

# Om projektet IKON

## – Interregionalt KulturOplevelses Netværk

---

Af Jens F. Jensen

Formålet med dette kapital er at give en introduktion til og beskrivelse af projektet IKON – Interregionalt KulturOplevelses Netværk. Det skal tjene som baggrund for at forstå projektet og dermed som ramme og kontekst for de øvrige kapitler i denne antologi. Først gøres der rede for IKON-projektets formål og indhold, herunder projektets rationaler og den grænseoverskridende merværdi. I andet afsnit redegøres der for projektets forhistorie og kontekst. Projektets organisatoriske rammer er emnet for afsnit 3, mens projektets bevillingsmæssige rammer i form af Interreg IV A Øresund-Kattegat-Skagerrak afhandles i afsnit 4. Herefter følger en række afsnit, der kort præsenterer henholdsvis: projektets målgruppe (afsnit 5), projektets aktiviteter (afsnit 6), hvor projektets forskningsdel har sit selvstændige afsnit (afsnit 7) samt projektets forventede resultater på kort sigt og effekter på langt sigt (afsnit 8). Endelig gives der i afsnit 9 en kort opsamling, afrunding og perspektivering.

### 1. Projektets formål og indhold

IKON står – som nævnt – for Interregionalt KulturOplevelsesnetværk og er et interregionalt, grænseoverskridende projekt mellem Sverige, Danmark og Norge under den Europæiske regionale udviklingsfond, Interreg IV A, Øresund-Kattegat-Skagerrak. Deltagerne i projektet har været 48 aktører i form af museer og kulturinstitutioner, universiteter, kommuner, fylkeskommuner og regioner fra Nordjylland, Vestsverige og Sydnorge.<sup>1</sup> Projektet blev startet op d. 1.6.2009 og afsluttedes d. 31.5.2012. Det samlede budget har været på 8.156.625 Euro, heraf en støtte fra EU (ERUR) på 2.718.576 Euro og en støtte fra norske IR-midler på 1.359.736 Euro. I forhold til antallet af deltagende partnere og i forhold til budgettet har IKON været det hidtil største projekt under Interreg IV A, Øresund-Kattegat-Skagerrak-programmet.

Projektet ligger under det prioriterede område: "Främja hållbar ekonomisk tillväxt". I ansøgningens afsnit om "Prioritetsindikator – Tillväxtfrämjande initiativ" hedder det f.eks. "Selve projektet – med ny samarbejdsform på tværs af institutionelle grænser – sigter på at skabe vækst og nye løsninger og udvikling i besøgsnæringen" (Hognert et al. 2009a: 13). Et andet sted i ansøgningen hedder det mere udfoldet om dette programål, at IKON tilsigter:

"... at forbedre forudsætningerne for vækst og herigennem sikre en øget konkurrencedygtighed. Projektets ... aktiviteter vil ... bidrage til omsætningsvækst ved eksisterende organisationer og etablering [ *etablering*, min indf.] af nye kreative [ *kreative*, min indf.] næringer. Med udgangspunkt i en etableret regional styrkeposition – kultur og turisme – opbygges således et samarbejde, der løfter området og præsenterer det samlede indad og over for potentielle besøgende fra Europa og den øvrige verden. IKON sigter med andre ord på at etablerer [ *etablere*, min indf.] et fælleskab, hvor regionens kulturoplevelses initiativer bliver synlige indadtil lokalt/regionalt og udadtil i et globalt perspektiv. Hver

aktivitet i projektet er gennemsyret af dette motiv og medvirker dermed til målopfyldelsen” (Hognert et al. 2009a: 6).

Projektets overordnede mål er at øge antallet af besøgende i regionen, dvs. Kattegat-Skagerrak-regionen (KASK-regionen). Herunder har projektet et hovedmål og et delmål:

- Hovedmålet er at fremme antallet af helårsbesøgende.
- Delmålet er at fremme antallet af besøg i sæsonen. (jf. Hognart 2009a: 5)<sup>2</sup>

Dette mål skal opnås ved at ”løfte regionens kulturoplevelser” via en ”langsigtet satsning på kulturoplevelser som vækstskabende aktiviteter” (Hognert et al. 2009a, 6&12\*\*). Der er således tale om, at ”Kattegat-Skagerrak områdets kulturoplevelser” skal gøres ”til en ressource, der er fælles [og, min indf.] løfter og synliggør området” (Hognert et al. 2009a: 6).<sup>3</sup> Eller som det formuleres i IKON-projektets magasin *Upplevelser kring Kattegat och Skagerrak*: ”Vårt gemensamme mål är att öka antalet besökare till våra arenor genom kunskapsbaserade upplevelser. Projektet syftar till att stärka besöksnäringen genom att tillgängliggöra och utveckla våra kulturmiljöer och kulturelle besöksmål” (IKON, uden årstal: 46)

Det skal ifølge projektansøgningen ske ud fra to typer af delmål, midler eller aktiviteter, der i projektansøgningen beskrives som ’motiver’:

- At nedbryde grænserne mellem forskellige kulturoplevelsesaktører (museer, kulturinstitutioner, vidensinstitutioner/universiteter, kommuner, turistorganisationer) , og at understøtte samarbejde på tværs af institutionelle grænser, således at disse med deres samlede kompetencer kan bidrage til det overordnede mål: øget tilstrømning af besøgende. Projektbeskrivelsen taler konkret om: ”at få nedbrudt grænserne mellem de forskellige kulturoplevelsesaktører således, at disse med hver deres kompetence bidrager til det samlede mål; øget besøgstilstrømning. Det gælder, at der hverken i Sverige, Norge eller Danmark har været stærke traditioner for at arbejde på tværs af institutionelle grænser vedrørende kulturoplevelser. Typisk har kommunerne, museerne og kulturinstitutionerne, videninstitutioner (universiteter) og turismeorganisationer i de enkelte lande lanceret kulturoplevelser uden fokus på synergi- og samarbejdsfordele” (Hognert et al. 2009a: 6).
- At nedbryde såvel de institutionelle barrierer som barriererne i form af landegrænser i KASK-området, således at der på grundlag af deltagernes samlede kompetencer kan skabes øget synlighed og relevante tilbud inden for de samlede kulturoplevelser i regionen, der igen skal øge tilstrømningen af besøgende. Ansøgningens projektbeskrivelse taler igen konkret om: ”... at overskride de institutionelle barrierer mellem de enkelte lande. Fælles historie og kultur er mere end noget andet det der kendetegner Kattegat-Skagerrak området. IKON kan ved at nedbryde barriererne på tværs af institutioner og landegrænser løse op for et enormt potentiale. Med IKON er det ikke længere enkeltstående kulturoplevelser i ét land, der udvikles og lanceres – det er samlede kulturoplevelser baseret på de deltagendes stærkeste kompetencer og synliggjort langt ud over regionens grænser. Øget synlighed og relevante tilbud betyder øget tilstrømning af besøgende” (Hognert et al. 2009a: 6).

## 1.1 Projektets rationaler

Rationalet bag projektet er flerfoldigt og baserer sig på i det mindste fem antagelser:

- *For det første* er antagelsen – baseret på tal og analyser fra de regionale turistorganisationer – at områder/regioner, der satser på helårsbesøgende har oplevet en relativ fremgang over de senere år i relation til andre områder/regioner, der har oplevet en generel tilbagegang. Det hedder f.eks. i Kommunikationsplanen: "Der kan i både Norge, Sverige og Danmark konstateres en tendens til flere besøgende i regionen uden for den egentlige hovedsæson. Det traditionelle feriemønster, med én lang ferie i forbindelse med sommeren, er blevet afløst til fordel for kortere små-ferier og forlængede weekender / Den overordnede strategi for IKON projektet er at fremme disse allerede voksende tendenser ... " (Hognert et al. 2009c).
- *For det andet* er antagelsen, at de besøgende, turisterne, i dag søger oplevelser, indsigt og selvrealisering som kan indløses gennem videnbaseret oplevelsesøkonomi. Dette baserer sig også på viden fra de regionale og nationale turistorganisationer. Det hedder i ansøgningen: "Hos de nationale turistorganisationer, Visit Denmark, Sweden og Norway er netop denne type af oplevelser [dvs. videnbaserede oplevelser, min indf.\*\*] defineret som "Power Opportunity" i relation til helårs besøgende. Det vil sige en kraftfuld potentiel mulighed for at øge antallet af besøgende i denne gruppe. Ræsonnementet fra turistorganisationerne er, at de besøgende i dag ikke kun søger oplevelser, de søger at realiserer [*realisere*, min indf.] sig selv, at blive klogere og mere indsigtsfulde, det der tæller er ikke ren oplevelsesøkonomi, men videnbaseret oplevelsesøkonomi – oplevelsesøkonomi 2.0" (Hognert et al. 2009a: 10). I en powerpointpræsentation fra tidligt i projektfasen hedder det samsvarende, at kulturmiljøerne "har en stor potential för att ökat antal besök, samt är ej lika säsongsbundna som en stor del av övriga besöksnäring" (Hognart, 2009). I Kommunikationsplanen hedder det parallelt, men her med udgangspunkt i kunderne, de besøgende, dvs. i brugerbehovet og forbrugerefterspørgslen: "Det kan samtidigt konstateres, at der hos de besøgende er kommet øget fokus på kvaliteten af de oplevelser der udbydes og dertil, at det særligt er kultur, natur og viden, der har interesse. / Den overordnede strategi for IKON projektet er at fremme disse allerede voksende tendenser ved at øge opmærksomheden på de kvalitative kulturelle oplevelser og besøgsmaal, der eksisterer i regionen, sideløbende hermed er det målet at skabe opmærksomhed på de tilsvarende oplevelsesmuligheder i hovedferie-sæsonen" (Hognert et al. 2009c). Og tilbage til ansøgningen argumenteres der igen med udgangspunkt i brugerne, de besøgende, at : "målgruppen [er, min indf.] i kernefeltet for det, som kulturinstitutionerne leverer. Målgruppen er nemlig primært tiltrukket af vidensbaserede kulturoplevelser. De aktiviteter som projektet gennemfører rammer direkte ind i denne målgruppes behov ... Fælles for alle segmenter er det ..., at de tiltrækkes af vidensbaserede kulturoplevelser" (Hognert et al. 2009a: 16)."
- *For det tredje* er antagelsen, at Kattegat-Skagerrak-området centralt karakteriseres af en fælles historie og kultur, der udgør et stort uudnyttet potentiale i forhold til tiltrækning af turister uden for regionen, som kan realiseres via øget synlighed og relevante tilbud: "Fælles historie og kultur er mere end noget andet det der kendetegner Kattegat-Skagerrak området" (Hognert et al. 2009a: 6), hedder det f.eks. i ansøgningsteksten.
- *For det fjerde* er antagelsen, at der hverken i Sverige, Norge eller Danmark har været stærke traditioner for at arbejde på tværs af institutionelle grænser – dvs. mellem museer, kulturinstitutioner, videninstitutioner/universiteter, kommuner, turistorganisationer etc. – hvorfor kulturoplevelser hidtil har været lanceret uden fokus på synergi og samarbejdsfordele. Antagelsen

er derfor, at der ligger et stort uudnyttet potentiale i at nedbryde grænserne mellem og etablere samarbejde på tværs af kulturaktørerne.

- Endelig *for det femte* er antagelsen, at der heller ikke i nogen udstrakt grad har været samarbejdet på tværs af institutionelle barrierer og landegrænser. Der ligger derfor også et stort potentiale i ikke længere at udvikle og lancere kulturoplevelser med udgangspunkt i ét land, men at basere sig på deltagernes stærkeste, samlede kompetencer, således at kulturtilbuddene kan synliggøres og lanceres via relevante tilbud uden for regionen og dermed skabe øget tilstrømning: "Der opstår en ny måde at tænke på, hvor det ikke er de små lokale, men de store regionale sammenhæng [sammenhænge, min indf.], der fokuseres på" (Hognert et al. 2009a: 17), hedder det f.eks. i ansøgningen.

## 1.2 Projektets grænseoverskridende merværdi

Projektets grænseoverskridende merværdi er, som der argumenteres i ansøgningen, primært at der samarbejdes om viden, innovation og oplevelsesdesign på tværs af grænser og institutioner: "Det er klart at målet er at løfte den fælles historie og skabe vidensbaserede oplevelser, men dette kan først gøres effektivt når alle parters viden bruges" (Hognert et al., 2009a: 7), hedder det i projektansøgningen. Og endvidere:

"Ved at arbejde grænseoverskridende opnås en viden, en innovationsevne og en evne til at designe oplevelser, man ikke har i forvejen ... - og som man ikke kunne have opnået på egen hånd. Det, der særligt gør IKON projektet til et godt grænseoverskridende projekt er, at det på alle niveauer øger de deltagendes viden og kompetencer og skaber basis for yderligere integration og sammenhold mellem aktører og lande i projektet.

I relation til viden er merværdien især, at de enkelte aktører på tværs af landegrænserne har hver deres ekspertise, som samlet bidrager til et større og mere fuldendt hele. Dette går igen i alle projektets lag. ..." (Hognert et al. 2009a: 7).

Den grænseoverskridende merværdi findes ikke kun inden for viden generelt, men også i forhold til innovationsevne, teknologiudvikling, oplevelsesdesign, effektmåling mv. Ansøgningen anfører: "I relation til sidstnævnte [dvs. effektmåling, min. Indf.] træder projektets videninstitutioner for eksempel til med en ekspertise, der ikke findes ved museerne, her lærer museerne af videninstitutionerne, men videninstitutionerne lærer også af hinanden over landegrænserne fordi de hver især har forskellige typer af ekspertise" (Hognert et al. 2009a: 7).

## 2. Projektets organisation

IKON-projektet har været organiseret i tre lag: 1) en projektledelse og en politisk referencegruppe, 2) en mellemlidergruppe, og 3) selve aktivitetslaget.

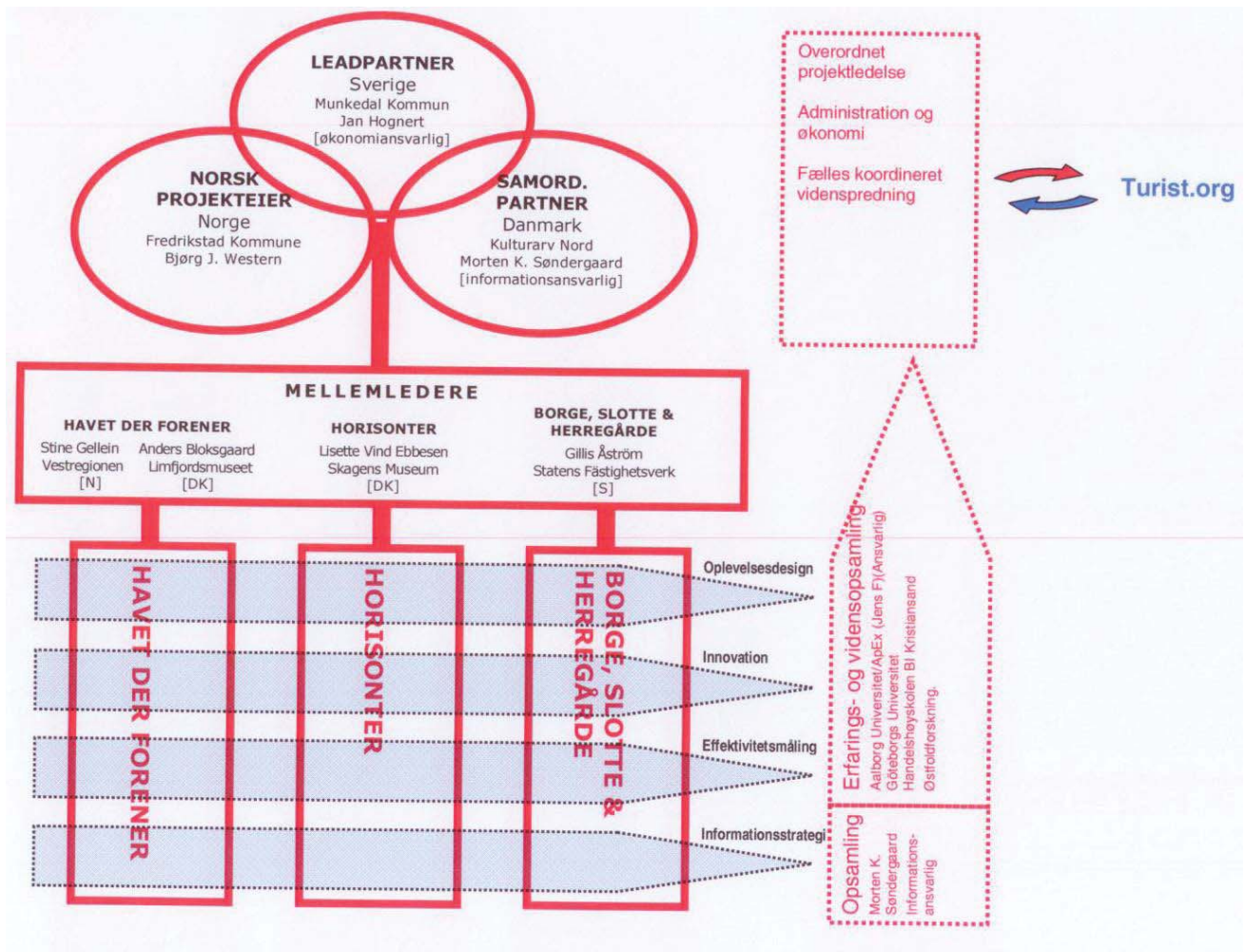
- *1. lag: projektledelse.* Projektledelsen består af 3 elementer: 1) Projektet er organiseret med Munkedal Kommune, Sverige (se [www.munkedal.se](http://www.munkedal.se)) som Leadpartner eller projektansvarlig, hvor Jan Hognert har fungeret som projektleder med det overordnede ansvar for hele projektet, herunder projektstyring, økonomistyring og sikring af omkostningseffektivitet (jf. Hognert 2009e: 1). 2) Derudover er der etableret en ledelsesgruppe, hvor bl.a. leadpartner, dansk samordnende

partner (ansvarlig for den danske økonomi), norsk projektejer (ansvarlig for den norske økonomi) og de ansvarlige for temaerne (mellemlederne) har haft sæde. 3) Endelig har der været etableret en politisk referencegruppe i relation til projektledelsen, hvis formål har været "at skabe synlighed omkring projektet" og "løbende at give sparring til projektledelsen" (Hognert et al., 2009a: 6).

- *2. lag: mellemledergruppen.* Projektets 2. lag består af mellemledergruppen. Den er blevet etableret med henblik på "en koordinerende funktion i relation til projektets enkelte aktiviteter" (Hognert et al. 2009a: 6). Mellemledergruppen har bestået af de 4 mellemledere med ansvar for projektets tre temaer: "Havet som forener" (2 mellemledere med ansvar for henholdsvis 'de maritimhistoriske elementer' og 'pladsernes fortælmæssige elementer'), "Horisonter" og "Borge, slotte & herregårde". Mellemlederne har sammen med projektledelsen haft ansvaret for at koordinere de enkelte aktiviteter og sikre, at de levede op til projektets formål. Derudover har de haft ansvar for at holde den informationsansvarlige orienteret.
- *3. lag: aktivitetslaget.* Projektets 3. lag er aktivitetslaget. Aktivitetslaget har haft fire såkaldte 'tværbjælker', hvis formål har været at skabe et optimalt samarbejde. De fire tværbjælker er: oplevelsesdesign, innovation, effektmåling og informationsstrategi. Ansvar for de 3 første tværbjælker har ligget hos videninstitutionerne eller forskergruppen. Formålet har her været at "sikre at aktiviteterne er tunet korrekt, dels at måle på effektiviteten" (Hognert et al., 2009a: 7). Ansvar for den fjerde tværbjælke, informationsstrategien, har ligget hos den informationsansvarlige. Den informationsansvarlige har bl.a. skulle sikre "en klar styring af den kommunikation, der foregår internt i projektet og den kommunikation, der sendes ud i verden" (Hognert et al. 2009a: 10) samt "synlighed og koordinering såvel indadtil som udadtil" (Hognert et al. 2009a, 6), hvor de konkrete opgaver bl.a. har været at give "feedback til projektledelsen i form af erfaringsopsamling. Den informationsansvarlige har også ansvar for, at der i forlængelse af løbende erfaringsopsamling sker en koordineret vidensspredning indad og udad, især til turistorganisationerne" (Hognert et al., 2009a: 7).

Derudover har projektet haft en række ikke-finansierende partnere i form af turismeorganisationer, som har stået i relation til projektet, og hvis opgave har været at kanalisere resultater ud til de besøgende samt give feedback til projektet (jf. Hognert et al. 2009a: 6). I "Bilag 12. Turistorganisationer" hedder det om turistorganisationernes rolle:

"De nationale, regionale og lokale turistorganisationer har som opgave at formidle og informere om turistiske produkter til besøgende. IKON har løbende kontakt med en stor del af turistorganisationerne. Under projektperioden produceres en mængde nye produkter og informationer angående vores besøgsmaal, events med videre. I vores produkter kommer også til at indgå fælles pakker linket til turistorganisationernes udbud af hoteller, restauranter og andre services. Turistorganisationerne indgår ikke som økonomisk part, men kommer med sin erfaring og formidlende funktion til at være nært tilknyttet til projektet i en tovejs kommunikation med produkter ud og feedback ind i IKON" (Hognert et al. 2009g: 1).



Figur 1: Organisationsdiagram for IKON-projektet

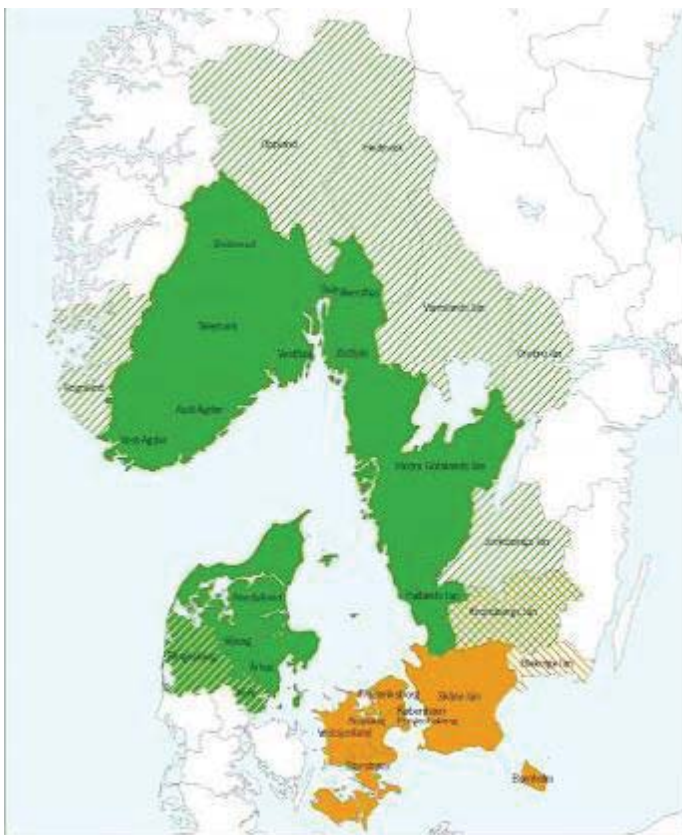
### 3. Om Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak

Projektet IKON er som allerede nævnt søgt og bevilget inden for rammerne af Interreg IV A, Øresund-Kattegat-Skagerrak.

Interreg står for 'interregionalt' og er et af EU's såkaldte strukturfondsprogrammer. Hovedformålet med interreg-programmerne er, at EU's interne landegrænser ikke skal udgøre barrierer i forhold til udvikling og integration. Ofte udgør landegrænser nemlig både administrative og kulturelle forhindringer for samarbejde på tværs af grænserne, selv om to eller flere tilgrænsende lande regionalt måske kæmper med de samme udfordringer og dermed også med stor sandsynlighed kan drage nytte af hinandens erfaringer eller udvikle fælles løsninger på fælles problemer. Interreg-programmerne skal her være med til at styrke den økonomiske og sociale samhørighed i Europa og mindske de økonomiske og sociale forskelle mellem EU's medlemsstater. Det sker under Interreg på det regionale niveau bl.a. gennem støtte til territorielt samarbejde i form af grænseoverskridende samarbejdsprojekter. Generelt har programmet til formål at styrke den bæredygtige udvikling i Europas regioner ved at styrke og udvikle samarbejdet og samspillet på tværs af grænserne mellem de europæiske lande samt ved at knytte regionerne tættere sammen.

Interreg IV A Øresund-Kattegat-Skagerrak er mere specifikt et EU-program, der støtter grænseoverskridende samarbejder mellem Sverige, Danmark og Norge. Programområdet dækker den syd-østlige del af Norge, den syd-vestlige del af Sverige samt Sjælland og Nord- og Midtjylland i Danmark. Inden for rammen af Interreg IV A Øresund-Kattegat-Skagerrak er der i perioden 2007-2013 totalt afsat 121 millioner Euro i programmidler til at støtte grænseoverskridende samarbejdsprojekter, som styrker den bæredygtige udvikling i regionen. Da projektmidlerne skal medfinansieres med mindst 50 %, betyder det i realiteten, at programmets totale budget er på 242 millioner Euro.

Øresund-Kattegat-Skagerrak-programmet (ØKS) består af et fælles program, som deles af de to delregioner: henholdsvis Øresund og Kattegat-Skagerrak, og to delprogrammet for henholdsvis Øresundsregionen og Kattegat/Skagerrak-regionen, hvor sidstnævnte også går under navnet KASK.



Figur 1: Kort over Skandinavien, der markerer områderne for henholdsvis Kattegat/Skagerrak(markeret med grønt), Øresund (markeret med gult) og Øresund-Kattegat-Skagerrak (grønt-gult-og-skraveret) (taget fra Catoni, 2009: 3).

Den overordnede vision for programområdet Øresund-Kattegat-Skagerrak er: "et attraktivt og konkurrencedygtigt område som kendetegnes af videnbaseret samarbejde og bæredygtig udvikling" (\*\*).

Programmet har herunder tre programmål eller prioriterede områder:

- Øget bæredygtig økonomisk vækst.
  - Formålet er her at bidrage til EU's overordnede mål om konkurrencedygtige regioner og stærk vækst.

- En fysisk, planlægningsmæssig og organisatorisk sammenbundet region.
  - Formålet er her at lette samarbejde og fælles udnyttelse af grænseoverskridende ressourcer og dermed binde regionerne bedre sammen.
- Øget hverdagsintegration.
  - Formålet er her at stimulere og lette mobilitet for mennesker og virksomheder for dermed at opbygge en funktionel region.

Disse prioriteter er karakteriseret af at være tværsektorielle, dvs. at et bestemt tema ikke knytter sig til et bestemt prioriteret område, men i princippet kan rummes indenfor alle områder afhængigt af det specifikke fokus og mål for projektet.

Delprogrammet Kattegat/Skagerrak eller KASK er etableret som programområde for at styrke samarbejde mellem Sydnorge, Nord- og Midtjylland og Vestsverige. Disse dele af det sydvestlige Skandinavien er bundet sammen af havene Kattegat og Skagerrak, der åbner op for forskellige former for samarbejdsmuligheder. Det drejer sig ud over det maritime område også om samarbejde over grænserne om f.eks. teknologiudvikling, entreprenørskab, turisme og transportinfrastruktur.

Mere specifikt er visionen for delprogrammet Kattegat-Skagerrak: "en innovativ og funktionel grænseregion med høj livskvalitet" (\*\*). Eller i en mere udfoldet form: at styrke regionens "stilling som et europæisk og globalt vækstområde, gennem grænseoverskridende politisk samarbejde, der fokuserer på konkurrenceevne og bæredygtig udvikling, med forskning, innovation og hverdagsintegration som de vigtigste midler" (\*\*).

Som det fremgår, er der god overensstemmelse mellem Interreg IV A's generelle formål og IKON-projektets konkrete formål, specielt hvad angår videnbaseret, grænseoverskridende samarbejde og øget bæredygtig økonomisk vækst med forskning og innovation som vigtige komponenter.

#### 4. IKONs forhistorie og kontekst

Der er flere andre projekter, der kan siges at udgøre forhistorien til eller de forudsætningsgivende betingelser for IKON-projektet.

Her stiller det fælles svensk/norske projekt "Kongeveien" (2005-2007) sig centralt.<sup>4</sup> Leadpartner i "Kongevejen" var Munkedal kommune ved Jan Hognert, som også var Leadpartner i IKON. Munkedal kommunes hjemmeside for "Kongeveien" fortæller: "'Kongeveien' är ett nätverksprojekt mellan kommunerna i Östfold och Bohuslän längs den historiska Kungs-, Post- och fästningsvägen som var huvudsamfärdselväg mellan Oslo och Köpenhamn ... / Många historiska händelser har skett i området. Med projektet "Kongeveien" åskådliggjordes kulturella och historiska händelser och arrangemang med den historiska vägen som gemensam nämnare."<sup>5</sup> Mange af de kontakter, der blev etableret under "Kongeveien" udgjorde forudsætningsgivende faktorer under tilblivelsen af IKON-projektet, herunder især forudsætningen for IKONs omfang i forhold til partnerkreds og for sammenhængskraften.

I et samtidig perspektiv har IKON også fællestræk med en række andre parallelle projekter inden for Interreg programmerne. Inden for Interreg Nordsøen drejer det sig bl.a. om projekterne "Coast Alive" og "Waterways for Growth".



- "Coast Alive" handler om branding af nordsøområdet med vægt på kvalitet knyttet til stedlige kulturmiljøer. Hjemmesiden for The North Sea Region Programme skriver: "The project activities consider cultural and natural heritage, as a means to improve public health, the development of SME's and the demographic profile of the region / The project builds on the results of two former Interreg IIIB project; Nave Nortrail and Cycle-on, using the trails set up by these projects as a basis for activity. The project will carry out a number of transnational field studies within the partner countries, the results of which will feed into a toolkit."<sup>6</sup>
- "Waterways for Growth" omhandler indenlands vandveje som områder, der i kraft af deres kulturelle arv kan udvikles bl.a. turismemæssigt. Hjemmesiden Waterways for Growth skriver: "Waterways for Growth explores how our inland waterways can best support economic growth, through encouraging business activity and by creating attractive places near which people can live and work. All this is underpinned by the sustainable management and development of the waterways and their surroundings. / Inland waterways cross a range of policy areas at European, national, regional and local levels – transport, regeneration, business & entrepreneurship, health, cultural heritage, the natural environment and climate change. The aim of Waterways for Growth is to create a transnational Framework to support a more strategic and consistent approach to the development of our multi-functional inland waterway resource."<sup>7</sup>

Inden for Interreg ØKS (Øresund- Kattegat-Skagerrak) drejer det sig primært om projekterne : "Rekreative Ruter", "LISA" ,"Västerhavets kulturarv" og "KIA – Kreative Interaktioner i Arbejdslivet".

- "Rekreative Ruter" handler om at opbygge service- og erhvervsinfrastruktur omkring eksisterende vandre-og cykelruter for at tiltrække turister og stimulere erhvervslivet omkring ruterne. Interreg-oks hjemmeside præsenterer projektet på følgende måde: " Stora delar av Öresund-Kattegat-Skagerrak-regionen utgörs av kustområden där de flesta mindre orter präglas av befolkningsminskning och tillbakagång. Då dessa områden blir alltmer beroende av turism är det viktigt att öka möjligheterna till helårsturism då man tar fram nya turistprodukter. / Projektet Rekreative ruter förväntas bidra till en samlad marknadsföring av regionen som attraktivt område för vandrings- och friluftsturism, samt styrka det företagsliv som har sitt ursprung i turisters och boendes användning av vandringsleder. / Rekreative Ruter ska öka antalet besökare i Öresund-Kattegat-Skagerrak-regionen genom att utveckla ett gemensamt koncept för så kallade gateways, knutpunkter i det redan existerande stignätet som är särskilt välutrustat när det gäller service, faciliteter, information och tillgänglighet "<sup>8</sup>
- "LISA" (Landsbygdsutveckling i Skandinavien) drejer sig om at fremme erhvervsudviklingen i landdistrikter/landsbyer via bl.a. oplevelsesøkonomi. Formålet er at øge pladsernes attraktivitet bl.a. gennem aktiviteter som: "Lokala utvecklingsplaner, Attraktivt boende, Affärsutveckling, Besöksnäringsskuster" (Catoni, 2009: 9). Projektkataloget *Gränslös utveckling i Øresund Kattegat Skagerrak* beskriver projektet på følgende måde: "Landsbygden i Norden har många unika värden men stora delar är idag glest befolkade och drabbas bland annat av vikande service, försämrade transporter och utflyttning. Företagandet är viktigt i dessa områden och en helhetssyn på attraktionskraft för företagande och boende är nyckeln till en positiv utveckling. Projektet ska arbeta för att få företag, föreningar, boende och myndigheter att samverka för utveckling av arbetstillfällen, attraktivt boende och företagande ... Projektets huvudsakliga mål är att få igång utvecklingen på ett antal platser i Kattegat/Skagerrak-regionen genom att öka attraktiviteten och

därmed inflyttningen. Ett andra mål är att få fram en arbetsmetod. Arbetsmetoden ska grunda sig på nytta med att arbeta gränsregionalt med utvecklingsfrågor på landsbygden” (Interreg, uden årstal: \*\*).

- ”Västerhavets kulturarv” fokuserer på kulturidentitet og den historiske kommunikation igennem handel og industriudvikling i området. Projektkatalog *Gränslös utveckling i Øresund Kattegat Skagerrak* skriver: ”Genom ett gränsöverskridande samarbete mellan universitet, forsknings- och kulturinstitutioner i Norge, Sverige och Danmark tydliggörs och aktiveras kunskaper om det gemensamma kulturarvet och historien i Kattegat/ Skagerrak-regionen. Bland annat arbetar projektet med utställningsverksamhet, läromedel, familjeaktiviteter, seminarier och publikationer. Målet är att revitalisera vardagsintegrationen som fanns i Kattegat/Skagerrakområdet under 1700-talet och därmed på nytt stärka samhörigheten i regionen” (Interreg, uden årstal: \*\*).
- KIA eller ”Kreativ Interaktion i arbejdslivet” drejer sig om at bruge oplevelsesøkonomi og oplevelsesøkonomiske tilgangsvinkler til at skabe innovation og værdiskabelse i virksomheder, dvs. via kultur-dreven innovation og kreative alliancer mellem virksomheder og kultur. Projektkataloget *Gränslös utveckling i Øresund Kattegat* giver følgende præsentation af projektet: ”Antagelsen bag KIA er at konkurrence foregår i stadig mindre grad gennem maskiner og kapital, men i stedet gennem mennesker der tænker nyt og innovativt, og som kan håndtere sine idéer. Projektet vil ved hjælp af den kreative tænkning inden for kultursektoren opnå konkurrencefordele for næringslivet i Kattegat/Skagerrak-regionen. Kunstnere skal kobles med virksomheder, og deres kreative indslag bidrage til innovation og nytænkning i virksomhederne. Målet er at etablere 28-30 separate innovationsalliancer mellem virksomheder og kunstnere i Danmark, Norge og Sverige ... Projektet skal give virksomheder og kunstnere øget kendskab til etablering af alliancer mellem kunstnere og næringslivet. Der forventes i første række effekter i form af nye stillingskategorier og produkter, samt en styrket innovationsevne i arbejdslivet. KIA skal endvidere udvikle en fælles skandinavisk metode for gennemførelsen af denne type alliancer, samt metoder for at måle effekterne” (Interreg IV, uden årstal: 88). Da flere af videninstitutionerne både har deltaget i IKON- og KIA-projektet (AAU/ApEx og Østfoldforskning) har samarbejdsrelationerne på vidensdelen her været særlig markante med mange fælles indfaldsvinkler og metoder. Det drejer sig bl.a. om tilgangsvinklen til effektvurdering af oplevelsesøkonomiske projekter.

Alle de nævnte projekter er som det skulle fremgå beslægtede med og har sammenfaldende interesseområder med IKON-projektet.

## 5. Projektets målgrupper

Projektet har tre målgrupper, som det direkte retter sig mod:

- *Helårsbesøgende*. Helårsbesøgende eller helårsturister, dvs. turister uden for højsæsonen, udgør projektets primære målgruppe. Det er der ifølge ansøgningen flere grunde til: ”For det første viser erfaringer fra alle tre lande, at denne gruppe med en aktiv indsats kan vokse betydeligt. Årsagerne hertil er dels, at der med generel velstandsstigning og et fleksible [*fleksibelt*, min indf.] arbejdsmarked ikke gives klart definerede ferieperioder, og dertil at ikke-europæiske besøgende har andre ferieperioder. For det andet er målgruppen i kernefeltet for det, som kulturinstitutionerne leverer. Målgruppen er nemlig primært tiltrukket af vidensbaserede kulturoplevelser. De aktiviteter som projektet gennemfører rammer direkte ind i denne målgruppes

behov. En målgruppe, der, som det fremgår, er bredt segmenteret, og som kan bestå af både pensionister, ikke-europæiske besøgende eller folk på "mini-ferie", for blot at nævne nogle eksempler. Fælles for alle segmenter er det imidlertid, at de tiltrækkes af vidensbaserede kulturoplevelser" (Hognert et al. 2009a: 16).

- *Sæsonbesøgende*. Sæsonbesøgende, dvs. turister i højsæsonen – eller højsæsonerne – er den sekundære målgruppe: "De sæsonbesøgende udgøres typisk af et andet segment end de helårs besøgende. Ofte er der tale om familier/børnefamilier, som udgør en meget stor del af de besøgende. Efterspørgslen fra denne gruppe går i retning af de rene oplevelser, hvorfor en del af projektets aktiviteter har form af events. Disse vil typiske blive gennemført i sæsonen med det direkte formål, at gøre projektets resultater [*resultater*, min inf.] attraktive overfor målgruppen med sæsonbesøgende. Præcis med dette for øje har mange af projektets events aktiviteter også en udformning, hvor hele familien kan være med i aktiviteten" (Hognert et al. 2009a: 16).
- *Lokale/regionale besøgende*. Dvs. de besøgende som kommer fra samme lokale eller regionale område. Disse udgør den tertiære målgruppe. Denne gruppe er ifølge ansøgningen ofte "svær at aktivere fordi "man sjældent er besøgende i egen by". Alle undersøgelser peger dog i retning af, at denne gruppe især aktiveres, når lokale projekter får opmærksomhed udefra og bliver synlige i mediebilledet. Der gror lokal bevidsthed, identitet og fokus ud af udefrakommende opmærksomhed, hvilket trækker de lokale ind af dørene. Dette billede kendes fra flere kultursucceser i de senere år ..." (Hognert et al. 2009a: 16).

Disse tre målgrupper har naturligvis fællestræk i relation til projektets aktiviteter, der gør, at aktiviteterne ikke nødvendigvis er differentierede eller skal målrettes i forhold til de enkelte målgrupper. Ansøgningen argumenterer: "Aktiviteter rettet mod én bestemt gruppe kan med lethed have afsmittende effekt på andre målgrupper" (Hognert et al. 2009a: 16).

Udover de målgrupper, som projektet direkte retter sig mod, er der også en række målgrupper, som projektet mere indirekte retter sig mod. Det drejer sig om:

- *Kulturoplevelsesaktører*. Andre kulturoplevelsesaktører og repræsentanter for kultur- og kulturarvsinstitutioner uden for projektet – i regionen såvel som uden for regionen – der kan trække på den viden, de erfaringer og de metoder, der udvikles i projektet.
- *Forskere inden for oplevelsesdesign, oplevelsesøkonomi og kultur- og kulturarvsformidling*.
- *Studerende inden for oplevelsesdesign, oplevelsesøkonomi og kultur- og kulturarvsformidling*.
- *Bevillingshavere, administratorer, projektansøgere og projektholdere inden for oplevelsesøkonomiske og lignende projekter*.

## 6. Projektets indholdsaktiviteter

Projektets hovedmål indløses gennem projektets konkrete aktiviteter rettet mod vidensbaserede kulturoplevelser. Dette bliver i projektbeskrivelsen beskrevet som en "tredelt værdikæde" (Hognert et al., 2009a: 10):

"I denne værdikæde står museerne for at leverer [*levere*, min indf.] viden omkring temaer, videninstitutionerne står for at leverer [*levere*, min indf.] oplevelsesdesign, der gør videnprodukterne attraktive, og i tredje led står turistorganisationerne, der kanaliserer ud til

de besøgende. Det produkt der på denne måde leveres er vidensbaserede kulturoplevelser.”  
(Hognert et al. 2009a: 10)

Projektet har – som nævnt – haft 3 indholdsaktiviteter eller temaer: ”Havet som forener”, ”Horisonter” og ”Borge, slotte & Herregårde”, som alle relaterer sig direkte til projektets grundlæggende formål om at fremme antallet af besøgende. I det følgende skal de tre temaer kort beskrives:

- *”Havet som forener”* har havet og det maritime som tema. IKONs hjemmeside skriver: ”Havet som forener, har særlig fokus på events i det maritime miljø. Det blir arbeidet med flere innfallsvinkler til området. Eksempelvis blir det arrangert felles skaldyrfestivaler, shantyfestivaler og seilaser. I tillegg til de eventorienterte aktiviteter arbeides det også med å få kunnskap ut fra museene, ved å opuske bruker og publikum. Havet som forener forsøker på denne måten å oppsøke sitt publikum, nå ut til brukerne og skape nye arenaer for historieformidling”. Under dette projekt har der kørt en række underaktiviteter, alle i trilaterale interregionale samarbejder.<sup>9</sup> Det har både drejet sig om vidensbaserede oplevelser og om rene events.<sup>10</sup> I praksis har temaet været kørt under tre undertemaer eller delprojekter: ”Platsen berättar”, ”Et skepp kommer lastat” og ”Events”. ”Platsen berättar” beskrives på følgende måde: ””Platsen berättar” har til formål at utvikle metoder til god storytelling eller historiefortælling samt at utvikle nye besøgsmaal, hvor stedet får lov til at fortælle” (\*\*). I en tidlig powerpointpræsentation fra projektet hedder det tilsvarende om formålet for delprojektet ’Platsen fortæller: ”Tillgängliggöring av kulturhistoriska platser gjennom hele året. Publikum tilbys nye opplevelser ved bla storytelling og lokale events” (Hognert 2009: 11)
- *”Horisonter”*. ”Horisonter” har kunsthistorien som tema. Projektet går ud på at samle de kunstmiljøer, historier og værker, som de seneste godt 100 år er blevet spredt på tværs af Kattegat og Skagerrak. Strategien er at udveksle viden og kundskaber mellem institutioner, som er bundet sammen af en fælles historie samt ved hjælp af digitale medier at rekonstruere, genskabe og samle historier og værker på tværs af regionen. Med IKON-hjemmesidens ord: ”Horisonter har fokus på kunst og kunsthistorie i Kattegat-Skagerrakregionen. I Horisonter skal vi ved hjælp av digitale plattformer og 3D-formidling skape helt nye rammer for hvordan kunstmuseene arbeider. En sentral tanke er at ”det fraværende verk” skal hentes hjem til det område og det miljø hvor det er skapt, ved hjælp av ny teknologi. Det skal gjøres til en styrke at museenes ”fraværende verk”, eller de såkalte huller i samlingene, ikke er til stede. Det er en bærende idé at digitale medier kan benyttes til å samle verk som ikke fysisk lar seg samle”.<sup>11</sup> Inden for dette tema har der også kørt flere underaktiviteter, der også er foregået i et trilateralt interregionalt samarbejde.<sup>12</sup>
- *”Borge, slotte og herregårde”*. ”Borge, slotte og herregårde” har handlet om at levendegjøre den fast kulturarv, bl.a. gennem ny teknologi og dramatiseringer. IKON-hjemmesiden beretter: ”Borger, slott och herregårder fokuserer på å levendegjøre kulturmiljøer ved hjelp av ny teknologi, kunnskapsbygging, historisk teater og events. Det er et sentralt tema hvordan lyd- og lysteknikk kan benyttes for å rekonstruere raserte murer, eller vekke liv i historiske karakterer. Det er også et sentralt tema i borger, slott og herregårder å samarbeide for å utvikle og differensiere guider for dermed å løfte frem arenaenes unike verdier og historier”.<sup>13</sup> Også dette tema har haft en række underaktiviteter, som har foregået i et trilateralt samarbejde.<sup>14</sup>

## 7. Projektets forskningsdel

Ved siden af de tre temaer, men inden for aktivitetslaget, har projektet haft en selvstændig forskningsdel. Forskerteamet bag forskningsdelen har bestået af forskere fra Aalborg Universitet i Danmark, Göteborgs universitet i Sverige, BI i Kristiansand og Østfoldforskning i Norge.

Videndelen af IKON-projektet har haft 5 foci: oplevelsesøkonomisk effektvurdering, kulturturisme og kulturøkonomi, oplevelsesdesign i form af oplevelsesbaseret attraktions- og destinationsudvikling og videnbaseret oplevelsesøkonomi, innovation eller oplevelsesinnovation samt følgeforskning ifm. konkrete IKON-delprojekter. Disse fem foci indgår med forskellige vægtninger og i forskellige blandingsforhold i de enkelte forskeres delprojekter såvel som i forskningsbidragene i denne antologi.

- *Oplevelsesøkonomisk effektvurdering.* Fokus for denne aktivitet har været udvikling af en ny model til oplevelsesøkonomisk effektvurdering samt anvendelse af denne model i en konkret vurdering af IKON-projektets effekter og værdi (jf. Hognert 2009f). I Kommunikationsplanens SWOT-analyse gøres der under 'svagheder' opmærksom på behovet: "Der eksisterer i dag få kommunikations modeller/værktøjer i forhold til måling af brugeradfærd og afledt økonomiske effekter" (Hognert et al., 2009c).
- *Kulturturisme og kulturøkonomi.* Kulturturisme bliver stadig mere interessant i forhold til økonomisk og social udvikling af destinationer. Særligt for destinationer, som er tyndt befolkede og som savner anden vækstindustri, har kultur som middel til tiltrækning af nye regionale indtægter fra bl.a. turisme fået en øget betydning. Kulturturismens holdbarhed i forhold til masseturismens delvis negative effekter bliver endnu mere tydelig og åbenbar, når det bliver stadigt sværere at tiltrække turister til en destination på grund af det voksende udbud af attraktioner og den øgede tilgængelighed ud fra et internationalt perspektiv. Denne delaktivitet inden for forskningsprojektet sigter mod at klarlægge de økonomiske og sociale effekter af en satsning på kulturturisme på en destination. En interessant tilgangsvinkel er i denne sammenhæng at se på, hvor effektivt det er at anvende offentlige midler for at udvikle kulturoplevelser som turistattraktioner. I dette aspekt har temaet forbindelse med det første tema: oplevelsesøkonomisk effektvurdering (jf. Hognert et al. 2009f).
- *Oplevelsesdesign.* Hovedproblemstillingen for denne aktivitet har været oplevelsesbaseret udvikling af attraktioner, dvs.: hvordan kan der udvikles oplevelsesdesign og vidensbaseret oplevelsesøkonomi med udgangspunkt i attraktioner og destinationer, specielt i forhold til formidling af kultur og kulturarv? Mange attraktioner og destinationer tænker i disse år på at berige og profilere sig ved hjælp af viden, teorier og metoder fra oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign. Men der er meget få vidensbaserede ressourcer, der støtter op om en sådan strategi. Denne delaktivitet vil bl.a. gennem teoretiske studie, litteraturreviews og casestudier af projektets delaktiviteter undersøge, hvordan der kan udvikles strategier for arbejdet med oplevelsesbaseret udvikling af attraktioner og destinationer. Delprojektet har haft særligt fokus på attraktioner, der tager udgangspunkt i kulturarv, ligesom der har været særligt fokus på teknologisk og digitalt formidlede oplevelser, dvs. brug af digitale medier som oplevelsesberigelse af kulturarvsattraktioner (Hognert et al. 2009f).
- *Innovation.* Hovedproblemstillingen indenfor denne aktivitet har været at undersøge, hvordan innovation som fænomen og teorifelt kan implementeres inden for kultur- og kulturarvsområdet, samt ikke mindst hvordan man skal forstå og bruge det nyeste skud på stammen i forhold til

innovationsformer: oplevelsesbaseret innovation og oplevelsesbaseret forretningsudvikling i relation til kultur- og kulturarvsområdet.

- *Følgeforskning ifm. IKON-delprojekter/casestudier.* Fokus for denne delaktivitet har været følgeforskning og casestudier af forskellige IKON-delprojekter samt beslægtede projekter, dvs. projekter inden for videnbaseret oplevelsesøkonomi ifm. formidling af kultur og kulturarv. Casestudierne har varierende tilgange. På den ene side er der casestudier, der konstruktivt designmæssigt går ind i teoretiske og metodiske refleksioner over, hvordan man kan anvende oplevelsesøkonomiske strategier ifm. udviklingen af attraktioner. På den anden side er der casestudier som mere på distance kritisk evaluerer og analyserer nogle af de igangsatte projektaktiviteter i KASK-interregionen, hvor man har anvendt oplevelsesøkonomiske strategier ifm. udvikling af attraktioner.
- 

De metoder, der er blevet anvendt spænder vidt og omfatter både kvantitative og kvalitative metoder. Der er både tale om etnografiske studier, kulturgeografiske undersøgelser, dybdeinterviews/kvalitative interviews med relevante aktører, deltagende observation, tekstanalyse af bl.a. markedsføringsmateriale, kulturanalyse, spørgeskema- og publikumsundersøgelser, publikumsstatistik, casestudier og undersøgelser af det aktuelle og mulige globale marked.

De teoretiske tilgange og indramninger har samme diversitet og omfatter bl.a.: attraktionsudvikling, Place Making, geografisk æstetik, stedets ånd, markedsføring, organisationsteori, innovationsteori, oplevelsesøkonomi, oplevelsesdesign med videre.

## 8. Projektets forventede resultater og effekter – projektmålene

Projektet sigter i udgangspunktet, dvs. ifølge ansøgningen, mod at tilvejebringe følgende resultater inden for projektperioden:

- Vækst i antallet af helårsturister
- Vækst i antallet af højsæsonsturister
- Udvikling af nye samarbejdsformer mellem kulturoplevelsesaktører, hvad angår kulturelle oplevelser
- Udvikling af nye samarbejdsformer mellem institutioner, lande og regioner, hvad angår kulturelle oplevelser
- Produktion af nye videnbaserede oplevelsesprodukter og -tjenester (videnbaserede kulturoplevelser)
- Udvikling af en bæredygtig platform for at tiltrække europæiske og ikke-europæiske turister
- Udviklingen af en model for oplevelsesøkonomiske effektvurdering
- Samt anvendelse af denne model til en konkret oplevelsesøkonomisk effektvurdering af IKON-projektet

Hvad angår de mere langsigtede brugerrettede effekter, er der tale om følgende:

- Langsigtet vækst i antallet af besøgende
- Omsætningsvækst i institutionerne
- Øget synlighed indadtil og udadtil

- Øget samlet viden
- Øget innovationsevne
- Øget evne til oplevelsesdesign
- Øget integration og sammenhold
- Øget konkurrencedygtighed

De langsigtede (samfundsmæssige) effekter og mål, som IKON-projektet selv opstiller, er følgende

- *Nedbrydning af tværinstitutionelle og overnationale barrierer* (Hognert et al., 2009a: 11). Det hedder bl.a. i projektbeskrivelsen at: "et af projektets motiver er at nedbryde barrierer på tværs af institutioner og landegrænser for herigennem at opbygge en ny samarbejdsform. Denne samarbejdsform og de netværk som den hviler på vil bestå efter projektets ophør og være en integreret del af den ordinære drift. Måden verden betragtes på, når det gælder udviklingen og markedsføringen af kulturoplevelser vil altså være permanent forandret. Der opstår en ny måde at tænke på, hvor det ikke er de små lokale, men de store regionale sammenhæng, der fokuseres på. Konkret betyder det at organisationerne i projektet potentielt bliver orienteret mod andre og større horisonter end de er i dag" (Hognert et al., 2009a: 11).
- *Etablering af nye og blivende samarbejdsformer/interregional integration* (Hognert et al., 2009a: 11). Dette effektmål hænger tæt sammen med det første: "I kraft af, at IKON projektet etableres på tværs af kendte skel og grænser og nedbryder disse skabes også basis for nye ... samarbejdsformer" (Hognert et al. 2009a: 11). Og der fortsættes: "Disse samarbejdsformer, der går på tværs af institutioner [og, min, indf.] organisationer vil virke som et "added value" koncept for alle. Der [Det, min indf.] opnås ved at arbejde sammen [om, min indf.] noget som ikke kunne være opnået på egen hånd, hvilket betyder øget styrke, og heri findes det grundlæggende motiv for, at den nye samarbejdsform\* vil blive fastholdt" (Hognert et al. 2009a: 11).
- *Permanent øget synlighed af kulturoplevelser som værdiskabende aktiviteter* tales der direkte om i ansøgningen (Hognert et al., 2009a: 11). Også dette effektmål hænger sammen med det umiddelbart foregående, nemlig etableringen af nye samarbejdsformer, idet der argumenteres: "Etableringen og fastholdelsen af en ny samarbejdsform betyder, at der vil være en permanent øget synlighed af kulturoplevelser som værdiskabende aktivitet. IKON vil sætte en ny standard for størrelsen af kultursamarbejder, hvor der vil være synlighed i mediestrømmen, hvilket vil gøre kulturoplevelser til en [et, min indf.] debatteret emne og atter skaber [skabe, min indf.] efterspørgsel og dermed stille krav om synlighed i en kontinuert kæde" (Hognert et al. 2009a: 11). Den permanente øgede synlighed af kulturoplevelser skaber også selv forskellige blivende effekter: "I relation til for eksempel de lokale/regionale medførere synlighed, at der sker en identitetsskabelse, der skaber opmærksomhed på både det unikke og det fælles, hvilket gør, at der implementeres en bevidst tænkemåde, hvor man kan få åbnet et større "Window of Opportunity"" (Hognert et al., 2009a: 11). Hvilket fører over til det næste effektmål:
- *Langsigtet øget synlighed og attraktivitet for regionen/Brand identitet – i et globalt vindue*. Der er ikke kun tale om en permanent øget synlighed af kulturoplevelser som værdiskabende aktivitet på et generelle plan, men også en langsigtet øget synlighed og attraktivitet for regionen. Det omtales flere steder i termer af "Åbningen af et vækstskabende "Window of Opportunity" " (Hognert et al., 2009a: 11). Åbningen af et "Window of Opportunity" knytter sig til tanken om en potentiel

mulighed for aktuelt at tiltrække besøgende, der interesserer sig for kulturoplevelser, især i tilknytning til helårsturisme. Et mål, der er informeret af undersøgelser gennemført af turistaktørerne inden for regionen. Ansøgningen argumenterer: "En succesfuld gennemførelse af IKON vil således på lang sigt kunne føre til, at der etableres en global tiltrækningskraft, baseret på det "brand", som alle er bevidste om, at den rige fælles historie omkring Kattegat-Skagerrak repræsenterer" (Hognert et al., 2009a: 11).

- *Langsigtet øget konkurrenceevne og -dygtighed* – igen som følge af ovenstående effekter.
- *Holdbar økonomisk vækst* – som det centrale og egenlige formål.

## Opsamling, afrunding og perspektivering

[\*\* mangler]

## Referencer

Catoni, Andreas, 2009. *Turismprojekt inom Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrakprogrammet*. Powerpointpræsentation. Stockholm. [www.skl.se](http://www.skl.se) (set d. 5.8.2012)

Hognert, Jan et al., 2009a: *Ansökan om medfinansiering från EU interregmedel och norska interreg-midler. IKON (Interregionalt KulturOplevelses Netværk)*, projektansøgning, upubliceret.

Hognert Jan, et al., 2009b. "Supplerende bilag", upubliceret.

Hognert, Jan et al., 2009c. "Kommunikationsplan: IKON (Interregionalt KulturOplevelses Netværk)", upubliceret.

Hognert, Jan, et al., 2009d: "Bilag 9 Projektorganisation", upubliceret.

Hognert, Jan, et al., 2009e: "Bilag 10 Projektaktiviteter", upubliceret.

Hognert, Jan, et al., 2009f: "Bilag 11 Effektivitetsmåling", upubliceret.

Hognert, Jan et al., 2009g: "Bilag 12. Turistorganisationer", upubliceret.

Hognert, Jan et al., 2009h: "Bilag 13 Investeringer", upubliceret.

Hognert, Jan, et al., 2009i: "IKON Supplerende bilag", upubliceret

Hognert, Jan, 2009. *IKON Interregionalt KulturOplevelses Netværk. Gränsöverskridande samarbete i Kattegat/Skagerrak-regionen*. Powerpointpræsentation. [www.munkedal.se/.../18.../KaskpresentationG.pdf](http://www.munkedal.se/.../18.../KaskpresentationG.pdf)

IKON, uden årstal. *Uplevelser kring Kattegat och Skagerrak. IKON magasin. Interregionalt KulturOplevelses Netværk*. Uden publiceringssted.

Interreg IV A Öresund-Kattegat-Skagerrak, 2009. *Projekthåndbok*. Versjon 2.0, 17. februar-17. mars 2009. Europeiska Unionen. Europeiska regionale utvecklingsfonden.

Interreg IV, uden årstal. *Gränslös utveckling i Öresund Kattegat Skagerrak*, Projektkatalog-SKAND, [www.interreg-oks.eu/se/.../Projektkatalog+SKAN](http://www.interreg-oks.eu/se/.../Projektkatalog+SKAN)



## Hjemmesider

Kulturoplevelser, <http://www.kulturoplevelser.com/flash/Kulturoplevelser.swf> (set d. 5.8.2012)

<http://www.kulturoplevelser.com/> (set d. 5.8.2012)

Interreg IV A, Öresund – Kattegat – Skagerrak, <http://www.interreg-oks.eu/>, <http://www.interreg-oks.eu/se/Menu/Projektbank/Projektlista+OKS/Rekreative+ruter+%232> (set d. 5.8.2012)

IKON, [www.ikon-eu.org](http://www.ikon-eu.org) (siden ikke længere aktiv), en ufuldstændig kopi af siden kan findes på <http://www.odin-media.net/jonas/ikon> (set d. 6.8.2012)

IKON, [www.facebook.com/IKON.s](http://www.facebook.com/IKON.s) Friends (set d. \*\*)

Kongeveien,

<http://www.munkedal.se/kultur/euprojekt/projektkongeveien.4.23a44ef311329f04b9d80003697.html>

(set d. 5.8.2012)

Munkedal Kommune, [www.munkedal.se](http://www.munkedal.se) (set d. 5.8.2012)

The North Sea Region Programme 2007-2013, <http://www.northsearegion.eu/ivb/projects/list/&let=C> (set d. 5.8.2012)

Waterways for Growth, <http://www.waterwaysforgrowth.eu/projectnbspthemes/overview.html> (set d. 5.8.2012)

---

<sup>1</sup> De konkrete projektpartnere er følgende: Munkedals kommun, Fredrikstad kommune, Läns museet Varberg, Lysekils kommun, Gunnebo Slott och Trädgårdar AB, Tjörns kommun, Orust kommun, Sotenäs kommun, Tanums kommun, Stenungsunds kommun, Kungälv kommun, Bohusläns museum, Kungsbacka kommun, Tjolöholms slott, Statens fastighetsverk, Region Halland, Västra Götalandsregionen, Gränskommittén, Kragerø Kommune, Norsk Sjøfartsmuseum, Forsvarsbygg/Nasjonale Festningsverk, Telemarks museum, Vestregionen, Røyken kommune, Hole kommune, Hurum kommune, Drammen kommune, Asker kommune, Høgskolen i Oslo, Handelshøyskolen BI Kristiansand, Fredrikstad museum, Telemarks Fylkeskommune, Østfold fylkeskommune, RUP, Nedre Glomma, Nedre Eiker kommune, Kulturarv Nord, Skagen By- og Egnsmuseum, Skagens museum, Try museum, Bangsbo Museum og Arkiv, Limfjordsmuseet, Sæby Museum, Vendsyssel Historiske Museum, Museet for Thy og Vester Hanherred, APEX/Aalborg Universitet, Göteborgs Universitet, Handelshøgskolan, Centrum för Turism, Østfoldforskning AS.

<sup>2</sup> Som det hedder direkte i projektansøgningen: "Projektet har to mål: et hovedmål og et delmål. Projektets hovedmål er at fremme antallet af helårs besøgende og delmålet at fremme antal besøg i sæsonen" (Hognert et al. 2009a: 10).

<sup>3</sup> I Kommunikationsplanen hedder det med en parallelformulering: "Projektet har som sit hovedformål at trække flere besøgende til Kattegat-Skagerrak regionen, med afsæt i udviklingen af videnbaserede oplevelser ved områdets kulturinstitutioner. Det primære fokus er at få flere besøgende i ydersæsonerne, mens det sekundære mål er at få flere besøgende i hovedsæsonen" (Hognert et al. 2009c.)

<sup>4</sup> Se [www.kongeveien.net/](http://www.kongeveien.net/) og [www.munkedal.se/kultur/euprojekt/projektkongeveien.4.23a44ef311329f04b9d80003697.html](http://www.munkedal.se/kultur/euprojekt/projektkongeveien.4.23a44ef311329f04b9d80003697.html)

<sup>5</sup> Citeret fra [www.munkedal.se/kultur/euprojekt/projektkongeveien.4.23a44ef311329f04b9d80003697.html](http://www.munkedal.se/kultur/euprojekt/projektkongeveien.4.23a44ef311329f04b9d80003697.html)

<sup>6</sup> Citeret fra The North Sea Region Programme 2007-2013, <http://www.northsearegion.eu/ivb/projects/list/&let=C>

---

<sup>7</sup> Citeret fra Waterways for Growth, <http://www.waterwaysforgrowth.eu/projectnbsthemes/overview.html>

<sup>8</sup> Citeret fra interreg-oks.eu, <http://www.interreg-oks.eu/se/Menu/Projektbank/Projektlista+OKS/Rekreative+ruter+%232>

<sup>9</sup> IKONs hjemmeside. Her taget fra <http://www.odin-media.net/jonas/ikon/kategori/havet-som-forener>

<sup>10</sup> Deltagere: Limfjordsmuseet, Kragerø Kommune, Tanums kommune, Fredrikstad kommune Isegran Maritime Historiske Park, Norsk Sjøfartsmuseum, Frederikstad Museum, Kungsbacka kommun-äskhults by, Stenungsunds kommun, Munkedals kommune, Sotenäs Kommun, Bangsbo Museum & Arkiv, Vendsyssel Historiske Museum, Thy og Vester Hanherred Museum, Norsk Sjøfartsmuseum, Bohuslän Museum, Lysekils Kommune, Aalborg Universitet/APEX, Handelshøyskolen BI Kristianssand, Göteborgs Universitet (Hognert et al. 2009c).

<sup>11</sup> IKONs hjemmeside, her citeret fra <http://www.odin-media.net/jonas/ikon/kategori/horisonter>

<sup>12</sup> Deltagere: Skagens Museum, Telemark Fylkesmuseum, Stenungsund Kommune, Aalborg Universitet/APEX, Handelshøyskolen BI Kristianssand, Göteborgs Universitet (Hognert et al. 2009c).

<sup>13</sup> IKONs hjemmeside, her citeret fra <http://www.odin-media.net/jonas/ikon/kategori/borger-slott-herregaarder>

<sup>14</sup> Deltagere: Bangsbo Museum og Arkiv, Läns museet Varberg, Kungälv Kommune, Statens Fastighets Verk (Bohus Fästning, Varbergs Fästning), Fredrikstad Museum (Kongsten Festning, Festningsbyen) Nasjonale festningsverk (Fredriksten, Akershus), Sæby Museum, Try Museum, Gunnebo Slott, Tjolöholms Slott, Aalborg Universitet/APEX, Handelshøyskolen BI Kristianssand, Göteborgs Universitet. (Hognert et al. 2009c)