not to ask about people's willingness to pay in a direct way, or to link this to payment methods, etc. We have instead used questions about how important they think it is to preserve cultural



environments in general. We have also included questions about what value it has for them to preserve cultural environments in general, and each of the seven selected cultural environments in particular.

It could also have been interesting to obtain information on the actual willingness to pay using the conditional valuation method. However, this would require a larger survey, with more background information about each location, its state, necessary preservation measures, form of payment and payment mechanism, etc. There is no room for this in the survey planned here, which is an omnibus or similar short survey.

To express how important or valuable a cultural monument is, how much the respondent knows about it, etc., we have mostly used a scale from 1-10 where 1 is "very small", "very unimportant" etc. while 10 is "very large" and "very important" etc. For other questions, we have asked if the respondent disagrees or agrees on a five-step scale; "completely disagree", "somewhat disagree", "neither disagree nor agree", "somewhat agree" and "completely agree".

#### **«Affected population» should receive questions on the individual cultural environments**

If a cultural environment is of national value, we can assume that the entire Norwegian population may have non-utility values associated with preserving the cultural environment. If the cultural environment has regional or local value, it is the local or regional population which can be assumed to have such non-utility values. It is therefore necessary to assess which population is relevant to ask about non-utility values for different cultural environments.

We have proposed to include all cultural environments for all respondents. One reason for this is that the cultural environments selected are not evenly distributed across the country, which would result in few responses for places like Henningsvær and Levanger in a nationwide survey. It is also possible that people who do not live near a cultural environment are very familiar with it for other reasons, or/and that the cultural environment is of great value or importance to them. By giving all respondents questions about all cultural environments, but also including questions about the extent to which they know each cultural environment, it is possible to evaluate the environments' importance and value for different groups, depending on how familiar they are with them. It is, for example, possible to see if Henningsvær has greater value for those living in the northernmost counties than those living in the south. We can also see if those who have visited for example Henningsvær, value it more highly than those who have not visited the site.

To get enough answers from respondents in different parts of the country, it may be advisable to increase the sample size from standard omnibus of about 1000 to, for example, 2000. This should preferably be tested in a pilot in the entire country when the web forms are ready. Only then will it be possible to find out how the sample will react, even though we included people from different parts of the country into the focus group to get an indication of this.

#### **The survey can be conducted as part of an omnibus or as a separate survey**

For the design of the survey questions, it is of small importance whether the questions on cultural environments are part of an omnibus or sent out as a separate web-based survey to the polling institute's panel. If the number of questions included in the present proposal is kept the same, we would recommend sending them out in form of a separate survey. If it is preferable to concentrate on fewer questions in more depth, the survey might be more suitable as part of an omnibus.

# 1. Innledning og formål

## 1.1. Bakgrunn

Riksantikvaren skal arbeide for at kulturminner og kulturmiljøer blir best mulig ivaretatt og nyttiggjort i et samfunn i endring, og fremme langsiktig vern og god forvaltning. For å kunne gjøre dette arbeidet best mulig i et langsiktig perspektiv, er det nyttig med gode indikatorer som over tid kan følge eventuelle endringer i samfunnsnytte i utvalgte kulturmiljøer.

Riksantikvaren fikk høsten 2016 utarbeidet et forprosjekt der ulike indikatorer for å måle kulturarens samfunnsnytte ble vurdert og testet på to case, heretter kalt forstudien eller forprosjektrapporten (Magnussen m.fl. 2016)<sup>1</sup>. Her gjennomgår og kvalitetssikrer vi de indikatorene som foreligger fra forstudien og utarbeider et endelig forslag til indikatorer. I tillegg utreder vi mulige undersøkelsesmetoder for å kartlegge innbyggernes syn, holdninger, identitet, stolthet og kunnskap om kulturmiljøet de bor i eller ved. Vi utarbeider også forslag til spørsmål som kan benyttes for å måle ikke-bruksverdier av kulturmiljøer generelt og for utvalgte kulturmiljøer. Denne rapporten inngår som en del av beslutningsgrunnlaget for Riksantikvarens utarbeidelse av et miljøovervåkningsprogram.

## 1.2. Kulturmiljøer kan gi ulike typer samfunnsnytte

Utgangspunktet for Magnussen m.fl. (2016) og denne oppfølgingen er at det er ønskelig å måle «mest mulig» av kulturarens samfunnsnytte. Dette kalles den totale samfunnsøkonomiske verdi (samfunnsnytte). Disse samfunnsøkonomiske verdiene kan deles inn i bruksverdier og ikke-bruksverdier.

Med bruksverdier menes de verdier de besøkende og innbyggere opplever når de besøker kulturmiljøet. Noen av disse verdiene «legges igjen» i form av eventuelle inngangsbilletter, utgifter til reise og opphold osv. og gir opphav til omsetning (dvs. salgsinntekter) for virksomhetene som leverer tjenestene. Fratrasket utgifter blir dette nettoinntekt, som omtales som produsentoverskudd i økonomisk terminologi. De besøkende kan imidlertid også ha et såkalt konsumentoverskudd, som er deres nettonytte av å oppleve kulturmiljøet. Konsumentoverskuddet fremgår ikke av billettinntekter etc., men kan beregnes ved nærmere undersøkelser av de besøkendes betalingsvillighet *utover* det de i dag betaler for å besøke kulturmiljøet. Indikatorer for næringsliv og besøkende kan fange opp denne delen av bruksverdien. Slike indikatorer ble foreslått i Magnussen m.fl. (2016). Her evaluerer vi de indikatorene som ble foreslått, og foreslår en endelig liste.

Bruksverdier omfatter også bruksverdien til dem som bor i eller ved kulturmiljøet, som blant annet kan reflekteres i eiendomsverdiene. Bruksverdier kan også omfatte verdier som kunnskapsutvikling ved vedlikehold av kulturminner. Slike verdier er i liten grad fanget opp av de indikatorene som gjelder næringsliv og besøkende (selv om også de som bor i og ved kulturmiljøet kan besøke museer, kafeer etc. i kulturmiljøet, og denne delen fanges opp). Innbyggernes nytte av å bo i eller ved et kulturmiljø, ble foreslått å samles inn ved hjelp av en innbyggerundersøkelse i Magnussen m.fl. (2016), og i denne rapporten vurderer vi ulike undersøkelsesmetoder for å gjennomføre en slik innbyggerundersøkelse.

---

<sup>1</sup> Magnussen, K., S. K.Berg, K. Ibenholt, H.Hølleland, K. Fageraas (2016): Indikatorer for kulturarens samfunnsnytte. Vista-rapport 2016-54.

Med ikke-bruksverdier mens verdien av å bevare kulturmiljøet uavhengig av egen bruk, ut fra et ønske om å bevare dets eksistens for dagens og fremtidige generasjoner, også kalt eksistens- og bevaringsverdier. Slike verdier kan oppleves av mange flere enn dem som faktisk oppsøker kulturmiljøet. For et kulturmiljø med lokal verdi som det finnes mange lignende av, vil de som har slike opplevelsesverdier, kalt «berørt befolkning» i verdsettingslitteraturen, være begrenset. For kulturmiljøer av nasjonal verdi, som Bryggen i Bergen, eller Nidarosdomen, kan hele Norges befolkning anses som den berørte befolkningen. For å beregne slike verdier, må det gjennomføres egnede målrettede spørreundersøkelser av representative utvalg av den aktuelle, berørte befolkning. I denne rapporten utarbeider vi forslag til spørsmål som kan stilles i en landsomfattende undersøkelse for å måle ikke-bruksverdier av å bevare kulturmiljøer.

### 1.3. Formål og problemstillinger

Målet med prosjektet er å gi konkrete og tydelige forslag til endelig opplegg som skal benyttes i en nullpunktmåling av kulturarvens samfunnsnytte. Prosjektet skal løse følgende oppgaver:

- 1) Første del av oppdraget skal vurdere indikatorer som tar sikte på å måle bruksverdier for tilreisende og næringsliv. Denne delen bygger videre på forprosjektrapporten<sup>1</sup> og behandles i kapittel 2.
- 2) Andre del av oppdraget består av to deloppgaver:
  - a) I kapittel 3 utreder og anbefaler vi hvordan innbyggernes syn, holdninger, identitet, stolthet, kunnskap om kulturmiljøet kan innhentes ved bruk av internettpaneler, eller eventuelt andre typer spørreundersøkelser i de utvalgte kulturmiljøene. Vi viser også hvordan sosioøkonomiske indikatorer kan knyttes til studien.
  - b) I kapittel 4 utarbeider vi forslag til spørsmål som kan benyttes i en omnibusundersøkelse eller tilsvarende, og som måler den generelle befolkningens ikke-bruksverdier av å bevare kulturmiljøene i casene.

Riksantikvaren har bestemt at de syv historiske bymiljøene Gamlebyen i Fredrikstad, Skudeneshavn, Røros, Rjukan, Risør, Henningsvær og Levanger skal brukes som case.

### 1.4. De utvalgte kulturmiljøene

I de følgende gis en kort beskrivelse av hver av de syv utvalgte kulturmiljøene som er benyttet som eksempler i denne rapporten.

#### Gamlebyen i Fredrikstad

Nord-Europas best bevarte festningsby, med bebyggelse og vollgraver intakt. Regnes også som Norges første renessanseby. Ble grunnlagt i 1567, etter et svensk angrep med nedbrenning av nabobyen Sarpsborg under Den nordiske syvårskrigen. De militære byggene i Gamlebyen er fredet.

Plassering: I urbant miljø, kort fra andre byer på Østlandet.

Museum: Fredrikstad museum holder til i Tøihuset i gamlebyen.



### Skudeneshavn

På 1800-tallet var Skudeneshavn på Karmøy viktig i fiske, salg og utskipping av sild. Fremdeles står mye av bebyggelsen som den gjorde på 1800-tallet, og trehusbebyggelsen fra 1840 til 1870 i Skudeneshavn sentrum regnes som en av Norges best bevarte. Gamle Skudeneshavn, med 130 bygninger, er vernet. Riksantikvaren jobber også med en fredningsplan for kulturmiljøet.



Plassering: Kort fra de to andre byene på Karmøy og Haugesund.

Museum: Bymuseet i Mælandsgården ligger i gamlebyen.

### Rjukan

Sam Eyde bygde Vemork kraftverk ved Rjukanfossen i 1911, for å forsyne kunstgjødselproduksjonen på Notodden med kraft. Utbyggingen la grunnlag for ytterligere lokal industrivekst, og Rjukan vokste til en by rundt kraftverkene.



I 1934 bygget Norsk Hydro verdens første kommersielle tungtvannsanlegg. Under krigen var den tyske okkupasjonsmakten interessert i tungtvannet i utviklingen av en mulig atombombe, men norske motstandsfolk hindret produksjon og utsending ved en serie sabotasjeaksjoner mot anlegget og transporten. Rjukan ble oppført på UNESCOs verdensarvliste sammen med Notodden i 2015.

Plassering: Rjukan er en nokså isolert plass med lang vei til nærmeste by.

Museum: Kraftstasjonen er omgjort til Norsk Industriarbeidermuseum.

### Risør

Risør har en av Nordens best bevarte trehusbebyggelser. Mye av sentrumsbebyggelsen kan føres tilbake til 1870-1880-årene. Byens historie er eldre, og preget av utstrakt handel. Risør ble ladested i 1630, og fikk kjøpstadsrettigheter i 1723. Byen kalles ofte Trehusbyen eller Den hvite by ved Skagerrak.



Plassering: Kort fra andre byer som Kragerø, Porsgrunn og Arendal.

Museum: Bymuseet er nylig lagt ned.

### **Henningsvær**

Henningsvær var Lofotens viktigste fiskevær på 1800-tallet. Hadde 60 fiskemottak da lofotfisket var på sitt høyeste. Henningsvær har fått fastlandsforbindelse, og den storslåtte naturen er også med på å tiltrekke turister i tillegg til kulturhistorien. En prosess er i gang for eventuell kulturmiljøfredning i regi av Riksantikvaren.



Plassering: Halvtimes kjøretur fra Svolvær.

Museum: Tidligere trandamperiet er omgjort til en kombinasjon av museum og restaurant.

### **Levanger**

Bebyggelsen i Levanger sentrum er særpreget og unik i nasjonal sammenheng, særlig trehusbebyggelsen i sveitser- og jugendstil fra perioden 1896-1904. Bebyggelsen er midlertidig fredet, og Riksantikvaren jobber også med en endelig fredningsplan for kulturmiljøet.



Plassering: Ligger mellom Verdal og Stjørdal.

Museum: Bymuseet i Levanger har totalt 9 hus i sentrum tilrettelagt for besøkende.

### **Røros**

Det var gruvedrift på Røros fra 1644 til 1977, med særlig høy aktivitet fra rundt 1740-tallet til 1814. Bergstaden, inkludert 400 trehus, er vernet. Mye av bebyggelsen er fra 1700- og 1800-tallet. Den ble oppført på UNESCOs liste over verdens kulturarv i 1980.



Plassering: Ligger relativt langt fra andre byer.

Museum: Rørosmuseet ivaretar omlag 80 bygninger, samt Olavsgruva.

## 2. Vurdering av indikatorer for bruksverdier for besøkende og næringsliv

Formålet med denne delen er å kvalitetssikre foreslåtte indikatorer fra forprosjektet (Magnussen m.fl. 2016), og indentifisere eventuelle nye indikatorer for å måle bruksverdier for besøkende til kulturmiljøet og kulturmiljøets verdi for næringslivet. Kapittelet presenterer først de indikatorene som ble vurdert og valgt ut i forprosjektet. Deretter presenterer vi kriteriene for å vurdere indikatorene, vi presenterer nye datakilder og foreslår på den bakgrunn potensielle nye indikatorer. Til slutt tester vi enkelte indikatorer, vurderer og rangerer samtlige indikatorer og anbefaler hvilke vi mener Riksantikvaren bør velge ut.

### 2.1. Indikatorer fra forprosjektet

Magnussen m.fl. (2016) foreslo seks indikatorer for å måle kulturarvens samfunnsnytte for næringsliv og besøkende. I tillegg foreslo man tre mulige indikatorer. Vurderingen ble basert på et utvalg av mulige indikatorer man identifiserte gjennom litteraturstudier fra ulike nordiske analyser av kulturarvens betydning, kriterier for hva som kjennetegner en god indikator og uttesting av mulige indikatorer i kulturmiljøene Gamlebyen og Skudeneshavn.

Forprosjektet vurderte indikatorer for aktørgruppene besøkende, næringsliv og innbyggere. Indikatorer for ikke-bruksverdier ble ikke vurdert da dette ble ansett som for ressurskrevende.

Tabell 1 – Vurderte og utvalgte indikatorer fra forprosjektet. Kilde: Magnussen m.fl. (2016)

Vurderte indikatorer	Utvalgte indikatorer
<b>Verdier for besøkende</b>	<b>Verdier for besøkende</b>
Antall besøkende	1. Totalt antall besøkende til kulturmiljøet
Antall på byvandring	2. Antall deltaker på alle aktiviteter i/ved kulturmiljøet
Antall besøkende og/eller inntekter til byvandring, museer, turistbyråer o.l.	- Totalt antall overnattinger eller andel utenlandske overnattinger av totalt antall overnattinger (eventuelt)
Antall festivaler og andre aktiviteter knyttet til kulturarvstedet; antall besøkende, eventuelt omsetning/inntekter	
<b>Verdier for næringslivet</b>	<b>Verdier for næringslivet</b>
Hotellbesøk/overnattingsdøgn – antall og omsetning	3. Omsetningen for alle aktiviteter i/ved kulturminnet
Antall serveringssteder mv. og deres omsetning	4. Omsetning i utvalgte næringer i et nærmere avgrenset område
Antall nyetableringer	5. Telling av virksomheter, fordelt på ulike næringer i et nærmere avgrenset område
Antall virksomheter og omsetning i kulturmiljørelatert næringsvirksomhet og/eller næringsvirksomhet generelt	- Næringslivets bruk av kulturmiljøet i deres virksomhet. (spørreundersøkelse) (eventuelt)
<b>Verdier for innbyggerne og lokalsamfunn</b>	<b>Verdier for innbyggerne og lokalsamfunn</b>
Flytting inn og ut	6. Antall foreninger og/eller medlemmer i kulturmiljørelaterte foreninger i kommunen
Eiendomspris/leiepris	- Innbyggernes syn på kulturmiljøets samfunnsnytte (ved spørreundersøkelse) (eventuelt)
Antall direkte sysselsatte i kulturarvsektoren (offentlig sektor)	
Lokalt engasjement i form av antall foreninger/medlemmer	
Driftsutgifter og investeringskostnader, fredede områder, plansaker, tilskudd	
<b>Ikke-bruksverdier</b>	<b>Ikke-bruksverdier</b>
Betalingsvillighet blant ikke-brukere	Ikke foreslått
Utdanningstilbud	
Undervisningsopplegg	



Forprosjektrapporten (Magnussen m.fl. 2016) påpeker at de foreslåtte indikatorene er vurdert og valgt ut med tanke på at de skal kunne måle utvikling over tid og kunne brukes i et miljøovervåkingsprogram. Det er lagt vekt på at indikatorene skal bygge på lett tilgjengelig informasjon og fortrinnsvis kan samles inn på samme måte med jevne mellomrom.

## 2.2. Kriterier for å vurdere indikatorene

Forprosjektet benyttet seg av kriterier fra den svenske Socialstyrelsens «Håndbok för utveckling av indikatorer» (2014) for å vurdere mulige indikatorer til miljøovervåkingsprogrammet. Håndboken foreslår seks ulike kriterier for å vurdere indikatorer: Relevans, retning, treffsikkerhet, påvirkbarhet, målbarhet, og aksept. I tillegg til sosialstyrelsens seks kriterier valgte de i forprosjektet tre tilleggskriterier: datatilfang, ressursinnsats versus hyppighet og kompleksitet. Vi har valgt å holde oss til Socialstyrelsens forslag til seks kriterier for utvelgelse av indikatorer. Vi mener at forprosjektets tilleggskriterier er relevante kriterier, men at datatilgang, ressursinnsats og kompleksitet inngår som delvurderinger under de seks kriteriene til Socialstyrelsen. Vi deler de seks kriteriene i to kategorier; kriterier for å bedømme indikatorens egenskaper og kriterier for å bedømme indikatorens funksjonalitet.

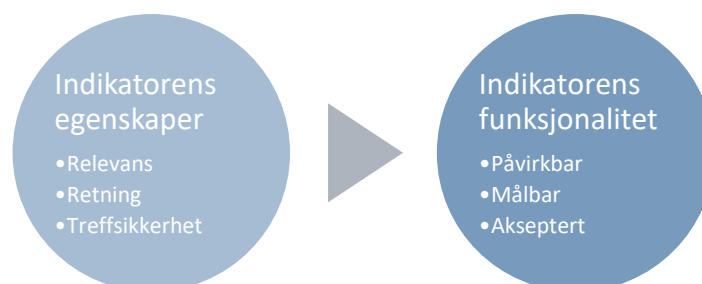
### Indikatorens egenskaper

- Indikatoren skal ha **Relevans**: en relevant indikator speiler en eller flere dimensjoner av kulturmiljøverdi. Indikatoren er relevant for å måle utvikling av verdi og påvirkes av minst mulig annet.
- Indikatoren skal angi **Retning**: indikatoren speiler kulturmiljøets kvalitet og utvikling, slik at høyere eller lavere verdier er et uttrykk for positiv eller negativ verdiutvikling.
- Indikatoren skal ha **Treffsikkerhet**: Indikatoren måler verdi på en pålitelig og likartet måte hver gang og påvirkes i liten grad av støy og brudd i tidsserier.

### Indikatorens funksjonalitet

- Indikatoren skal være **Påvirkbar**: myndigheter og forvaltere i det aktuelle området skal kunne påvirke indikatorens utfall, for eksempel ved at godt vedlikehold og utnyttelse av et kulturmiljø gir seg utslag i indikatoren.
- Indikatoren skal være **Målbar**: den skal på en enkel måte kunne måles med tilgjengelig og kontinuerlig innsamlede data. Datainnhenting skal minst mulig ressurskrevende.
- Indikatoren skal være **Akseptert**: indikatoren skal bygge på veletablerte og aksepterte datakilder og helst være akseptert av brukerne i Riksantikvaren, gjennomgått i workshop.

Figur 1 – Menons kategorisering av Sosialstyrelsens (2014) indikatorkriterier.



Vi går igjennom hver enkelt indikator fra forprosjektet til Magnussen m.fl. (2016) samt egne foreslåtte indikatorer og vurderer indikatorene i forhold til de seks ovennevnte kriteriene. For kriteriene retning, relevans, treffsikkerhet, påvirkbar og målbar gis en poengsum fra 5 til 1, hvor 5 er «svært bra», mens 1 er «svært dårlig». Kriteriet Akseptert vurderes som enten eller: «akseptert» eller «ikke akseptert». Dersom indikatoren er «akseptert» bestemmer gjennomsnittet av poengsummene for kriteriene hvorvidt indikatoren er god eller dårlig. Indikatorene som har høyest gjennomsnittlig poengsum anbefales å inngå i Riksantikvarens miljøovervåkningsprogram. Til slutt vurderer vi hvilke av de anbefalte indikatorene som også kan innhentes for virksomhetene i De Historiske Hotel & Spisesteder og Olavsrose-ordningen.

### 2.3. Menons forslag til potensielle nye eller endrede indikatorer

Menon har med utgangspunkt i forprosjektets (Magnussen m.fl. 2016) liste over vurderte og foreslåtte indikatorer, samt gjennom flere interne workshoper og workshop hos Riksantikvaren kommet fram til flere nye indikatorer. Vi har også justert enkelte av de allerede vurderte indikatorene fra forundersøkelsen. Vi vurderer dermed følgende nye og justerte indikatorer, i tillegg til forprosjektets utvalgte indikatorer:

#### Verdi for besøkende

- Totalt antall kommersielle ferieovernattinger eller antall ferieovernattinger av totalt antall kommersielle overnattinger i kulturmiljøet, avgrenset på postnummernivå
- Utvikling i andel kommersielle ferieovernattinger i kulturmiljø, avgrenset på postnummernivå, i forhold til ferieovernattinger i fylket for øvrig.
- Utvikling i antall googlesøk på kulturmiljø over tid

#### Verdi for næringslivet

- Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet, avgrenset på postnummernivå, samlet og hver for seg
- Sysselsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet, avgrenset på postnummernivå, samlet og hver for seg
- Reiselivets andel av total verdiskaping i kulturmiljøet, avgrenset på postnummernivå
- Reiselivets andel av total sysselsetting i kulturmiljøet, avgrenset på postnummernivå
- Kulturmiljøenes oppmerksomhet i sosiale media
- Kulturmiljøenes oppmerksomhet i redaksjonelle media

### 2.4. Vår vurdering av indikatorene

#### 2.4.1. Vurdering av indikatorer fra forprosjektet

##### Totalt antall besøkende til kulturmiljøet

Egenskaper: Antall besøkende til kulturmiljøet gir informasjon om utviklingen i bruk av kulturmiljøet. Vår vurdering er at totalt antall besøkende til kulturmiljøet har svært god relevans. Dersom hver enkelt besøkendes nytte av å besøke kulturmiljøet er stabilt over tid vil utviklingen i totalt antall besøkende tilsvare utviklingen i bruksverdien av kulturmiljøet. Samtidig kan antall besøkende påvirkes av at mennesker besøker området av andre, ikke kulturmiljørelaterte grunner, særlig i større kulturmiljø med større innslag av annen aktivitet. Indikatoren har også god retning. Dersom flere (færre) mennesker oppsøker kulturmiljøet vil det henge sammen

med at befolkningens totale glede over godet øker (reduseres). Treffsikkerheten er god: Indikatoren vil måle besøkende til kulturmiljøet, men kan imidlertid påvirkes av noe støy og hopp i dataene, for eksempel hvis det har blitt arrangert ikke-kulturmiljørelaterte arrangementer eller lignende i området.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats for å øke, tilgjengeliggjøre og synliggjøre verdiene knyttet til kulturmiljøet, vil dette slå ut i økte besøkstall i kulturmiljøet, og slik sett er indikatoren svært godt påvirkbar. Nye muligheter for å telle antall mobiltelefoner i kulturmiljøer på ulike tidspunkt gir også svært god målbarhet. Slike datakilder er nå veletablerte, tas i bruk innen både forskning og konsulentoppdrag, og er akseptable for en indikator. Diskusjoner i workshop med Riksantikvaren tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Data bestilles fra Telenor eller Telia. Må spesifiseres tidspunkter for datainnsamling, avgrensede områder og forhandles om pris.

**Konklusjon:** En svært god indikator.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Totalt antall besøkende til kulturmiljøet	4	5	4	5	5	Ja	<b>4,6</b>

#### Antall deltakere på alle aktiviteter i/ved kulturmiljøet

Egenskaper: Vår vurdering er at antall deltakere på alle aktiviteter har svært god relevans. Dersom verdsettelse av kulturmiljøet for hver enkelt deltaker var stabil over tid, ville utvikling i antall deltakere på aktiviteter være lik utviklingen i totalnyttene deltakerne på aktiviteter har av kulturmiljøet. Siden hver enkelt deltakers nytte av kulturmiljøet er ukjent informasjon, vil utvikling i antall deltakere på aktiviteter være nest-beste løsning for å vurdere bruksverdiutvikling. Siden indikatoren begrenser seg til å måle deltakere ved aktiviteter knyttet til kulturmiljøet, er indikatoren rettet mot de besøkende i kulturmiljøet som er interessert i selve kulturmiljøet. Indikatoren har også svært god retning: Dersom flere (færre) mennesker deltar på aktiviteter i/ved kulturmiljøet vil det indikere at befolkningens glede over godet øker (reduseres). Vår vurdering er at indikatoren har nokså god treffsikkerhet: Indikatoren vil kunne preges av noe støy og tidsseriebrudd knyttet til at virksomhetene som teller antall deltakere vil kunne endres og skiftes ut over tid, og da vil tellerutiner også endres over tid.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats for å øke, tilgjengeliggjøre og synliggjøre verdiene knyttet til kulturmiljøet, vil dette slå ut i økt deltakelse på aktiviteter i kulturmiljøet, og slik sett er indikatoren påvirkbar. Indikatoren er imidlertid vanskelig å måle. Guidevirksomheters innsamling av besøkstall kan variere over tid, virksomheter kan legge ned og andre virksomheter med bedre/dårligere innsamlingsrutiner kan etableres. I tillegg kan virksomhetene vegre seg mot å bruke ressurser på å overlevere besøkstall til Riksantikvaren. På bakgrunn av vanskelighetene knyttet til datainnsamling, ble ikke indikatoren vurdert som tilstrekkelig stabil og enkel og derfor ikke akseptert av brukerne i prosjektworkshop.

**Hvordan hente inn dataene?** Kartlegge, kontakte og innhente besøkstall fra guidebedrifter i kulturmiljøet.

**Konklusjon:** Svak indikator. Vanskelig å måle konsistent over tid.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Antall deltakere på alle aktiviteter i kulturmiljøet	5	5	3	5	1	Nei	<b>3,8</b>

### Omsetningen for alle aktiviteter i/ved kulturmiljøet

Egenskaper: Indikatoren bygger på omsetningen for alle aktiviteter i/ved kulturmiljøet fra bedrifter som er rapporteringspliktig til brønnøysundregisteret. Indikatoren har svært god relevans. Omsetningen for alle aktiviteter i/ved kulturmiljøet kan knyttes til besøkendes verdsettelse av, og betalingsvillighet for å bruke kulturmiljøet aktivt. Indikatoren tar dermed både hensyn til antall deltakere på kulturmiljørelaterte aktiviteter og prisen deltakerne er villig til å betale for å delta på aktivitetene. Indikatoren har svært god retning, øker interessen for kulturmiljøet er det naturlig at omsetningen også øker. At regnskapsdata fra Brønnøysund kun inneholder bedrifter som er rapporteringspliktige innebærer at en del mindre bedrifter ikke fanges opp. Alle aksjeselskap og store enkeltpersonforetak, dvs. enkeltpersonforetak med 5 millioner kroner i omsetning, er rapporteringspliktige til Brønnøysund. De små bedriftenes andel av den totale verdiskaping er liten. Sammenstilling av SSBs foretaksregister og Menons regnskapsdatabase i 2015 viste at enkeltpersonforetak utgjør kun 2,7 prosent av omsetningen i norske foretak (Iversen m.fl. 2015). Indikatoren er også svært treffsikker. Siden indikatoren begrenser seg til aktiviteter knyttet til kulturmiljøet og ikke måler annen ikke-kulturmiljørelatert aktivitet, og samtidig baserer seg på årlig innleverte og godkjente regnskap til Brønnøysund, vil indikatoren i liten grad preges av støy og brudd i tidsseriene.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring gjør en vellykket innsats for kulturmiljøets samfunnsnytte, er det forventet at økt omsetning knyttet til aktiviteter i kulturmiljøet følger. Indikatoren er altså påvirkbar. Målbarheten er god. Indikatoren vil være enkel og lite ressurskrevende å måle da mange guidebedrifter vil være registrert som aksjeselskap og leverer offentlig tilgjengelige regnskap til Brønnøysundregisteret. Datakildene vil være veletablerte offentlige kilder, og indikatoren er vurdert og akseptert av brukerne i workshop.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret.

**Konklusjon:** En god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Omsetningen for alle aktiviteter i kulturmiljøet	5	5	5	4	4	Ja	<b>4,4</b>

### Antall bedriftsetableringer i kulturmiljøet

Egenskaper: Indikatoren skal måle økt antall bedriftsetableringer som følge av økt nytte av kulturmiljøet og dermed også økt produksjonsoverskudd i næringslivet. Indikatoren er relevant: Økte nyetableringer kan være et tegn på at næringslivet møter en større interesse og etterspørsel knyttet til besøk av kulturmiljøet. Samtidig vil bedriftsetableringer henge sammen med konkurransesituasjonen blant de allerede etablerte bedriftene i kulturmiljøet. Dersom bedriftene som allerede har virksomhet rettet mot kulturmiljøturister har ledig kapasitet vil økt etterspørsel gjerne føre til økt kapasitetsutnyttelse blant eksisterende bedrifter fremfor økt antall bedriftsetableringer. Bedriftsetableringer vil også avhenge av tilgangen på attraktive virksomhetslokaler i kulturmiljøene. Det er begrenset med store produksjons- og kontorlokaler i kulturmiljøene, og bedrifter som ønsker å starte opp vil derfor ikke nødvendigvis ha mulighet til dette. Vi vurderer at indikatoren har svak retning: Samfunnsnyttan av kulturmiljøet kan øke uten at antall bedriftsetableringer påvirkes. Indikatoren har også lav treffsikkerhet: Det kan være mye støy i datamaterialet, eksempelvis ved at enkelte bedrifter er etablert på tidligere tidspunkt, ligger lite virksom over tid og deretter får aktivitet når etterspørselen øker. Bedriftsetableringen skjer da på et annet tidspunkt enn bedriftens tidlige vekstfase. Det kan også være vanskelig å måle bedriftsetableringer da en større andel av små nyoppstartede bedrifter er små enkeltpersonforetak med omsetning under fem millioner kroner og leverer ikke regnskap til Brønnøysund.

Funksjonalitet: En målrettet innsats for å øke attraktiviteten for næringslivet kan bidra til å øke antall bedriftsetableringer. Samtidig vil antall nyetableringer også bestemmes av andre faktorer som tilgang på lokaler og konkurransesituasjonen i kulturmiljøet. Målbarheten er svak, noe som skyldes at den som innhenter dataene må ta hensyn til at etableringsår og oppstartsvekst ikke nødvendigvis sammenfaller. For å måle bedriftsetableringer, må det gjennomføres analyse av datamaterialet. Ellers er datakildene for innhenting av data veletablerte statistiske kilder og diskusjoner i workshop viste at deltakerne er interesserte resultatene av indikatoren.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret.

**Konklusjon:** En svak indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Antall bedriftsetableringer i kulturmiljøet	3	4	3	4	3	Ja	<b>3,4</b>

### Omsetning i utvalgte næringer i et nærmere avgrenset område

Egenskaper: Menon vurderer at indikatoren har gode egenskaper knyttet til å måle utvikling i samfunnsnytte av kulturmiljøet over tid, gitt at de utvalgte næringene er komplementære til kulturmiljøgodene, eksempelvis overnatting, servering, kultur/aktivitet. Indikatoren har god relevans. Omsetning i utvalgte næringer i et nærmere avgrenset område som kan knyttes til betalingsvillighet for kulturmiljørelaterte varer og tjenester. Ved å måle omsetning tas det hensyn til utvikling i antall kunder og utvikling i pris kundene er villig til å betale for kulturmiljørelaterte varer og tjenester. Samtidig er ikke nødvendigvis alle varer og tjenester, og dermed hele omsetningen, relatert til kulturmiljøet. Eksempelvis kan restauranter i kulturmiljøet trekke kunder av andre årsaker enn selve kulturmiljøet, og hoteller kan få inntekter av forretningstrafikk som ikke er relatert til kulturmiljøet.

Omsetning blant utvalgte næringer i et nærmere avgrenset område, vil ha svært god retning. Besøkendes glede av kulturmiljøgodet vil slå ut i økt omsetning, fordi det kommer flere besøkende til kulturmiljøet, og/eller fordi de besøkende er villige til å betale mer. Samtidig kan svingninger i omsetningen også skyldes forhold som endringer i befolkningsstørrelse og endret kjøpekraft i lokalbefolkningen. Trekkikkerheten til indikatoren er svært god. Det vil være få brudd og lite støy i dataene.

Funksjonalitet: Indikatoren har svært god påvirkbarhet. Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats i kulturmiljøet, vil dette slå ut i økte besøkstall i kulturmiljøet, flere overnattinger, flere restaurantgjester og økt omsetning. Regnskapstall fra Brønnøysundregisteret gir god målbarhet. Datakildene er veletablerte og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret.

**Konklusjon:** En svært god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Omsetning i utvalgte næringer i avgrenset område	5	4	5	5	4	Ja	<b>4,6</b>

### Telling av virksomheter i ulike næringer i kulturmiljøet

Egenskaper: Indikatoren skal måle økt antall virksomheter som følge av økt nytte av kulturmiljøet og dermed også økt produksjonsoverskudd i næringslivet. Indikatoren er relevant: Et økt antall virksomheter kan skyldes at næringslivet møter etterspørsel knyttet til besøk av kulturmiljøet. Som med indikatoren for nye bedriftsetableringer, vil utviklingen i antall virksomheter henge sammen med konkurransesituasjonen blant de allerede etablerte bedriftene og tilgangen til lokaler i kulturmiljøet. Indikatoren har svak retning: Dersom bedriftene som allerede har virksomhet rettet mot kulturmiljøturister har ledig kapasitet, vil økt etterspørsel gjerne føre til økt kapasitetsutnyttelse blant eksisterende bedrifter fremfor økt antall bedrifter. Dersom man setter en nedre grense for størrelse, eksempelvis en halv million kroner i året i omsetning for at virksomheten skal telles, kan treffsikkerheten antas å være god.

Funksjonalitet: Selv om næringer og myndigheter gjennomfører vellykkede satsninger på utvikling av kulturmiljø, trenger ikke nødvendigvis antall bedrifter påvirkes nevneverdig. Antall bedrifter vil blant annet påvirkes av konkurransesituasjonen på stedet, uavhengig av myndigheters satsning, og indikatoren er derfor vanskelig å påvirke. Antall bedrifter er enkelt å måle og lite ressurskrevende ved bruk av Brønnøysundregisteret. Datakildene er veletablerte, og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret.

**Konklusjon:** En noe svak indikator.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Telling av virksomheter i næringer i kulturmiljøet	3	4	4	4	4	Ja	<b>3,8</b>

### Antall foreninger og/eller medlemmer i kulturmiljørelaterte foreninger i kommunen

Egenskaper: Indikatoren vil måle lokalbefolkningens nytte av kulturmiljøet gjennom å måle engasjementet i lokale foreninger. Indikatoren har god relevans da lokalbefolkningens nytte av kulturmiljøet etter all sannsynlighet er korrelert med antall medlemmer i kulturmiljørelaterte foreninger. Vi tror retningen i indikatoren vil være god, dersom interessen for og gleden av kulturmiljøet øker, vil også medlemstall i foreninger øke, men samtidig vil sammenhengen også påvirkes av andre forhold som lokalbefolkningens demografi. Medlemskap i kulturmiljørelaterte foreninger henger sannsynligvis tett sammen med individuelle egenskaper som alder, utdanning og arbeidssituasjon. Vi tror dataene vil preges av støy og brudd i tidslinjene da medlemslistene vil komme fra lokale foreninger driftet på frivillig basis med begrensede ressurser til å levere fra seg kvalitetssikrede medlemsoversikter.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats i kulturmiljøet, vil dette kunne slå ut i økte medlemstall i kulturmiljørelaterte foreninger. Sammenhengen mellom satsning på kulturmiljøet og medlemstall i foreninger vil nok være langt svakere enn sammenhengen mellom satsning på kulturmiljøet og besøkstall i kulturmiljøet. Målbarheten til indikatoren er også svak på grunn av en ressurskrevende datainnsamling. Man må belage seg på en nøysom innsamlingsprosess mot lokale foreninger som er driftet på frivillig basis og kvalitetssikring av deres medlemslister. Indikatoren er ikke diskutert med brukerne i Riksantikvaren i workshop, med siden den ikke baserer seg på veletablerte datakilder, mener vi at den ikke kan anses som generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Innhenting fra lokale medlemsorganisasjoner.



**Konklusjon:** En svak indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Antall medlemmer kulturmiljørelaterte foreninger	4	4	3	3	2	Nei	<b>3,4</b>

### Flytting inn og ut

Egenskaper: Vi vurderer at indikatoren har svake egenskaper knyttet til å måle utvikling i samfunnsnyttene av kulturmiljøet over tid. Indikatoren har svak relevans. Kulturmiljøene er regulert for å ivareta historiske verdier, noe som begrenser både antall nye boliger og muligheten for å endre på de eldre bygningene. Befolkningen i byen ellers kan ønske å flytte til kulturmiljøet fordi samfunnsnyttene øker, men dette vil ikke slå ut i økte flyttinger da antall boliger er begrenset. Statistikk viser at befolkningen er svært stabil i flere av kulturmiljøene. Indikatoren har veldig svak retning da samfunnsnyttene av kulturmiljøene kan øke uten at det slår ut i flytting inn og ut. Indikatoren er treffsikker da det er lite støy og brudd i tidslinjene i dataene.

Funksjonalitet: Siden flytting inn og ut av kulturmiljøet begrenses av antall boliger, er det svært vanskelig å se for seg at nyttige tiltak for å øke samfunnsnyttene av kulturmiljø skal slå ut i økt antall flytting inn og ut. Indikatoren skårer derfor dårlig på påvirkbarhet. Tall på flytting inn og ut er lett tilgjengelig statistikk hos SSB, og målbarheten er veldig god. Indikatoren baserer seg på kjente offentlige kilder og diskusjoner i workshop tilsier at brukerne hos Riksantikvaren synes indikatoren er interessant.

**Hvordan hente inn dataene?** Innhentes fra Statistisk sentralbyrå.

**Konklusjon:** En svak indikator.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Flytting inn/ut	2	3	4	2	5	Ja	<b>3,2</b>

### Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet

Egenskaper: Menon vurderer at indikatoren har gode egenskaper knyttet til å måle utvikling i samfunnsnyttene av kulturmiljøet over tid. Vi vurderer at indikatoren har god relevans. Som med indikatorene antall besøkende i kulturmiljøet og antall deltakere på aktiviteter, vil antall ferieovernattinger i kulturminnet gi informasjon om utviklingen i bruk av kulturmiljøet over tid. Dersom hver enkelt besøkendes nytte av å besøke kulturmiljøet er stabilt over tid, vil utviklingen i totalt antall besøkende tilsvare utviklingen i bruksverdien av kulturmiljøet. Vi vurderer at indikatoren også har god retning. Dersom befolkningens glede over godet øker vil flere ønske å besøke kulturmiljøet, men samtidig vil indikatoren påvirkes av at mennesker besøker kulturmiljøet av andre grunner. Ved å spesialbestille ferieovernattingstall på postnummernivå sørger man for å begrense antall overnattinger knyttet til andre begivenheter og reisemotiv enn selve kulturmiljøet. Indikatoren har også god treffsikkerhet. Det vil i utgangspunktet være lite uønsket støy og brudd i dataene. Et mulig fremtidig problem er at Statistisk sentralbyrå av konfidensialitetshensyn kun kan levere statistikk på postnummer med tre eller flere overnattingssteder. I en slik situasjon vil man måtte utvide det undersøkte området noe som vil føre til brudd i tidslinjene eller økt støy i dataene. Samtidig vil tidslinjene påvirkes av hvorvidt postnummerområdene defineres likt over tid.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats for å øke, tilgjengeliggjøre og synliggjøre verdiene knyttet til kulturmiljøet vil dette slå ut i økte ferieovernattinger i kulturmiljøet, og slik sett er indikatoren svært påvirkbar. Målbarheten er god. Tallene kan bestilles av Statistisk sentralbyrå og arbeidet er lite ressurskrevende. Indikatoren baserer seg på kjente offentlige kilder og diskusjoner i workshop tilsier at brukerne hos Riksantikvaren synes indikatoren er interessant.

**Hvordan hente inn dataene?** Spesialbestilling fra Statistisk sentralbyrå

**Konklusjon:** En god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet	4	4	4	5	4	Ja	<b>4,2</b>

### Utvikling i ferieovernattinger i kulturmiljøet relativt til ferieovernattinger i fylket

Egenskaper: Menon foreslår å sammenligne utviklingen i antall ferieovernattinger i kulturmiljøet med antall ferieovernattinger i fylket for øvrig. Vår vurdering er at indikatoren har svært god relevans: Indikatoren korrigerer for generelle trender i reiselivet i fylket og isolerer dermed i større grad lokale utviklingstrekk i kulturmiljøet enn en indikator uten vektning mot ferieovernattinger i fylket. Menon vurderer at indikatoren har god retning: Dersom flere (færre) turister overnatter i kulturmiljøet, vil dette gjerne skyldes at befolkningens glede over godet øker (reduseres), og dermed ønsker å besøke området. Treffsikkerheten er svært god i dag, men kan reduseres dersom postnummerområdene endres eller antall overnattingssteder i kulturmiljøene reduseres til færre enn tre i fremtiden.

Funksjonalitet: Indikatoren er svært påvirkbar. Innsats fra myndigheter eller næring vil slå ut i økte ferieovernattinger i kulturmiljøet. Indikatoren har god målbarhet. Tallene kan bestilles av Statistisk sentralbyrå, og arbeidet er lite ressurskrevende. Indikatoren baserer seg på kjente offentlige kilder. Indikatoren er ikke diskutert i workshop hos Riksantikvaren, men Menon vurderer at indikatoren er interessant og akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Spesialbestilling fra Statistisk sentralbyrå

**Konklusjon:** En svært god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Utvikling i ferieovernattinger i kulturmiljøet relativt til ferieovernattinger i fylket	4	5	4	5	4	Ja	<b>4,4</b>

### Næringslivets bruk av kulturmiljøet i deres virksomhet

Magnussen m.fl. (2016) foreslo en indikator for hvorvidt bedriftene aktivt bruker kulturmiljøet i egen virksomhet for å utfylle regnskapstall for bedriftene. Her kan man undersøke andel av salget som retter seg mot ulike markeder, bruk av lokale innsatsvarer, hvorfor bedriften er lokalisert i kulturmiljøet, bruk av kulturmiljøet til ekstern markedsføring og anslag for kulturmiljøets imageverdi for egen virksomhet. Indikatoren er svært relevant for å måle kulturmiljøet som verdifull innsatsfaktor i næringslivets produksjon. Vi vurderer at retningen er svært god. Dersom næringslivet verdsetter kulturmiljøet i større grad, vil også bruken av kulturmiljøet kunne antas å øke. Treffsikkerheten i datakildene er nokså god. Stabile svar over tid krever en kvalitativt godt utformet

spørreundersøkelse, et høyt antall mottakere og en høy svarprosent. Hvis spørsmålene misforstås, antall mottakere er lavt, eller man oppnår en for lav svarprosent, vil svarene preges av støy, og tidslinjene vil bli vanskeligere å tolke.

Funksjonalitet: Dersom myndigheter eller næring har gjort en vellykket innsats for å øke, tilgjengeliggjøre og synliggjøre verdiene knyttet til kulturmiljøet, er det grunn til å tro at næringslivet vil øke sin bruk av kulturmiljøet i produksjon og markedsføring. Indikatoren er relativt ressurskrevende å innhente da den innebærer spørreundersøkelse til et representativt utvalg av bedrifter lokalisert i kulturmiljøet. Målbareheten vurderes derfor som svak. Indikatoren er tidligere foreslått av Magnussen m.fl. (2016), den er ikke diskutert i workshop med Riksantikvaren, men metoden er lett tilgjengelig og utførbar. Vi vurderer indikatoren som generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Utvikle, sende ut og samle inn spørreundersøkelse til bedrifter i kulturmiljøet.

**Konklusjon:** En god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Trefferikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Næringslivets bruk av kulturmiljø i virksomhet	5	5	4	4	2	Ja	<b>4,0</b>

## 2.4.2. Nye potensielle indikatorer

### Antall besøkende ved kulturmiljøets viktigste museer

Egenskaper: Antall besøkende ved kulturmiljøets viktigste museer er en svært relevant indikator. Indikatoren er relativt lik indikatoren for antall besøkende i kulturmiljøet og indikatoren for antall deltakere på aktiviteter i kulturmiljøet. Økt samfunnsnytte kan antas å slå ut i høyere besøkstall ved museene. Dersom hver enkelt besøkendes nytte av å besøke kulturmiljøet er stabil over tid, vil utviklingen i totalt antall besøkende tilsvare utviklingen i bruksverdien av kulturmiljøet. Indikatoren har også svært god retning: Dersom befolkningens glede over godet øker (reduseres), vil det slå ut i flere (færre) besøkende ved de viktigste museene i kulturmiljøet. Indikatoren har god treffsikkerhet: Indikatoren vil i liten grad kunne preges av støy og tidsseriebrudd da statistikken kommer fra de samme institusjonene over tid.

Funksjonalitet: Indikatoren vil sannsynligvis være godt påvirkbar. Dersom myndigheter eller næring gjør tiltak som øker samfunnets nytte av kulturmiljøet, vil det være sannsynlig at besøkstallene ved viktigste museene øker. Når det gjelder målbareheten, burde besøkstall fra museene være lette å samle inn i kulturmiljøer der det finnes museum. Det er ikke alle kulturmiljøene som har museer, blant annet er Henningsvær og Risør uten en museumsinstitusjon, mens Skudeneshavn har et lite, sesongåpent museum, driftet av historielaget.

**Hvordan hente inn dataene?** Kontakte viktigste kulturhistoriske museer i kulturmiljøene og be dem oversende tallmateriale.

**Konklusjon:** En god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Trefferikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Antall besøkende på viktigste museer	5	5	4	5	4	Ja	<b>4,6</b>

### Kulturmiljørelatert dekning i redaksjonelle medier

Egenskaper: En indikator som følger mediedekningen av de ulike kulturmiljøene i lokale, regionale og nasjonale medier over tid og rangerer artikler etter tema/vinkling. Relevansen avhenger av at økt oppmerksomhet er et tegn på økt verdi for næringslivet og besøkende. Vi mener dette er en sannsynlig sammenheng og mener indikatoren har god relevans. Byer, regioner og land jobber strategisk for å tiltrekke seg oppmerksomhet nettopp for å øke antall turister og øke produksjonen i reiselivsnæringen. Samtidig kan økt oppmerksomhet være av negativ art. Økt medieoppmerksomhet kan følge av utbyggingsplaner og konflikter knyttet til regulering av bygningsmiljø, og slik sett vil ikke nødvendigvis økt medieoppmerksomhet skyldes økt samfunnsnytte av kulturmiljøet. En nærmere analyse av tema/vinkling vil kunne gi informasjon om mediedekningens karakter. Indikatoren har god retning: Høyere samfunnsnytte av et kulturmiljø, vil kunne bidra til større mediedekning og mer positiv vinkling av kulturmiljøet. Treffsikkerheten i dataene er nokså god. Metodikk for innsamling av data vil være stabil over tid, men endringer i mediesituasjonen og ikke-kulturmiljørelatert dekning kan skape støy og brudd i tidslinjene.

Funksjonalitet: Indikatoren vurderes å være påvirkbar. Dersom myndigheter og næring gjør en vellykket innsats for økt positivt fokus på de kulturhistoriske verdiene av kulturmiljøet, vil dette slå ut i indikatoren. Målbarheten er imidlertid svak. Tjenesten er svært arbeidsintensiv og ressurskrevende. Indikatoren bygger på en tilgjengelig tjeneste som utføres av spesialister på feltet, og diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at resultatene er interessante for miljøovervåkningsprogrammet. Vi vurderer at indikatoren er akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Tjeneste leveres av medieovervåkningsbyråer som for eksempel Retriever. Retriever anslår at å følge et kulturmiljø over ett år vil koste rundt 100 000 kroner eks. mva.

**Konklusjon:** En god indikator, men kostbar innsamling av data

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Kulturmiljørelatert mediedekning	4	4	3	5	2	Ja	<b>3,6</b>

### Kulturmiljørelatert spredning i sosiale medier

Egenskaper: En indikator som følger spredning av de ulike kulturmiljøene i sosiale medier over tid. Som indikatoren for dekning i redaksjonelle medier, avhenger relevansen av at økt oppmerksomhet er et tegn på økt verdi for næringslivet og besøkende. Vi mener dette er en sannsynlig sammenheng og mener indikatoren har god relevans. Som nevnt jobber byer, regioner og land strategisk for å tiltrekke seg oppmerksomhet, også i sosiale medier, nettopp for å øke antall turister og øke produksjonen i reiselivsnæringen. Vi vurderer at indikatoren har god retning: Høyere samfunnsnytte av et kulturmiljø, vil sannsynligvis bidra til økt spredning av kulturmiljøet i sosiale medier. Samtidig vil spredning i sosiale medier avhenge av den generelle bruken av sosial medier over tid. Dersom befolkningens medievaner endrer seg, vil indikatoren endre seg uten at samfunnsnyttene av kulturmiljøet endres. Treffsikkerheten er nokså god. Menons erfaring er at data fra sosiale medier er preget av en del støy og brudd. Enkelthendelser spres og deles raskt i sosiale medier og dermed påvirker tidslinjene uforholdsmessig mye.

Funksjonalitet: Indikatoren vurderes å være svært påvirkbar. Dersom myndigheter og næring gjør en vellykket innsats for et økt positivt fokus på de kulturhistoriske verdiene av kulturmiljøet, vil dette slå ut i økt oppmerksomhet, også på sosiale medier. Målbarheten er god. Overvåkning av spredning i sosiale medier er en tilgjengelig tjeneste som er mindre kostnads-krevende enn medieovervåkning. Indikatoren bygger på en

tilgjengelig tjeneste som utføres av spesialister på feltet, og diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at resultatene er interessante for miljøovervåkningsprogrammet. Vi vurderer at indikatoren er akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Tjeneste leveres av medieovervåkningsbyråer. Retriever anslår at å følge et kulturmiljø over ett år vil koste rundt 25 000 kroner eks. mva.

**Konklusjon:** En god indikator

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Trefferikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Kulturmiljørelatert mediedekning	4	4	3	5	4	Ja	4

### Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet - hver for seg og samlet

Egenskaper: Relevansen til indikatoren avhenger av økt samfunnsnytte av kulturmiljøene slår ut i økt verdiskaping i bedrifter. En vanlig definisjon av økonomisk verdiskaping er bedriftenes inntekter minus innkjøp, det vil si lønnskostnadene til bedriftens ansatte og driftsresultat før skatt til bedriftens eiere. Alle virksomheters verdiskaping i et land summerer seg til bruttonasjonalprodukt. For at indikatoren skal være relevant, må man sørge for å identifisere bedrifter som er rettet mot kulturmiljøturistmarkedet. Vi mener at overnattings-, serverings- og kultur/guidebedrifter plassert i kulturmiljøet, i stor grad vil være rettet mot turister som nettopp ønsker å oppleve kulturmiljøet. Ved å avgrense målingen av regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret til kulturmiljøet på postnummernivå, sørger man for å måle produksjonen i relevante bedrifter. Siden regnskapsdata fra Brønnøysund både muliggjør hensiktsmessig avgrensning av næringer og geografisk område, vurderer Menon indikatoren som svært relevant. Indikatoren har også god retning: Øker samfunnsnyttan av kulturmiljøet for besøkende, vil det slå ut i økt verdiskaping over tid. Samtidig kan bedriftene øke verdiskapingen på grunn av vekst i andre markeder. Indikatoren har god treffsikkerhet: Det vil være få brudd og lite støy i dataene, men siden bedrifter kan velge å endre produksjonen fra år til år, eksempelvis gjennom outsourcing og insourcing av enkelte tjenester, kan støy forekomme.

Funksjonalitet: Vi vurderer at indikatoren har god påvirkbarhet. Vellykket satsing på kulturmiljøet, skal slå ut i økt verdiskaping i overnattings-, serverings- og kultur/guidebedrifter dersom det er økt samfunnsnytte for næringslivet. Det vil gå noe tid før tiltak for kulturmiljøet slår ut i verdiskaping i næringslivet, men på lengre sikt skal sammenhengen slå ut i indikatoren. Regnskapstall fra Brønnøysundregisteret gir god målbarhet. Datakildene er veletablerte, og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret.

**Konklusjon:** En svært god indikator for samfunnsnytte for næringslivet.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Trefferikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet	4	5	4	4	5	Ja	4,6

### Sysseilsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet - hver for seg og samlet

Egenskaper: Relevansen til indikatoren avhenger av økt samfunnsnytte av kulturmiljøene slår ut i økt sysseilsetting i bedrifter. Som for verdiskaping i næringslivet, avhenger indikatorens relevans av at man identifisere bedrifter som er rettet mot kulturmiljøturistmarkedet. Siden regnskapsdata fra Brønnøysund muliggjør hensiktsmessig avgrensning av næringer og geografisk område, vurderer Menon indikatoren som svært relevant. Indikatoren har nokså god retning: Øker samfunnsnyttan av kulturmiljøet for besøkende, vil det slå ut i økt sysseilsetting over tid. Samtidig kan bedriftene øke sysseilsettingen på grunn av vekst i andre markeder, eller øke produktiviteten til ansatte fremfor sysseilsettingen. Sysseilsetting har ikke like god retning som verdiskaping fordi det å øke antall ansatte bare er en av flere mulige strategier for å møte økt etterspørsel. Bedrifter kan for eksempel sette opp prisene og holde antall ansatte stabilt. Indikatoren har nokså god treffsikkerhet: Det vil forekomme brudd og støy i dataene siden bedrifter kan velge å endre produksjonen fra år til år og innrapportere flere eller færre ansatte i forhold til årsverk til Brønnøysundregisteret.

Funksjonalitet: Vi vurderer at indikatoren har god påvirkbarhet. Vellykket satsing på kulturmiljøet, skal slå ut i økt sysseilsetting i overnattings-, serverings- og kultur/guidebedrifter dersom det er økt samfunnsnytte for næringslivet. Det vil gå noe tid før tiltak for kulturmiljøet slår ut i sysseilsetting i næringslivet, men på lengre sikt skal sammenhengen slå ut i indikatoren. Regnskapstall fra Brønnøysundregisteret gir god målbarhet. Datakildene er veletablerte, og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret. Kan med enkelthet hentes inn fra diverse selskaper, eksempelvis Soliditet, Menon og Samfunnsøkonomisk analyse. Alternativt kan tallmaterialet hentes inn fra SSBs foretaksregister.

**Konklusjon:** En nokså god indikator for samfunnsnytte for næringslivet.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Sysseilsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet	3	5	3	4	5	Ja	<b>4,0</b>

### Andel kulturmiljørelatert verdiskaping av næringslivets verdiskaping i kulturmiljøet

Egenskaper: Kulturmiljøets betydning for næringslivet måles ved å identifisere bedrifter rettet mot kulturmiljøturistenes andel av næringslivets verdiskaping i kulturmiljøet. For at indikatoren skal være relevant, må man sammenligne bedrifter som er rettet mot kulturmiljøturistmarkedet med andre typer bedrifter. Vi vurderer at indikatoren har svært god relevans. Overnattings-, serverings- og kultur/guidebedrifter plassert i kulturmiljø avgrenset på postkode, kan identifiseres og sammenlignes med andre bedrifter innen samme postnummer. Vi vurderer at indikatoren har god retning: Dersom kulturmiljøet blir viktigere for næringslivet i kulturmiljøet, vil også denne type bedrifter stå for en større andel av verdiskapingen i kulturmiljøet. Retningen reduseres av at variasjoner i verdiskaping i annen næringsvirksomhet kan skape variasjoner i andelen kulturmiljørelatert verdiskaping uten av at verdiskaping i turistrettede virksomheter er endret. Treffsikkerheten er nokså god: Bedriftene kan velge å endre produksjonen fra år til år, eksempelvis gjennom outsourcing og insourcing av enkelte tjenester. I tillegg til de undersøkte reiselivsbedriftene, kan det også forekomme støy blant bedriftene i andre deler av næringslivet i kulturmiljøet.

Funksjonalitet: Indikatoren er påvirkbar, men siden andelen også avhenger av verdiskapingen i andre næringer, vil ikke andelen være like påvirkbar som produksjonen alene. Det vil gå noe tid før tiltak for kulturmiljøet slår ut

i verdiskaping i næringslivet, men på lengre sikt skal sammenhengen slå ut i indikatoren. Regnskapstall fra Brønnøysundregisteret gir god målbarhet. Datakildene er veletablerte, og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er generelt akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret. Kan med enkelthet hentes inn fra diverse selskaper, eksempelvis Soliditet, Menon og Samfunnsøkonomisk analyse.

**Konklusjon:** En nokså god indikator for samfunnsnytte for næringslivet.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Andel kulturmiljørelatert verdiskaping i næringsliv i kulturmiljøet	4	5	3	4	5	Ja	<b>4,0</b>

#### **Andel kulturmiljørelatert sysselsetting i næringsliv i kulturmiljøet - hver for seg og samlet**

Egenskaper: Kulturmiljøet betydning for næringslivet måles ved å identifisere bedrifter rettet mot kulturmiljøturistenes andel av næringslivets sysselsetting i kulturmiljøet. For at indikatoren skal være relevant, må man sammenligne bedrifter som er rettet mot kulturmiljøturistmarkedet med andre typer bedrifter. Vi vurderer at indikatoren har god relevans. Overnattings-, serverings- og kultur/guidebedrifter plassert i kulturmiljø avgrenset på postkode, kan identifiseres og sammenlignes med andre bedrifter innen samme postnummer. Vi vurderer at indikatoren har nokså god retning: Dersom kulturmiljøet blir viktigere for næringslivet i kulturmiljøet, vil også denne type bedrifter stå for en større andel av sysselsettingen i kulturmiljøet. Retningen reduseres av at variasjoner i sysselsetting i annen næringsvirksomhet kan skape variasjoner i andelen kulturmiljørelatert sysselsetting uten av at sysselsetting i turistrettede virksomheter er endret. Samtidig kan bedriftene øke sysselsettingen på grunn av vekst i andre markeder, eller øke produktiviteten til ansatte fremfor sysselsettingen. Treffsikkerheten er nokså svak: Bedriftene kan velge å endre produksjonen fra år til år, eksempelvis gjennom outsourcing og insourcing av enkelte tjenester. I tillegg til støy i tallene fra de undersøkte reiselivsbedriftene kan det også forekomme støy blant bedriftene i andre deler av næringslivet i kulturmiljøet. Det kan også forekomme støy i forbindelse med at bedriftene varierer innrapportering av antall ansatte i forhold til årsverk til Brønnøysundregisteret år for år.

Funksjonalitet: Indikatoren er påvirkbar, men siden andelen også avhenger av sysselsetting i andre næringer, vil ikke andelen være like påvirkbar som produksjonen alene. Det vil gå noe tid før tiltak for kulturmiljøet slår ut i sysselsetting i næringslivet, men på lengre sikt skal sammenhengen slå ut i indikatoren. Regnskapstall fra Brønnøysundregisteret gir god målbarhet. Datakildene er veletablerte og våre diskusjoner med Riksantikvaren i workshop tilsier at indikatoren er akseptert.

**Hvordan hente inn dataene?** Regnskapsdata fra Brønnøysundregisteret. Kan med enkelthet hentes inn fra diverse selskaper, eksempelvis Soliditet, Menon og Samfunnsøkonomisk analyse. Alternativt kan tallmaterialet hentes inn fra SSBs foretaksregister.



**Konklusjon:** En nokså svak indikator for samfunnsnytte for næringslivet.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Andel kulturmiljørelatert sysselsetting i næringsliv i kulturmiljøet	3	5	2	3	4	Ja	<b>3,6</b>

#### Utvikling i antall googlesøk på kulturmiljø over tid

**Egenskaper:** En indikator som følger antall googlesøk knyttet til kulturmiljøene over tid. Som indikatorene for dekning i redaksjonelle og sosiale medier, kan økt oppmerksomhet gjennom økt antall googlesøk være et tegn på økt verdi for næringslivet og besøkende. Samtidig er ikke nødvendigvis googlesøk uttrykk for verdi. Googlesøk vil påvirkes av en rekke faktorer, som eksempelvis ikke relaterte tilbud av varer og tjenester eller hendelser som tilfeldigvis er skjedd i kulturmiljøet. Vi vurderer at indikatoren har nokså god relevans. Menon vurderer at indikatoren har god retning. Dersom kulturmiljøets samfunnsnytte øker over tid, vil sannsynligvis også antall googlesøk øke. Vår vurdering er at indikatoren har nokså svak treffsikkerhet. Antall googlesøk vil innhentes på lik måte hver gang, men vil kunne påvirkes av en del støy knyttet til andre hendelser, endrede medievaner på lang sikt og enkelthendelser som påvirker tidslinjene uforholdsmessig mye.

**Funksjonalitet:** Indikatoren vurderes å være påvirkbar. Dersom myndigheter og næring gjør en vellykket innsats for et økt positivt fokus på de kulturhistoriske verdiene av kulturmiljøet, vil dette slå ut i økt oppmerksomhet, også målt gjennom googlesøk. Målbarheten er svært god. Overvåkning av googlesøk er lett tilgjengelig tjenester og lite kostnadskreven. Indikatoren er ikke diskutert med Riksantikvaren i workshop, men siden indikatoren bygger på lett tilgjengelige tjenester som er mye brukt av institusjoner og mediebyråer, vurderer vi at indikatoren bygger på aksepterte datakilder.

**Hvordan hente inn dataene?** Indikatoren kan lett innhentes ved hjelp av tjenester som Keyword Planner og Google trends.

**Konklusjon:** En nokså svak indikator.

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
Utvikling i antall googlesøk på kulturmiljø over tid	4	3	2	4	5	Ja	<b>3,6</b>

### 2.4.3. Oppsummering av våre vurderinger

Tabell 2 – Oversikt over Menons vurdering av ulike aktuelle indikatorer

Indikator/kriterier	Retning	Relevant	Treffsikker	Påvirkbar	Målbar	Akseptert	Samlet vurdering
<b>Totalt antall besøkende til kulturmiljøet</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>Ja</b>	<b>4,6</b>
Antall deltakere på alle aktiviteter i kulturmiljøet	5	5	3	5	1	Nei	3,8
<b>Omsetningen for alle aktiviteter i kulturmiljøet</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4,6</b>
Antall bedriftsetableringer i kulturmiljøet	3	4	3	4	3	Ja	3,4
<b>Omsetning i utvalgte næringer i avgrenset område</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4,6</b>
Telling av virksomheter i næringer i kulturmiljøet	3	4	4	4	4	Ja	3,8
Antall medlemmer kulturmiljørelaterte foreninger	4	4	3	3	2	Nei	3,4
Flytting inn og ut	2	3	4	2	5	Ja	3,2
<b>Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4,2</b>
<b>Utvikling i ferieovernattinger i kulturmiljøet relativt til utvikling i fylket</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4,4</b>
<b>Næringslivets bruk av kulturmiljø i virksomhet</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>Ja</b>	<b>4,0</b>
<b>Antall besøkende på viktigste kulturhistoriske museer</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4,6</b>
Kulturmiljørelatert dekning i redaksjonelle medier	4	4	3	5	2	Ja	3,6
<b>Kulturmiljørelatert mediedekning</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>Ja</b>	<b>4</b>
<b>Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>Ja</b>	<b>4,6</b>
<b>Sysselsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Ja</b>	<b>4,0</b>
<b>Andel kulturmiljørelatert verdiskaping i næringsliv i kulturmiljøet</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Ja</b>	<b>4,0</b>
Andel kulturmiljørelatert sysselsetting i næringsliv i kulturmiljøet	4	5	2	3	4	Ja	3,6
Utvikling i antall googlesøk på kulturmiljø over tid	4	3	2	4	5	Ja	3,6

### 2.5. Anbefaling av indikatorer

Etter en gjennomgang av forprosjektets indikatorer (Magnussen m.fl. 2016) og en kartlegging og gjennomgang av nye mulige indikatorer, foreslår vi følgende indikatorer for Riksantikvaren.

#### Indikatorer for besøkendes nytte

- Totalt antall besøkende til kulturmiljøet (uendret fra forprosjektet)
- Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet (endret fra forprosjektet)
- Antall ferieovernattinger i kulturmiljøet relativt til antall ferieovernattinger i fylket (nytt forslag)
- Antall besøkende på viktigste kulturhistoriske museer (endret fra forprosjektet)

- Omsetningen for alle aktiviteter i kulturmiljøet (uendret fra forprosjektet)
- Omsetning i utvalgte næringer i avgrenset område (uendret fra forprosjektet)

#### Indikatorer for næringslivets nytte

- Kulturmiljørelatert dekning i sosiale medier (nytt forslag)
- Verdiskaping innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Sysselsetting innen overnatting, servering og aktiviteter i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Andel kulturmiljørelatert verdiskaping i næringsliv i kulturmiljøet (nytt forslag)
- Eventuelt: Næringslivets bruk av kulturmiljø i virksomhet (uendret fra forprosjektet)

Som vår gjennomgang viser er dette indikatorer som både har gode egenskaper og er funksjonelle. Vi mener indikatorene gir god informasjon om nytten til både de besøkende og næringslivet, samtidig som indikatorene er enkle å samle inn.

### 2.5.1. Indikatorer for De Historiske Hotel & Spisesteder og bedrifter med Olavsrose-status

I tillegg til å være indikatorer for samfunnsnytte av kulturmiljø, kan enkelte av indikatorene benyttes til å måle samfunnsnyttene av enkeltvirksomheter knyttet til medlemskap i De historiske Hotel & Spisesteder og Olavsroseordningen.

**De Historiske Hotel & Spisesteder** er en medlemsorganisasjon bestående av historiske hotell og spisesteder. Ifølge De Historiske er det 66 medlemmer per i dag, hvorav 56 hoteller, 19 spisesteder og en båt. For å bli medlem i De Historiske krever organisasjonen et bevisst forhold til vertskapsrollen og at historiefortelling skal stå sentralt i den daglige driften. De Historiskes kvalitetsstandard skal sikre et gjennomgående høyt servicenivå, høyt nivå på mat og drikke, kunst og kultur, design og utsmykking basert på lange tradisjoner og historie.

Norsk Kulturarvs kvalitetsmerke **Olavsrosa** skal gi informasjon om «enestående opplevelser» med utgangspunkt i norsk kulturarv. Olavsrosa skal symbolisere respekt for fortiden kombinert med spennende og interessante opplevelser i dag. Innehaverne av Olavsrosa forplikter seg til å være gode ambassadører for en levende kulturarv og til å formidle historien til gjestene sine. Ifølge Norsk Kulturarv er over 130 virksomheter merket som Olavsrosebedrifter per i dag. Virksomhetene driver med overnatting, servering, aktiviteter, handel og kultur og er spredt over hele landet.

De fleste av indikatorene Menon anbefaler til Riksantikvarens miljøovervåkningsprogram vil være tilpasset *kulturmiljø*. Indikatorene bygger på datakilder hvor man kan innhente statistikk for de geografisk avgrensede områdene hvor kulturmiljøene er lokalisert. Samtidig kan flere av de anbefalte indikatorene også innhentes for enkeltstående bedrifter uavhengig av geografisk lokalisering. Vi foreslår følgende indikatorer for virksomhetene knyttet til De Historiske Hotel & Spisesteder og bedrifter med Olavsrose-status:

- Totalt antall besøkende/overnattende ved virksomheten. Tallmaterialet innhentes fra virksomhetenes rapportering til Norsk kulturarv og De Historiske, eventuelt gjennom spørreundersøkelse til bedriftene.
- Omsetning, verdiskaping og sysselsetting for virksomheten. Tallmaterialet innhentes fra Brønnøysundsregistrert regnskapsdata. For bedrifter som ikke er rapporteringspliktige må denne informasjonen eventuelt hentes inn direkte.

Totalt antall besøkende og omsetning for virksomheten gi informasjon om utviklingen i besøkendes bruksverdi av virksomheten, både uten og inkludert prisutvikling i virksomhetene. Verdiskapings- og sysselsettingsindikatorene gir informasjon utviklingen i produksjonen bruksverdien for gjestene skaper i virksomhetene.

## 3. Mulige undersøkelsesmetoder for en innbyggerundersøkelse i og ved sju utvalgte kulturmiljøer

### 3.1. Bakgrunn, metode og disposisjon av kapittelet

#### Bakgrunn og formål

I dette kapittelet beskriver og vurderer vi aktuelle undersøkelsesmetoder for en innbyggerundersøkelse som skal kartlegge innbyggernes syn, holdninger, identitet, stolthet og kunnskap om kulturmiljøet de bor i eller ved. Vi vurderer først om slik informasjon kan innhentes ved bruk av meningsmålingsinstituttens internettpaneler. Deretter vurderes andre aktuelle data-innsamlingsmetoder. Vi vurderer i den forbindelse også hva som er relevant befolkning for gjennomføring av undersøkelsen, om det bare er dem som bor i selve kulturmiljøet, eller dem som bor i hele kommunen kulturmiljøet befinner seg, eller eventuelt en enda større befolkning. Vi vil også vise hvordan sosioøkonomiske indikatorer kan knyttes til studien og hvor ofte en slik undersøkelse bør gjennomføres.

#### Metode og gjennomføring

Vi vurderte om det er mest aktuelt å samle inn informasjon bare fra folk som bor i selve kulturmiljøet, eller i et større område rundt, som hele kommunen, eller eventuelt flere kommuner i noen tilfeller (f.eks. kan Henningsvær tenkes å være et kulturmiljø som kan ha betydning for befolkningen i flere av kommunene i Lofoten/Vesterålen).

Vi tok deretter kontakt med sentrale meningsmålingsinstitutter for å sjekke hvor store utvalg de har i de ulike aktuelle case-områdene, og hvor mange medlemmer i internettpanelet sitt (potensielle respondenter) de antar de har på hvert av stedene. Siden man aldri får 100 prosent svarprosent ved undersøkelser, må antallet paneldeltagere være betydelig høyere enn minste antall respondenter man trenger i hvert caseområde. Ved vurdering av behov for antall paneldeltagere man trenger på hvert sted, må en ta med i vurderingene at svarprosenten varierer noe mellom ulike meningsmålingsinstitutter og med tema for undersøkelsen, i tillegg til utformingen og lengden på undersøkelsen osv.

Basert på informasjon om aktuell avgrensning av case-områdene, og meningsmålingsinstituttens svar på antall respondenter i de aktuelle områdene, har vi vurdert om det er aktuelt med panelundersøkelser. Ut fra de casene som er valgt, og vårt kjennskap til panelenes størrelse og fordeling i landet, var vår hypotese på forhånd at det kan være vanskelig å få nok internettpaneldeltagere på en del av/de fleste av disse stedene. Vi må da også vurdere hvor store utvalg (antall respondenter, og representativitet) som er «store nok». Dette vil også avhenge av typen spørsmål som skal stilles. Usikkerheten og variansen i resultater er større ved mindre utvalg. Hvilke krav som må stilles til utvalgsstørrelsen, vil derfor også ha sammenheng med de spørsmål som stilles og krav til usikkerhet.

Siden internettpanelundersøkelser trolig ikke er aktuelle alle steder, må det vurderes om det kan gjennomføres internettpanelstudier noen steder og benytte andre undersøkelsesmetoder andre steder. Hvorvidt dette er akseptabelt, vil blant annet avhenge av om det er viktig å sammenligne mellom kulturmiljøer, eller om det er nok å kunne sammenligne samme kulturmiljø over tid.

I paneldataundersøkelser samles det rutinemessig inn sosiodemografiske kjennetegn ved respondentene, og meningsmålingsinstituttene har også betydelig bakgrunnsinformasjon om respondentene som samles inn felles

for paneldeltagerne. Dette gjør det enkelt å koble innsamlet informasjon om preferanser og holdninger til kulturmiljøer til annen sosioøkonomisk kunnskap, vurdere representativitet osv. Ved andre undersøkelsesmetoder, må man samle inn bakgrunnsinformasjonen særskilt, men kan benytte samme spørsmål og kategoriseringer som benyttes i internettpanelene. Vi vil vurdere og foreslå hvordan informasjon eventuelt kan samles inn ved andre typer spørreundersøkelser, dersom internettpaneler ikke kan brukes.

Alle disse forholdene er vurdert, og leder fram til vår anbefaling. Forslagene til undersøkelsesmetode ble presentert og diskutert i en workshop hos Riksantikvaren i juni 2017.

### Disposisjon av kapittelet

I neste avsnitt beskriver vi hva som menes med internettpaneler og hvordan de fungerer (3.2) og befolkningen i de sju kulturmiljøene (3.3), før vi gjør en vurdering av muligheter for gjennomføring av internettpanelbaserte undersøkelser i disse kulturmiljøene (3.4.). Dernext beskriver vi kort andre mulige data-innsamlingsmetoder for kulturmiljøene og vurderer disse for vårt formål (3.5). Avslutningsvis kommer vi med vår anbefaling til undersøkelsesmetode og hvordan denne kan kobles til sosioøkonomiske bakgrunnsvariabler, samt anbefalt hyppighet på denne undersøkelsen (3.6.).

## 3.2. Om internettpaneler

Det er flere meningsmålingsinstitutter som har faste internettpaneler som benyttes for å innhente informasjon i form av svar på spørsmål fra et representativt utvalg av befolkningen i Norge. Størrelsen på internettpanelene varierer mellom de ulike meningsmålingsinstituttene, fra ca. 30 000 til 60-70 000 personer. Det samme gjør utvalgsprosedyrer for deltagere i panelene. For de fleste firmaene kan folk selv melde seg som deltagere, mens andre, som Gallup kun tillater deltagere i panelet som de selv velger ut ved randomiserte valg. Dette skal sikre et tilfeldig utvalg og hindre selvseleksjon. Det er også forskjeller mellom instituttene når det gjelder om deltagere kan bli fjernet fra panelene hvis de har vært med for lenge, har for lav responsrate osv. Alt dette har betydning for påliteligheten til respondentene og dermed svarene. Informasjon om slike forhold finnes ofte delvis på firmaenes hjemmesider, og delvis må informasjonen fremskaffes ved direkte kontakt og spørsmål.

En viktig egenskap for at internettpanelene skal egne seg for å svare på innbyggernes preferanser for kulturmiljøet de bor i/ved, er at det er nok paneldeltagere i det aktuelle området. Panelene er typisk rekruttert for å være representative med hensyn til kjønn, alder, inntekt osv. i ulike områder av landet. I og med at det bor flest mennesker på Østlandet og i større byer, er også antall paneldeltagere størst i disse områdene.

Man kan tenke seg at det kan være interessant å fremskaffe informasjon blant dem som bor i selve kulturmiljøet, det vil i de fleste tilfeller være ganske få, selv i Gamlebyen i Fredrikstad og i Røros, og svært få for eksempel i Henningsvær. Det er vanskelig å se for seg at noe meningsmålingsinstitutt har nok deltagere innenfor et spesifikt kulturmiljø.

Dersom man skal ha informasjon fra innbyggerne i kommunen kulturmiljøet ligger i, har man imidlertid noe større muligheter for å ha nok deltagere. Gamlebyen ligger for eksempel i Fredrikstad kommune, som har over 80 000 innbyggere, og det er større muligheter for at man i en så stor by vil finne nok deltagere i et panel.

Meningsmålingsinstituttene har mulighet til å over-sample i enkelte områder, slik at de for eksempel kan bestemme at de ønsker et maksimum antall deltagere av hvert kjønn, som kommer fra en viss kommune osv. Men i internettpanelene sendes undersøkelsen bare til de paneldeltagerne som allerede er registrert på det

aktuelle stedet, og det betyr at det må finnes nok registrerte internettpaneldeltagere i den aktuelle kommunen eller kommunedelen for at man skal få et stort nok utvalg av respondenter.

Vi har vært i kontakt med meningsmålingsinstituttene Norstat, TNS Gallup, Respons Analyse og Opinion. Alle disse oppgir tidligere å ha gjennomført innbyggerundersøkelser for relativt avgrensede geografiske områder.

Disse instituttene har internettpaneller som de bruker i nasjonale undersøkelser. Hvert panel har i størrelsesorden 50 000 deltakere, og representerer hele befolkningen. Med 5 millioner innbyggere i Norge, kan vi anta at ca. en prosent av befolkningen kan forventes å være med i hvert internettpanel (røft anslag, i og med at bare de over 16 eller 18 år er med i panelene, men kan benyttes for å gi en pekepinn). Rekrutteringen foregår imidlertid ikke på en slik måte at alle landets tettsteder og kommuner sikres representativitet.

Flere av instituttene foreslo å legge opp til å nå minimum 200 respondenter på hvert sted. Dette antallet kan gi en viss representativitet, men må ses som et minimumsantall, og det vil være ønskelig å få svar fra flere. Gitt at en prosent av befolkningen er med i hvert internettpanel, kan vi gjøre anslag for hvor mange det kan utgjøre på de enkelte stedene.

### 3.3. Om befolkningen i de utvalgte kulturmiljøene

For å kunne vurdere i hvilken grad ulike innsamlingsmetoder er egnet til å fange opp de ønskede forhold ved hvert kulturmiljø, må vi ha kjennskap til kulturmiljøet og omgivelsene det befinner seg i, spesielt med tanke på befolkningsstørrelse i dette tilfellet.

De kulturmiljøene undersøkelsen i første omgang skal gjennomføres i, er:

1. Gamlebyen i Fredrikstad kommune
2. Skudeneshavn i Karmøy kommune
3. Røros i Røros kommune
4. Rjukan i Tinn kommune
5. Risør i Risør kommune
6. Henningsvær i Vågan kommune
7. Levanger i Levanger kommune

I forstudien (Magnussen et al. 2016) står det at det geografiske området og dermed befolkningen som er «riktig» å inkludere, vil avhenge av om kulturmiljøet har betydning for befolkningen i hele kommunen eller i selve kulturmiljøet, som oftest utgjør et mer avgrenset geografisk område.

Det er derfor viktig å definere den geografiske avgrensningen for kulturmiljøets betydning for samfunnsnyttene til innbyggerne, eller i praksis, i hvilke områder det er ønskelig å innhente befolkningens holdninger og synspunkter.

Vi vil her gå gjennom case-områdene og vurdere om det er mest aktuelt å innsamle informasjon fra folk som bor bare innenfor selve kulturmiljøet, eller i et større område rundt, mest aktuelt er kommunen, eller eventuelt flere kommuner i noen tilfeller. Vi vet at antall innbyggere i og ved kulturmiljøene varierer relativt mye.

Før vi gjør nærmere vurderinger av hva som er den relevante befolkningen i en innbyggerundersøkelse, kan vi se på innbyggertall i selve kulturmiljøet (tettstedet/byen) og i hele kommunen der kulturmiljøet ligger, se tabell 3.1.

Kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad er en del av bysentrum i Fredrikstad. I hele Fredrikstad kommune, som også omfavner flere tettsteder utenom byen, er det over 80 000 innbyggere. Skudeneshavn kulturmiljø har nærmere 3 500 innbyggere. Skudeneshavn ligger i Karmøy kommune, som har mer enn 40 000 innbyggere. Røros kommune er stor i geografisk utstrekning, men de fleste av de omtrent 5600 innbyggerne bor sentralt rundt

kulturmiljøet Bergstaden. Kulturmiljøet Rjukan har bystatus og er det største tettstedet i Tinn kommune. Mer enn halvparten av innbyggerne i Tinn bor på Rjukan. Risør kommune har ca. 7 000 innbyggere, og ca. 4500 av disse bor i sentrum av kommunen, som utgjør kulturmiljøet. Henningsvær er et tettsted (og fiskevær) i Vågan kommune, plassert på holmer og skjær og omkranset av hav. Tettstedet Henningsvær har mindre enn 500 innbyggere, mens Vågan kommune har nærmere 10 000 innbyggere. Levanger kommune har nesten 20 000 innbyggere, og ca. halvparten bor i administrasjonssenteret og kulturmiljøet Levanger. Levanger har tidligere blitt slått sammen med flere omlandskommuner.

**Tabell 3.3: Innbyggertall per 2017 i selve kulturmiljøet (tettsted/bysentrum) og i hele kommunen der kulturmiljøet ligger. Kilder: Wikipedia og SSB**

Kulturmiljø (kommune)	Antall innbyggere i kulturmiljøet (tettsted/by) <sup>2</sup>	Antall innbyggere i hele kommunen kulturmiljøet befinner seg i
<b>Gamlebyen (Fredrikstad)</b>	5 000*	80 121
<b>Skudeneshavn (Karmøy)</b>	3 399	42 229
<b>Røros (Røros)</b>	5 623	5 623
<b>Rjukan (Tinn)</b>	3 307	5 894
<b>Risør (Risør)</b>	4 535	6 936
<b>Henningsvær (Vågan)</b>	466	9 444
<b>Levanger (Levanger)</b>	9 745	19 857

\* Anslag

For å vurdere hvor mange internettpaneldeltagere det kan antas å være i de ulike kulturmiljøene og kommunene, har vi gjort noen røffe anslag (basert på 1 prosent deltagelse) for noen kulturmiljøer og kommuner av ulike størrelse.

#### **Eksempel 1: Gamlebyen i Fredrikstad (hele kommunen og kulturmiljøet)**

Anslått antall paneldeltakere: 80 121 innbyggere \* 1 prosent ≈ 800 paneldeltakere

Hvis man for hele kommunen Fredrikstad har ca. 800 potensielle respondenter i internettpanelet, vil det antakeligvis være mulig å kunne bruke panelet i en innbyggerundersøkelse. Man får aldri en svarprosent på 100 prosent, men med en svarprosent ned mot 30 prosent, vil man i Fredrikstad fortsatt kunne forvente å få i overkant av 200 svar.

Innenfor Gamlebyens grenser, er antall innbyggere bare i størrelsesorden 5000 (og selv det er antagelig et for høyt anslag for dem som bor innenfor vollene). Med samme antagelser som over, vil man forvente ca. 50 respondenter i internettpanelene, som er altfor lavt til å kunne benyttes.

#### **Eksempel 2: Henningsvær (hele kommunen og kulturmiljøet)**

Anslått antall paneldeltakere i Vågan kommune: 9 444 innbyggere \* 1 prosent ≈ 94 paneldeltagere

Anslått antall paneldeltagere i kulturmiljøet Henningsvær: 466 innbyggere \* 1 prosent ≈ 5 paneldeltakere

<sup>2</sup> Befolkningstall for de avgrensede tettstedene og bysentra er hentet fra Wikipedia, med forbehold om at de ikke nødvendigvis er helt nøyaktige og at avgrensingen av kulturmiljøet kan være noe unøyaktig.



I Vågan må man vente at det er færre enn 100 paneldeltagere totalt, og kun en håndfull i selve Henningsvær. Dette er for lave tall til at man kan bruke panelet i en innbyggerundersøkelse.

### **Eksempel 3: Risør (hele kommunen og kulturmiljøet)**

Anslått antall paneldeltakere: 6 936 innbyggere \* 1 prosent ≈ 69 paneldeltakere

Med anslagsvis rundt 70 +/- deltakere i et gitt internettpanel i Risør kommune, er dette godt i underkant av hva man bør ha for å tilnærme seg et representativt utvalg, og innenfor kulturmiljøet Risør er tallet enda lavere.

## **3.4. Vurdering av mulighet for gjennomføring av internettpanelbaserte undersøkelser i de utvalgte kulturmiljøene**

Oppsummert er implikasjonene av vår oversikt over antall innbyggere, deltagere i internettpaneller og vår lille regneøvelse at dersom man kun ønsker informasjon fra alle innbyggere i kommunene, kunne man i Fredrikstad og muligens i Karmøy kommune, forsøkt å bruke internettpaneller. Disse kunne ha håp om å få mer enn 200 respondenter, ved god svarprosent på undersøkelsen. Men selv i den desidert største kommunen, Fredrikstad, er det på grensen. For alle de øvrige kulturmiljøene, er selv kommunen for liten til at man kan regne med å få svar fra et tilstrekkelig antall respondenter. I alle kulturmiljøene vil utvalget være for lite dersom man skulle ønske å gjennomføre hele eller deler av undersøkelsen spesielt for dem som bor i selve kulturmiljøet.

Vår konklusjon blir derfor at internettpanelene ikke er egnet til å gjennomføre innbyggerundersøkelser i de utvalgte kulturmiljøene eller kommunene de ligger i. Man kunne tenke seg å gjennomføre undersøkelsen ved bruk av internettpanel i Fredrikstad og ved hjelp av andre metoder i de øvrige, men man vil da innføre en usikkerhet på grunn av ulike data-innsamlingsmetoder hvis man ønsker å sammenligne på tvers av kulturmiljøene, og man risikerer også å måtte gjøre egne tilpasninger til Fredrikstad-undersøkelsen, slik at man mister stordriftsfordelene av å utarbeide og gjennomføre tilsvarende undersøkelse i alle kulturmiljøene (kommunene de ligger i).

## **3.5. Vurdering av andre aktuelle undersøkelsesmetoder i de utvalgte kulturmiljøene**

I og med at internettpaneller ser ut til å være mindre egnet, har vi ved hjelp av egen kunnskap og informasjon fra meningsmålingsinstituttene vurdert andre metoder for spørreundersøkelser til innbyggerne innenfor et kulturmiljø eller kommunen kulturmiljøet befinner seg i. Det er flere typer undersøkelser som kan brukes, og vi gir en kort gjennomgang, basert på samtaler med meningsmålingsinstituttene og oppdragsgiver. Vi vurderer henholdsvis telefonintervjuer, sms-undersøkelser med link til web-skjema, postale undersøkelser og personlige intervjuer ved dør-til-dør eller oppmøte på et sted i kommunen.

### **Telefonintervjuer**

Telefonintervjuer var anbefalt fra flere av meningsmålingsinstituttene. En fordel med denne metoden er at de aller fleste innbyggere i Norge over 16 år kan nås på denne måten, og de seriøse instituttene har oversikt over alle telefonnummer til innbyggerne i kommunene fra alle operatørene og nummeropplysningsselskapene. De som ikke nås er de som ikke har registrert telefonnummer på eget navn og de som blokkerer telefonnumre som de identifiserer som meningsmålingsinstitutter.

Dersom man ønsker telefonintervjuer til dem som bor i selve kulturmiljøet, er det mer krevende å fremskaffe telefonnummer, i alle fall dersom ikke grensen for kulturmiljø faller sammen med postnummer eller eventuelt grunnkretser i SSBs befolkningsstatistikk.

Ved intervju over telefon vil det være begrenset hvor kompliserte spørsmålene kan være. Respondentene bør forstå spørsmålet og svaralternativene etter å ha fått det opplest én gang. Respondentene har svært begrenset mulighet til å gå tilbake til tidligere spørsmål for å sørge for konsistens i egne svar. Det er ikke anledning til å inkludere visuelle elementer i form av bilder eller illustrasjoner i undersøkelsen. Dette er også mindre nødvendig ved undersøkelser i/ved kulturmiljøer respondentene kjenner godt, men det kan likevel være en fordel å kunne vise bilder, skalaer osv., fordi det gjør det enklere for respondentene å svare.

*Metoden regnes som aktuell for gjennomføring av innbyggerundersøkelser i kulturmiljøene og kommunene.*

### **Postal undersøkelse**

Postale undersøkelser var vanligere tidligere, men tilbys fortsatt av de fleste meningsmålingsinstituttene. Instituttene har/kan skaffe postadresser til alle i kommunen, og det er relativt enkelt å treffe den geografiske avgrensingen som ønskes innenfor et kulturmiljø. Det er en metode på vei ut, fordi den er nokså omstendelig, og det kreves en del av respondentene, ved at de både må fylle ut skjemaet, putte det i konvolutt og sende osv. og det er mer tidkrevende med purringer og oppfølging i posten. Vi har ikke fått noen sikre tall for svarprosenten på postale undersøkelser. Det vil variere med spørreskjemaets tema, utforming, lengde, purringer osv.

Undersøkelser som sendes ut per post har noen fortrinn i forhold til telefonundersøkelser. Den største fordel er kanskje at man kan vise illustrasjoner og skalaer osv., og respondentene kan se over hele undersøkelsen før de begynner å svare, og de kan gå tilbake osv. og slipper å huske hva de svarte på forrige spørsmål eller hvordan skalaen skulle forstås, eller hvordan ordlyden i spørsmålet egentlig var.

*Metoden regnes som mindre aktuell for gjennomføring av innbyggerundersøkelser i kulturmiljøene og kommunene*

### **Web-baserte undersøkelser tilsendt på sms eller med oppringing i forkant**

Det finnes ingen komplette registre over innbyggeres e-postadresser, så det vil ikke være mulig å sende en e-postundersøkelse direkte til folk i en kommune eller del av en kommune.

Men det finnes muligheter til å få folk til å svare på en web-link, ved å ringe dem opp, og spørre om de kan tenke seg å få tilsendt en undersøkelse elektronisk med direkte lenke. Som nevnt over, har man oversikt over telefonnummer som er registrert i kommunene (se «telefonintervjuer» ovenfor).

En annen metode er å bruke samme telefonregister til å sende en sms til alle innbyggerne, og legge ved en link til undersøkelsen direkte.

Begge disse løsningene har den fordel at man potensielt kan nå mange på telefon, samtidig som det åpner for å bruke web-undersøkelsenes force med at de kan inneholde illustrasjoner, enkel å sende inn og purre, og digitale svar er de minst ressurskrevende å registrere og sammenstille.

Det er litt uenighet om hvorvidt folk reagerer negativt på å bli «invadert» med sms med link fra et meningsmålingsinstitutt, men for eksempel Gallup oppgir at de har gode erfaringer med sms-metoden hvis det

dreier seg om begrensede utvalg, gjerne spørsmål som angår folk lokalt, og der man ikke «sliter ut» respondentene med slike undersøkelser. Det vil si at være utvalg og temaer kan være egnet.

*Metoden med sms med link til web-skjema regnes som aktuell for gjennomføring av innbyggerundersøkelser i kulturmiljøene og kommunene*

### **Personlige intervjuer ved dør-til-dør-undersøkelse eller oppmøte på et sted i kommunen**

Tidligere var det svært vanlig å gjennomføre personlige intervjuer ved å oppsøke intervjuobjektene hjemme hos dem. Denne metoden er på vei ut, særlig fordi den er svært ressurskrevende. Den brukes imidlertid i en del sammenhenger der man ønsker å treffe respondenter innenfor et visst geografisk område eller som bruker et visst transportmiddel, eller er på et bestemt kjøpesenter eller friluftsområde e.l. Den kan derfor fungere her hvor hensikten er å få tak i mange respondenter innenfor et lite geografisk område. Man kan i utgangspunktet oppnå et mer representativt utvalg med denne metoden enn med de fleste andre metoder, gitt at ulike demografiske grupper har lik sannsynlighet for å være hjemme og åpne døren når noen ringer på. Det vil imidlertid være ressurskrevende å gjennomføre slike undersøkelser på de aktuelle stedene, men man kan tenke seg å sette opp en egen undersøkelse ved bruk av studenter e.l.

En annen mulighet er å ha «drop in»-undersøkelser, det vil si at aktuelle respondenter inviteres og oppfordres til å møte opp på et bestemt sted i kommunen for å svare på spørreundersøkelsen. Dette kan være mer effektivt, fordi man ofte banker på mange dører før man får gjennomført et intervju, men man vil ha større problemer med selv-seleksjon. I

Ved personlige intervjuer vil intervjueren ha med seg en PC med web-skjema, slik at respondenten svarer på PC. Det kan gi gode resultater fordi det også gir mulighet til å sjekke at respondenten bruker tid på å fylle ut osv., men metoden anses såpass lite brukt i dag at vi likevel ikke vil anbefale den.

*Metoden regnes som mindre aktuell for gjennomføring av innbyggerundersøkelser i kulturmiljøene og kommunene.*

## **3.6. Anbefaling om undersøkelsesmetode**

### **3.6.1. Kriterier for gode undersøkelser**

I de fleste undersøkelser er reliabilitet og validitet sentrale kriterier for god kvalitet.

Reliabilitet går på at gjentatte målinger av det samme skal gi samme resultat. Herunder er representative utvalg viktig i undersøkelser. Hvis personer kan rekruttere seg selv, kan man få problemer knyttet til selvseleksjon, hvis disse systematisk skiller seg fra resten av befolkningen for eksempel ut fra hvor stort engasjement de har innen berørte tema. Lav responsrate (svarprosent) kan også gå på bekostning av representativiteten, og dermed også reliabiliteten til resultatene av undersøkelsen.

Validitet går på at man måler det man vil måle. Her er blant annet valg av relevant populasjon og utforming av spørsmål viktig. Vi ønsker å måle innbyggernes syn, holdninger, stolthet og kunnskap om kulturmiljøet de bor i eller ved. Det medfører at vi må definere og avgrense målgruppen «innbyggere», og at vi videre må finne gode spørsmål og formuleringer for å avdekke nettopp deres syn, holdninger, stolthet og kunnskap.

### 3.6.2. Anbefalt undersøkelsesmetode

Vi vurderer ikke internettpanelbaserte undersøkelser som aktuelle her på grunn av at det de aller fleste steder vil være for få paneldeltagere, slik at man ikke får tilstrekkelig antall svar på undersøkelsen.

Informasjon kan imidlertid innhentes ved hjelp av andre metoder for innsamling av data. Vi anser telefonintervjuer eller sms med web-link som de mest aktuelle. Flere meningsmålingsinstitutter har anbefalt telefonintervjuer og vært litt mer tilbakeholdne med å anbefale sms-metoden. Vi har imidlertid også seriøse institutter som uttrykker at bruk av sms med web-link kan fungere i avgrensede områder og for lokale spørsmål som mottagerne føler angår dem. Vi mener derfor dette kan gjelde denne undersøkelsen. Vi ser også at det å kunne benytte web-skjema har såpass store fordeler at det vil veie opp for noen eventuelle ulemper. Og vi tror det er mer fremtidsrettet enn telefon, selv om teknologien også kan gjøre sms-er og web-linker mindre aktuelle, men digitale svarmuligheter antas å være aktuelle.

Spørreskjemaene som skal besvares i denne innbyggerundersøkelsen er ikke utarbeidet, og man bør egentlig tenke spørreskjema og undersøkelsesform parallelt, men vi antar at det vil være en stor fordel å kunne benytte web-skjema med mulighet for illustrasjoner, påminnelser, filter for ulike grupper (som innflyttere, næringsdrivende, de som bor i selve kulturmiljøet osv.).

Vi vil derfor anbefale at man holder det litt åpent om man skal bruke sms med web-link eller telefonintervjuer til man har utarbeidet selve innbyggerundersøkelsen, slik at man ser hvilken metode som vil fungere for de spørsmålene som skal stilles. I begge tilfeller bør man ta i bruk rådene nedenfor for å øke svarprosent og representativitet.

### 3.6.3. Sammenheng mellom indikatorer for holdninger til kulturminner og sosioøkonomiske bakgrunnsvariabler

Ved bruk av internettpaneller trenger man i utgangspunktet ikke stille egne spørsmål om sosioøkonomiske variabler, fordi slik bakgrunnsinformasjon om respondentene ligger registrert i meningsmålingsinstituttens systemer. Ved bruk av telefonintervjuer eller sms-baserte web-skjemaer må man inkludere spørsmål om sosioøkonomiske variabler som del av spørreskjemaet. Aktuelle variabler vil være alder, kjønn, utdanningsnivå, eventuelt inntekt (personlig og eller husholdningsinntekt). Det kan også være aktuelt å stille spørsmål om de har flyttet til stedet eller er født og oppvokst der, om de driver næringsvirksomhet (knyttet til kulturmiljøet) osv. hvilke spørsmål som er relevante og bør inkluderes, bør være en del av arbeidet med å utforme selve spørreskjemaet til innbyggerne. Når man inkluderer disse variablene, kan man studere hvordan ulike grupper svarer forskjellig, for eksempel hvordan svarene varierer med respondentenes kjønn, alder, utdanning, og eventuelt andre kjennetegn man er interessert i.

### 3.6.4. Anbefalte tiltak for å øke svarprosenten

- Introdusere undersøkelsen slik at folk kjenner igjen temaer de bryr seg om. Jo mer lokalt, desto bedre.

Engasjerende tema → folk både bryr seg og mener noe om det → høyere tilbøyelighet til å svare på undersøkelsen

- Gjør undersøkelsen kort

De fleste har høy alternativkostnad for egen tidsbruk

- Gjør undersøkelsen enkel å forstå Hvis det blir for komplisert, blir det også vrient å svare. Spørsmålsstillingen må være klar, og spørsmålene og svaralternativene må være enkle å forstå.
- Gjør folk oppmerksom på at undersøkelsen kommer, f.eks. gjennom mediene (og be gjerne ordføreren si hvor viktig det er)

Hvis innbyggerne hører om undersøkelsen i forkant og hvor viktig det er å få svar, for eksempel via kanaler med en viss autoritet og innflytelse, kan det øke tilbøyeligheten til å svare.

### 3.6.5. Anbefalt hyppighet for innbyggerundersøkelser

Hvor hyppig det er hensiktsmessig å utføre en innbyggerundersøkelse per kulturmiljø i et miljøovervåkingsprogram, er ikke opplagt. Det bør også sees i sammenheng med gjennomføring av de andre modulene i miljøovervåkingen.

Man bør unngå å gjennomføre en innbyggerundersøkelse for ofte, og særlig på små steder. Hvis befolkningen er liten, risikerer man at de samme innbyggerne blir forsøkt rekruttert hver gang. Det kan trolig oppfattes som brysomt å bli kontaktet for ofte med tilnærmet like spørsmål om holdninger til kulturmiljøet på hjemstedet sitt. Samtidig er det gode grunner til å gjennomføre innbyggerundersøkelsen slik at den er oppdatert samtidig med de øvrige delene av overvåkingen, slik at man får det fulle bildet.

Slik sett tror vi gjennomføring hvert tredje år kan være fornuftig. Det å gjennomføre hvert år eller annet hvert år, kan være i overkant på de små stedene, mens det kan skje (for) mye i en fem-årsperiode.

Ved timing bør man tenke på at for eksempel regnskapsdata som innhentes for næringslivsindikatorer vil gjelde perioden(e) før man gjør analysen. Regnskapstallene for bedriftene i 2016, er for eksempel ikke klare før langt ut i 2017, slik at hvis de samles inn i 2017, er det tall for 2016 og eldre man får. Det samme vil ofte gjelde besøkstall hvis de ikke registreres direkte. Hvis det er et poeng at indikatorene måler «samme år», må derfor data til ulike indikatorer samles inn til ulike tidspunkt.

## 4. Indikatorer for å måle ikke-bruksverdier av å bevare kulturmiljøer

### 4.1. Bakgrunn, metode og disposisjon av kapittelet

#### Bakgrunn og formål

I denne delen har vi utarbeidet forslag til spørsmål som kan benyttes i en omnibusundersøkelse eller tilsvarende, og som måler den generelle befolkningens vurdering av hvor viktig og verdifullt det er å bevare kulturmiljøer generelt og i de sju utvalgte kulturmiljøene: Gamlebyen i Fredrikstad, Skudeneshavn, Røros, Rjukan, Risør, Henningsvær og Levanger.

#### Metode og gjennomføring

Gjennom å samle inn og inkludere indikatorer for besøkende og næringsliv og innbyggernes bruksverdier, får man i stor grad samlet inn informasjon om bruksverdier knyttet til kulturmiljøene. Både innbyggere og tilreisende kan i tillegg ha ikke-bruksverdier. Men den største delen av ikke-bruksverdien for ulike kulturmiljøer vil folk som verken reiser til eller bor i/ved kulturmiljøet ha.

Det å stille gode spørsmål for å innhente verdivurderinger (indikatorer) for ikke-bruksverdier er krevende. Vi har bygd på vår erfaring med å utarbeide spørreundersøkelser for å innhente befolkningens betalingsvillighet for ulike miljøgoder og andre fellesgoder, og benyttet oppsett for slike skjemaer så langt det har vært ansett som relevant.

Vi gjennomfører vanligvis grundig uttesting av begreper, problemstillinger og deler av spørsmålene i fokusgrupper og deretter uttesting av web-versjonen av skjemaet i 1-1-intervjuer før de endelige spørsmålene som benyttes i en hovedundersøkelse er klare. Her har vi ført spørreskjemaet fram til en word-versjon, det vil si at overføring til web-skjema og uttesting av dette, gjenstår.

Ved utforming av skjemaet har vi innhentet synspunkter i en workshop hos Riksantikvaren i juni 2017, fått kommentarer til foreløpig utkast og fokusgruppeguide og testet skjemaet i en fokusgruppe. Den versjonen som presenteres her, er utkast til spørreskjema etter at innspill og erfaringer fra fokusgruppen medio august 2017 er innarbeidet.

#### Disposisjon av kapittelet

I neste delkapittel (4.2) presenteres kort hvilke formål og hvilke vurderinger som er gjort ved utforming av spørreskjemaet. Delkapittel 4.3 gir en kort beskrivelse av fokusgruppen og de resultater og innspill vi fikk der, mens forslag til spørreskjema som kan brukes i en landsomfattende undersøkelse gjengis i delkapittel 4.4.

### 4.2. Formål og vurderinger ved utforming av spørreskjemaet

#### Hva ønsker vi å få svar på gjennom spørreundersøkelsen

Vi startet med en klar forståelse av at vi ønsker å måle den generelle befolkningens vurdering av viktighet og verdi av å bevare kulturmiljøer generelt og hvert enkelt kulturmiljø spesielt. Vi ønsket også bakgrunnsinformasjon om deres kunnskap og kjennskap til kulturmiljøet generelt og hvert enkelt av de sju. Vi ønsket også kunnskap om hva som gjør at de har, eller ikke har, verdier for kulturmiljøer generelt og hvert av de

sju, og deres holdninger til kulturmiljøer som noe som gir steder attraktivitet eller tvert imot. Basert på dette, utarbeidet vi et første forslag til spørreskjema.

Et viktig valg er hvor mange spørsmål som kan og bør inkluderes og hvor mye informasjon som kan gis. Det er nødvendig å gi bakgrunnsinformasjon om kulturmiljøer generelt og de som skal verdsettes spesielt, samt deres kjennskap til kulturmiljøet og om de eventuelt har vært der.

### **Oppbygging av spørreskjemaet**

Vi har fulgt et standard oppsett for spørreskjemaer for innhenting av verdivurderinger av kollektive goder:

- Introduksjon til problemstilling og godet/godene som skal verdsettes
- Beskrivelse av scenariet – dvs. hvilket gode og hvilken endring som skal vurderes
- Hvordan verdivurdering skal oppgis (viktighet eller verdi, hvilken skala)
- Sjekk om de som oppgir at kulturmiljøene ikke er viktige eller har verdi for dem, svarer dette fordi kulturmiljøet faktisk ikke har noen verdi for dem, eller fordi de protesterer mot å bli spurt/måten de blir spurt på
- Sjekk om de som oppgir at kulturmiljøet er viktig eller har verdi for dem, svarer slik, fordi det betyr noe for deres egen bruk, fordi de ønsker å ta vare på det for fremtidige generasjoner eller av andre årsaker.
- Bakgrunnsspørsmål om holdninger til kulturmiljøer – hvilke forhold har betydning (positivt og negativt)
- Sosioøkonomiske variabler som alder, kjønn, utdanning, bosted (dette vil ofte bli samlet inn som del av omnibus generelt).

Dette er standard rekkefølge i spørsmål dersom man ønsker betalingsvillighet som kan benyttes i nytte-kostnadsanalyser o.l.

### **Vurdering av kulturmiljøer generelt og/eller enkelt-miljøer**

Vi har diskutert hvorvidt undersøkelsen skal innhente verdivurderinger både for kulturmiljøer generelt og for de sju utvalgte kulturmiljøene. Vi har, i samråd med oppdragsgiver, valgt å inkludere både en del spørsmål, inkludert verdivurderinger av kulturminner og -miljøer generelt, og for hvert av de sju. Dette gjør at skjemaet blir lenger og mer krevende, men begge forhold er relevante og bør etter vår vurdering, inkluderes. Vi har imidlertid ikke sett skjemaet ferdig i web-format, og man bør ha en åpning for at det bør kuttes ytterligere i spørsmål etter overføring og uttesting av web-versjonen. Oppdragsgiver må da vurdere hva som er viktigst å få mest undersøkt, spørsmål om kulturmiljø generelt eller om hvert av de sju.

For å fungere som indikator for hvert av stedene, sammen med de øvrige indikatorene, er det etter vår vurdering nødvendig å inkludere noen spørsmål om hvert sted.

### **Hvor mange enkeltmiljøer kan og bør inkluderes for hver respondent**

Vi har vurdert hvor mange kulturmiljøer hver respondent skal ta stilling til. Det kan være krevende å inkludere alle de sju casene til hver respondent. Vi har likevel valgt å inkludere spørsmål om alle sju, men gjort dette relativt enkelt. Erfaringen fra fokusgruppen tyder på at det er håndterbart med såpass mange, men respondentene vil i ulik grad ha kunnskap og kjennskap om de sju.



### Hvilken form for ikke-bruksverdier skal innhentes

Vi har vurdert, i samråd med oppdragsgiver og ved uttesting i fokusgruppen, på hvilken form ikke-bruksverdiene skal innhentes, om det er i form av betalingsvillighet, likert-skalaer eller andre tilnærminger. Vi har valgt ikke å be om folks betalingsvillighet direkte, eller koble til betalingsmåter osv. Vi har i stedet brukt spørsmål om hvordan de vurderer viktigheten av å bevare kulturmiljøer generelt. Vi har også inkludert spørsmål om hvilken verdi det har for dem å bevare kulturmiljøer generelt og for hver av de sju utvalgte kulturmiljøene. Erfaringer fra fokusgruppen er at de oppfatter viktighet som enklere å svare på og mer uforpliktende, mens det er vanskeligere å oppgi verdi, og at de i større grad tenker økonomisk verdi. Så et kulturmiljø kan være viktig å ta vare på, uten at det har tilsvarende stor verdi for respondentene, skal vi tolke svarene i fokusgruppen.

For å få folk til å vurdere hva det er verdt for dem å ta vare på et kulturmiljø, må de stilles overfor et valg som innebærer at de kan få en forbedring eller unngå en forverring i et kulturmiljø. Det vil si at vi for hvert kulturmiljø må utarbeide enkle scenarier som sier noe om den endring i kulturmiljøet de skal ta stilling til. Vi har gjort dette svært forenklet her, ved å si at det er behov for innsats for å bevare kulturmiljøene på dagens tilstandsnivå. Dette er akseptabelt fordi vi ikke innhenter betalingsvilligheten.

Det kunne også vært interessant å innhente faktisk betalingsvillighet ved bruk av betinget verdsettingsmetoden. Dette ville imidlertid kreve en større spørreundersøkelse, med mer bakgrunnsinformasjon om hvert sted, tilstand, nødvendige tiltak, betalingsform og -mekanisme osv., noe det ikke er rom for i den undersøkelsen som er planlagt her, som er en omnibus eller tilsvarende kort undersøkelse.

For å uttrykke hvor viktig eller verdifull et kulturminne er, hvor god kunnskap respondenten har osv., har vi i stor grad brukt en skala fra 1-10 der 1 er «svær liten», «svært lite viktig» osv., mens 10 er «svært stor» og «svært viktig» osv. For andre spørsmål har vi spurt om respondenten er uenig eller enig, på en fem-delt skala; «helt uenig», «litt uenig», «verken uenig eller enig», «litt enig» og «helt enig».

Vi testet litt ulike varianter i fokusgruppen. En skala fra 1-10 gir mulighet til å differensiere for ulik viktighet, og respondentene mente det var enklere å gi «riktig» styrke på viktighet og verdi osv. på en slik skala enn på en fem- eller sjudelt skala. Det samme gjaldt når de ble spurt om hvor enige de var i ulike utsagn, da ønsket de seg «mellomkategoriene» «litt uenig» og «litt enig» fremfor bare å ha tre svaralternativer (uenig, verken uenig eller enig, enig) fordi det gir mulighet til å nyansere mer.

Vi kunne valgt en tidelt skala for enighet også, men det er en fordel med litt variasjon i spørsmål og svaralternativer.

Når det gjelder spørsmålet om hvor stor verdi det har for respondenten å ta vare på hver av de sju enkelte kulturmiljøene (spørsmål Q10 i forslag til spørreskjema, se delkapittel 4.4) fikk deltagerne i fokusgruppen ulike varianter, en verdiskala fra 1-10 og den valgte verdiskalaen fra 1-100. For dette spørsmålet mente vi på forhånd at det ville være en fordel å ha en større skala å bevege seg på, fordi en skala fra 1-10 vil gi begrenset rom for å variere verddivurdering mellom de sju stedene. Deltagerne i fokusgruppen ønsket også en slik mer findelt skala av samme grunn.

### Hva er «berørt befolkning» som bør får spørsmål om de ulike kulturmiljøene

Dersom det er et kulturmiljø av nasjonal verdi, kan vi anta at hele den norske befolkning kan ha ikke-bruksverdier knyttet til å ta vare på kulturmiljøet. Dersom kulturmiljøet har regional eller lokal verdi, er det befolkningen lokalt eller regionalt som kan antas å ha slike ikke-bruksverdier. Man må derfor vurdere hvilken befolkning som er den aktuelle å spørre om ikke-bruksverdier for ulike kulturmiljøer.

En nødvendig forutsetning for å ha ikke-bruksverdier forbundet med et sted er at man kjenner til det. Det er derfor viktig å vurdere hva som er den relevante befolkningen å spørre om ikke-bruksverdier knyttet til et kulturmiljø. Kan man forvente at hele Norges befolkning har et forhold til det og uttrykker ikke-bruksverdi for eksempel i form av betalingsvillighet for tiltak? Eller er kulturmiljøet i større grad kun regionalt og lokalt kjent?

Man må ta stilling til hvorvidt alle respondentene skal svare for alle sju kulturmiljøene, eller bare noen av dem. Det som taler for å oppgi ikke-bruksverdier for alle sju er at vi da får det mest omfattende materialet, og at det kan være vanskelig å bestemme hvem som «bør» få spørsmål om hvilke kulturmiljøer. Man kunne for eksempel tenke seg at man regionaliserte spørsmål og respondenter, slik at de som bor på Østlandet får spørsmål om kulturmiljøene på Østlandet, de i Nord-Norge får spørsmål om det nordnorske osv.

Det som taler imot å inkludere alle kulturmiljøer til alle respondenter er at det gir en mer omfattende undersøkelse som vil oppfattes som mer krevende å svare på, og det kan redusere svarprosenten. Videre må man vurdere hvor meningsfullt det er å innhente mange svar fra folk som knapt har hørt om en del av kulturmiljøene.

Vi har foreslått å inkludere alle kulturmiljøer til alle respondenter, både fordi kulturmiljøene som er utvalgt ikke er jevnt fordelt utover landet, noe som i en landsomfattende spørreundersøkelse ville gi få svar for eksempel for Henningsvær og Levanger. Det kan også være at folk som ikke bor nær et kulturmiljø av andre årsaker er godt kjent med og/eller at kulturmiljøet har stor verdi eller viktighet for dem.

Ved å gi alle respondenter spørsmål om alle kulturmiljøer, men også inkludere spørsmål om i hvor stor grad de kjenner hvert enkelt kulturmiljø, har man mulighet til å vurdere viktighet og verdi for ulike grupper avhengig av hvor godt kjent de er med dem. Man kan da for eksempel se om de som bor i de nordligste fylkene har større verdi for Henningsvær enn dem som bor sør på, og vi kan se om de som har besøkt for eksempel Henningsvær, vurderer det til å ha større verdi enn de som ikke har besøkt stedet.

For å få nok svar fra respondenter i ulike deler av landet, kan det være hensiktsmessig å øke utvalgsstørrelsen fra standard omnibus på ca. 1 000 til for eksempel 2 000.

Dette bør helst testes i en pilot til hele landet når web-skjemaene er klare, først da kan man undersøke hvordan utvalget vil reagere, selv om vi hadde med folk fra ulike deler av landet i fokusgruppen for å få en pekepinn.

#### **Del av omnibusundersøkelse eller egen undersøkelse**

For utforming av spørsmålene i spørreundersøkelsen har det liten betydning om spørsmålene om kulturmiljøer blir del av en omnibusundersøkelse eller sendes ut som en selvstendig nettbasert undersøkelse til meningsmålingsinstituttets panel.

Meningsmålingsinstituttene har vanligvis en maksimumsgrense for hvor mange spørsmål man kan ha om ett tema hvis det skal være del av en omnibusundersøkelse. Hvis alle spørsmålene som nå inngår i forslaget i kapittel 4.4 skal være med, vil det antagelig være for mange spørsmål for en omnibus, men dette må sjekkes konkret med det meningsmålingsinstituttet man velger å bruke fordi lengden de aksepterer, varierer.

Det kan imidlertid være like greit å gjennomføre denne undersøkelsen som en egen, kortfattet undersøkelse. Da begynner respondenten med første spørsmål i denne undersøkelsen, og man unngår at de kan ha svart på diverse spørsmål om tannkrem og stortingsvalg før de får spørsmål om kulturmiljøene. Ved bruk av internettpanelene er kostnadene ved å gjennomføre en egen undersøkelse ikke særlig høyere enn ved bruk av omnibus.

Dersom man beholder det antall spørsmål som inngår i forslaget nå, vil vi derfor anbefale at man gjennomfører dette som en egen undersøkelse. Dersom man velger å konsentrere seg mer om spørsmål enten om kulturmiljøer generelt, eller om de enkelte kulturmiljøer, kan undersøkelsen være mer egnet for å koble seg på en omnibus.

### **Noen valg gjenstår fortsatt**

Vi har inkludert både spørsmål om kulturmiljøer generelt og hver av de sju utvalgte i utkastet til spørreskjema som er gjengitt nedenfor. Spørreskjemaet blir da relativt langt, og det kan være grunn for Riksantikvaren til å vurdere en gang til hvor viktig det er å få informasjon om ikke-bruksverdier for kulturmiljøer generelt og for hvert enkelt av de sju, og deretter kutte noe i antall spørsmål ut fra hva som er viktigst for dem å få informasjon om.

Det gjenstår også å teste ytterligere om hvordan folk i ulike deler av landet forholder seg til kulturmiljøer i områder de ikke selv bor i.

Det er også en jobb å utvikle skjemaet fra en word-versjon på papir til et skjema som fungerer på web. Dette gjøres av et meningsmålingsinstitutt som skal gjennomføre selve web-undersøkelsen, men det krever også innsats for å sjekke at spørsmålene blir «oversatt» på best mulig måte, at bilder, skalaer etc. fungerer, og helst bør man også sjekke ut selve web-skjemaet i en-til-en-intervjuer med et antall respondenter, slik at man er sikker på at selve web-skjemaet fungerer og at alle spørsmål forstås slik som hensikten er.

## **4.3. Funn fra fokusgruppen**

### **Gjennomføring av fokusgruppesamtaler**

Etter at utkastet til spørsmål har vært testet og gjennomgått i workshop og ved intern uttesting i Menon, ble det gjennomført en fokusgruppesamtale. Det vil si at en gruppe på sju-åtte personer fra et representativt utvalg – ble samlet, og vi gjennomførte en strukturert gruppesamtale for å avklare viktige punkter i spørreskjemaet. Vi gjennomgikk deres forståelse av sentrale begreper, tolkning av spørsmålene, kjennskap til kulturmiljøene, bruk av bilder og figurer, skalaer for svaralternativer osv. Det kunne vært en fordel å gjennomføre fokusgruppesamtaler ulike steder i landet dersom det er grunn til å tro at det kan være forskjell i erfaringsbakgrunn e.l. som kan gjøre at folk oppfatter spørsmål og informasjon ulikt. Vi valgte å gjennomføre en gruppe i Oslo, der deltagerne ble rekruttert slik at minst halvparten hadde vokst opp utenfor Oslo.

Til bruk i fokusgruppen, utarbeidet vi en fokusgruppeguide, som viser hvilke spørsmål vi ville diskutere i gruppa. Fokusgruppeguiden med et kort sammendrag av resultater fra gjennomføringen, er gitt i vedlegg 1.

### **Funn fra fokusgruppen**

Vi leide inn analysebyrået Norstat til å rekruttere respondenter, og møtet ble holdt i deres lokaler som har egnede fokusgrupperom, blant annet med muligheter for opptak av samtalen for dokumentasjon og mulighet til å følge møtet fra et siderom. Rekrutteringen foregikk blant medlemmene i Norstats internettpanel. Vi hadde satt som kriterier at det skulle være en jevn fordeling av kjønn, alder, utdanningsbakgrunn. I tillegg var det rekruttert slik at minst halvparten av de rekrutterte hadde sin bakgrunn fra andre steder i landet enn Oslo. Vi hadde deltagere som var født og oppvokst og/eller hadde bodd store deler av livet i Nord-Norge, Trøndelag, Vestlandet, Sørlandet og Østlandet. Menon stilte selv med moderator og referent.

Fokusgruppen startet med en kort presentasjonsrunde, og oppvarmingsspørsmål om prioritering av kulturarv generelt sett opp mot andre samfunnsområder, der respondentene skulle ta stilling til hvor viktig det var å forbedre disse. Videre dreide seg samtalen seg mot spørsmål om kulturminner og kulturmiljøer. Alle sju casene ble drøftet, og flere typer spørsmål ble stilt i ulike varianter. Se vedlegg 1 for flere detaljer.

Vi vil her oppsummere med følgende punkter som var av betydning for utforming av spørreskjemaet:

- Begrepet «kulturmiljøer» var det flere som ikke hadde hørt før, men det kan fungere dersom det innledningsvis gis en god definisjon/forklaring med eksempler. Flere var kjent med begrepet «kulturminner», og det ble anbefalt å benytte begge innledningsvis.
- Ved spørsmål om å oppgi henholdsvis deltagerens vurdering av «viktighet» og «verdi» av kulturminner og kulturmiljøer, ble de klart at de oppfatter de spørsmålene litt forskjellig. Respondentene kan komme til å oppgi ulik score for «verdi» og «viktighet» på samme skala. «Verdi» ble oppfattet som mer forpliktende, men også vanskeligere å oppgi enn «viktighet».
- Det er vanskelig å uttale seg om og ta stilling til kulturmiljøer som man ikke kjenner til fra før
- Det gir begrenset mening å uttale seg om hvorvidt kulturmiljøer gir samhold og tilhørighet når man ikke selv bor der
- Omnibus er nærmest utelukket, for det er nær sagt umulig å spørre om alle kulturmiljøene innenfor en ramme på inntil ca. 10 spørsmål
- Vi har ikke testet et skjema som kan benyttes til en faktisk betalingsvillighetsundersøkelse gitt de ressurser vi har hatt til rådighet og rammen for selve undersøkelsen. En betalingsvillighetsundersøkelse vil kreve et lenger og grundigere spørreskjema, med mer bakgrunnsinformasjon og klarer scenarier som skal verdsettes, klarere betingelser for betalingsmåte osv. Vedlagte forslag til spørreskjema gir spørsmål til en undersøkelse som kan gi *indikatorer for ikke-bruksverdi*.

#### 4.4. Foreløpig utkast til spørreskjema som kan benyttes i en landsomfattende spørreundersøkelse

I det følgende gjengis et foreløpig utkast til spørreskjema som kan benyttes i en landsomfattende undersøkelse. En tidligere versjon av skjemaet ble testet i fokusgruppen. Skjemaet vil bli bearbeidet videre fram til uttesting i en web-basert undersøkelse, og det kan skje vesentlige endringer i overgangen fra papirversjon til web-basert versjon og ved videre uttesting.

Q1 Hvor viktig synes du det er å bruke mer penger på følgende samfunnsoppgaver, på en skala fra 1 til 10, der 1 er svært lite viktig og 10 er svært viktig?

- |                                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| • Bedre helsevesen                        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| • Bedre vern av naturarven                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| • Bedre vern av kulturarven               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| • Bedre skoler og utdanningsinstitusjoner |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| • Bedre veier                             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

*Med kulturarv menes alle spor etter menneskelige virksomhet, kulturminner og kulturmiljøer, gjenstander, tradisjonsbåren kunnskap, sagn og tradisjon. I denne undersøkelsen vil vi undersøke hva du mener om kulturmiljøer, spesielt om noen utvalgte bymiljøer med kulturhistorisk verdi.*

Q2 Hvor godt eller dårlig tror du det står til med bevaring av kulturminner og kulturmiljøer i Norge, ut fra de kulturminner og kulturmiljøer som du kjenner til?

Svært dårlig	Ganske dårlig	Verken godt eller dårlig	Ganske godt	Svært godt	Kjenner ikke til noen	Vet ikke
--------------	---------------	--------------------------	-------------	------------	-----------------------	----------

Q3 Hvor god kunnskap mener du at du har om tilstanden for kulturminner og kulturmiljøer i Norge? Med tilstand mener vi om kulturmiljøet er godt vedlikeholdt i henhold til tradisjon. På en skala fra 1 til 10, der 1 er ikke kunnskap i det hele tatt og 10 er svært god kunnskap.

Ikke kunnskap i det hele tatt

Svært god kunnskap

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**Q4 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om kulturminner og kulturmiljøer generelt?**

Helt uenig      Litt uenig      Verken uenig eller enig      Litt enig      Helt enig      Vet ikke

- Gamle bygninger gjør et sted til et spennende sted å besøke
- Jeg legger gjerne ferien til steder som har interessante kulturminner og kulturmiljøer
- Det er for mange turister på mange kulturmiljøer og kulturminner
- For mye vern og restriksjoner gjør at kulturmiljøer blir til uinteressante, livløse steder
- Kulturminner og medfølgende turisme knyttet til kulturmiljøet gir grunnlag for interessante jobber som kan gjøre det attraktivt å flytte dit
- Bevaring av kulturmiljøer og kulturminner i Norge generelt er uinteressant for meg
- Historiske steder og bygninger er kjedelige og lite interessante å dra til
- Det er viktig å bevare det opprinnelige og ekte ved kulturmiljøer generelt
- Turistene gir liv til kulturmiljøer og kulturminner

**Q5 Er du enig eller uenig i følgende påstander om kulturminner og -miljøer generelt?**

Helt uenig      Litt uenig      Verken uenig eller enig      Litt enig      Helt enig      Vet ikke

- Kulturmiljøer gir steder særpreg
- Kulturmiljøer gir trivsel og er gode steder å besøke og reise til
- Kulturmiljøer bygger opp under fellesskap og samhold mange steder
- Kulturmiljøer gir muligheter for å lære noe om steder og deres utvikling
- Kulturmiljøer bidrar til at folk blir engasjert og deltar i lokale prosesser
- Kulturmiljøer gir muligheter for verdiskaping og næringsutvikling

**Q6 Hvor viktig er det for deg å bevare kulturmiljøer og kulturminner i Norge generelt på en skala fra 1-10, der 1 er svært lite viktig og 10 er svært viktig.**

Ikke viktig i det hele tatt

Svært viktig

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

Vi skal nå stille noen flere spørsmål om sju utvalgte kulturmiljøer. Disse ligger spredt rundt i Norge, er ganske forskjellige og har ulik vernestatus. De er ikke valgt ut fordi de er de mest verneverdige, men fordi de representerer ulike perioder og ulike typer kulturmiljøer. Nedenfor vises navnet på stedene, med et bilde og en pil som viser hvor de ligger i landet.



#### Q7A Vi vil først stille noen spørsmål om Gamlebyen i Fredrikstad

Her er et bilde og beskrivelse av Gamlebyen.



- Nord-Europas best bevarte festningsby, med bebyggelse og vollgraver intakt. Regnes også som Norges første renessanseby.
- Grunnlagt i 1567, etter et svensk angrep med nedbrenning av nabobyen Sarpsborg under Den nordiske syvårskrigen.
- De militære byggene i Gamlebyen er fredet.

Hvor godt vil du si du kjenner til Gamlebyen? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet



### Q7B Skudeneshavn

Her er et bilde og beskrivelse av Skudeneshavn.



- På 1800-tallet var Skudeneshavn på Karmøy viktig i fiske, salg og utskipping av sild.
- Fremdeles står mye av bebyggelsen som den gjorde på 1800-tallet, og trehusbebyggelsen fra 1840 til 1870 i Skudeneshavn sentrum regnes som en av Norges best bevarte.
- Gamle Skudeneshavn, med 130 bygninger, er vernet. Riksantikvaren jobber også med en fredningsplan for kulturmiljøet.

Hvor godt vil du si du kjenner til Skudeneshavn? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

### Q7C Rjukan

Her er bilde og beskrivelse av Rjukan.



- Vemork kraftverk ved Rjukanfossen ble bygget i 1911 for å forsyne kunstgjødselproduksjonen på Notodden med kraft. Utbyggingen la grunnlag for ytterligere lokal industrivekst, og Rjukan vokste til en by rundt kraftverket. Bebyggelsen på Rjukan ble planlagt fra grunnen av arkitekter.
- I 1934 bygde Norsk Hydro verdens første kommersielle tungtvannsanlegg. Under andre verdenskrig var den tyske okkupasjonsmakten interessert i tungtvannet i utviklingen av en mulig atombombe, men norske motstandsfolk hindret produksjon og utsending av tungtvannet ved flere sabotasjeaksjoner.
- Rjukan ble oppført på UNESCOs Verdensarvliste sammen med Notodden i 2015.

Hvor godt vil du si du kjenner til Rjukan? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

### Q7D Henningsvær

Her er et bilde og beskrivelse av Henningsvær.



- Lofotens viktigste fiskevær på 1800-tallet. Hadde 60 fiskemottak da lofotfisket var på sitt høyeste.
- Har fått fastlandsforbindelse
- En prosess er i gang for eventuell kulturmiljøfredning i regi av Riksantikvaren.

Hvor godt vil du si du kjenner til Henningsvær? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

### Q7E Levanger

Her er bilde og beskrivelse av Levanger.



- Bebyggelsen i Levanger sentrum er særpreget og unik i nasjonal sammenheng, det gjelder særlig trehusbebyggelsen i sveitser- og jugendstil fra perioden 1896-1904.
- Bebyggelsen er midlertidig fredet, og Riksantikvaren jobber også med en endelig fredningsplan for kulturmiljøet.

Hvor godt vil du si du kjenner til Levanger? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

### Q7F Risør

Her er bilde og beskrivelse av Risør.



- Risør har en av Nordens best bevarte trehusbebyggelser.
- Mye av sentrumsbebyggelsen kan føres tilbake til 1870-1880-årene. Byens historie er eldre, og preget av utstrakt handel. Risør ble ladested i 1630, og fikk kjøpstadsrettigheter i 1723.
- Kalles ofte Trehusbyen eller Den hvite by ved Skagerrak.
- Ikke vernet.

Hvor godt vil du si du kjenner til Risør? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

### Q7G Røros

Her er bilde og beskrivelse av Røros.



- Det var gruvedrift på Røros fra 1644 til 1977, med særlig høy aktivitet fra rundt 1740-tallet til 1814.
- Bergstaden, inkludert 400 trehus, er vernet. Mye av bebyggelsen er fra 1700- og 1800-tallet.
- Oppført på UNESCOs liste over verdens kulturarv i 1980.

Hvor godt vil du si du kjenner til Røros? (sett ett kryss)

- Har vært der mange ganger
- Har vært der en eller noen få ganger
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 2 årene
- Har ikke vært der, men planlegger å besøke stedet de neste 10 årene
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men vet hvor i landet det ligger
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men kjenner godt til at det er et viktig kulturmiljø
- Har ikke besøkt og har ikke planer om å besøke, men har hørt om stedet

**Q8 Kan du ta stilling til disse påstandene for hvert av de sju kulturmiljøene? På en skala fra 1-5 der 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Eventuelt «vet ikke».**

	Gamlebyen Fredrikstad	Skudenes- havn	Rjukan	Hennings- vær	Levanger	Risør	Røros
Kulturmiljøet gir dette stedet særpreg							
Kulturmiljøet gir trivsel og er et godt sted å besøke og reise til							
Kulturmiljøet gir muligheter til å lære noe om stedet og dets utvikling							
Kulturmiljøet gir muligheter til verdiskaping og næringsutvikling							
At kulturmiljøet er godt vedlikeholdt i henhold til tradisjon er viktig for verdien av det							
At kulturmiljøet fremstår som opprinnelig/intakt og helhetlig er viktig for verdien av det							

**Q9** For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturminnene og kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Hvor stor verdi har det for deg å ta vare på kulturmiljøer i Norge? (på en skala fra 0 til 100, der 0 = ingen verdi i det hele tatt, 1 = svært liten verdi og 100 = svært stor verdi) (samme glideskala som i Q10).

**Q10** Hvor stor verdi har det for deg å ta vare på hvert av de sju kulturmiljøene vi beskrev tidligere? Du kan bla deg tilbake for å se på bilder og beskrivelser av hvert sted (på en skala fra 0 til 100, der 0 = ingen verdi i det hele tatt, 1 = svært liten verdi og 100 = svært stor verdi)

	Verdsetting, mellom 0 og 100	Vet ikke
Gamlebyen Fredrikstad		
Skudeneshavn		
Rjukan		
Henningsvær		
Levanger		
Risør		
Røros		

*Filter: Hvis det er gitt verdi mer enn 0 på minst ett av spørsmålene Q9 og Q10:*

**Q11** Hvor viktig er følgende grunner til at noen kulturmiljøer har en verdi for deg (på en skala fra 0 til 10, der 0 er ikke viktig i det hele tatt og 10 er svært viktig)?

Ikke viktig i det hele tatt

Svært viktig

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

- Ta vare på kulturmiljøet slik at det finnes der (eksistensverdi)
- Ta vare på kulturmiljøet for barn og barnebarn og fremtidige generasjoner
- Fordi jeg besøker/bruker kulturmiljøet
- Fordi jeg kanskje kan komme til å besøke/bruke kulturmiljøet i fremtiden

*Filter: Hvis ikke har verdi (hvis svart 0 på minst ett av spørsmålene i Q9 og Q10)*

**Q12 Hvor viktig var følgende grunner til at noen kulturmiljøer ikke har en verdi for deg (på en skala fra 0 til 10, der 0 ikke er viktig i det hele tatt og 10 er svært viktig)?**

**Ikke viktig i det hele tatt**

**Svært viktig**

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

- Bevaring av disse kulturmiljøene betyr ingenting for meg
- For mye vern og restriksjoner gjør kulturminner og -miljøer gjør områder til livløse steder
- Jeg kjenner ingen av disse stedene
- Jeg vil ikke rangere stedene opp mot hverandre

**Q12 Hvor viktig var følgende forhold for deg da du vurderte hvor stor verdi et kulturmiljø har (på en skala fra 0 til 10, der 0 = ikke viktig i det hele tatt, og 10 = svært stor betydning)**

1. Kulturmiljøet er nært geografisk (der jeg bor eller har hytte)
2. Jeg har vokst opp i eller nær kulturmiljøet
3. Jeg har besøkt kulturmiljøet
4. Kulturmiljøet er godt kjent (kjendisstatus)
5. Kulturmiljøet er svært gammelt
6. Kulturmiljøet er i god stand
7. Kulturmiljøet har høy vernestatus (f.eks. verdensarvsted, eller nasjonal verneverdi)
8. Kulturmiljøet er pent å se på
9. Kulturmiljøet trenger å bli satt i stand
10. Kulturmiljøet har en spennende historie
11. Kulturmiljøet er lett tilgjengelig
12. Kulturmiljøet er godt vedlikeholdt i henhold til tradisjon
13. Kulturmiljøet fremstår intakt/opprinnelig og helhetlig
14. Andre ting? Spesifiser: \_\_\_\_\_

**Q13 Er du medlem i noen forening e.l. som jobber for kulturminner/kulturminnevern, som Fortidsminneforeningen, Historielag, venneforening for kulturminne/-miljø e.l.?**

- Ja, deltar aktivt
- Ja, støttemedlem
- Nei
- Vet ikke

#### **Bakgrunnsvariabler**

Alder:

Kjønn:

Utdannelsesnivå:

Husholdningsinntekt:

Kommune:

## 5. Referanser (ferdigstilles i endelig rapport)

Econ Pöyry (2008). Økonomisk verdiskaping av kulturminner. Notat 2008-036. Utarbeidet av E. Bowitz og K. Ibenholt.

Iversen, E.K., T. H. Løge, E. Jakobsen og K. Sandvik (2015): Verdiskaping i reiselivsbransjen i Norge – utvikling og fremtidspotensial. Menon-rapport nr. 3/2015.

Magnussen, K., S.K. Berg, K. Ibenholt, H. Hølleland og K. Fageraas (2016): Indikatorer for kulturarvens samfunnsnytte. Rapport fra Vista Analyse og Norsk institutt for kulturminneforskning, NIKU. Vista-rapport 2016/54.

Socialstyrelsen (2014): Håndbok för utveckling av indikatorer. Socialstyrelsen, Sverige.



# Vedlegg 1: Sammendrag av fokusgruppe

## Q1

*Hvor viktig synes du de følgende samfunnsspørsmålene er, på en skala fra 1-10, der 1 er svært lite viktig og 10 er svært viktig?*

Q1, etter tur: bedre helsevesen, bedre veier, bedre vern av kulturarv og naturarv, redusere klimagassutslipp, bedre skoler og utdanningsinstitusjoner

- Bedre helsevesen: høy score (10-6-8-8-7)
- Bedre veier: stor spredning (2-8-3-8-2-6-2)
- Naturarv og kulturarv (merk ingen retning): ganske jevnt høyt (8-7-10-8-7-3-8,5)
- Redusere klimagassutslipp: høy score, men spredning (8-8-10-3-10-10-2)
- Bedre skoler og utdanningsinstitusjoner: høy score, men spredning (10-9-5-5,5-3-5-8)

*Hva synes dere om å svare på dette?*

- Vanskelig når det er så store spørsmål
- Blir fort «følgefeil», vanskelig når man ikke vet hva det neste er
- Muligens dumt å ha naturarv og kulturarv i samme spørsmål. Flere synes det likner på spørsmålet om reduserte klimagassutslipp

Q1A, etter tur: bedre vern av kulturarven, bedre vern av naturarven, redusere forurensning der jeg bor, redusere klimagassutslipp, bedre tilrettelegging for friluftsliv

- Alternativt spørre om man vil bruke mer eller mindre penger, for de oppfatter uansett spørsmålet sånn implisitt
- Foreslår å inkludere både tilstøtende samfunnsområder som miljøvern og kultur (Q1A), og andre områder som helse og skole (Q1)

## Unummererte spørsmål

*Kulturarv: hva er det første dere tenker på?*

- Svært varierte svar, de fleste gav relevante svar og kjente begrepet. Oppga både fysiske kulturminner og immaterielle verdier.

*Kan vi bruke «kulturmiljøer» i et spørreskjema?*

- Flere har ikke hørt begrepet før, men det kan fungere hvis man definerer begrepet og bruker eksempler
- Det er i liten grad selvforklarende. Eksempel: er kulturmiljøet naust og brygge? Eller naust, brygge og strand?
- Kulturminner er bedre kjent, og folk skjønner det. Bruk gjerne kulturminner og kulturmiljøer samlet og beskriv/definer dem innledningsvis.



### **Q2a1**

*Hvor godt eller dårlig tror du det står til med bevaring av kulturminner og kulturmiljøer i Norge? (Svært dårlig, ganske dårlig, verken godt eller dårlig, ganske godt, svært godt eller vet ikke)*

Vanskelig å svare på, men flere sier at de oppfatter det som ganske bra. Men noen mener det er dårlig stilt, andre at vernet kan bli for strengt og rigid. Vanskelig å svare for «alle kulturminner og kulturmiljøer», kjenner bare noen av dem. Tar utgangspunkt i dem de vet noe om.

### **Q2a2**

*Hvor god kunnskap har du om bevaring av kulturminner og kulturmiljøer i Norge? På en skala fra 1 til 10, der 1 er ikke kunnskap i det hele tatt og 10 er svært god kunnskap.*

Majoriteten oppgir lavere enn 5.

Vår vurdering: Kan beholde disse a1 og a2, men eventuelt omformulere a1 til noe sånt som «ut fra kulturminner og kulturmiljøer som du kjenner til».

### **Q3**

*Hvor viktig er det for deg å bevare kulturmiljøer og kulturminner (kulturarven) i Norge generelt, på en skala fra 1-10 der 1 er svært lite viktig og 10 er svært viktig. (evt. Q3a: samme spørsmål, men viktighet er byttet ut med «hvor stor verdi»)*

Både viktighet og verdi er aktuelt, og de besvarte begge greit. Deltakerne mente imidlertid at de ville svare forskjellig. Viktighet er mer uforpliktende og lettere å svare på. Mange ting kan være viktige, men de måtte tenke mer på om kulturmiljøet har verdi.

Vurder Q3 vs. Q8, om et av dem skal kuttes, og evt. hvor i spørreskjemaet det bør plasseres.

### **Q4**

*Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?*

Disse fungerer godt, Q4 med påstander beholdes. Men omformuler «livløse museer» og «gamle steder».

### **Q5**

*Er du enig eller uenig i følgende påstander om kulturmiljøer generelt?*

Q5 må evt. omformuleres for å kunne brukes. Vanskelig å gi generelle svar på disse påstandene.

### **Q6**

Ble behandlet relativt raskt. Spurte bare om hvilke av de sju de hadde besøkt.

### **Q7**

*Er du enig eller uenig i følgende påstander om dette kulturmiljøet/Gamlebyen/? – FOR HVERT AV DE 7*

(Samme svaralternativ som i Q5)

Q7 fungerer ikke så bra. Må endre ordlyden så den er mer tilpasset ikke-bruk. Ønskelig med færre spørsmål per kulturmiljø. Nye spørsmål kan inn i en bearbeidet versjon av avkrysnings skjema.

## Q8

Kulturmiljøer generelt

Q.8.A. *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturmiljøene i Norge på dagens nivå trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Ville du være villig til å betale noe i form av en øremerket avgift for å bidra til utbedringen?» (på en skala fra 0-10, der 0 = ingenting, 1 er svært lite og 10 er svært mye).*

Alternativt:

Q8.B. *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Hvor stor verdi har det for deg å ta vare på kulturmiljøer i Norge? (på en skala fra 0-100, der 0= ingen verdi i det hele tatt, 1 = svært liten verdi og 100 er svært stor verdi)*

Alternativt:

Q8.C. (Q3). *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer. Hvor viktig er det for deg å ta vare på kulturmiljøer i Norge? (på en skala fra 0-10, der 0= ikke viktig i det hele tatt, 1 = svært lite viktig og 10 er svært viktig)*

## Q11

Q.11.A. *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på de 7 kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Ville du være villig til å betale noe i form av en øremerket avgift for å bidra til utbedringen for hver av de 7 stedene?» (på en skala fra 0-10, der 0 = ingenting, 1 er svært lite og 10 er svært mye).*

Alternativt:

Q11.B. *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Hvor stor verdi har det for deg å ta vare på hvert av de 7 kulturmiljøene? (på en skala fra 0-100, der 0= ingen verdi i det hele tatt, 1 = svært liten verdi og 100 er svært stor verdi)*

Alternativt:

Q11.C. *For å bevare (oppretholde) kvaliteten på kulturmiljøene i Norge på dagens nivå, trengs det vedlikehold og utbedringer, ellers vil de forfalle. Hvor viktig er det for deg å ta vare på kulturmiljøer i Norge? (på en skala fra 0-10, der 0= ikke viktig i det hele tatt, 1 = svært lite viktig og 10 er svært viktig)*

- Q11.B med 0-100 trenger gode spørsmål. Oppfattes som rangering av kulturmiljøer. Hva vil vi oppnå? Det samme gjelder nok i realiteten også de andre variantene av spørsmålet.

#### Q14

Hvor viktig var følgende forhold for deg da du vurderte hvor stor betalingsvillighet/verdi/viktighet et kulturmiljø har (på en skala fra 0-10, der 0 = ikke viktig i det hele tatt, og 10 er svært stor betydning)

- 1) Kulturmiljøet er nært geografisk (der jeg bor eller har hytte)
- 2) Jeg har vokst opp i eller nær kulturmiljøet
- 3) Jeg har besøkt kulturmiljøet
- 4) Kulturmiljøet er godt kjent (kjendisstatus)
- 5) Kulturmiljøet er svært gammelt
- 6) Kulturmiljøet er i god stand
- 7) Kulturmiljøet har høy vernestatus (f.eks. verdensarvsted, eller nasjonal verneverdi)
- 8) Kulturmiljøet er pent å se på
- 9) Kulturmiljøet trenger å bli satt i stand
- 10) Kulturmiljøet har en spennende historie
- 11) Andre ting?
  - a. Lett tilgjengelig
  - b. Høy alder
  - c. Hvorvidt det sier noe om vår felles norske historie, alt slitet vi holder på å glemme
  - d. «Frykter» at de tre første er viktige
  - e. Identitetsbyggende
  - f. Historien og relevant informasjon må være tilgjengelig når man besøker kulturmiljøet.

