

Dinamo

Blaker skanse

– bærekraftig destinasjonsutvikling

Rapporten er utarbeidet av Dinamo
på oppdrag fra Lillestrøm kommune

August 2021



Innledning

– oppdraget

Rapporten er utarbeidet av Dinamo på oppdrag av Lillestrøm kommune. Oppdraget var å lage en plan for utvikling og drift av skansen i samhandling med lokalsamfunn, næringsliv, private og offentlige investorer. Sentralt for oppgaven har vært å identifisere muligheter som kan utløse anleggets fulle brukspotensial samt en langsiktig driftsmodell for Blaker skanse. Det viktigste nå er å bringe inn et overblikk over mulighetene innenfor vern gjennom bruk, dvs. å belyse de viktigste funksjonsområdene som grunnlag for sterkere attraksjon, mer kultur og mer publikum. Kommunens mål er styrket bruk av skansen i eksisterende og ny virksomhet med mål om verdiskaping, lønnsomhet og merkevarebygging.

Dinamos kjerneteam har bestått av Annie Myhre (seniorrådgiver/kundeansvarlig), Geir Ross Børøen (sivilarkitekt), Ola Sendstad (Arkitekt og kurator, Kulturminnevern) Alexandra Schou Salbu (senior-designer), Ole Fredrik (designer), representanter fra Agenda Kaupang ved Per Trygve Hoff (Senior rådgiver organisasjonsutvikling) og Tom Markussen (Senior rådgiverlønnsomhetsanalyse).

Kontaktperson og prosjektleder hos Lillestrøm kommune har vært Jan Teksum, avdelingsleder kultur og frivillighet. Bestiller og prosjekteier er kommunalsjef kultur Anne-Berit Haavind.

Blaker skanse er et fredet forsvarsanlegg som Sørums kommunen overtok i 2018 fra Statsbygg. Aktiviteten på Blaker skanse i dag er kunstproduksjon og utleie av lokaler. Området benyttes også som en samlingsplass og festplass ved større markeringer og som arena for større konserter og arrangementer. Frivilligheten bidrar aktivt til aktivitet.

På anlegget har kunstnerfellesskapet KunstSkansen utviklet sin virksomhet i kjølvannet av Statens husflidsskole og Statens lærerhøgskole i forming som var lokalisert på Blaker skanse i 86 år fra 1917 til 2003. Ved avviklingen i 2003 var dette en del av Høgskolen i Akershus, avdeling for formgivning og produktdesign – som da ble flyttet til Lillestrøm. I dag underlagt nye Oslo Met. For å imøtekomme visjonene om å skape et sted for kunst og kultur med forutsigbare vilkår, ble det sommeren 2019 inngått en 10-års kontrakt med medlemsorganisasjonen KunstSkansen på leie av Smia og Artilleribygget (unntatt Trallaus festsal) og et lokale for fremvisning av kunst.

Blaker skanse omfatter eiendom 318/3 i Lillestrøm kommune. Hovedfokus i det videre arbeidet vil være det fredede området innenfor vollene med Artilleribygget, Kommandanten, Smia, Krutthuset og Administrasjonsbygget. Nansenbygget og området utenfor vollene skal også inkluderes.

Blaker skanse ble fredet i 2018. Det er ressurskrevende å forvalte et anlegg med en omfangsrik bygningsmasse, store utearealer og de føringene som følger et omfattende fredningsvedtak. Det har derfor vært viktig å få oversikt over vedlikeholds- og investeringsbehovet som finnes, i tillegg til løpende driftskostnader. Skal det satses mer på utviklingen av stedet er det naturlig å søke organisasjonsformer med tydelig definerte roller og ansvar for styring, finansiering og drift. Prosjektgruppen har utarbeidet en helhetlig organisasjonsmodell som skal sikre tilstrekkelig langsiktig finansiering samt en forsvarlig forvaltning av bygningsmasse og utearealer.

Koronasituasjonens betydning

Koronasituasjonen har påvirket hele samfunnet i 2020/2021. Vi tror likevel ikke det har hatt noen vesentlig påvirkning for våre sammenstillinger og konklusjoner i denne rapporten, selv om fysiske møter og workshops ville ha tilført mer dynamikk i den kreative prosessen. Mange arrangement og utadrettete aktiviteter har blitt avlyst eller utsatt. Likevel har vi klart å danne oss et godt bilde av aktørens bidrag og program gjennom studier av nettsider og informasjon fra ressursgruppen.

Metode, overordnet arbeidsprosess og forankring

I prosjektet har vi benyttet en felles, iterativ arbeidsmetodikk uavhengig av fagområde og type oppgave. Det har sikret en felles forståelse av prosess og oppgaver, samt gjort det enkelt å tilpasse ressursbehov underveis i prosjekter. Denne modellen gjør det mulig å dra nytte av verdifull kompetanse på tvers av fagenhetene.

Gjennom workshops, prototyping, involvering og testing har vi jobbet tett med interessenter og brukerne ved behov. Åpenhet, engasjement og til en viss grad brukerinvolvering, mener vi har vært nøkkelen til suksess. Prosessene har vært inkluderende, men på en effektiv måte.

Forankring

Med et mål om at alle parter – ikke alle personer – skal kjenne seg involvert har vi gjennomført en prosess hvor brukere, og til en viss grad andre ansatte samt interessenter og en kyndig arbeidsgruppe og ressursgruppe har bidratt. Overordnet har vi lagt til rette for at:

alle skal forstå oppgaven og kjenne til prosessen.

Underveis i prosessen har noen fra ulike nivå blitt involvert, vi har tilrettelagt for at alle skal kunne finne informasjon og få svar om de har spørsmål. Vi har et mål om å snakke et språk som gjør at alle forstår, og forhåpentligvis opplever alle eierskap og entusiasme. Det er viktig at prosessen, i tillegg til det konkrete resultatet, også handler om å skape tillit og forståelse for endringer. Med solid forankring underveis har vi lagt til rette for motivasjon og senket terskelen for å bidra med ideer og kompetanse.

Lønnsomhetsvurderinger knyttet opp mot alternative konsepter

For de ulike konseptene/scenariene har vi gjort anslag på konsekvenser for inntekter og kostnader, primært sett fra kommunens ståsted. I disse analysene har vi i hovedsak basert oss på tall og beregninger vi har mottatt fra kommunen, herunder regnskapstall og en tilstandsvurdering av eiendommen som kommunen har fått utarbeidet. I denne er vedlikeholdsetterslepet beregnet. Det betydelige vedlikeholdsetterslepet vil antagelig gjøre at man ikke kan vente å oppnå lønnsomhet i tradisjonell bedriftsøkonomisk forstand. Vi har også innhentet supplerende tall som brukes i vurderingene, blant annet fra nåværende leietaker. Det er stor usikkerhet knyttet til de økonomiske beregningene. Usikkerheten blir større jo mer omfattende tiltak konseptet/scenariet inkluderer. Vi anbefaler derfor ev. å gjennomføre ytterligere lønnsomhetsberegninger når man vurderer konkrete tiltak.

Egnethetsvurderinger

Egnethetsvurderingene av eksisterende bebyggelse tar utgangspunkt i to hovedkriterier:

- Bevaringsbestemmelser
- Eksisterende romstruktur og bæresystemer

Bevaringsbestemmelsene tillater ikke nybygg og utvidelser av eksisterende bebyggelse. Dessuten er det ikke tillatt med endringer av eksteriører/fasader. Innvendige endringer og tilpasninger er mulig innenfor bestemmelsene. Nansen bygget er ikke omfattet av bevaringsbestemmelsene.

Eksisterende romstruktur og bæresystemer kan endres, men omfanget vil begrenses av kostnadsrammer i en kost/nytte vurdering. Kostnadsrammene vil defineres av lønnsomhetsvurderingene.

Analysene tar utgangspunkt i ulike scenarier. I disse drøftes mulighetsrommet for gjennomføring av de ulike konseptene som ønskes realisert for Blaker skanse.

Organisasjonsmodell

Ved utvikling av organisasjonsdesign benytter vi en trinnvis, kriteriebasert metode. Vi tar utgangspunkt i behov og overordnede målsettinger for den fremtidige organiseringen og gir politisk, strategisk og finansielle rammer. Alternative organisasjonsmodeller har ulike egenskaper hva gjelder kommunal styrbarhet og kontroll og evne til å tiltrekke seg ekstern kapital. I rapporten sammenligner vi modellene mot ulike krav til slike kriterier.

Aktørene i listen under har bidratt som arbeidsgruppe og/eller ressursgruppe.

Lillestrøm kommune

- Kommunalsjef kultur/prosjektansvarlig Anne-Berit Haavind
- Avdelingsleder kultur og frivillighet/prosjektleder Jan Teksum
- Eiendomsforvalter Hans Tokvam
- Kunst og kulturrådgiver Lasse Eriksen
- Kulturminnerådgiver Bodil Westby
- Næringsrådgiver Siri Bjørnstad
- Prosjektleder bibliotek Henning Mongstad
- Kulturkonsulent og prosjektkoordinator Irene Heiaas
- Driftsansvarlig Blaker skanse Tore Nilsen

Andre

- Alf Christian Samuelsen Kunstskansen
- Rita Nyborg Blaker skanse selskapslokaler
- Rolf Reikvam Romeriksspillene
- Blaker skanses venner
- Jørgen Kirsebom Opplev Sørums/Trallaus festivalene

Deltakere workshop 16. oktober 2020

- KunstSkansen – Alf Christian Samuelsen, Sissel Aurland, og Anne Britt Strømnes
- Blaker skanse selskapslokaler – Rita Nyborg
- Blaker skanses venner – Ragnhild Nysted
- Opplev Sørums/Trallaus festivalene – Jørgen Kirseboom
- Romeriksspillene – Rolf Reikvam

Deltakere workshop 13. januar 2021

- Kunstskansen – Anne Britt Strømnes
- Blaker skanse selskapslokaler – Rita Nyborg
- Opplev Sørums/Trallaus festivalene – Jørgen Kirseboom
- Slora Mølle – Dag Winding-Sørensen
- Billedkunstner – beboer – leier tomannsboliger på skansen – Arne Rygvold
- Guttormsgards arkiv og Blaker Meieris venner – Ellef Prestsæter
- Beboer ved skansen og medlem av Blaker hagelag – Esben Nielsen

I tillegg til kommunes ansatte har Alf Christian Samuelsen og Astrid Maria Heimer fra KunstSkansen deltatt i arbeidsgruppen.

Innhold

Innledning – oppdraget	2
Blaker skanse – bærekraftig destinasjonsutvikling	7
Bakgrunn	8
Den bærekraftige destinasjonen Blaker skanse	9
Det nye konseptet – fremtidsmodellen	10
Destinasjonsutvikling – tre pilarer	11
Lønnsomhetsvurderinger knyttet opp mot alternative konsepter	12
Anleggets egnethet	12
Organisasjonsmodell og trinnvis organisasjonsdesign.....	12
Merkeplattform	13
Merkeplattform	14
Visjon og forretningsidé.....	14
Målsettinger.....	15
Posisjon.....	15
Våre verdier.....	15
Målgrupper.....	17
Konseptet – en bærekraftig innholdsmodell tuftet på visjon og mål	19
Konseptet – en bærekraftig innholdsmodell tuftet på visjon og mål	20
Konseptet, produkter og tjenester	20
Kunst-arena.....	22
Lokalmat-arena.....	23
Historisk-arena	24
Veikart – for valg av organisasjonsform	25
Veikart for valg av organisasjonsform	26
Lokasjoner	30

Innhold forts.

Anlegget – egnethet og lønnsomhetsvurderinger	34
1 – Scenarier	35
Generelt.....	35
Scenario 1 Dagens situasjon – benchmark	36
Scenario 2 Medium investeringsnivå	38
Scenario 3 Høyt investeringsnivå	41
2 – Bygg innenfor festningsområdet.....	43
Bygg 1 Kommandantboligen	44
Bygg 2 Artilleri-/magasinbygningen.....	46
Bygg 3 Krutthuset.....	47
Generelt.....	47
3 – Bygg utenfor festningsområdet	48
Generelt.....	48
Bygg 2 Artilleri-/magasinbygningen.....	48
Generelt.....	48
Øvrige bygg i randsonen	49
Nansenbygget	50
4 – Landskap.....	52
5 – Adkomst og logistikk.....	53
Fremtidig transportopplegg for destinasjoner i Tømmerruta	54
Anbefaling – fremtidsmodell	56
Kulturarven som ressurs	57
Vedlegg – kommunikasjonsstrategi	59
Kommunikasjonsstrategi	60
Kommunikasjonsmål.....	61
Budskapsplattform	61
Hovedbudskap.....	62
Digital kommunikasjonsstrategi	63
Kommunikasjonskanaler	65

Blaker skanse

– bærekraftig
destinasjonsutvikling

Bakgrunn



Lillestrøm kommune skal utvikle Blaker skanse som kunst- og kulturarena tilrettelagt for lokal næringsutvikling i samhandling med lokalsamfunn, private og offentlige investorer. En langsiktig bærekraftig driftsmodell ligger grunn til for utvikling av et besøkssted med regional, nasjonal og internasjonale appell. Et sentralt grep i modellen er stedsutvikling gjennom merkevarebygging med mål om å skape produkter og tjenester som begeistrer målgruppene og gir økt lønnsomhet.

Bygningsvern, transformasjon og gjenbruk av eldre bygninger er sentrale elementer som bidrar til å styrke Blaker skanses egenart. Vi skal rehabilitere og gi nytt innhold med et tydelig fokus på gjenbruk av de historiske, eksisterende bygg. Om nødvendig skal vi utvikle nye, funksjonelle næringsbygg for å gi grunnlag for kommersielle aktiviteter i et levende kunst- og kulturverksted. Samlokalisering av kunst- og kulturaktiviteter er et viktig virkemiddel for å tilby mangfold av aktiviteter der det er begrenset besøksgrunnlag.

En sentral del av transformasjonen er å skape koblinger mellom ulike deler av Blaker lokalt, eksempelvis mellom skansen og stasjonsområdet, men også ved å koble sammen tjenester og tilbud mellom aktuelle destinasjoner og museer langs Glommavassdraget.

Gjennom partnerskapsavtaler med fylkeskommunen og næringslivet tilrettelegger vi arenaer for å kanalisere engasjementet for stedsutviklingen.

I dag brukes Blaker skanse aktivt av lokalbefolkningen som rekreasjonsområde og er et viktig samlingspunkt. Her feirer bygda 17. mai, her tennes julegrana. Og her feires offentlige og private merkedager med marked, konserter og teater. Innholdsproduksjonen vil bygge videre på etablerte arrangement og aktiviteter sammen med lokalbefolkningen.

Den bærekraftige destinasjonen Blaker skanse

Gjennom å foredle Blaker skanses ressurser og kvaliteter, godt planarbeid og samarbeid skal vi utvikle et unikt destinasjonskonsept som bygger på bærekraft, inkludering og kvalitet.

Med fokus på sosial bærekraft og ulike samarbeidsformer, samt et langsiktig arbeid med lokal merkevarebygging skaper vi grobunn for vekst og utvikling samtidig som vi ivaretar et viktig varemerke og identitetselement for Lillestrøm kommune.

Lillestrøm kommune har tatt en tydelig lederrolle i dette arbeidet og lagt til rette for en inkluderende prosess. Målet er å skape bærekraftig vekst gjennom å arbeide for at Blaker skanse skal bli et vitalt, attraktivt og levende sted og møteplass for innbyggerne, tilreisende, besøkende og næringsliv. Vi skal tilføre en ny dynamikk og øke stedets attraktivitet og folks opplevelse av trivsel, tilhørighet og stolthet. Gjennom strategisk bruk av egen historie og kulturens rolle som brobygger vil vi utvikle et konsept som styrker sosial, økonomisk og miljømessig bærekraft.

Bygningsvern, transformasjon og gjenbruk av eldre bygninger er sentrale elementer som bidrar til å styrke stedets egenart. Vi skal rehabilitere og gi nytt innhold med et tydelig fokus på gjenbruk av de historiske, eksisterende bygg. Vi skal utvikle nye, funksjonelle næringsbygg for å gi grunnlag for kommersielle aktiviteter i et levende kunst- og kulturverksted med gode tilbud til de besøkende. Samlokalisering av kunst- og kulturaktiviteter er et viktig virkemiddel for å tilby et mangfold av aktiviteter der det er begrenset besøksgrunnlag. Men vi må også stille tydelige krav til utviklere og leietakere av disse byggene for å sikre en felles forståelse av visjonen.

I denne destinasjonsutviklingen vil private næringsvirksomheter spille en sentral rolle og gi positive ringvirkninger i form av stedsattraktivitet og aktivitet. Dette bygger også opp under de mange lokale matprodusentene. Å ta i bruk stedets ressurser handler også om lokale mattradisjoner gjennom en sammenslutning av lokale mat- og drikkeprodusenter.

En sentral del av transformasjonen er å skape koblinger mellom ulike deler av Blaker lokalt f.eks. mellom skansen og stasjonsområdet, men også ved å koble sammen tjenester og tilbud mellom aktuelle destinasjoner og museer langs Glomma-vassdraget. Glomma har spilt en sentral rolle for Skansen sammen med fløting av tømmer. Glommalinjen er et viktig prosjekt for Viken fylkeskommune og kan gi en inngang til et samarbeid mellom kommunen og fylkeskommunen. Vi ønsker å inngå partnerskapsavtaler med fylkeskommunen og næringslivet ved å tilrettelegge arenaer for å kanalisere engasjementet for stedsutviklingen. Gjennom å bygge steds- og destinasjonsutvikling på samarbeid, kulturarv, lokalmat og kunst og kulturutvikling legger vi et godt grunnlag for vitalisering hvor prosjektet både transformerer og lager nye koblinger i eksisterende struktur.

Viljen til samarbeid, kombinert med forståelsen av stedets historie og kultur som drivkrefter i destinasjonsutvikling viser viktigheten av å jobbe langsiktig med stedets ressurser som kapital.

Til sammen bidrar dette til å skape gode møteplasser, med lav terskel for deltagelse for alle målgrupper, som på en naturlig måte inviterer til deltakelse og fellesskap.

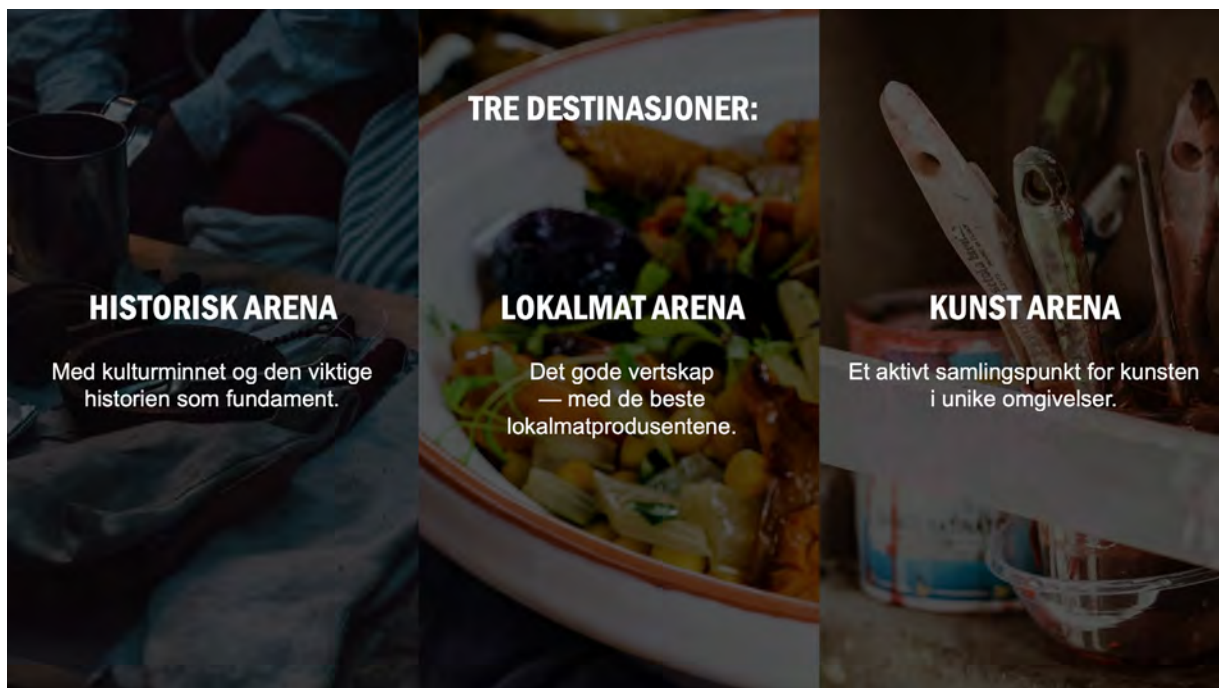
Det nye konseptet

– fremtidsmodellen

Destinasjonsutvikling

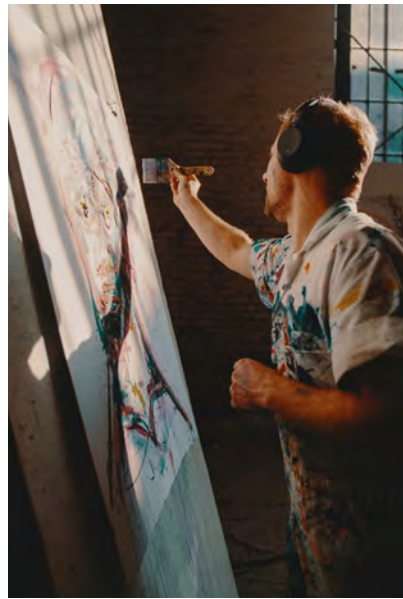
– tre pilarer

Det store målet vi sikter på er utvikle et bærekraftig konsept som gjør at Blaker skanse leverer både som en kulturell og som en økonomisk ressurs. I utviklingen er det viktig at skansens særpreg ikke forsvinner, men heller forsterkes og bygges på, ved å etablere en balanse mellom bevaring og fornying. Skal vi lykkes er det med andre ord essensielt at konseptet oppleves som naturlig for skansen.



For å legge grunnlaget for det nye konsept så er vi avhengige av å trekke flere folk til skansen. For å få det til ser vi for oss å utvikle en konseptparaply, med flere underspor, som appellerer til et bredere publikum. Denne konseptparaplyen har vi kalt for «tre destinasjoner». Disse tre destinasjonene skal gjøre Blaker skanse til en vital og aktiv opplevelsesarena – forankret i historie, presentert for samtiden:

- En historisk arena – tuftet på kulturminnet og den viktige historien på skansen.
- En lokalmat arena – lokal og ren mat og fokus på opprinnelse. Det gode vertskap med de beste lokalmatproduzentene.
- En kunstarena – der vi løfter kunstscenen, som er en så naturlig del av hjertet på skansen, til nye høyder. Et aktivt samlingspunkt for kunsten i unike omgivelser.



Lønnsomhetsvurderinger knyttet opp mot alternative konsepter

For hver av de alternative konseptene er det utviklet stegvise scenarier med anslag på lønnsomheten, sett fra kommunens ståsted. Disse analysene baserer på tall og beregninger gjort av kommunen, herunder den oversikten som kommunen har utarbeide over kostnadene ved drift av anlegget, vedlikehold og nødvendige investeringer. I vurderingene har vi hentet inn supplerende tall. Vi vil trolig måtte gjøre egne anslag på ulike kostnader og inntekter som vil kunne variere avhengig av konsept, for eksempel driftskostnader og leieinntekter. Valg av organisasjonsmodell vil også påvirke kostnadene og inntektene.

Anleggets egnethet

Det er utført en egnethetsvurdering av eksisterende anlegg (bygg og utomhus arealer) med hensyn til de rammer for vern som foreligger. Basert på egnethetsvurderingen og den innholdsmodell og konsept som er anbefalt er det gjennomført en analyse av aktuelle funksjoner og virksomheter som kan legges til de ulike deler av anlegget sammen med forslag til nyetableringer og rehabiliteringer som ligger innenfor bygningsvernet.

Organisasjonsmodell og trinnvis organisasjonsdesign

Det er skissert en trinnvis utvikling av hvordan Blaker skanse kan organiseres med utgangspunkt i hva som må tas som gitt, og hvilke valg man har i ulike situasjoner samt hvilke egne eller andre ressurser organisasjonen kan spille på. Den fremtidige organisasjonen må nødvendigvis defineres i samskaping mellom kommunens egne preferanser, brukere, samarbeidspartnere, frivillige og andre interessenter.

Merkeplattform

Merkeplattform

I vårt arbeide med Blaker skanse er det naturlig å etablere et strategisk fundament for historien som skal fortelles. Dette fundamentet formuleres i form av en merkeplattform.

Merkeplattformen kommer som en konsekvens av visjon, mål og verdier. Den spissformulerer Blaker skanses egenart, og hva som gjør skansen unik. Den er et styringsverktøy, et kompass som sikrer at beslutningene vi tar er strategisk begrunnet og i tråd med målene med løsningen. Er vi i tvil om en avgjørelse skal vi kunne gå tilbake til merkeplattformen for å få svar på om vi er på riktig spor eller ikke. Merkeplattformen er en brobygger og oversetter av den rasjonelle strategien til et emosjonelt budskap.

Visjon og forretningsidé

Visjon

*En lokal og nasjonal suksess.
Som merkevare, kulturinstitusjon og som
betydningsfull samfunnsaktør.*

Forretningsidé

Blaker skanse er en destinasjon og kompetansesenter for kulturarv der vi formidler kunst- og forsvarshistorie, utvikler lokalmatkultur og kunstformer med faglig høy kvalitet. Blaker skanse er en arbeidsplass for profesjonelle kunstnere og arena for ulike kunst og kulturuttrykk.

Vi kombinerer historie og kulturarv i et fremtidsrettet konsept der vi tilrettelegger gode rammebetingelser for kunstproduksjon og attraktive opplevelser. Vi skal ivareta den verneverdige bygningsmassen på en god måte og skape et inkluderende miljø for samspill mellom ulike aktører på skansen.



Med fokus på sosial bærekraft, ulike samarbeidsformer og lokal merkevarebygging skaper vi grunn for vekst og kreativ utvikling. Blaker skanses historie er vår kapital og viktige kilde til kunnskap om forsvars-, kunst- og kulturhistorie.

Vi vil skape et kreativt miljø med ringvirkninger lokalt og regionalt, et unikt destinasjonskonsept og et viktig identitetselement for Lillestrøm kommune.

Målsettinger

Lillestrøm kommune skal utvikle Blaker skanse som kunst- og kulturarena, med muligheter for egnet lokal næringsutvikling. Det skal ses på forretningsmuligheter for å videreutvikle innholdet innenfor kunst og kulturformålet, slik at det legges til rette for mer aktivitet og publikumstilstrømning til skansen.

Blaker skanse skal bli et arbeidssted med arbeidsplasser i samarbeide med kommunen, kultur og næring. Kunstproduksjon og kunstformidling skal være en sentral del av innholdet.

Blaker skanse er et kulturminne av nasjonal verdi og har potensiale til å bli et besøkssted med regional, nasjonal og internasjonal appell. Formidling av Skansen som kulturminne skal være en naturlig del av innholdet. Den historiske profilen skal ivaretas.

Vi skal opprettholde og forsterke eksisterende aktiviteter og arrangementer i samarbeid med lokalmiljøet, samtidig som nye tiltak initieres og utvikles. Det skal utvikles et serveringstilbud basert på lokalprodusert mat og drikke for å styrke kulturformidlingen. Arbeidet skal gjøres i samhandling med lokalsamfunnet og frivilligheten som er tilknyttet skansen.

Faste leietakere skal bidra til en stabil økonomi samt styrke innholdsleveransen.

Blaker skanse skal bli en merkevare med sterk og tydelig profil.

Posisjon

*Unik og banebrytende.
Anerkjent og profesjonell.*

Vi skal være i kontinuerlig utvikling og fornye og tilpasse oss endringer i samfunnet. For å styrke Blaker skanse og gjøre posisjonen tydelig er det nødvendig å tydeliggjøre hvilken aktør vi ønsker å være. Det handler om det konkrete tilbudet til de besøkende, men vi må også synliggjøre ambisjoner og mål. Vi har nå en ny rolle og posisjon, og må i enda større grad framstå som profesjonelle og markedstilpassede. Det er likevel viktig å ikke glemme historien og kulturen knyttet til Blaker skanse, men bygge videre på erfaringen, kompetansen og all kunnskapen som er arven vi skal forvalte inn i en framtid som vil kreve at vi er tilpassningsdyktige.

Våre verdier

Vi har definert et sett med verdiord som kjenner tegner hvem vi er og hva vi står for. Verdiene våre har kraft til å påvirke beslutninger og valg vi tar, ikke bare de langsiktige strategiene, men også de små avgjørelsene i hverdagen. Verdiene skal hjelpe oss å gjøre valg, sørge for at vi blir tydelige, og gi alle som jobber med og på skansen noen klare føringer for adferd og holdning.

Våre verdier skal hjelpe oss å gjøre vår egen identitet tydelig. Verdier driver atferd og er vår atferd og kultur.

Inkluderende

Vi er inkluderende: Blaker skanse skal være en tilgjengelig arena med et bredt tilbud av kunst, kultur og historie. Tilbudene skal være både for de som har stedet som arbeidsplass, de besøkende og for de som bare ønsker å bruke uteområdene til rekreasjon. Alle skal føle seg velkomne. Vi har et felles mål om å skape et dynamisk, åpent og inkluderende miljø og gi alle en større opplevelse av tilhørighet. Vi representerer en kultur som er preget av samspill, fellesskap og et ekte ønske om å fremme mangfold.

Levende

Blaker skanse er levende: Vår plattform sikrer engasjerende, høyt faglige opplevelser, samtidig som det er lavterskeltilbud. Vi skal ha en aktiv samfunnsrolle som gjør Blaker synlig i en historisk kontekst. Vi fremmer nysgjerrighet, synliggjør hensikt og skaper begeistring for å forbli relevant og attraktiv. Vi har fokus på å være aktuell og formidler opplevelser på markedets premisser. Med et variert tilbud inviterer vi til læring gjennom aktiv deltagelse og et mangfold av opplevelser.

Bærekraftig

Blaker skanse er bærekraft, bærekraft i alle ledd er integrert i hele virksomheten. De verdiene vi står for skal bidra til en bærekraftig utvikling for samfunnet rundt oss, for gjestene våre, og for virksomhetene. Blaker skanse ønsker å være en katalysator for gode samarbeid innen bærekraft i hele verdikjeden for kunst, mat og opplevelser. Vi har satt ambisiøse mål for vårt arbeid, og retter innsatsen for en bærekraftig fremtid der vi kan utrette mest.

FNs bærekraftsmål som Lillestrøm kommune har satt seg ligger i bunnen og skal styre de valgene vi gjør. Lillestrøm kommune har strukturert sitt arbeid med bærekraft i fire hovedområder; Miljø og klima, By- og tettstedsutvikling, Hele livet, Nyskapende.

Målgrupper

Målgrupper - hvem skal vi snakke til

Målgruppene har forskjellig fokus og forskjellige prioriteringer. Flexibilitet i kommunikasjonen er avgjørende. Løftene til de forskjellige målgruppene må kunne kommuniseres under samme hovedbudskap.

I hovedsak har vi definert tre ulike primær-målgrupper der vi har kunstinteressenten og historikeren på hver sin side av interessepolene. Disse har spesifikke forventninger og ønske for hva de vil oppleve på skansen. Gruppen i midten, som vi har eksemplifisert som familien representerer massene, og det vi mener blir majoriteten av besøkende. Denne gruppen er vi avhengig av å engasjere om vi skal ha et vitalt og bærekraftig konsept.

Primære konseptmålgrupper (eksterne/besøkende)



Kunstinteressenten

Etterlatt inntrykk:

«Jeg kommer stadig tilbake til skansen pga. den brede kunstkompetansen i verdensklasse som presenteres i helt unike omgivelser. Så spennende å oppleve kunsten der den lages! Man blir jo inspirert av å være her, spesielt når man tenker på historien: selve vuggen for kunsthåndverk i Norge. En historiearv jeg kjenner på huden. Jeg ønsker å bli en del av dette miljøet!»

Historikeren

Etterlatt inntrykk:

«Et unikt sted som tilbyr historieformidling «live». Det er som å gå inn i en annen tid! Her er det masse liv og spel, en mye mer aktiv og autentisk opplevelse enn i tradisjonelle museum. Et åpent, inviterende og levende museum som presenterer funn i sitt naturlige miljø. Skansen er lett å selge inn, jeg får alltid med meg venner og familie.»

Familiene og lokalbefolkningen

Etterlatt inntrykk:

«Skansen er et sted vi kommer tilbake til med jevne mellomrom i helgene. Flott med aktiviteter for barn og unge med et autentisk historisk preg, som vi ikke finner andre steder. Jeg og fruene tar gjerne en kaffe mens vi handler spennende lokale råvarer og variert kunst. Guttungen går på malekurs hver onsdag og blitt en del av et miljø for unge kunstinteresserte.»

Primære Konseptmålgrupper (interne og samarbeidspartnere)



Kunstneren



Produsenten



Bryggeren

Etterlatt inntrykk:

«Det nye senteret er åpent og tilgjengelig. Dette gjør at jeg får bedre kontakt med mine kunstkollegaer og med kunstnere utenfor skansen som nå er faste besøkende. Dette gjør meg inspirert, og arbeidsgleden blomstrer!»

Som en gammel rev i KunstSkansen kan jeg trygt si at jeg har fått mye mer eksponering for arbeidene mine de siste årene. Jeg har fått flere henvendelser gjennom profilen min i Skanseappen, og selvfølgelig, gjennom galleriet og kunstbutikken i det nye senteret.»

Produsenten

Etterlatt inntrykk:

«Jeg har produsere en rekke ulike oster på bruket mitt som jeg selger gjennom nettsiden min. Etter samarbeidet med Blaker skanse har produksjonen gått fra å være en hobby til å faktisk bli en reell inntektskilde. Dette har gitt meg muligheten til å forbedre kvaliteten på produktene, samt å utforske nye spennende oster. «Skanse camember» er en gigasuksess! Jeg stiller alltid opp på bondens marked. Så hyggelig å møte og snakke med gamle og nye kunder!»

Bryggeren

Etterlatt inntrykk:

«Som en ekte ølnerd har jeg flere vellykkede øltyper jeg selger gjennom ulike mikrobryggerier i Oslo. Av oppskriftene mine vil jeg si at «Skanseøl» er den beste og mest vellykkede. Denne er utviklet med urkorn i samarbeid med lokale kornbønder. Etter suksessen har jeg utvidet produksjonen av urkorn på Blaker, og ølen har funnet veien til lokale butikker! Som oftest finner dere meg som stamgjest på Blaker med en Skanseøl fra fat i hånden, akkurat slik denne ølen skal nytes.»

Konseptet

– en bærekraftig
innholdsmodell tuftet
på visjon og mål

Konseptet – en bærekraftig innholdsmodell tuftet på visjon og mål

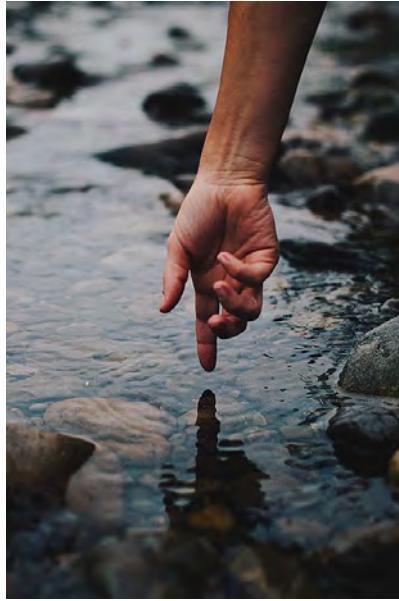
Konseptet er grunnlaget for en attraktiv bærekraftig driftsmodell med mål om mer aktivitet og publikumstilstrømning til skansen. Modellen skal legge grunnlag for en forsvarlig forvaltning av et kulturminne av nasjonal verdi, med de vedlikeholds- og driftskostnader som ligger til grunn.



Det kreative konseptet springer ut fra merkevareplattformen og definerer engasjerende ideer som setter en tydelig retning for prosjektet. Konseptet presenteres her som visuelle uttak og skisser. Konseptideen skal styre valg og prioriteringer, samt synliggjøre hvilke gevinster det vil ha når prosjektet realiseres. Vi anbefaler brukertesting under konseptrealiseringen, det vil gi unik informasjon om hvordan målgruppen opplever konseptet og mulighet til å korrigere og forbedre løsningen underveis i prosessen.

Konseptet, produkter og tjenester

Vårt felles mål er å utvikle et bærekraftig konsept for fremtiden. Blaker skanse skal levere som både kulturell og som økonomisk ressurs. Vi beholder det som er, og tilrettelegger for noe mer for et bredt publikum. Blaker skanses særpreg skal ikke forsvinne i det nye destinasjonskonseptet men heller forsterkes. Målgruppene skal oppleve en balanse mellom bevaring og fornying. Blaker skanse skal bli en regional møteplass og kulturarena. Det skal være et bevisst valg å dra til Blaker skanse. Skansen skal være et symbol for Lillestrøm kommune og for Viken Fylkeskommune.



Vi har utviklet et konsept med flere spor under konseptet. På den måten tilrettelegger vi for et bredt publikum. Konseptet handler om tre destinasjoner. Tre ulike pilarer som sammen danner destinasjonen Blaker skanse. En vital og aktiv opplevelsesarena — forankret i historie, presentert for samtiden.

- En historisk arena – tuftet på kulturminnet og den viktige historien på skansen.
- En lokalmat arena – lokal- og ren mat og fokus på opprinnelse. Det gode vertskap med de beste lokalmatprodusentene.
- En kunstarena – der vi løfter kunstscenen, som er en så naturlig del av hjertet på skansen, til nye høyder. Et aktivt samlingspunkt for kunsten i unike omgivelser.

Kunst-arena

Et aktivt samlingspunkt for kunsten i helt unike omgivelser

Blaker skanse har vært en læringsarena for kunsthåndverk i mer enn 100 år. Blaker skanse har en helt spesiell tilknytning til kunsten gjennom KunstSkansen. Kunst og kultur er en naturlig del av skansens DNA. Fra å danne vuggen for kunsthåndverk i Norge på starten av 1900-tallet, via opprinnelsen til produktdesignlinjen på Oslo Met, til KunstSkansen som i dag huser 28 profesjonelle kunstnere. Ved å løfte frem kunsthåndverks-historien vil vi få stor oppmerksomhet fra et helt nytt publikum.



For å utvide og løfte kunstscenen til nye høyder ønsker vi å utvikle et nytt moderne kunsthåndverksenter i nært samarbeide med KunstSkansen og kunstnerne samt Blaker Meieri/Guttormsgaards arkiv. Vi vil utrede muligheten for et nytt moderne kunsthåndverksenter med utstillingslokale, en workshopavdeling med kurslokaler, boliger for *Artist in residence* for kunstnerne, Oslo Met, og andre kunstsoler.



Arenaen bør inneholde en kommersiell kunstbutikk om nødvendig i et nytt, moderne bygg. Dette bygget bør ha slike kvaliteter at det oppfattes som *Land art* for dermed å få både nasjonal og internasjonal oppmerksomhet. En arkitektkonkurranse på lik linje med Fetsund lenser og våtmarksenteret er god markedsføring.

Vi ser for oss et samarbeide med Oslo Met og Khio for å bringe kunstkunnskap tilbake til skansen. Oslo Met og Khio leverer studieprogram innen design, kunst, teater, opera og dans, kunst og design og kan dermed være med på utforme skansen som kulturarena.

Målgrupper vil være kunstnere og publikum som er opptatt av høy kvalitet, det ekte og som ser viktigheten av å investere i kunstobjekter. Ikke minst ser vi til en internasjonal gruppe som kan bidra til å løfte skansens renommé og anseelse.

Lokalmat-arena

Ren lokalmat med fokus på



opprinnelse og tradisjon

Ved å samarbeide med de beste lokalmatprodusentene etablerer vi det gode vertskap for våre gjester. Lokalmat, ren mat og fokus på opprinnelse er en forevertrend – dvs. den er kommet for å bli og passer perfekt inn i konseptet for Blaker skanse. Mataspektet er limet mellom konseptene og senker terskelen for gjenbesøk. Blaker lokalmat-arena representerer kulturformidling gjennom salg og distribusjon av lokalprodusert mat og drikke med et tilbud som er variert og ekte.

Med fokus på opprinnelse og tradisjon, som har en rød tråd med den selvforsynte historien på skansen, vil vi skape et mathus hvor folk fra hele Viken og Oslo kommer for å få ekte matopplevelser med lokal opprinnelse. Vi ønsker å arrangere bondens marked med jevne mellomrom. Dette kan være tema- eller sesongbasert, som for eksempel julemarked. Det samme kan gjelde mat- og drikkefestivaler, slike begrensede eventer er med på å trekke det brede publikum, i tillegg til de faste tilbudene vi finner på skansen.

I dette konseptet ser vi for oss at et bryggeri vil være et naturlig konsept i konseptet. For å bekrefte vår fokus på bygdens natur- og kulturressurser kan vi produsere urkorn og utvikle et unikt skanseøl som finansieres gjennom et samarbeide med en kommersiell aktør som Grans, Hansa eller Ringnes.

Når vi tilrettelegger for en infrastruktur rundt matproduksjon og servering ser vi også for oss at skansen kan være en enda mer attraktiv lokasjon for private selskap som bryllup, jubileer, sommerfester og julebord.



Med lokalmat-arena ønsker vi å vise omtanke for enkeltmennesket og det gode vertskap for våre gjester. Det er Blaker skanse som samlingspunkt vi ser til når vi ønsker produkter og råvarer med unik smak.

Målgrupper er matinnovatører og matinteresserte som vil tiltrekke både de lokale samt mer kommersielle miljøer.

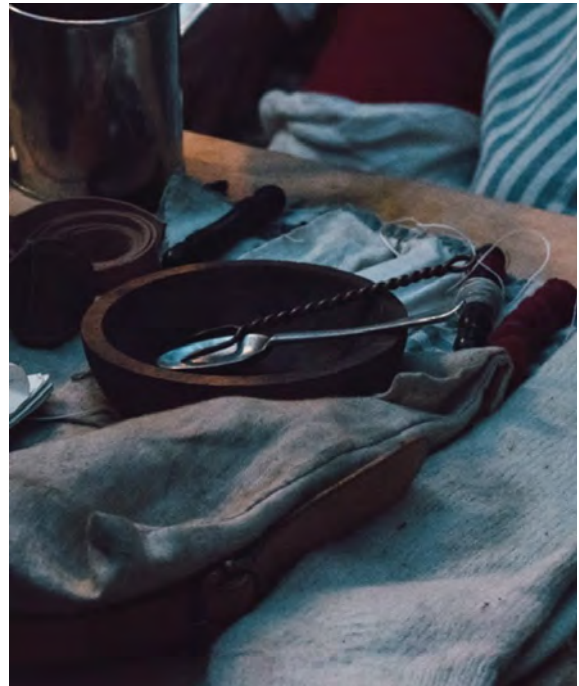
Historisk-arena

Blaker skanses opprinnelse er selve grunnsteinen i konseptet

Å komme til skansen vil oppleves som en tidsmaskin, et autentisk konsept som gjør Blaker skanse til en unik og levende opplevelsesarena. Vi tar kulturminnet og den viktige historien på alvor.

Blaker skanse er en historiskarena og scene for kunst og kultur hvor folk fra hele regionen og Norge, og gjerne verden, kan komme for å oppleve kunst og historie og kultur. Overordnet skal alle nyetableringer inne på skansen ha en historisk forbindelse for å etablere og opprettholde en konseptuell rød tråd. Det historiske vil være et nøkkelord.

Som en historisk arena vil vi legge vekt på underholdning og opplevelse i formidlingen om kunsthandels- og forsvarshistorien. Vi ser for oss en moderne, historisk tidsmaskin og *living arena*. For å treffere et bredere publikum, som familier, er det viktig at skansen blir en vital destinasjon. I helgene kan utearealene transformeres til en markeds plass som også arrangerer aktiviteter for barn. Her selger vi lokale råvarer fordelt på ulike boder. Rundturer gjennom skansen på hest og kjerre og enkle leker, som for eksempel å kaste på stikka og tautrekking, er med på å skape aktivitet. Et av de grepene vi ser for oss er at personalet på skansen understøtter vår opprinnelse i blodet med f.eks. autentiske uniformer. På denne måten vil de ansatte spisse konseptet og øke unikteten.



Når vi utvikler historisk arena vil vi studere kunst- og forsvarshistorien og hente frem scener og viktige hendelser og gjenskape disse gjennom ulike aktiviteter for barn, familier og kunst- og historieinteresserte. Dette skal ikke bare gjenfortelles gjennom tradisjonelle teaterformater men også gjennom digitale opplevelser og formidlingsformer.

Veikart

– for valg av organisasjonsform

Veikart for valg av organisasjonsform

Blaker skanse er i dag et linjeansvar i Lillestrøm kommune. Skal det satses mer på utviklingen av stedet og trekkes inn ytterligere eksterne samarbeidsparter, er det naturlig å søke andre organisasjonsformer med tydelig definerte roller og ansvar for styring, finansiering og drift.



Trinnvis prosess for valg av organisasjonsform

Figuren over viser en typisk prosess ved valg av organisasjonsform og -struktur.

I de to første trinnene langs tidslinjen identifiseres behov og overordnede målsetninger for den fremtidige organiseringen og hvilke rammer som er gitt politisk, strategisk eller finansielt for de organisasjonsmodellene som måtte foreslås.

På grunnlag av dette formuleres den nye organisasjonens designkriterier i trinn 3. Designkriteriene gir et grunnlag for å vurdere ulike alternative løsninger, som beskrives i trinn 4. Vurderingene av modellene i trinn 5 gjøres i forhold til hva som er de enkelte modellenes relative styrke og svakheter i forhold til de vedtatte kriteriene for framtidig organisering.

Lillestrøm kommune står i dag mellom trinn 2 og 3 langs tidslinjen. Behov og rammer er rimelig klart definert:

- Kommunen har tatt ansvar for å bevare Blaker skanse og ønsker å utvikle stedet til en kulturattraksjon for bygda, kommunen og gjerne regionen. Kommunen ønsker at stedet i langt større grad skal være selvfinansierende enn i dag. Inngåtte avtaler dekker ikke løpende vedlikeholdsutgifter og utvidet bruk krever betydelige investeringer.
- Det er etablert en forpliktende, langsiktig utleieavtale med KunstSkansen og en kort-siktig utleieavtale med en privat person som leier ut tilgjengelige boliger og lokaler til ulike arrangementer. Kommunen er åpen for ulike organisasjons- og samarbeidsmodeller, men vil beholde overordnet kontroll og styring med stedet. KunstSkansen skal være en del av en fremtidig løsning.

Kommunen har kun gitt overordnede føringer. Drøfting og valg av kriterier og organisasjonsmodell er prematurt. Ytterligere kriterier og valg av modell må defineres i samarbeid med fremtidige aktører og samarbeidsparter. KunstSkansen har sterke, men til dels ulike preferanser. KunstSkansen ønsker mest mulig styring, men har begrenset mulighet til økonomisk ansvar. Blaker skanse vil utforske ulike samarbeidsformer med:

- Fylkeskommunen
- Museene i Akershus
- NAV – tilrettelegging kurs og arbeidsmarkedstiltak
- Andre historiske kultursentra i regionen
- Produksjons- og eventselskaper
- Eiendomsutviklingsselskaper
- Finansielle aktører med vilje til å satse på Blaker skanse som kultursenter

Sammen med Lillestrøm kommune har vi foreslått innledende samtaler med potensielle samarbeidsaktører for å avdekke deres reelle interesse og eventuelle krav til et samarbeid. NAV kan være en slik, det kan også MIA og Viken fylkeskommune være, samt private firmaer eller investorer som ønsker å styrke sin kulturelle profil. Det er også naturlig å se på frivillige og frivillige foreninger som en mulig ressurs for Blaker skanse. Nye avtaler vil nødvendigvis definere nye rammer og kriterier for valg av organisasjonsform (trinn 3). Avdeling Kultur og administrasjon i Lillestrøm kommune har gjennomført innledende møter med eiendomsutvikler/næringsaktør, NAV, Fylkeskommunen og politikerne i kommunen. Presentasjon av strategi og konsept er mottatt med positive tilbakemeldinger.

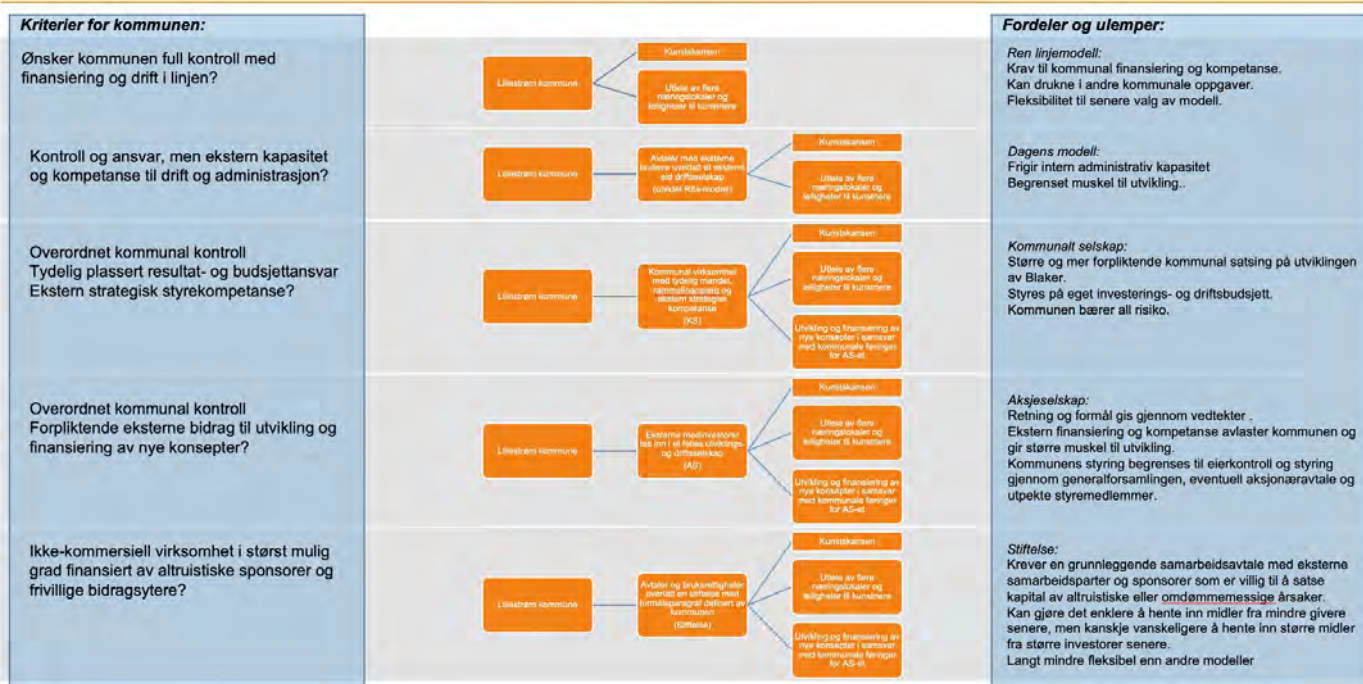
Drøfting av alternative organisasjonsmodeller (trinn 4) bør først gjøres når kriteriene er definert sammen med viktige fremtidige samarbeidsparter.

Ulike alternativer har ulike fordeler og ulemper, som bør drøftes opp mot mer avklarte kriterier.

Hovedmodellene kan være følgende:

- Kommunalt og linjestyrt:
 - Blaker skanse fortsetter å ligge organisert og finansiert i den kommunale linjen, med avgrensede og veldefinerte samarbeidsavtaler med eksterne
- Kommunalt selskap
 - Som over, men med tydeligere definert mandat med roller og ansvar plassert hos styre og ledelse. Rammebudsjettering
- Aksjeselskap
 - Her kan kommunen sikre seg styring og kontroll både gjennom aksjemajoritet eller gjennom en klart definert aksjonæravtale
 - Gir eksterne større opplevelse av eierskap enn samarbeidsavtaler og tydeliggjør eksternt ansvar for kapitalisering/finansiering
- Stiftelse
 - Kan gis vedtekter med formål i tråd med kommunens ønsker
 - Må kapitaliseres opp – men kan tenkes å være mer attraktiv for medfinansiering fra flere (mindre) altruistiske sponsorer enn alternativene over
 - Liten fleksibilitet for fremtidige endringer i kommunens behov og preferanser
- Foreningsmodellen
 - Supplement til modellene over, men er ingen egentlig alternativ modell
 - Frivillige ressurser og andre frivillige foreninger kan tenkes organisert i en venneforening for Blaker skanse, hvor de bidrar med egen arbeidskraft ved arrangementer og mindre prosjekter, drifts- og vedlikeholdsoppgaver, innsamlinger, loddsalg, etc.
 - Eksempler på foreninger er Gamle Lillestrøm, Byfesten i Lillestrøm, KunstSkansen

Veikart for valg av modell



Figuren over oppsummerer ovennevnte hovedalternativer med muligheter, fordeler og ulemper, og knytter disse opp til føringer og kriterier som kan komme ut av en videre dialog med potensielle samarbeidspartner.

Per i dag ser vi flere mulige utfall av diskusjoner med mulige interessenter. Avtaler med NAV og MIA kan gjøres i alle modellene, men passer kanskje best i alternativene 2–5 over. Ønsker NAV og andre å komme inn på eiersiden, så er alternativ 4 aktuell.

Lokasjoner



Det henvises til gjennomført stedsanalyse for hvordan Blaker skanse er vurdert utviklet som en del av Lillestrøm kommune. Oppdraget med konsept og utvikling av selve Blaker skanse tar utgangspunkt i tre lokasjoner.

Det henvises også til etterfølgende kapittel med beskrivelse av de enkelte byggenes egnethet.

1 – Nansenbygget

Dette bygget ligger utenfor bevaringsområdet. Det vil derfor være enklere og foreta tiltak her som kan tilpasses fremtidig bruk. Aktivitet både i bygg og utearealer kan økes uten å «slite ned» utearealer i bevaringsområdet. Bygget kan utvikles til ulike formål som:

- Konferansesenter
- Overnattingsmuligheter («Artist in residence»)
- Utleie til kulturformål og arrangementer (som i dag)

Bygget vil kunne bygge opp under og betjene, utenørs arrangementer som markeder, ulike spel og arrangementer knyttet til Skansen. Dette gjelder både arrangementer som allerede er etablerte og eventuelle nye som vil kunne utvikles på basis av ideene i konseptutredningen.

Bygget kan rehabiliteres, ombygges/påbygges eller erstattes av nytt bygg skreddersydd det program som best bygger opp under konseptet.

2 – Skansen med bevaringsklausul

Her må bygningsmassen rehabiliteres og arbeider knyttet opp mot vedlikeholdsetterslep gjennomføres. Tiltak, virksomheter og arrangementer i dette området må gjennomføres i en «tidsriktig» ramme som bygger opp under stedets historiske utvikling.

3 – Blaker stasjon

Dette vil være publikums første møte med Blaker, «inngangsporten» til skansen for de som kommer med kollektivtransport. Jernbanestasjonen bør opprustes/rehabiliteres. Adkomstvei til skansen må oppgraderes.

Videre utvikling av Blaker stasjon og øvrige sentrum, må knyttes opp mot muligheter som kan realiseres gjennom reguleringer og prosjekter i selve Blaker sentrum. Her vil det tidligere aldershjemmet og samarbeid med Guttormsgaards arkiver, være aktuelle utviklingsområder.

Det utarbeides alternative konsepter/scenarier for selve Blaker skanse med utgangspunkt i lokasjon 1 og 2. Det konkretiseres utbygging-/rehabiliteringsprogrammer for konseptene med tilhørende organisasjonsbeskrivelse og lønnsomhetsvurderinger.

Utgravninger

1. Fossum Søndre



2. Fossmoen/Bankplassen

3. Haugtun skole

4. Blaker kirke

Her vises påviste utgravninger som er foretatt av UiO/Historisk museum. Det kan vurderes om funn her kan gjøres tilgjengelig for utstillinger på skansen. Dersom det er mulig, kan det arrangeres vandringer/sykkelturer til utgravningsstedene som en del av turismetilbudet.

Biladkomst

Det bør være en overordnet målsetting å overføre som vil stille krav om oppgradering av veier og



flest mulig av de besøkende til kollektive transportmidler. Dersom disse transportmidlene også gir muligheter for å nå andre turistmål i Tømmerruta, vil dette kunne forsterke Blaker skanses rolle som en del av dette tilbudet.

Det er viktig å få dimensjonert både parkering og øvrige kollektive tilbud etter prognoser på besøks-tall for de konsepter som senere utvikles og konkretiseres for skansen. Det bør unngås konsepter

behovet for større parkeringsplasser gjennom prioritering av kollektive løsninger.

Parkeringsbehov knyttet til enkeltarrangementer kan benytte areal på idrettsplassen ut over dedikerte parkeringsplasser. Dette behovet bør reduseres til et minimum.

Anlegget

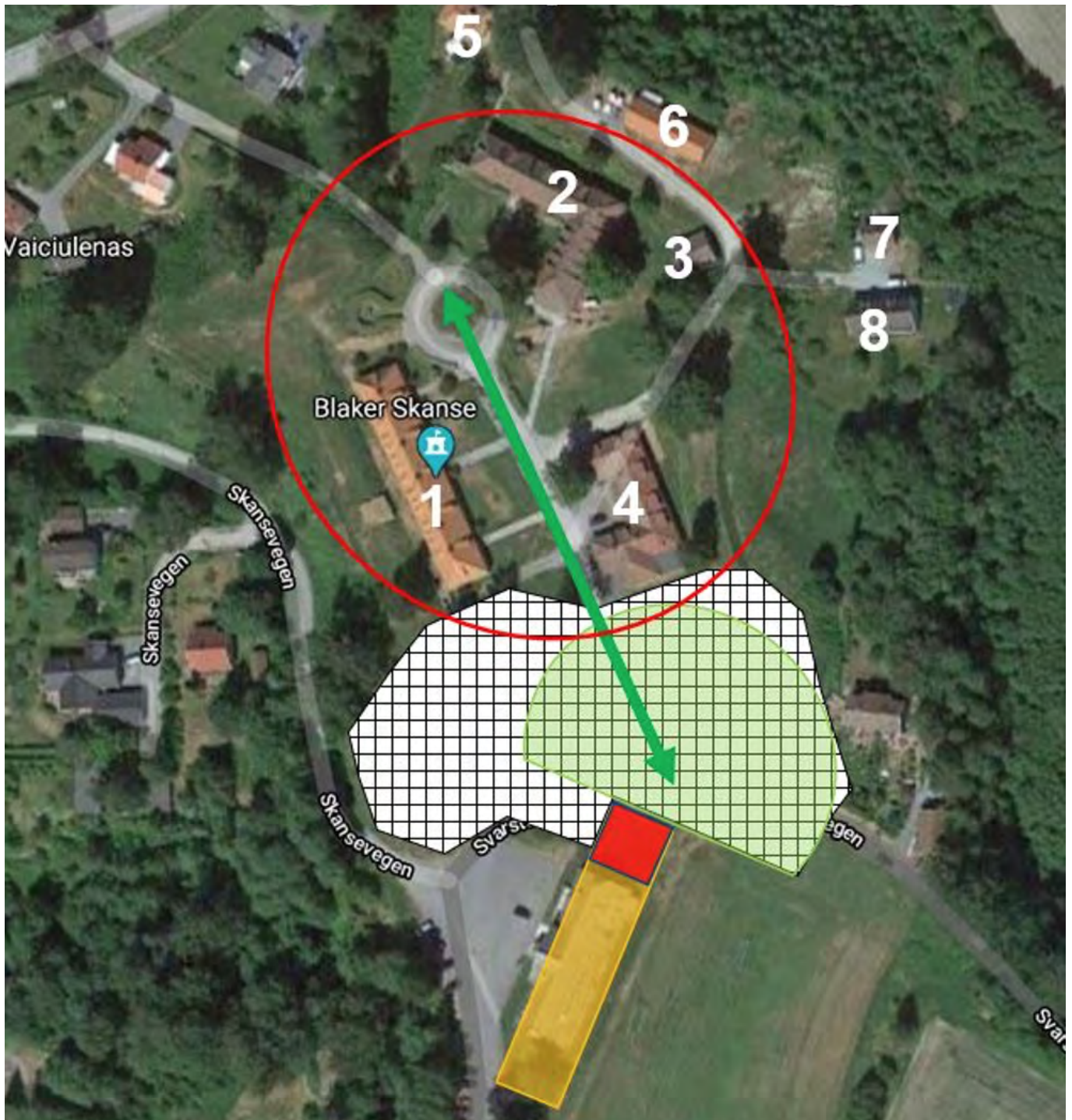
– egnethet og
lønnsomhetsvurderinger

1 – Scenarier

Generelt

Illustrasjonen viser området som beskrives i denne vurderingen av fysiske tiltak innenfor det fremtidige utviklingspotensialet på Blaker skanse.

Beskrivelsen baserer seg på den overordnede konseptanalysen og viser ulike scenarier for gjennomføring av konseptene.



Eksteriørene og uterommene er det viktigste og best bevarte ved skansen som kulturminne. Tiltak i arealet utenfor tunet på selve skansen (skravert), kan gi mulighet for økt besøkstall og/eller økt frekvens i arrangementer uten at dette vil «slite ned» utearealet inne på selve skansen.

Realisering er avhengig av lønnsomhetsbetraktninger og organiseringen av den videre utvikling.

Scenariene for videre utvikling beskrives først prinsipielt. I den videre beskrivelse av de enkelte bygg, vil noen bygg kunne gi flere muligheter ved å løftes opp til et høyere investeringsnivå/scenario, mens andre vil kunne benyttes tilnærmet slik de fremstår i dag, uavhengig av hvilket scenario de plasseres inn i.

Alle tiltak som gjennomføres skal muliggjøre videre utvikling uten at det krever endringer eller ombygginger før videre utvikling av konseptene.

Scenario 1

Dagens situasjon – benchmark

Dette scenariet innebærer ingen endringer i planløsninger eller tekniske anlegg, ut over rent vedlikehold. Det betyr at videre drift baserer seg på de muligheter som ligger i anlegget slik det fremstår i dag. Det forutsettes at etterslep i nødvendig vedlikehold, slik dette er vurdert i utarbeidet tilstandsrapport, er de eneste investeringer som foretas.

Scenariet beskrives som et sammenligningsgrunnlag og benchmark for de øvrige alternativer. I de fysiske løsningene gir dette ikke utslag i økte muligheter og bruk.

Forutsetninger

Det vil her være ulike forutsetninger. Det mest realistiske vil være at kommunen legger dette inn i sine investeringsplaner. Investeringene dekkes opp av «egne midler» og det det kan søkes om av tilskudd fra annen offentlig myndighet.

Det kan i tillegg vurderes hvor mye som er mulig å legge inn i økte utleieinntekter.

Mulige organisasjonsmodeller

Dette er et scenario hvor kommunen enten har valgt å fortsette som hovedeier og ansvarlig for løpende drift og utleie, eller ikke har lyktes å finne interessenter som kan tenkes i å inngå med egenkapital i den videre utviklingen av stedet. Vi vurderer at den mest aktuelle organisasjonsformen for dette scenariet vil være å fortsette dagens modell som er organisert i den kommunale linjen, med avgrensede og vel definerte samarbeidsavtaler med eksterne – med krav til økt profesjonalisering og innsats.

Lønnsomhetsvurderinger scenario 1

Scenarioet innebærer at vedlikeholdsetterslepet dekkes, men at driften ved Blaker skanse ellers blir om lag som i dag. I dette alternativet forutsetter vi også at kommunene har samme drifts- og vedlikeholdsutgifter knyttet til eiendommen som i dag. Disse vil selvsagt variere noe fra år til år, men vi antar at nivået over tid forblir stort sett uendret. I tillegg til at KunstSkansen leier lokaler, antar vi at det vil være en privat leietager som leier videre ut til brylluper, private leieboere mv.

Vi vurderer at regnskapene fra 2019 viser om lag nivå på driftsutgifter og inntekter ved en «normal-situasjon», uten unntakene som er nå ved koronarestriksjonene. Vi antar altså at regnskapet for 2019 viser tallene for et rimelig representativt år. Ut fra disse regnskapstallene ser vi blant annet at det er vesentlige høyere utgifter for kommunen enn inntekter knyttet til eiendommen. Netto utgifter er om lag 700 000 kroner, når vi har tatt bort tiltak som synes å være vedlikehold av mer ekstraordinær karakter.

Scenarioet inkluderer «minimumsinvesteringer» for å dekke inn vedlikeholdsetterslepet, jf. tilstandsvurderingen utarbeidet av BER Bygg og Eiendomsrevisjon AS. I tilstandsrapporten er disse beregnet til om lag 15,9 mill. kroner over ti år for hele Blaker skanse.¹ Dersom vi for enkelhets skyld sier at disse kostnadene fordeles jevnt over de første ti årene i analyseperioden (2022–31), gir dette årlige investeringer på minimum 1,59 mill. kroner i tiårsperioden. Merk at det i tilstandsvurderingen ikke er lagt inn kostnader ved oppussing, ombygging, heis, kjøkken mv.

Vi forutsetter at det i hovedsak er private arrangører av markeder, spel, konserter mv. Det vil si at de private arrangørene får billettinntektene, inntekter ved salg av mat og drikke mv. ved arrangementene. Det kan også være tredjeparter som får inntektene ved salg (for eksempel cateringfirma, food trucks mv.). Kommunen får kun leieinntekter for utleie av arealer og fasiliteter på skansen. Disse leieinntektene får kommunen indirekte gjennom avtale med driftsaktør.

Vi vurderer at ved økt markedsføring mv. kan aktivitetsnivået og inntektene øke. Sesongen for selskaper og arrangementer kan antageligvis «strekkes» og kapasiteten kan antagelig økes noe i den mest hektiske perioden, slik at man oftere kan få inn flere samtidige selskaper. Imidlertid er det etter vår vurdering ikke sannsynlig at aktivitetsnivået og inntektene ved denne typen aktiviteter vil kunne økes tilstrekkelig til å dekke kostnadene ved å dekke vedlikeholdsetterslepet. Selv i de mest optimistiske scenarioene, med betydelig økning i antallet selskaper (opp mot dobling), vil ikke økning i inntekter bli mer enn noen få hundre tusen kroner.

Konklusjonen er altså at kommunens investeringskostnader vil øke betydelig ved dette scenarioet, pga. dekking av vedlikeholdsetterslepet. Kommunens driftskostnader vil som nevnt ovenfor bli om lag som uendret sammenlignet med dagens nivå.

1 Disse tallene inkluderer beregnede kostnader fordelt på behovet for å rette opp forskriftsmangler, strakstiltak og behovet i periodene 1–5 år og 6–10 år, som beregnet i tilstandsvurderingen.

Aktivitetene og inntektene vil antagelig kunne heves ut fra dagens nivå, men det vil vær en begrenset økning. Hvordan inntektsøkningen for- deler seg mellom privat aktør og kommunen, vil avhenge av hvilken avtale kommunen har med den

private aktøren. I tabellen nedenfor har vi forutsatt at avtalen er om lag som i dag, eller noe bedre for kommunen (for eksempel at kommunens andel av utleieinntekter øker fra dagens 40 prosent til 50 prosent).

Scenario 1

Økte investeringskostnader for kommunen i scenario 1 (sammenlignet med dagens situasjon)

Minimum 15,9 mill. kroner over ti år.

Økte utleieinntekter for kommunen (sammenlignet med dagens situasjon)

0 –300 000 kroner per år, avhengig av hvor mye man kan få økt aktiviteten innenfor scenarioet (antall selskaper mv.) og avhengig av samarbeidsavtale mellom kommune og privat aktør

Scenario 2 Medium investeringsnivå

Scenariet legger opp til noe ombygning knyttet opp mot tilpasninger til ny bruk og nye aktiviteter som vil kunne gi skansen «flere ben å stå på». Aktuell bruk og aktiviteter tar utgangspunkt i konsept- utredningens forslag og utarbeidet forslag til visuell profil.

Nye aktiviteter kan være:

- Produksjon av lokal mat og drikke
- Legge til rette for faste utstillinger knyttet opp mot Blakers historiske utvikling
- Legge opp til muligheter for kjøp/salg av kunst med bedre forhold for mottak og lagring ved utstillinger av eksterne kunstnere.

I beskrivelsene knyttet opp mot de enkelte bygg vil disse ideene konkretiseres. *Det understrekes at det beskrevne er kun et mulighetsrom.* Før eventu- ell gjennomføring (prosjektering/bygging) av til- tak, må det utarbeides funksjonsanalyser og bygge- programmer med kostnadsberegninger som bekrefter eller avkrefter de skisserte mulighetene.

Det vil kunne legges inn mindre tiltak knyttet til oppgradering av utearealene i dagens tun i fest- ningsområdet.

Minimumstiltak

Etablere et serveringssted i Kommandantboligen med eget produksjonskjøkken. Åpningstid minimum fredag, lørdag og søndag. (Kun anretningskjøkken med «ekstern produksjon» bør være en del av scenario 1, som i dag).

Mulig kompletterende tiltak

Etablere ølproduksjon og pub i kjeller av Kommandantboligen. Åpningstider pub minimum fredag, lørdag og søndag.

Mulige organisasjonsmodeller

Dette er som i scenario 1 et scenario hvor kommunen enten har valgt å fortsette som hovedeier og ansvarlig for løpende drift og utleie, eller ikke har lyktes å finne interessenter som kan tenkes i å inngå med egenkapital i den videre utviklingen av stedet, men hvor kommunen likevel satser mer på utvikling. En aktuell organisasjonsform for dette scenariet kan også her være å fortsette dagens modell i den kommunale linjen, eller bedre: å gå et skritt videre i profesjonalisering av drift og utvikling med etablering av et kommunalt selskap. Her må det deligeres med tydeligere definert mandat og roller. Her plasseres ansvar for strategi, utvikling og drift hos dedikert styre og ledelse. Budsjetttrammer gis av kommunestyret. Lykkes styret og ledelsen, kan man snart være i scenario 3.

Lønnsomhetsvurdering scenario 2

Scenario 2 omfatter flere alternativer for større og mindre investeringer og tiltak, med et stort potensielt spenn i relaterte kostnader. Tilrettelegging for faste utstillinger knyttet opp mot Blakers historiske utvikling vil for eksempel kunne innebære forholdsvis lave kostnader (antagelig fra noen få hundre tusen kroner), mens produksjon av lokal mat og drikke kan innebære betydelige investeringer, gjerne flere millioner kroner eller mer (blant annet avhengig av skala og hvilke fasiliteter som behøves).

Dersom vi ser på minimumstiltaket i scenariet, det å etablere et serveringssted i Kommandantboligen med eget produksjonskjøkken, vil trolig kostnadene ved investering i produksjonskjøkken være den største utgiftsposten. Kostnadene vil her antagelig som minimum bli noen hundre tusen kroner, men antagelig betydelig mer. Kostnadene ved renovring og oppussing av lokalene som serveringsstedet ellers skal disponere kan også bli store, avhengig av standard og hvor store lokaler som skal brukes. Investeringskostnadene vil kunne bli flere millioner kroner, selv uten investering i pub i kjelleren. Dersom man kun legger til rette for et enklere serveringslokale, med for eksempel kafédrift på dagtid, vil investeringskostnadene kunne bli lavere.

Det vil antagelig være betydelig usikkerhet knyttet til markedsgrunnlaget ved oppstart av et serveringssted. Dette tilsier at det kan være hensiktsmessig at utleien subsidieres og at leieprisene ikke settes for høyt innledningsvis. Det er ikke sannsynlig at leiepriser kan settes slik at kostnadene ved det betydelige vedlikeholdsetterslepet dekkes inn. Dersom serveringstedet/puben får fotfeste i markedet, kan det være aktuelt å øke leieprisen etter hvert.

Et spørsmål er også hvem som skal ta kostnadene og risikoen knyttet til investeringene, jf. punktene 1–3 ovenfor. I og med at risikoen knyttet til etterspørselen antagelig er stor, kan det være hensiktsmessig at kommunen bærer risikoen. Dette kan gjøre det lettere å få inn en leietaker som kan drive et serveringssted.

Etter vår vurdering kan et mulig spor være å gå i dialog med ulike interessenter (innenfor hva anskaffelsesregelverket setter av rammer) for å se på hvilket alternativ (konsept for serveringssted) som vil ha best muligheter til å bli økonomisk bærekraftig. En slik dialog kan også gi kunnskap om hvilke risikoer private investorer er villige til å ta mht. for eksempel investeringer i produksjonskjøkken. Et annet alternativ er at kommunen gjør investeringen i produksjonskjøkken og ev. renoverer lokalene slik at de blir attraktive som serveringssted, for deretter å utlyse en konkurranse om drift av et serveringssted.

Et serveringssted vil kunne bringe flere besøkende til Blaker skanse. Dette vil igjen kunne få flere besøkende og inntekter til annen aktivitet på skansen og i nærområdet, som gallerier, utvalg av kunsthåndverk mv. Økonomien til serveringsstedet eller utleie av lokaler til det kan i et slik perspektiv ikke ses isolert, men må vurderes i en bredere kontekst.

Konklusjon: Scenarioet legger grunnlag for mer aktivitet og større tilfang av «eksterne» besøkende på Blaker skanse, som ikke kommer for brylluper eller selskaper. Det er imidlertid ikke gitt at

scenarioet er mer «kommuneøkonomisk»/bedriftsøkonomisk lønnsomt enn scenario 1. Tvert om kan det innebære høyere utgifter for kommunen, for eksempel dersom kommunen dekker deler av investeringskostnadene i kjøkken/spisestedets lokaler. Imidlertid legger det til rette for nye aktiviteter på Blaker skanse, innenfor noe som antagelig kan kalles et moderat investeringsnivå utover det som er i scenario 1.

I scenario 2 vil kommunens driftskostnader bli om lag som i dag. Driftskostnadene som privat aktør har knyttet til spisestedet, vil kunne variere fra noen hundre tusen kroner per år, til mange millioner, avhengig av blant annet åpningstider, kapasitet, bemanning og standard på spisestedet. Driftskostnadene vil naturlig nok variere svært mye mellom ytterpunkter som en kafé som drives på dagtid noen få dager i uken, til en «fine dining»-restaurant med «normale» åpningstider på kveld (og ev. til lunsj) gjennom uken. Også driftsinntektene knyttet til spisestedet/pub vil naturlig nok også kunne variere sterkt, fra noen få titusen kroner per dag, til muligens 100–200 000 per dag. Imidlertid må det understrekes at det er betydelig usikkerhet knyttet til inntektsgrunnlaget for et spisested på Blaker skanse.

Scenario 2

Økte investeringskostnader i scenario 2 (sammenlignet med scenario 1)

1,5–10 mill. kroner, avhengig av standard og areal som skal oppgraderes i Kommandantboligen. Det kan være både kommunen og privat investor som bærer disse kostnadene, avhengig av hvordan kommunen ønsker å redusere risiko for privat aktør.

Økte utleieinntekter for kommunen

0–300 000 kroner per år, avhengig av blant annet standard, areal som skal leies ut og hvor mye serveringsstedet skal subsidieres gjennom utleie, det vil si hvilken leiepris kommunen tar fra spisestedet. Det kan være aktuelt å øke leiepris etter en innledende periode/etableringsfase.

Scenario 3

Høyt investeringsnivå

Tiltak innenfor dette scenariet betinger muligheter for etterprøving av lønnsomhet i allerede gjennomførte tiltak.

I dette scenariet kan det legges inn påbygginger og/eller nybygging som dekker muligheter for flere aktiviteter og et høyere aktivtetsnivå. Tiltakene vil hovedsakelig knyttes opp til bygg og landskap utenfor selve festningsområdet. Innenfor festningsområdet vil disse tiltakene begrenses til innvendige ombygninger som kan tilrettelegge for økt aktivitet.

Ny aktivitet kan være:

- Utvidelse av utleiemuligheter for utøvere av kunst og kultur
- Utvidelse av innendørs aktiviteter for forestillinger og konferanser
- Utvidelse av utstillingsarealer og kommersielt kjøp/salg av kunst
- Overnattingsmuligheter for konferanser og «artist in residens»
- Muligheter for kunstnerboliger med verksteder, eventuelt rene verksteder

Disse tiltakene vil kunne knyttes opp mot bygg i randsonen av festningsområdet (utenfor tunbebyggelsen) og Nansen bygget. *Det understrekes at det beskrevne er kun et mulighetsrom. Før eventuell gjennomføring (prosjektering/bygging) av tiltak, må det utarbeides funksjonsanalyser og byggeprogrammer med kostnadsberegninger som bekrefter eller avkrefter de skisserte mulighetene.*

Det bør på dette nivået også utredes mulighetsrommet for tilbakeføring av vollene rundt festningsområdet. I tillegg en ytterligere oppgradering av tunet og arealene mellom Nansenbygget og festningsområdet.

Minimumstiltak

- Etablering av scene/Black Box i Nansenbygget. Dette rommet bør utformes slik at det kan ha en generell anvendelighet for ulike bruk
- Tilrettelegge for flere utleieobjekter i kjeller ved en rasjonalisering/ombygging av arealene her (band og andre likeartede virksomheter)
- Tilrettelegge for kurs-/konferanse arealer i 1. og 2. etasje ved enklere ombygninger
- Tilrettelegge for utleie til kunstnere eller andre med dagslysbehov i 2. etasje. (Supplement til, eller i stedet for konferanser, dersom dette er mer lønnsomt)

Supplerende tiltak

Etablering av kunstnerboliger (eventuell annen utleie) i randsonerbebyggelsen.

Alternativt tiltak

Etablering av nybygg med skreddersydd plan og arealtilgang for konferanser, utleie og overnatting med minimumstilbud på servering. Suppleres av tilbud i Kommandantboligen.

Forutsetninger

Det vil her være ulike modeller.

1. Kommunen står for investeringene og legger inntjeningen inn i utleien.
2. Etablerer står for investeringene med et utleienivå som reflekterer investeringsnivået.
3. En «Investor» står for alle etableringene i en avtale med kommunen.

Mulige organisasjonsmodeller

Kommunen kan her fortsatt ha valgt å fortsette som eier og ansvarlig for investeringer, løpende drift og utleie, eller ha lyktes å finne interessenter som kan tenkes i å inngå med egenkapital i den videre utviklingen av stedet. I begge tilfeller bør kommunen satse på profesjonalisering av drift og utvikling, enten gjennom et kommunalt selskap med tydeligere definert mandat og roller eller gjennom et selvstendig aksjeselskap med eksterne medeiere og investorer. Her plasseres ansvar for strategi, utvikling og drift hos et dedikert styre og ledelse, som må forholde seg til selskapets vedtekter og generalforsamling. Vi anbefaler at kommunen i dette tilfellet som et minimum sikrer seg negativ kontroll med selskapet (34 % eierandel), eventuelt supplert med en aksjonæravtale som regulerer styrets sammensetning og eiersammensetning samt krav til eiere. Vi anbefaler også at kommunen beholder eiendomsretten til området, men at en tidsbegrenset (men fornybar) og formålsrettet bruksrett til eiendommen er overdratt selskapet som en del av egenkapitalen.

En stiftelse kan også være aktuelt i dette tilfellet, dersom eksterne sponsorer/bidragstakere i mindre grad ønsker å ta del i ansvaret for den videre driften. Som i tilfellet med aksjeselskap bør kommunen beholde eiendomsretten til området.

Lønnsomhetsvurderinger for scenario 3

Tiltaket innebærer en rekke mulige alternativer, med et svært stort spenn i investeringskostnader, fra antagelig noen millioner kroner til flere titalls millioner kroner. Spennet i inntektspotensial er også meget stort, blant annet avhengig av hva eiendommene skal anvendes til.

Det bør gjennomføres markedsanalyser for flere av alternativene, for eksempel etterspørselen etter og eksisterende kapasitet på kurs- og konferanselokaler i området. Markedsgrunnlaget og potensielle inntekter for kurs-/konferanse i Nansenbygget er usikkert, og avhenger blant annet av tilgangen til tilsvarende fasiliteter andre steder i nærområdet. Et eksempel kan imidlertid illustrere: Dersom man for eksempel har arrangementer (kurs, seminar eller lignende) to dager per uke i 44 uker i året, med utleieinntekter på 4 000 kroner per arrangementsdag, vil inntektene være 352 000 kroner gjennom året. Antagelig kan dette sees på som et øvre anslag. Inntekter ved ev. salg av mat og drikke vil komme i tillegg, men driftskostnadene må trekkes fra når lønnsomheten beregnes. Det er forholdsvis sterk konkurranse i markedet for utleie av lokaler til kurs, konferanser mv., og dette er med på å begrense hvor høy pris som kan tas for utleie. Inntektene ved utleie til kunst- og kulturformål vil antagelig også være begrensede. Imidlertid kan dette bidra til økt aktivitet i Nansenbygget og på skansen.

Kostnadene ved oppgradering av Nansenbygget kan skjematisk skisseres ved gjennomsnittlig kostnad per kvm. Hvis arealet er maks 1 200 kvm, og ombyggings-/oppussingskostnad per kvm er 10 000 kr, blir investeringskostnaden 12 mill. kroner. Inntektene som man vil kunne få fra utleie til kurs, konferanser mv. samt kulturformål vil neppe kunne dekke kostnadene i denne størrelsesorden, men ved en mer begrenset oppgradering kan en større andel bli dekket.

Kommunen bør involvere profesjonelle eiendomsutviklere i dette scenarioet. Det vil være viktig å ikke kun se på Blaker skanse isolert i scenariet, men tenke helhetlig stedsutvikling.

2 – Bygg innenfor festningsområdet



Generelt

Som utgangspunkt for den videre utvikling av Blaker skanse, beskrives her anlegg innenfor festningsområdet. Dette utgjøres av festningstunet og byggene rundt. Bygg i randsonen, som er en del av kommunens ansvar i dag, trekkes inn dersom det blir aktuelt å påbegynne og gjennomføre scenario 3.

Innenfor festningsområdet vurderes også utomhus tiltak knyttet til «tunet».

Bygg 1

Kommandantboligen



Generelt

Bygget vil være det som er best egnet til igangsetting av tiltak i en første etappe av utviklingen mot et nytt konsept. Bygget har stort potensiale for kommersiell bruk og kan rendyrkes som et bygg for serveringstilbud for arrangementer og besøkende samt ulike typer utstillinger. Her vil det kunne legges til rette for økt aktivitet innenfor servering av lokalmat og lokalt øl. Aktiviteter og aktivitetsnivå er avhengig av mulig og anbefalt investeringsnivå og anbefalt bruk av bygget.

Tilgjengelig areal burde være stort nok til å kunne drive både servering og utleie for private arrangementer parallelt. Hvis arrangementet benytter hele kapasiteten, vil serveringsarealet stenges for andre gjester. Dette betinger at selskapet benytter serveringsstedets kapasitet og ikke eksternt catering. Mindre selskaper kan benytte egen catering i det areal som leies.

Det blir nødvendig å investere i heis for å oppnå livsløpsstandard og god tilgjengelighet. I Scenario 2 (eller 3), bør også trapperom bygges noe om for enklere tilgang og orientering mellom etasjene. Atkomst og trapp lengst til høyre øremerkes utstillinger ved fullbooking av serveringsareal i 1. etasje. Da kan serveringsarealer benyttes i sammenheng uten å «krysse» trafikk til utstillingene.

Servering mat og drikke – arrangementer

Dages spisesal og tegnesal kan benyttes som serveringsareal slik som i dag. Dette kan ligge inne allerede i Scenario 1 dersom det ikke krever en «visuell oppgradering».

Produksjon av mat

I Scenario 2 vil det kunne etableres et produksjonskjøkken i dagens kjøkkenareal. Leilighet kan være støtteareal eller benyttes til undervisning i lokalmatproduksjon og historie. Kan eventuelt benyttes for «artist in residens».

Ølproduksjon

Med et investeringsnivå tilsvarende Scenario 2 (eller 3), kan kjellerareal som i dag kun sporadisk benyttes som lager (tidligere grovkjøkken), benyttes til å etablere ølproduksjon. Denne vil da ligge gunstig med tanke på å benytte peisestuen som en «pub». Det kunne vurderes å fjerne deler av vegg mellom pub og ølproduksjon for å la gjestene få et nært og direkte forhold til produksjonsarealet. Dette vil i tillegg være miljøskapende.

Utstillinger

I Scenario 1 vil 2. etasje kunne benyttes til «in house» utstillinger som i dag. I Scenario 2 vil utstillingsareal kunne utvides ut over dagens behov. Kan dekke historiske utstillinger med gjenstander fra utgravninger. Dette innebærer å benytte areal for hybler, styrerom og «Yogarom». Auditorium i kjeller gjøres tilgjengelig for utstillinger, eller benyttes til kurs/konferanse. Grupperom i 1. etasje kan endres til billettkontor (eksterne utstillinger), salg av lokal kunst og utpakking av kunst (eksterne utstillinger).

Eventuell overnatting (Scenario 2/3)

Styrerom, konferanserom og hybler i 2. etasje kan, dersom utstillingsareal reduseres, oppgraderes til enkle hotellrom med bad og med rømning til to trapperom. Benytter leilighet i 1. etasje som resepsjon og administrasjon. Leiligheten kan også benyttes for «artist in residens» dersom det ikke bygges om til flere hotellrom i 2. etasje.

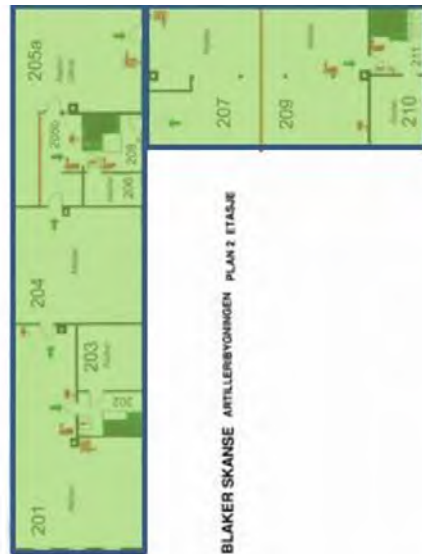
Toaletter og garderober

Toalettene i kjeller kan i Scenario 1 benyttes som i dag. Standard og innredning kan heves noe ved oppgradering til Scenario 2.

Bygg 2 Artilleri-/magasinbygningen



1. etasje



2. etasje



Loft

Generelt

Bygget disponeres av kunstnerne i dag, med unntak av festsalen i 1. etasje. Denne disponeringen opprettholdes. Kjeller er ikke vist, men funksjoner opprettholdes.

Her vil etterslep av vedlikehold (Scenario 1) måtte dekkes inn som et minimum. Oppgradering til Scenario 2 vil ikke påvirke kunstnerarealene i stor grad. I Scenario 2 bør Festsalen følge en oppgradering som hensyntar historisk opprinnelse. Ingen innredninger eller møblering skal «forstyrre».

Anretningsrommet kan i Scenario 2 innredes slik at det er mulig med et «kok/kjøl»-prinsipp for catering. Kan betjenes fra kjøkken i kommandantboligen eller ekstern leverandør.

Atelier/verksteder

Disse kan beholdes som i dag. Scenario 1 dekker nødvendige tiltak. KunstSkansen selv kan foreslå eventuelle effektiviseringer/endringer innenfor rammene av Scenario 2.

Servering mat og drikke

Festsalen benyttes til dette formål. Benyttes hovedsakelig ved arrangementer av brylluper og lignende. Kan betjenes ved ekstern catering eller fra kjøkken i Kommandantboligen. KunstSkansen kan disponere rommet etter avtale med utleieansvarlig. Kan benyttes innenfor alle scenarier, men med ulik standard/kapasitet. Aktuell tilleggsbruk kan være kursvirksomhet.

Bygg 3 Krutthuset



Generelt

Dette bygget er det som best har bevart sin opprinnelige historiske utforming, unntatt nytt takbygg. Rommet har jordgulv. Her bør gulv settes i stand i Scenario 2. Det kan vurderes om taket skal tilbakeføres til det opprinnelige ved Scenario 3 slik at det er mulig med et «kok/kjøl»-prinsipp for catering. Kan betjenes fra kjøkken i kommandantboligen eller eksternt leverandør.

Bygget kan benyttes til utstillinger og som et kontemplasjon-/meditasjonsrom for et mindre antall personer av gangen. Kan også benyttes som et enkelt seremonirom (livssynsnytralt). Viktig at ny bruk hensyntar opplevelsen av kulturminnet og ikke fyller det med møbler og gjenstander.

Toaletter/garderobes

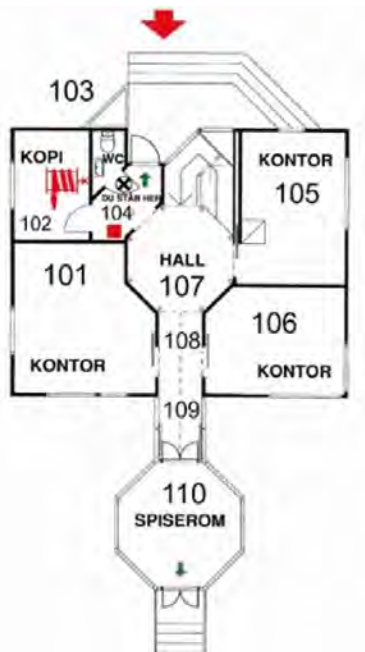
Det er ikke aktuelt å installere våtrom i bygget. Toalett-/garderobefasiliteter må dekkes i Kommandantboligen.

3 – Bygg utenfor festningsområdet

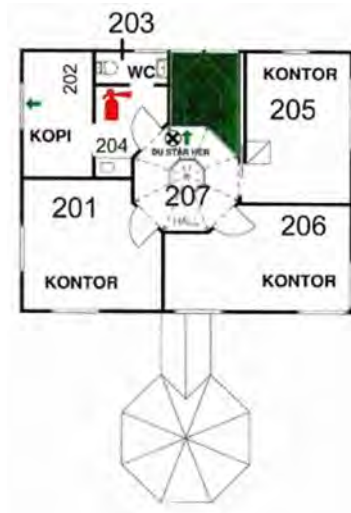
Generelt

Dette omfatter byggene 5–8 på vollen i nord-øst. Byggene ligger innenfor det som er definert som bevaringssone. Tiltak ligger i Scenario 3.

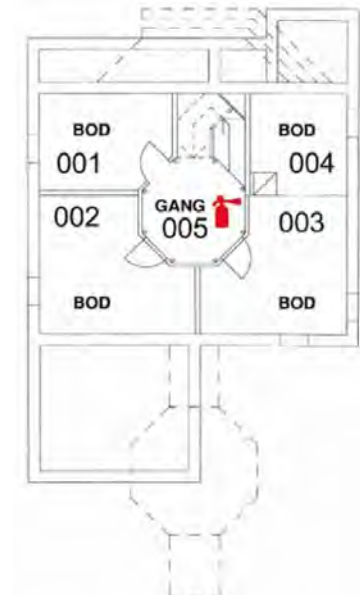
Bygg 2 Artilleri-/magasinbygningen



1. etasje



2. etasje



Kjeller

Generelt

Bygg 5 benyttes i dag til kontorer. Bygget har en særegen utforming, som bør ivaretas som en kvalitet.

Alternativ bruk

I Scenario 1 benyttes bygget videre som i dag.

I Scenario 3 kan det eventuelt bygges om til kunstnerbolig med verksted. Kan egne seg for mindre familier eller kunstnerkollektiver. Eventuelt videreføring som kontorer med høyere standard.

Øvrige bygg i randsonen

Bygg 6 – Materiallageret: Disponeres i dag av drift (kommunen), og kan med fordel utnytted mye bedre som kaldt lager uten større investeringer. I et scenario 3 kan dette utvikles til en «satellitt» av MiA s avdeling for bygningsvern i Follo dersom dette blir aktuelt.

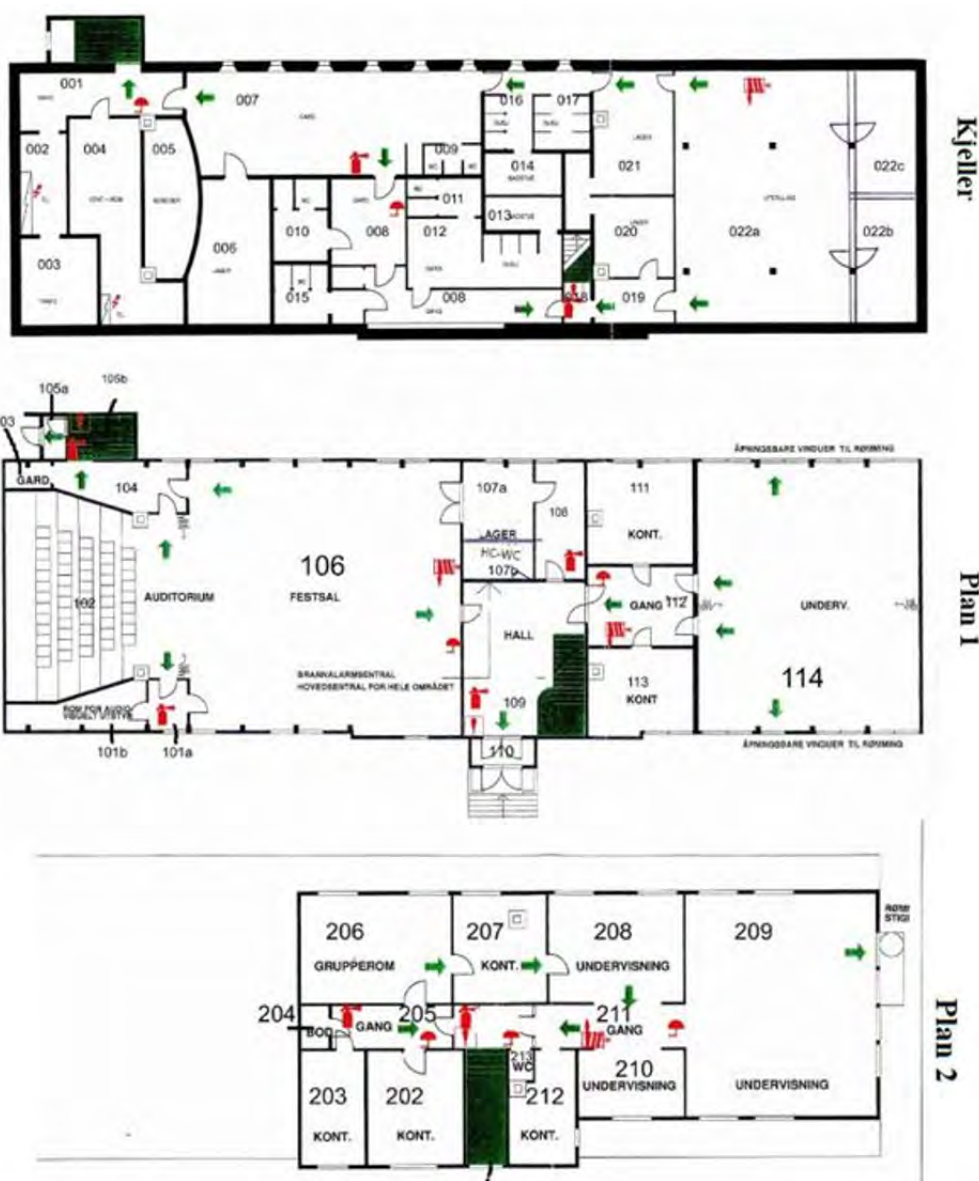
Bygg 7 – Uthus. Kan i et Scenario 3 bygges om til kunstnerbolig.

Bygg 8 – Lærerbolig med 2 boenheter. Den ene er utleid. Disse kan opprettholde dagens bruk, eventuelt bygges om/rehabiliteres innvendig til spesialbolig og atelier for kunstnere. Kan egne seg for mindre familier eller kunstnerkollektiver.

Nansenbygget

Generelt

Bygget egner seg utmerket til et kombinert kulturhus og kurs-/konferansesenter. Ved Scenario 1 kan bygget benyttes som i dag. Mulig at aktivitet kan økes noe fra dagens nivå ved et høyere aktivitetsnivå på resten av selve Skansen. Kan også være avhengig av en annen organisasjon og driftsmodell.



Ved et Scenario 2 vil det kunne legges inn ombygninger som kan skreddersys behov og bruk. Løsning er avhengig av arealbehov og besøkstall. I et Scenario 3 kan det legges inn påbygning som kan øke utleiearealet. I dette scenariet kan det alternativt også vurderes å bygge et nybygg, hvis dette gir bedre løsninger i forhold til investeringsnivået. Gir også mulighet for nye typer aktivitet.

Utleie kunst og kultur

Ved et Scenario 2 kan det foretas noe endring i romstruktur. Størrelse på støtteearealene garderobe/toalett kan muligens reduseres og effektiviseres. Vil gi rom for større utleieareal for band og annen kunst- og kulturvirksomhet. Utleie til dette formålet bør samles i kjelleretasjen.

I et Scenario 3 kan det også legges opp til utvidelser innenfor de samme funksjoner og tilbud. Gjelder også ved eventuelt nybygg.

Utleie arrangementer og kurs/konferanser

I et Scenario 2, kan festsal omgjøres til konferansesal med flatt gulv auditorium (eventuell svak helning). Dagens auditorium tilbakeføres til sceneareal med direkte atkomst til «Back Stage» i kjeller. Scene utformes som et generelt rom som også kan benyttes som «Black Box» uavhengig av festsalen (undervisning/kurs).

Undervisningsrom og kontorer benyttes som konferanserom og/eller leies ut til kultur. Kjøkken og lager beholdes som i dag, men oppgraderes med større kapasitet på «tørrmat» produksjon og anretning basert på catering utenfra.

Eventuelt nybygg

I et Scenario 3 vil det kunne velges å bygge et helt nytt bygg. Dette er en beslutning som må tas før det besluttes løsninger for ombygging/påbygging. Nybygg er et alternativ til dette.

I tillegg til det som er vist, kan det legges inn ytterligere utstillingsareal med billettsalg og butikk dersom det viser seg at dette blir et behov. Innredet areal i Kommandantboligen kan enten beholdes, skaleres ned eller benyttes til annen virksomhet for utleie.

Det kan også legges inn overnattingstilbud med kafe/restaurant dimensjonert på et nivå tilpasset sambruk med serveringstilbud i Kommandantboligen.

4 – Landskap

Generelt

Det bør utføres en landskapsarkitektfaglig utredning for å vurdere hvilke tiltak som er fornuftige og gjennomførbare. Det bør legges vekt på møteplasser av ulik utforming. Dessuten uteareal for barn og unge, gjerne kombinert med tilpassete utendørs utstillingsobjekter. Dyrkbare arealer for ulike urter som også kan benyttes i den lokale matproduksjon, bør også vurderes.

Festningsvollen

Det er et uttrykt mål å tilbakeføre så mye som mulig av vollene rundt festningen. Dette er også et forslag som kommer frem i tidligere utført stedsanalyse. Større trær som kan være med på å stabilisere vollen, må vurderes før eventuell fjerning.

Bakgrunnen for dette er at vollene skal være mer synlige og gi en god visuell opplevelse av festningen, både i fjernvirkning og fra atkomstveiene frem til festningen. Spesielt atkomsten fra jernbanestasjonen og synligheten fra Glomma er viktig.

Festningstunet

Fungerer fint slik det er utformet i dag. Det bør utarbeides en landskapsplan utformet med henblikk på de aktiviteter som kan være aktuelle i forhold til fremtidig konsept. Aktivitetsnivå må tilpasses vernestatus.

Uteareal ved Nansen bygget

Utearealet mellom Nansen bygget, og festningen er i dag delt opp av en kjørevei og parkering. Her bør det vurderes tiltak som tilrettelegger for økt aktivitet i forbindelse med utearrangementer som spel og markeder. Økt aktivitet bør legges til dette området for å redusere presset på bruk av tunet i festningsområdet.

5 – Adkomst og logistikk

Generelt

Behovet for tilrettelegging av logistikken i området, er knyttet opp mot forventede besøkstall. I tillegg en vurdering av spesielle tiltak ved toppbelastninger knyttet til spesielle spel og markeder. Frekvens og hyppighet av disse må vurderes. Det bør utarbeides en egen studie utført av trafikkfaglig kompetanse.

Adkomst fra kollektivtransport og fotgjengeradkomst

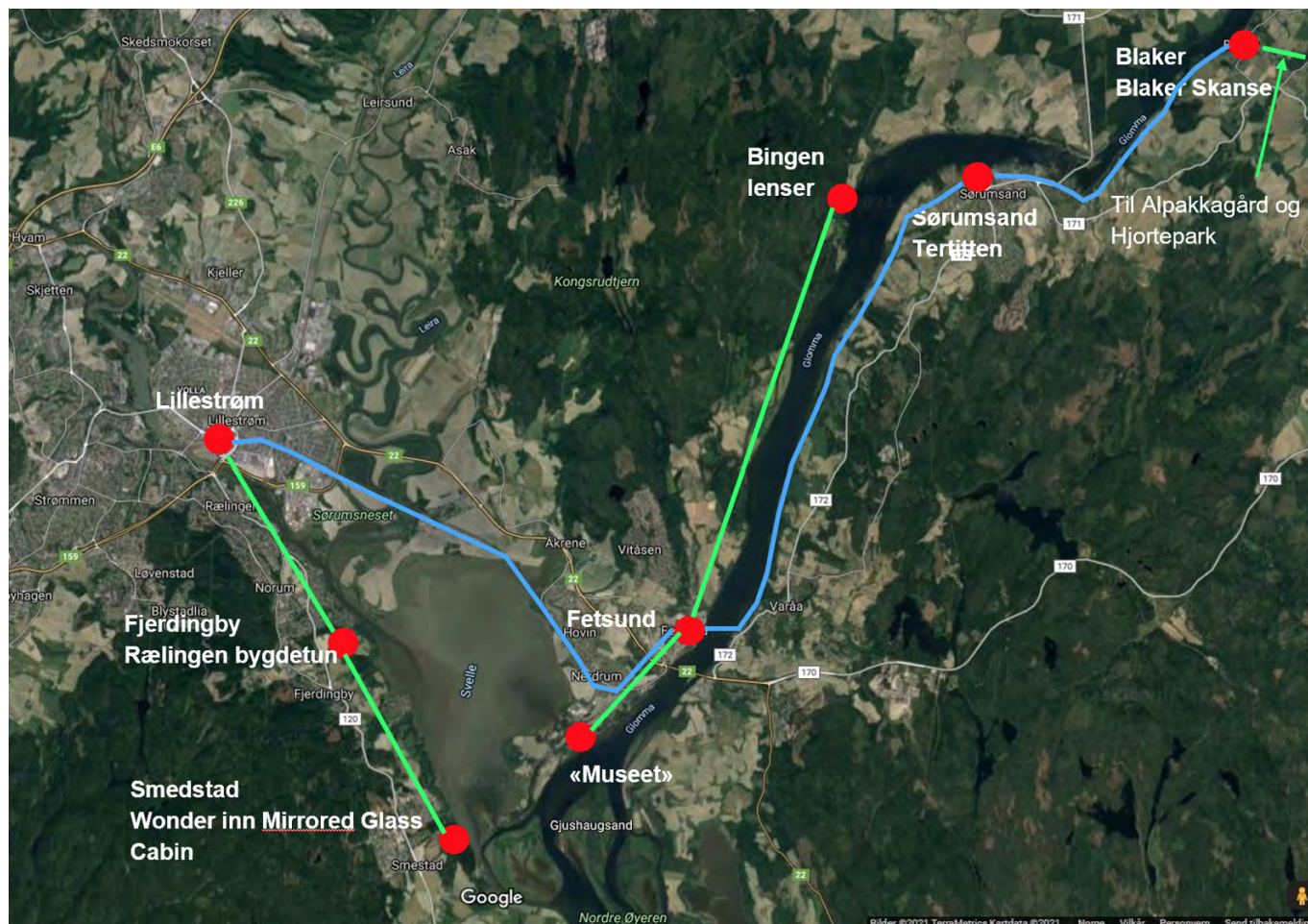
Kollektivtransport i dag er tog fra Oslo og buss fra Lillestrøm til Bjørkelangen. Her vil en videre dialog med operatørene vise hvordan de tenker seg fremtidens dekning vil se ut. Innspill om konseptet på Blaker skanse kan presenteres for dem for å se om dette kan gi noen tilpasninger, og eventuelt økte muligheter for hyppigere avganger.

Biladkomst

Det bør være et mål å redusere behovet for biladkomst ved en bedret kollektivdekning. Det vil måtte tas hensyn til topper i besøkstallet som vil betinge midlertidige parkeringsplasser. Dette kan løses som i dag ved bruk av deler idrettsplassen bak Nansenbygget.

Fremtidig transportopplegg for destinasjoner i Tømmerruta

Etappe 1-10 år



— Tog

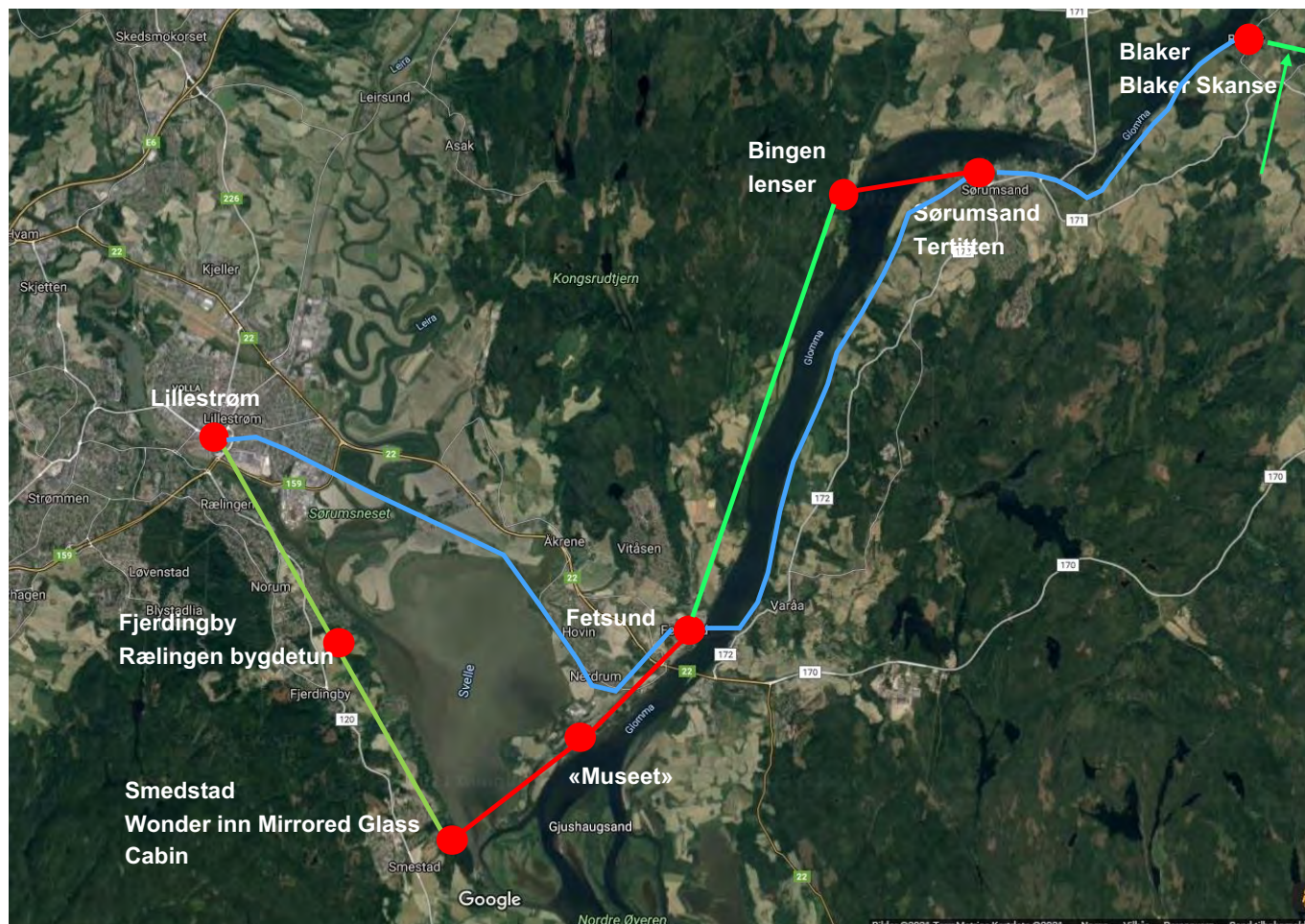
— Elektrisk veibasert kollektivtrafikk

Tog med hyppigere avganger vurderes på strekningen Lillestrøm (Oslo) Blaker

Elektrisk veibasert kollektivtrafikk (Fremtidige løsninger med minibusser, muligens førerløse) Kan

benyttes mellom Lillestrøm og Smedstad samt Fetsund og Bingen. Dessuten mellom Blaker og Killingmo Alpakkagård og Hjorteparken. Kan «kobles på» Tertitten.

Etappe 2–20 år



- Tog
- Elektrisk veibasert kollektivtrafikk
- Gondol

I en fremtidig transportløsning bør det tenkes kreativt på løsninger som kan kombinere lokalt transportbehov og transportbehovet for turisme knyttet til de ulike destinasjoner i Tømmerruta. Dette kan være etablering av gondolbane som vil være en attraksjon i seg selv og gi god utsikt til Nord Europas største våtmarksområde og Fetsund lenser. Realismen i et slikt konsept må utredes av transportfaglig kompetanse, slik det blant annet er gjennomført i Trondheim av E.C. Dahls eiendom og Rambøll.

En løsning som vist over vil gi muligheter for å binde turismålene i Tømmerruta sammen og slik bygge opp under synergier som kan øke tilgjengelighet og besøkstall. Dette som et supplement til tog og elektrifisert veibasert kollektivtrafikk.

Anbefaling

– fremtidsmodell

Kulturarven som ressurs

Reiseliv er en av verdens raskest voksende næringer og med regjeringens nye strategi for kultur og reiseliv skal Norge styrke sin posisjon som attraktiv kulturdestinasjon. Så hvordan kan Blaker skanse ta sin andel av denne veksten?

Kultur og turisme er et viktig næringsområde for Romerike. Kommunene på Romerike er i gang med et strategisk samarbeid på næringsområdet bl.a. gjennom opplevelsesturisme og Tømmerruta. Langs Tømmerruta finner man opplevelser for store og små både til lands og til vanns. Kulturliv, friluftsliv og naturopplevelser er en viktig del av opplevelses-tilbudet for både lokale og nasjonale tilreisende. Mange turister søker opplevelser innenfor lokalmat, natur og kultur og Romerike er en etablert region på lokalmat. Glommavassdraget og Blaker skanse er et unikt reisemål, med stort potensial for å tiltrekke seg besøkende og turister.

Blaker skanses kulturarv er en ressurs som gir muligheter for verdiskaping og næringsutvikling gjennom kommersielle opplevelser og nye bruksmuligheter for ulike kulturnæringer og reiselivsnæringen. Blaker skanse som kulturminne skaper steds karakter og tilhørighet og beriker opplevelsen. Skansen har sin naturlige plass i næringssammenheng og i opplevelse- og attraksjonsutvikling av kommunen.

Godt tilrettelagte kulturopplevelser gir bedre besøkstall samt mulighet for å skape nye attraksjoner og opplevelser i regionen. Skansen har en viktig plass i lokalsamfunnet og betyr mye for nærmiljøet og innbyggerne.

Må satse på helårsdrift

Gjennom å øke bevissthet om verdien av Blaker skanse som viktig kulturminne og kulturleverandør kan vi skape kvalitetsprodukter som bidrar til økte inntekter i næringssammenheng og som kommer bevaringsarbeidet til gode. Vi må utvikle produkter som kan trekke turister hele året. Å holde trykket oppe på produkt og opplevelsesindustrien vil i fremtiden være svært viktig for å trekke flere besøkende. Blaker og Romerike har mye å by på, og det er mange innovative aktører i reiselivet i denne landsdelen. Ved å levere høy kvalitet og være profesjonelle kan vi skape gjenkjøp.

For å møte ambisjoner om bærekraftig destinasjonsutvikling med regional, nasjonal og internasjonal appell vil kravet til innovasjon og fremtidsrettet produkt- og tjenesteutvikling stå sentralt. Arbeidsgruppen Dinamo/Ross konsept ist. arkitekter vil på det sterkeste anbefale at det legges opp til en utbyggingsstrategi som ser Blaker skanse *som en del av de viktige turistmål som er definert i Tømmerruta*. Det bør etableres dialog og samarbeid med aktører som Visit Greater Oslo samt andre relevante reiselivsvirksomheter. Dette innebære å kunne realisere aktiviteter innenfor Scenario 2, helst også flere av de foreslåtte innenfor Scenario 3.

Dette innebærer å gi destinasjonen et innhold som samsvarer med *alle* de tre hovedstolpene i konseptutredningen. Det er viktig at destinasjonen oppleves både som mangfoldig og historisk, hvor de historiske elementer kan «*leses*» og *oppleves* ved besøk til Skansen. Dette gjelder også for spel og markeder som arrangeres i området. De må oppleves som historisk autentiske hvor ikke bare aktører, men også besøkende oppfordres til å bruke kostymer og utsyr som bygger opp under opplevelsen. Konferer for eksempel middelalder festivaler i Horsens (Danmark) og Visby (Gotland).

Det er samtidig viktig å opprettholde skansen som en kunstarena som bygger opp under det arbeid som er lagt ned av KunstSkansen opp gjennom årene. *Denne arenaen vil ha et høyt kunstnerisk nivå.*

Offentlig og privat samarbeid

For å oppnå suksess på det nivå som følger opp ambisjoner og målsettinger i denne rapporten, er det viktig at alle gode krefter innenfor det offentlige og blant dedikerte private investorer, *går sammen i et forpliktende arbeid innenfor en organisasjonsstruktur som letter samarbeid og fremmer kreativitet.*

Vedlegg

– kommunikasjonsstrategi

Kommunikasjonsstrategi

Når omfang av endelig konsept og prosjekt er besluttet og skalert skal det utvikles en operativ kommunikasjonsstrategi basert på en digital, metodisk tilnærming.

Kommunikasjonsstrategien skal bidra til målrettet og helhetlig kommunikasjon av merkevaren og Blaker skanses visjon og posisjon i alle sammenhenger. Den skal sørge for konsistent kommunikasjonen av destinasjon, produkter og tjenester til enhver tid.

Det er ikke tilstrekkelig at ledelsen har bestemt seg for hva virksomheten skal kommunisere ut til markedet, det må også forankres hos de ansatte og samarbeidspartnere. Målet er at alle involverte skal bidra som gode ambassadører og formidle samme budskap tydelig og utvetydig. En tydelig stemme og klar identitet er vesentlige konkurransefaktorer og sentralt i merkebyggingen.

Kommunikasjonsstrategien innebærer i korte trekk å klarlegge nåsituasjonen, identifisere målgrupper, definere mål og ønsket omdømme, velge hvordan kommunikasjonen skal foregå, definere føringer, klarlegge hva som skal kommuniseres, i hvilke kanaler og medier og hvordan respons skal følges opp.

Overordnet mål

Vårt overordnede mål med kommunikasjonsstrategien er å bygge og styrke omdømmet til Blaker skanse, både i bransjen og ut mot målgruppene. Strategien skal gi oss en felles forståelse av hvordan vi ønsker å framstå og hvordan vi ønsker å snakke til verden rundt oss. Det er slik vi kan klare å skape en tydelig posisjon, både hos målgruppene våre og i bransjen for øvrig.

Opplevelsesindustrien er i endring

Skreddersydde tilbud, ny teknologi, miljøhensyn og bærekraft er ikke bare trender, men starten på en filosofi og forretningsmodell vi må forholde oss til. Det er mindre fokus på tradisjonelle merkevarer og mer fokus på skreddersydde opplevelser og produkter. Norsk og lokal turisme er den nye trenden. Kategorien preges av mange ulike, nye aktører som etablerer seg og konkurransearenaen får noen strukturelle endringer. Det kan få betydning for Blaker skanses nye rolle som opplevelsesprodusent og produktutvikler. Rollen er blitt mer omfattende, og et tett og konstruktivt samarbeide med aktørene i kategorien er fortsatt en forutsetning for suksess. Det har ikke blitt mindre viktig å fremstå med en tydelig og unik identitet og måten vi kommuniserer på.



Hvordan lykkes med å utvikle den attraktive og bærekraftige destinasjonen Blaker skanse

Det gjør vi gjennom å foredle Blaker skanses ressurser og kvaliteter. Gjennom godt planarbeid og samarbeid skal vi utvikle et unikt destinasjonskonsept som bygger på bærekraft, inkludering og kvalitet. Med fokus på sosial bærekraft og ulike samarbeidsformer, samt et langsiktig arbeid med lokal merkevarebygging skal vi skape grobunn for vekst og utvikling, samtidig som vi ivaretar et viktig varemerke og identitetsselement for kommunen. Lillestrøm kommune har tatt en tydelig lederrolle i dette arbeidet og lagt til rette for en inkluderende prosess som skaper engasjement og dugnadsånd blant de involverte.

Målet er å skape bærekraftig vekst gjennom å arbeide for at Blaker skanse skal bli et vitalt, attraktivt og levende sted og møteplass for innbyggerne, de tilreisende, besøkende og næringslivet. Vi skal tilføre en ny dynamikk og øke stedets attraktivitet og folks opplevelse av trivsel, tilhørighet og stolthet.

Gjennom strategiske bruk av egen historie og kulturens rolle som brobygger, vil vi utvikle et konsept som styrker sosial, økonomisk og miljømessig bærekraft. Vi kombinerer forretningsmessig nytte med samfunnsnytte. Samfunnsansvaret er en del av historien vår og en viktig del av vår leveranse.

Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonen skal være tydelig og informativ, og uttrykke Blaker skanses identitet, kjerne og ønsket posisjon. Den skal skape positive synspunkter til Blaker skanse og etablere ønsket posisjon og omdømme blant interessenter som Blaker skanse er avhengig av.

Den skal skape og utvikle immaterielle verdier som positivt omdømme, tydelig budskap, konsistent formidling, bedre samarbeid, god atmosfære, sterkere relasjoner, tydelig internkommunikasjon og rutiner, bevisst adferd og goodwill.

Budskapsplattform

Erfaringene og historien skal vi ta med oss, men det skal ikke være førende. Ny strategi gir oss en mulighet til å fornye oss og tilpasse oss framtida og den nye opplevelsesøkonomien. I samspill med lokale aktører, relevante offentlige etater, organisasjoner og institusjoner og næringslivet skal vi med fokus på kunst, lokalmat og historie utvikle opplevelser og produkter som er konkurransedyktige i verdensklasse. Blaker skanse, som del av opplevelsesnæringene, skal utvikle produkter og opplevelser som skaper engasjement og følelser som gir opplevelsesverdi for den enkelte besøkende. Vi skal motivere til selv å være med på å skape opplevelser.

Vi tror på god dialog. Både kunder, kolleger og samarbeidspartnere skal bli møtt med respekt, men vi skal være uredde og utfordre for å levere berikende opplevelser til de vedtatte målgrupper. Vi må tørre å skille oss ut og være unike. Vi skal spørre hva brukerne faktisk synes om opplevelsene. Og vi skal hente inspirasjon fra andre deler av opplevelsesnæringene.

Faktorer som skaper opplevelsesverdi for publikum:

- Det sosiale. Det å være til stede sammen med andre og å føle at man hører sammen ved å dele en opplevelse, det vil øke verdien av den.
- Flere sanser i sving. Når flere sanser stimuleres samtidig, øker opplevelsesverdien.
- Nyhetsverdi. Nyheter er med på å fremkalle og forsterke opplevelsesverdien.
- Utfordringer. Når folk blir utfordret blir opplevelsen mer verdifull for dem.
- Deltakelse og interaksjon. Opplevelsesverdien øker når den besøkende får lov til å være med i interaksjon.
- Spenning og overraskelse. Spenning og overraskelser fremkaller og forsterker opplevelsesverdier.
- Historiefortelling og dramaturgi. Bruk av virkemidler som plott, karakterer, konflikt og budskap er verktøy som gir struktur, kontekst og ikke minst mening til hendelser og faktainformasjon. Dette fremkaller og forsterker opplevelsen.

Hovedbudskap

Blaker skanse skaper magiske øyeblikk gjennom kunst-, historie- og matopplevelser.

Hva det betyr for kommunikasjonsarbeidet

Vi må spille en nyskapende destinasjon som tar i bruk nye virkemidler. Vi er modige, vi tør å utfordre kategorien, vi er offensive, en pådriver. Vi må likevel oppleves som solid og fundamentert i historien med fokus på bærekraft, inkludering og samarbeide. En grunnstein vi skal ta med oss videre.

Vi skal være åpne, lyttende, attraktive, inviterende og tilgjengelig for å tiltrekke oss de mest relevante samarbeidspartnere og gjester og de best kvalifiserte medarbeidere. Vi skal vise fagautoritet på en måte som er formell uten å bli kjedelig og grå. Vi er engasjerende og skaper entusiasme gjennom å inspirere.

Digital kommunikasjonsstrategi

En viktig del av kjennskap- og kunnskapsarbeidet er å utarbeide en solid plattform for markedsføring og kommunikasjon, som vil bidra til gjenbesøk og lønnsom drift. En digital markedsføringsstrategi vil være den mest effektive metoden for å spre budskapet om Blaker skanse, ikke minst med hyppige oppdateringer om arrangement og dagliglivet på skansen. Det forutsetter at vi har en god digital kommunikasjonsstrategi og et nettsted som er bygget for digital markedsføring. Digital markedsføring er langt mer effektivt enn tradisjonell markedsføring.

En digital kommunikasjonsstrategi skal alltid utfordres basert på læring. Vi synser ikke, vi måler. Derfor bør vi analysere utviklingen kontinuerlig og justere planen basert på erfaringene som er høstet. Med digital markedsføring behøver vi ikke synse eller gjette på hva som virker best. Vi kan måle effekten umiddelbart. Vi kan teste ut annonser med ulikt budskap og finne ut hvilke alternativer som har best effekt. Med litt erfaring og kunnskap kan vi beregne kost per ny kunde, dvs. per konvertering. En stor del av arbeidet kan automatiseres og vi kan føre dialog med målgruppene med skreddersydde budskap som oppleves relevant for målgruppene. Vi kan også tilpasse budskapet personlig til mottageren og presentere ulike budskap avhengig av hvem vi kommuniserer med. I digitale kanaler benyttes kunstig intelligens for å målrette budskapet mot spesifikke målgrupper.

Fem steg for en digital kommunikasjonsstrategi

1. Analyse
 - den nåværende situasjon og mål
2. Synlighet
 - hvordan nå ut til målgruppene
3. Overbevise
 - innhold vi vil publisere
4. Konvertere
 - hvordan etablere kontakt (og selge)
5. Engasjere
 - hva vi gjør for å engasjere målgruppen

Hvor og hvordan?

Gjør en grundig analyse av den nåværende situasjonen og sett konkrete mål. Hvor og hvordan skal vi bli synlig med våre verdiforslag og hvordan når vi best ut til målgruppene. Hvordan kan vi overbevise de vi vil nå og hvilket innhold må vi publisere for å lykkes med dette. Hvordan konvertere besøkende på nettsiden til ønsket formål. Hvordan kan vi engasjere nye og etablerte kunder.

Analyse – den nåværende situasjon og mål

Vi starter med en analyse av situasjonen. Så kan vi stake ut kursen og sette mål. SMARTE mål, altså mål som er Spesifikke, Målbare, Attraktive, Resultatorienterte og Tidsbaserte. Vi planlegger aktiviteter og hva som skal utvikles. Konkurransen om oppmerksomhet i digitale kanaler er stor. For å bli en av de beste må vi ha en god plan, fastlagte mål og iverksette og optimalisere kommunikasjonsstrategien. Vi må tenke langsiktig, men ta ett steg av gangen og fastsette hovedmål og delmål for det kommende kvartalet.

Synlighet – hvordan nå ut til målgruppene

Den første fasen i en kundes kjøpsyklus er å innse sitt behov. Vi må sørge for at vi er synlige for vår målgruppe når de bestemmer seg for å kjøpe våre produkter eller tjenester. Vi bør fange så mange som mulig av våre målgrupper. I denne fasen vil vår potensielle nye kunde typisk søke etter informasjon om produkter eller tjenester som kan løse et problem eller en utfordring som vedkommende har.

Overbevis – hvilket innhold vi publiserer

Den andre fasen av kjøpsyklusen kalles vurderingsfasen. Våre potensielle kunder har bestemt seg for å handle og undersøker mulige løsninger for sitt behov. I denne fasen handler vår kommunikasjonsstrategi om å ha overbevisende innhold på våre nettsider. Våre produkter eller tjenester må fremstilles lettfattelig og informativt. Nettstedet må være oversiktlig og enkel å navigere i. Oppgaven er å overbevis den potensielle kunden om at vi har den opplevelsen eller produktet som passer best. Nettsidene må være overbevisende og er selve navet i kanalstrategien til Blaker skanse.

Nettstedet er sentralt for all digital markedsføring

For å skape en merkevare og et nettsted som blir mye brukt, kreves det mye innhold som er interessant for målgruppene. Å utvikle innhold i form av artikler av høy kvalitet er en glimrende måte å nå ut til målgruppene. Det er også en god måte å overbevise de som besøker nettsidene om at vi har et verdifullt tilbud. Sørg for at innholdet også er godt optimalisert for søk, da kan vi få en jevn strøm av nye besøkende som oppdager våre produkter og tjenester.

Evergreeninnhold

Evergreeninnhold er like interessant om 2 måneder eller om 2 år som det er i dag. Det er artikler med innhold som vil være relevant i lang tid. Den må oppdateres med jevne mellomrom, men store deler av innholdet er relevant i flere år, og vil fortsette å være relevant i mange år fremover. Vi må fortsette å investere i nyttig innhold som vil drive mer trafikk til nettstedet i lang tid fremover, og som overbeviser de som kommer på besøk.

Konverter besøkende til kunder

Det neste steget i kjøpsyklusen er beslutningsfasen. I beslutningsfasen vil våre potensielle kunde bestemme seg og velge en «leverandør». Dette er kanskje den viktigste delen av vår kommunikasjonsstrategi. Nettsidene må ha konverteringsbaner som tar imot bestillinger, samler kontakter, eller begge deler. Konverteringsbanene på nettstedet må virke knirkefritt. Vi ser ofte en dobling eller tredobling i antall konverteringer og verdi etter at konverteringsbanene har blitt optimalisert. For alle som tar bestillinger på nett, er dette deres viktigste konvertering.

Engasjere kundene våre

Den siste delen av kjøpesyklusen til kunden er gjennomføringsfasen. I denne fasen bør fokuset være på å begeistre kunden slik at de blir en ambassadør og anbefaler oss til sitt nettverk. Vi må engasjere kundene slik at de blir våre fremste ambassadører. Kunder som er svært fornøyde vil sannsynligvis kjøpe produktene eller tjenestene våre igjen, og fortelle kollegaer, venner og familien om det. Særlig hvis vi oppfordrer dem til det. Lytte til, levere, støtte og vedlikehold kunderelasjonene.

Kommunikasjonskanaler

Nettsiden

Navet i kanalstrategien til Blaker skanse er nettsiden. Her legges inn relevant informasjon, samt skaper et innholdsunivers med gode artikler som igjen spres i andre kanaler.

Målet med spredning i andre kanaler er dermed hele tiden å skape trafikk til nettsiden og bygge synlighet og kjennskap. Ved å bygge opp gode landingssider og innhold i tråd med konseptet skaper vi et univers brukerne opplever verdi av å lese. Enten at de lærer noe nytt, ser noe fint, eller finner den informasjonen de er ute etter på en enkel og god måte.

Dette krever velskrevne og interessante artikler, gode bilder/videoer og ikke minst et tiltalende design i tråd med den visuelle identiteten. Ved å bygge relevant, informerende og inspirerende innhold om Blaker skanse og alt som hører til, vil nettsidene fungere både til salg og som informasjonskilde for andre målgrupper og interessenter. I tillegg vil den bli viktig med tanke på SEO og generell synlighet i søkemotorer. Innholdet på nettsiden brukes også i nyhetsbrev til målgruppene.

Organisk synlighet i digitale kanaler

Det er også viktig å vurdere verdien av organisk digital trafikk. Søkemotorer og sosiale medier kan gi betydelig med gratis trafikk. Særlig søkemotoroptimalisering driver store mengder gratis organisk trafikk. Men vi må selv skrive innholdet, optimalisere for søk og poste på sosiale medier.

Plattformer

De største kanalene for digital markedsføring er Google og Facebook (Facebook eier Instagram, Messenger og WhatsApp). Alle er plattformer med store brukertall. På Facebook kan vi laste opp bilde, tekst og link og velge publikum og budsjett. Et minutt senere er annonsen på luften og vi kan følge utviklingen og se resultater kontinuerlig.



Sosiale medier

I tråd med målsettingen om å være tydelige og synlige i folks bevissthet er tilstedeværelse på sosiale medier essensielt. Instagram, Facebook og tildels LinkedIn blir primærkanaler for spredning av innhold med mål om å øke konverteringsgraden.

Facebook vil først og fremst drive trafikk til nettsiden, og egner seg best til å for eksempel snakke til potensielle/eksisterende kunder. Ved å bruke segmenteringsverktøyene i Facebook sin annonseadministrasjon kan vi målrette annonsene mot demografiske og geografiske målgrupper, men vi kan også ekskludere målgrupper på sikt. Dermed oppleves reklamen fra Blaker skanse som relevant og aldri masete.

Vi skal være relevante og aktuelle i kommunikasjonen. Og vi skal alltid ha som mål å flytte målgruppen videre til en relevant konvertering, det være seg endring i persepsjon/omdømme, direkte klikk til relevant innhold eller salg/booking. Instagram er en kanal som gir rom for bildedeling og inspirasjon, først og fremst. Men ettersom Facebook og Instagram nå har slått seg sammen, betyr det at vi kan dele og promotere Facebook-annonsene også på Instagram. Der møter vi samme målgruppe med samme budskap. Altså gjentar, supplerer og forsterker budskapet.

Egne kommunikasjonskonsepter gir oss mulighet til å utvikle inspirerende innhold til sosiale medier. Egne videoserier fra Blaker skanse vil vekke oppmerksomhet og bidra til å flytte målgruppen videre. Video blir foretrukket av algoritmene til Facebook og sprer seg raskere og bredere enn bilder og tekst til en lavere pris. For eksempel en «miniserie» fra Blaker skanse kan dermed fungere både som inspirasjon og ikke minst som spredningsverktøy for å lede målgruppen inn på landingssiden og dermed til kjøpknappen.

Innholdsmarkedsføring/redaksjonell plassering av innhold er perfekte flater å gjenbruke innhold fra sosiale medier og nettsider forøvrig. Disse flatene kan benyttes til spesifikke behov men også mer generell omdømme- og merkevarebygging.

En annen kanal som ofte oversees er e-post. Dette er tilnærmet gratis og konverterer bedre enn de fleste andre kanaler. E-post er ofte undervurdert av markedsførere, men kan være en uvurderlig brikke i vår kommunikasjonsstrategi. E-post har løsninger for å automatisere utsending av e-postkampanjer. Dette er såkalte «drip-kampanjer» som gjør at vi kan sende ut en serie e-poster etter et sett med regler. Vi bør starte så raskt som mulig med innsamling av e-postadresser.

Presse og digital PR

En annen kilde til både merkevarebygging og trafikk er omtale i medier og på andre nettsider. Vi vil gjerne se en hyggelig utvikling i vår trafikk når vi blir omtalt i en nettavis eller på et annet nettsted med mye trafikk. Det kan derfor være en god idé å bygge relasjoner til journalister og andre bedrifter som vi kan samarbeide med. For å øke kjennskap er fortsatt tradisjonelle medier blant de mest effektive kanalene vi har i verktøykassen. Her kan vi utvikle inspirerende og aktuelle pressemeldinger som vi deretter «selger» inn til medier.

Ved å måle trafikk på nettsiden i den aktuelle perioden presseomtalen står på trykk kan vi måle direkte effekt av et presseoppslag. Ved hjelp av en PR-strategi kan vi på sikt skape synlighet for Blaker skanse i landsdekkende medier.

Ambisjon og veivalg

Blaker skanse vil prioritere informasjon og kommunikasjon som strategisk virkemiddel i identitetsbyggingen og videreutviklingen av destinasjonen.

Tiltak:

- Implementere kommunikasjonsstrategien hos de ansatte og samarbeidspartnere.
- Opplæring i kommunikasjon for de ansatte og samarbeidspartnere.
- Utarbeide egne retningslinjer.

Implementering fra ord til handling

Implementering er ofte den største utfordringen, å få det gjennomført. (Spesielt når det innebærer grunnleggende opplæring i virksomheten.) En vellykket implementering forutsetter at alle kjenner til strategien og kjenner til hvilket bidrag som er forventet fra dem for at den skal gjennomføres. Tiltakene må innarbeides i Blaker skanses operasjonelle planer og gis tidsfrister og ansvar.

Strategi dreier seg først og fremst om å gjøre de rette tingene, det vil si å bruke tid og krefter på de viktigste oppgavene. Dette gjelder på alle nivåer i virksomheten. En forutsetning er at alle kjenner til strategien som legger føringer for de valgene og prioriteringene som gjøres av hva som er viktigst.

Kommunikasjonsstrategien må følges opp og vedlikeholdes kontinuerlig. Den bør revideres gjerne en gang per kvartal.

Blaker skanse

– bærekraftig destinasjonsutvikling

Rapporten er utarbeidet av Dinamo
på oppdrag fra Lillestrøm kommune

August 2021

