

Stärka Världsarv avrapportering

delstudie 1

Susanna Heldt Cassel och Albina Pashkevich
CeTLeR - Centrum för besöksnärforskning



Nr: 2021:1

I denna del av vårt uppdrag genomfördes en översiktlig litteraturstudie av vetenskapliga artiklar och rapporter om turismutveckling och världsarv med fokus på industriarvet i Europa. Vi har särskilt undersökt studier av strategier och intressen hos aktörer med koppling till kulturarv och turism samt förutsättningar för hållbar turismutveckling i världsarv. Den litteratur som analyserades har delats upp under några underrubriker och nedan beskriver vi och exemplifierar från några av dessa områden. Sist i rapporten finns en referenslista för den som är intresserad av att läsa mer eller undersöka dessa frågor vidare.

Värden och förvaltning - olika aktörer

De universella modeller som föreslås av globala aktörer som UNESCO sätts ständigt på prov i lokala sammanhang. Efterfrågan, intresse av ökat mervärde samt behov av förbättrad infrastruktur och service för tillgänglighet ställer krav både på förnyelse och på nya former av gestaltning av världsarv (Conlin & Jolliffe, 2010). Ökad rörlighet, digitalisering och framväxten av sociala medier som drivkrafter inom turismutvecklingen innebär att aktörer som tidigare primärt fokuserade på bevarande av de fysiska miljöerna i allt större grad också måste ta hänsyn till och anpassa sig till denna utveckling (Timothy, & Boyd, 2006; Young, 2016).

Kritik har riktats mot UNESCOs metoder och modeller för hållbar destinationsutveckling utifrån att de i många fall kommer i konflikt med regionala och lokala planeringssystem och utvecklingsplaner. Detta kan exempelvis hänga samman med att de värden som pekats ut som universella inte nödvändigtvis behöver vara högt värderade lokalt. Inte sällan så glöms världsarven dessutom bort i lokala och regionala planeringssystem och de frågor som berör världsarvets förvaltning splittras upp på många olika enheter och aktörer (Lyon, 2007). Just turismutveckling är en fråga som kan bli komplex att hantera eftersom mandat och ansvar inte alltid går hand i hand med ekonomiska resurser och vice versa (Conesa, Schulin & Nowack, 2008). I många fall blir då någon av de tre hållbarhetsaspekterna lidande, vanligtvis så prioriteras miljö och materiella resursers bevarande framför hållbar ekonomisk och social utveckling på världsarvsdestinationer (Borgarino, Della Torre, Gasparoli & Ronchi, 2016; Lo Piccolo, Leone & Pizzuto, 2012).

Bevarande och utveckling

UNESCO ses i många fall av kulturarvsinstitutioner som en garant för att system för bevarande upprätthålls, där nyttjande av kulturarvet begränsas så att den ekonomiska vinningen inte blir det dominerande perspektivet lokalt (ICOMOS, 2011; TICCIH, 2003; UNESCO 20013, 2021; UNWTO, 2015). Samtidigt som UNESCOs syn på hur bevarandefrågor bör kopplas samman med utveckling på ett hållbart sätt, så pekar flera studier på utmaningar när det gäller de utpekade kulturmiljöer som tas upp på listan över världsarv (Lo Piccolo, Leone & Pizzuto, 2012).

En utmaning kopplat till bevarande och utveckling som framträder på kulturarvs- och världsarvsdestinationer där en eller ett fåtal aktörer dominerar ägande och/eller förvaltning är när besöksmål isoleras från den lokala ekonomin och blir en slags enklav i lokalsamhället. Investeringar från offentligt håll i bevarande och förvaltning kan då komma att ifrågasättas och äventyras, eftersom eventuella vinster och ekonomiska effekter inte sprids utan stannar hos en eller ett fåtal kommersiella aktörer (Landorf, 2009).

Stärka Världsarv avrapportering

delstudie 1

Susanna Heldt Cassel och Albina Pashkevich
CeTLeR - Centrum för besöksnärforskning



Nr: 2021:1

Ett tydligt exempel på denna typ av utmaning är när privata aktörer vill ta del av och använda fysiska objekt och miljöer i kommersiella sammanhang utan att kompensera övriga aktörer för eventuellt slitage (byggnader, landskap osv) (Lo Piccolo, Leone & Pizzuto, 2012). En nyckelfaktor för en välfungerande relation mellan bevarande och utveckling är därför enligt flera författare att formaliserade samarbeten mellan alla intressenter, inom såväl bevarande som utveckling, skapas och att insatser och utvecklingsprojekt koordineras av offentliga aktörer inom destinationen (Hospers, 2002; Janin Rivolin, 2008; Young, 2016).

Social hållbarhet

I de mångkulturella samhällen som de flesta av Europas länder idag kan anses vara, blir den sociala hållbarheten en central fråga för utvecklingen av besöksmål kring världsarv. Social hållbarhet definieras i dessa sammanhang som delaktighet, gemenskap, inkludering och stärkt lokal identitet. Det är fortfarande i många fall oklart vilka övergripande strukturer och sätt att organisera verksamheten kring världsarv som bäst skapar förutsättningar för inkludering och är tillåtande för möjligheter till olika tolkningar av samma kultureresurs. Ett sätt att uppnå detta i praktiken är enligt tidigare studier att ta fram ett integrerat arbetssätt för förvaltning och turismutveckling i kulturarvsmiljöer där många olika intressenter och grupperingar engageras och får chans att komma med synpunkter, samt att aktörer som inte vanligtvis är engagerade i planeringen bjuds in att medverka i konkreta utvecklingsprojekt eller initiativ som ligger dem nära (Landorf, 2009).

Betydelsen av lokal samverkan

Det blir tydligt i undersökningen av tidigare studier att det inte finns någon enhetlig modell eller ramverk för hur deltagandet från lokala aktörer kan organiseras och underlättas. Istället finns det ett behov till att hitta lokala anpassningar för att lokalsamhällets deltagande i strategisk utveckling av världsarven ska kunna möjliggöras. I de exempel som beskrivs i litteraturen nämns ofta utmaningar och begränsningar är det gäller möjligheten för så kallade "gräsrotsaktörer" att delta på lika villkor i utvecklingen (Conlin & Jolliffe, 2010). En anledning till detta är förutom begränsade resurser för deltagande i konkreta projekt också skillnader i kunskap och syn på världsarvets värden mellan olika typer av aktörer (Colavitti & Usai, 2015). Under de senaste åren har många kulturarvsmiljöer runt om i Europa satsat på olika metoder och arbetssätt för att få med flera lokala aktörer i utvecklingsprocesser och en hel del positiva förändringar har skett i dessa sammanhang. Flera studier lyfter dock upp att det fortfarande är oklart hur hänsyn till olika synpunkter ska tas och vilka metoder för uppföljning av lokal samverkan som fungerar bäst (Blandford, 2006; Landorf, 2009).

Attraktivitet och varumärken

Forskningen om kultur som resurs för utveckling och specifika kulturarvsmiljöers koppling till turismutveckling har de senaste decennierna till en allt större del knutits till forskning om platsmarknadsföring och varumärkesbyggande (Anholt 2007, 2011). Att det finns en central koppling mellan attraktiva platser för inflyttning och attraktiva platser för turism och besöksmålsutveckling är väl belagt i studier. Försök att fånga och beskriva vad attraktivitet hos platser består i har ofta landat i att den på olika sätt har med kulturmiljöer att göra. Platser och regioner i Europa tävlar om att kommunicera sina platsvarumärken och skapa positiva associationer via kultur och besöksmål. Platsvarumärken är dock en komplex företeelse som inte helt och hållet går att skapa strategiskt utan dessa byggs också upp organiskt och okontrollerat, inte minst genom sociala medier och digital kommunikation av diverse slag.

Stärka Världsarv avrapportering

delstudie 1

Susanna Heldt Cassel och Albina Pashkevich
CeTLeR - Centrum för besöksnärforskning



Nr: 2021:1

När det gäller varumärken för världsarv så finns studier kring hur man kan se på dessa och hur de hänger samman med andra platsbundna varumärken, vem som ska bära ansvaret för varumärkets utveckling och vilka värden som ska kommuniceras av olika aktörer (Ruiz-Ballesteros & Hernández-Ramírez, 2007). En fråga som har lyfts är vilka aktörer som kan och bör ta ansvar för att varumärket utvecklas på ett sätt som medför att platsen eller besöksmålet uppfattas som attraktiv och inkluderande på samma gång (Pickard, 2016). Är det privata eller offentliga aktörer som bäst gör detta?

För att ett varumärke ska kännas äkta och genuint krävs att den är grundat i lokala berättelser, erfarenheter och en identifikation. Detta innebär att varumärkesbyggande inte bör överlåtas till externa aktörer, utan detta arbete bör med fördel ske i dialog med de som använder och tolkar platsen i sin vardag (White, 2016). Ett sätt att jobba med varumärken för kulturarvsdestinationer är att betona likheter och samhörighet med andra platser i närheten. Ett allt vanligare fenomen inom arbetet med att utveckla kulturarvsdestinationer i Europa är samarbeten som går ut på att hitta gemensamma nämnare och gemensamma berättelser och identitetsmarkörer inom ett bredare geografiskt område, så kallade kulturarvsdistrikt (eller "cultural heritage districts" på engelska) (Colavitti & Usai, 2015; Ponzini, Gugu & Oppio, 2014).

Slutsatser och medskick till Världsarvet Falun

Det är tydligt att de utmaningar som identifierats i Falun kring världsarvets bevarande och utveckling mot ett hållbart och attraktivt besöksmål inte är unika. På många håll internationellt så har liknande frågor och problem identifierats och diskuterats. En slutsats vi kan dra efter denna litteraturstudie är att flera tidigare studier av framgångsrika utvecklingsprocesser kring världsarv och kulturarvsmiljöer talar om betydelsen av en *integrerad förvaltnings- och utvecklingsplan*. En sådan plan syftar till att synliggöra och ta tillvara olika aktörers intressen och jämkas samman till synes motstridiga synsätt. Det är viktigt att en integrerad plan för förvaltning och utveckling inte blir statisk och för generell, utan att den tillåts vara dynamisk och att den uppdateras med jämna mellanrum. Viktigt är också att den kommuniceras ut brett och blir känd av alla som har eller skulle kunna ha ett intresse för frågor med koppling till världsarvet.

En annan tydlig slutsats, som inte på något sätt är förvånande och unik, är att *samverkan mellan aktörer* är helt avgörande för att utvecklingen av ett besöksmål kring kulturmiljöer ska vara hållbar och framgångsrik. Det som kan låta enkelt är dock som redan har noterats i projektet Stärka Världsarv ofta komplext och mångdimensionellt. Samverkan kan betyda många olika saker dessutom. Ett sätt att åstadkomma samverkan är att skapa träffpunkter och plattformar där olika aktörer kan mötas och ventilera sina idéer och synpunkter. Inte minst är det viktigt att besöksnäringens aktörer samverkar med andra lokala aktörer för att de produkter och upplevelser som utvecklas ska vara grundade och förankrade lokalt och inte upplevas som konstlade eller främmande.

För att hållbar utveckling av besöksmål ska kunna åstadkommas så krävs att inte bara miljömässiga hänsyn tas, utan även att *lokalbefolkning och lokalt näringsliv involveras i utvecklingsarbetet*. Detta kräver att det finns forum eller mötesplatser att bli inbjuden till och att det finns konkreta projekt där engagemang kan väckas. Det är samtidigt viktigt att ha i åtanke att världsarv inte bara är lokala angelägenheter utan har koppling till globala sammanhang och värden som pekats ut som universella av internationella aktörer. Detta kan i bästa fall ge möjligheter till varumärkesbyggande och ökad attraktivitet där kopplingar etableras mellan olika besöksmål och platser, både liknande världsarv (gruv- och industriarv) internationellt, men också mellan besöksmål som delar en gemensam historia regionalt, exempelvis Bergslagens koppar- och järnhantering.

Stärka Världsarv avrapportering

delstudie 1

Susanna Heldt Cassel och Albina Pashkevich
CeTLeR - Centrum för besöksnärforskning



HÖGSKOLAN
DALARNA

Nr: 2021:1

Sammanfattningsvis så har den första delstudien i vårt uppdrag inom projektet Stärka Världsarv identifierat ett antal frågor och utmaningar som kan relateras till utvecklingen av Världsarvet Falun och förhoppningsvis bidra till att vi kan få ett bredare perspektiv på de mer lokalt orienterade frågor som kommer upp i intervjustudien med de lokala aktörerna.

Referenser:

- Anholt, S. (2007). *The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave, Basingstoke.
- Anholt, S. (2011). Competitive Identity, in Morgan, N. , Pritchard, A. and Pride, R. (Eds), *Destination Brands. Managing Place Reputation*, Elsevier, Oxford, 21-31.
- Blandford, C. (2006). Management Plans for UK World Heritage Sites: Evolution, lessons and good practice. *Landscape Research*, 31(4): 355–362.
- Borgarino, M. P., Della Torre, S., Gasparoli, P., & Ronchi, A. T. (2016). Crespi d'Adda, Italy: the management plan as an opportunity to deal with change. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 7(2-3), 151-163.
- Colavitti, A. M., & Usai, A. (2015). Partnership building strategy in place branding as a tool to improve cultural heritage district's design. The experience of UNESCO's mining heritage district in Sardinia, Italy. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*.
- Conesa, H. M., Schulin, R., & Nowack, B. (2008). Mining landscape: A cultural tourist opportunity or an environmental problem?: The study case of the Cartagena–La Unión Mining District (SE Spain). *Ecological Economics*, 64(4), 690–700.
- Conlin, M. V., & Jolliffe, L. (Eds.). (2010). *Mining heritage and tourism: A global synthesis* (Vol. 19). Routledge.
- Hospers, G.J. (2002). Industrial heritage tourism and regional restructuring in the European Union. *European Planning Studies*, 10(2002), 397-404.
- ICOMOS, (2011). *Guidance on Heritage Impact Assessments for Cultural World Heritage Properties*. Paris: ICOMOS, 2011.
- Janin Rivolin, U. (2008). Conforming and performing planning systems in Europe: An unbearable cohabitation. *Planning Practice & Research*, 23(2), 167–186.
- Landorf, C. (2009). Managing for sustainable tourism: a review of six cultural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 53-70.
- Lo Piccolo, F., Leone, D., & Pizzuto, P. (2012). The (controversial) role of the UNESCO WHL Management Plans in promoting sustainable tourism development. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(3), 249-276.
- Lyon, S. W. 2007. Balancing values of outstanding universality with conservation and management at three United Kingdom Cultural World Heritage Sites. *Journal of Heritage Tourism*, 2(1), 53–63.
- Pickard, R. (2016). Setting the scene: the protection and management of cultural World Heritage properties in a national context. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 7(2-3), 133-150.
- Ponzini, D. , Gugu, S. & Oppio, A. (2014). Is the concept of the cultural district appropriate for both analysis and policymaking? Two cases in Northern Italy. *City, Culture and Society*, Vol. 5 No. 1, 11-19.
- Ruiz-Ballesteros, E & Hernández-Ramírez, M. (2007). Identity and community—reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism Management*, 28 (2007), 677-687.
- TICCIH (The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage), (2003). The Nizhny Tagil Charter for the Industrial Heritage / July, 2003. <http://www.mnactec.com/TICCIH/industrial.htm#> (2003).
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of heritage tourism*, 1(1), 1-16.
- UNESCO (2013). *Managing World Cultural Heritage*. Paris: UNESCO, 2013. <http://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>
- UNESCO (2021). *Sustainable tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
- UNWTO (2015). *Tourism at World Heritage Sites – Challenges and Opportunities*. International tourism seminar, Çesme (Izmir), Turkey, 26 March 2013. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416608>
- White, R. H. (2016). Any old iron? Marketing models and sustainable regeneration in Ironbridge. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 7(2-3), 213-223.
- Young, C. (2016). Understanding management in a world heritage context: Key current issues in Europe. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 7(2-3), 189-201.

Denna rapport sammanfattar ett av de forskningsprojekt som pågår inom ramen för CeTLeR- Centrum för besöksnärforskning. För mer information om delprojektet, vänligen kontakta Susanna Heldt-Cassel (shc@du.se) eller Albina Pashkevich (alp@du.se). För frågor om CeTLeRs verksamhet: cetler@du.se

