

RAPPORT

VERDIEN AV KULTURARV

EN SAMFUNNSØKONOMISK ANALYSE MED UTGANGSPUNKT I
KULTURMINNER OG KULTURMILJØER



MENON-PUBLIKASJON NR. 72/2017

Av Caroline Wang Gierløff, Kristin Magnussen, Lars Stemland Eide, Endre Kildal Iversen, Karin Ibenholt,
Siri Voll Dombu, Ståle Navrud og Jon Strand



Forord

På oppdrag fra Riksantikvaren har Menon Economics analysert den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø.

Riksantikvaren skal som en av sine oppgaver, være en pådriver og arbeide for å aktualisere kulturminner i samfunnsdebatten, utvikle og synliggjøre kunnskap om kulturminnenes samfunnsnytte og bygge kunnskap om og engasjement for kulturminner gjennom formidling og kommunikasjon. Som en del av dette arbeidet, og på bakgrunn av rapporten «Forundersøkelse av metoder for kartlegging av økonomiske effekter og ringvirkninger av kulturminner¹» utarbeidet av Menon høsten 2016, som igjen var motivert av Incentives rapport «Verdien av bygningsarv»² ønsker Riksantikvaren å få belyst de samfunnsøkonomiske verdiene av kulturminner og kulturmiljø gjennom dette prosjektet.

Prosjektet har vært ledet av Caroline Wang Gierløff (Menon), med Kristin Magnussen (Menon), Endre Kildal Iversen (Menon), Lars Stemland Eide (Menon), Siri Voll Dombu (Menon) og Karin Ibenholt (Samfunnsøkonomisk analyse) som prosjektmedarbeidere. Ståle Navrud (professor ved NMBU og assosiert partner i Menon) og Jon Strand (professor ved UIO og assosiert partner i Menon) har vært aktive kvalitetssikrere. Henrik Lindhjem (Menon) har bidratt med sparring underveis.

Vi takker også alle bidragsytere for gode innspill underveis i prosessen. Spesielt vil vi takke alle dem som har deltatt i referansegruppen. Dette har vært Victor Normann (NHH), Kirsti Kolle Grøndahl (styreleder i Norsk Kulturarv), Janne Wilberg (byantikvar i Oslo), Jan Solberg (Kulturvernforbundet) og Eske Møller (Realdania).

Vi takker Riksantikvaren for et spennende oppdrag og et godt samarbeid underveis. Vår kontaktperson har vært seniorrådgiver Christin Krohn.

Forfatterne står ansvarlig for alt innhold i rapporten.

Denne rapporten inneholder vedlegg.

1. November 2017

Prosjektleder
Menon Economics

¹<http://www.riksantikvaren.no/Aktuelt/Nyheter/Verdien-av-kulturminner>

² <http://incentive.dk/wp-content/uploads/2015/03/V%C3%A6rdien-af-bygningsarven.pdf>

Forsidebilde: Damstredet, Oslo. Bastian Linder istockphotos.com

Innhold

SAMMENDRAG OG KONKLUSJONER – NORSK	4
Gjennomføring av prosjektet	4
Samfunnsøkonomisk verdi av kulturminner og kulturmiljøer	5
Analyser av samfunnets verdi av verneverdige boliger og kulturminner i kulturmiljø	6
Verdien av å bo i verneverdige boliger og av å bo i nabolag med høy tetthet av kulturminner i Oslo	7
Verdien av å bo i eller i nærheten av kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad	7
Kulturarven tiltrekker turister, og turistene bidrar til verdiskaping	8
Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøturister i Røros	8
Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøturister i Henningsvær	8
Videre kunnskapsbehov	9
SUMMARY AND CONCLUSIONS – ENGLISH	10
Purpose and scope of the project	10
Economic value of cultural heritage and cultural environments	11
Analysis of the society's value of listed homes and cultural heritage in a cultural environment	12
The willingness to pay to live in a listed property and to live in neighborhoods with a high density of cultural heritage in Oslo	
The value of staying within or in areas influenced by the cultural environment, Old Town in Fredrikstad	13
The cultural heritage attracts tourists, and the tourists contributes to economic impact	14
Economic impact from cultural heritage tourists in Røros	14
Economic impact from cultural heritage tourists in Henningsvær	14
What we now know and the need for more knowledge	15
1. INNLEDNING	16
1.1. Hensikten med prosjektet	16
1.2. Avgrensning av prosjektet	18
1.3. Veiledning til leser	18
2. SAMFUNNSØKONOMISK VERDI AV KULTURMINNER OG KULTURMILJØ	20
2.1. Kulturminner og kulturmiljø i en samfunnsøkonomisk kontekst	20
2.2. Samfunnsøkonomisk verdi fra kulturminner og kulturmiljøer	22
2.3. Verdiskaping av kulturminner og kulturmiljøer	24
3. LITTERATURSTUDIE	25
3.1. Betalingsvillighetsstudier for kulturminner og kulturmiljø: oppgitte preferanser	26
3.2. Betalingsvillighet for kulturminner og kulturmiljø: avslørte preferanser	30
3.3. Verdiskapings- og næringsvirkninger av kulturminner og kulturmiljøer	33
3.4. En forenklet verdioverføring til bruk på andre kulturminner og kulturmiljøer og norske forhold	34
4. VERDIEN AV Å BO I EN VERNEVERDIG BOLIG ELLER I OMRÅDER MED FLERE VERNEVERDIGE BOLIGER	37
4.1. Gjennomføring	37
4.1.1. Beskrivelse av datasettet	38
4.1.1.1. Hva skiller verneverdige boliger fra andre boliger i vårt datasett?	40
4.2. Verdien av verneverdige bygg i Oslo	41
4.2.1. Hovedresultater fra eiendomsprisstudien i Oslo	43
4.2.2. Resultater fra eiendomsprisstudien for de ulike bydelene i vår analyse	46
4.3. En forenklet Delphi-studie for å kvalitetssikre resultatene fra eiendomsprismetoden	49
4.4. Usikkerhet i våre resultater	50

5. VERDIEN AV Å BO I ELLER I NÆRHETEN AV ET KULTURMILJØ	53
5.1. Gjennomføring	53
5.1.1. Gamlebyen i Fredrikstad	53
5.1.2. Beskrivelse av datasettet	54
5.2. Høyere betalingsvillighet for å bo i eller i nærheten av Gamlebyen?	55
5.2.1. Det er svært høy betalingsvillighet for å bo både i og rundt kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad	56
6. VERDISKAPINGS- OG NÆRINGSEFFEKTER FRA KULTURMINNER OG KULTURMILJØ	59
6.1. Metode for å beregne økonomisk verdiskaping	60
6.2. Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøet Røros	62
6.2.1. Røros som et kulturmiljø	63
6.2.2. 590 000 gjestedøgn og opp mot 160 000 dagsturister i Røros i 2016	63
6.2.3. Turistenes motiver for å besøke Røros	67
6.2.4. Turistenes forbruk på Røros	68
6.2.5. Verdiskaping knyttet til kulturmiljøturisme står for over en tredjedel av reiselivsnæringens verdiskaping i Røros kommune	69
6.2.6. Kulturmiljøturismen sysselsatte 240 personer på Røros	70
6.2.7. Ivaretagelse av bygningsarven på Røros	71
6.3. Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøet Henningsvær	72
6.3.1. Henningsvær som et kulturmiljø	72
6.3.2. Det var over 18 000 gjestedøgn i Henningsvær i 2016 og det kan ha vært opp mot 85 000 personer innom på dagsbesøk	73
6.3.3. Turistenes motivasjon for å besøke Henningsvær	75
6.3.4. Turistenes forbruk i Henningsvær	76
6.3.5. Verdiskaping knyttet til kulturmiljøturisme står for over 15 prosent av næringslivets verdiskaping	77
6.3.6. Kulturmiljøturismen sysselsatte cirka 30 personer i Henningsvær	78
6.3.7. Ivaretagelse av bygningsarven i Henningsvær	79
6.4. Kulturmiljøenes betydning for verdiskaping- og næringseffekter	79
7. KONKLUSJON OG VIDERE KUNNSKAPSBEHOV	81
LITTERATUR	84
VEDLEGG A: OM DATASETTET OG ANALYSENE I OSLO	86
A1: Datakilder for eiendomsprisstudiene	86
A2: Kulturminner på Gul liste i Oslo	87
A3: Fordelingen av salgssummene gjennom perioden i vårt datasett	88
A4: Korrelasjon mellom vernestatus og antall kulturminner i området	89
A5 Regresjonsresultater med alle variabler inkludert	90
A6 Delphi-studie i Oslo	94
VEDLEGG B: DATASETTET OG ANALYSENE I FREDRIKSTAD	96
VEDLEGG C: BAKGRUNNSMATERIALE FRA VERDISKAPINGSANALYSENE	97
C1: Om beregning av økonomiske effekter fra turisme	97
C2: Forbrukstall	97
Røros – oversikt over de ulike forbrukstallene og antakelser om andel som tilfaller lokalt næringsliv	97
C3: Økonomiske nøkkeltall per næring	101
Røros (hele kommunenummer 1640)	101
Henningsvær (Postnummer 8311 og 8312 i Vestvågøy kommune)	102
C4: Intervjulistere for Røros og Henningsvær	102

Sammendrag og konklusjoner – norsk

Denne studien søker å synliggjøre den samfunnsøkonomiske nytten av vår kulturarv i form av befolkningens betalingsvillighet for å bo en verneverdig bolig, eller i områder med høy tetthet av kulturminner, å bo i og ved kulturmiljø, og nettoinntekter for lokalt næringsliv av turisme og andre aktiviteter relatert til kulturmiljø. Vår studie viser at det er høyere betalingsvillighet for å bo i verneverdige boliger enn i sammenlignbare boliger som ikke er verneverdige. Vi viser også at det er høyere betalingsvillighet for å bo i nabolag der det er høy tetthet av kulturminner enn i nabolag med lavere tetthet av kulturminner. Verdien av å bo i nabolag med høy tetthet av kulturminner er høyere enn selv å bo i en verneverdig bolig. Vi finner også positiv betalingsvillighet for å bo i et kulturmiljø og å bo i nærheten av et kulturmiljø, sammenlignet med bo i områder uten påvirkning fra kulturmiljøet. Videre viser studien at kulturmiljøer bidrar til økt velferd i lokalsamfunn i form av økt sysselsetting og verdiskaping, blant annet gjennom turisme.

Gjennomføring av prosjektet

Målet med dette prosjektet er å synliggjøre den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø, og å vise eksempler på konkrete verdier av kulturminner og kulturmiljø i Norge gjennom anvendelse av metoder for verdsetting av fellesgoder³ og lokaløkonomiske analyser. Samfunnsøkonomiske analyser blir tillagt stadig større vekt i beslutningsprosesser, men nytten av bevaring av kulturhistoriske verdier blir ofte vurdert kvalitativt og ikke prissatt. Det kan derfor være formålstjenlig med en faglig robust analyse av samfunnsøkonomisk verdi og lokal netto verdiskaping av kulturminner og kulturmiljø; for å synliggjøre at disse fellesgodene har en samfunnsnytte som også kan måles i kroner.

Figur S.1 viser lokaliseringen av de fire områdene der vi har gjennomført empiriske analyser. I Oslo og Gamlebyen i Fredrikstad bruker vi en metode for verdsetting av fellesgoder, Eiendomsprismetoden, for å finne merverdien av å bo i verneverdige boliger, bo i et område med stor tetthet av kulturminner og i eller i nærheten av et kulturmiljø (Gamlebyen i Fredrikstad). På Røros og i Henningsvær har vi dokumentert sysselsettingseffekter og lokal verdiskaping fra turisme som er motivert av kulturminnene og kulturmiljøet på disse stedene.

Figur S1 Områder der våre analyser er gjennomført



³ I samfunnsøkonomisk språkdrakt betegnes kulturminner og kulturmiljø ofte som fellesgoder, også kalt kollektive goder. Definisjonen av et rent fellesgode er at bruk av godet er ikke-rivaliserende og ikke-ekskluderende. Ikke-rivaliserende goder betyr at en persons bruk ikke påvirker andre personers bruk, mens ikke-ekskluderende betyr at man ikke kan hindre (ikke-betalende) personer fra å bruke godet. Av denne definisjonen forstår vi at ulike kulturminner og kulturmiljøer i større eller mindre grad kan betegnes som fellesgoder. Se kapittel 2.1. i denne rapporten for en videre forklaring av kulturminner og kulturmiljøer som fellesgoder.

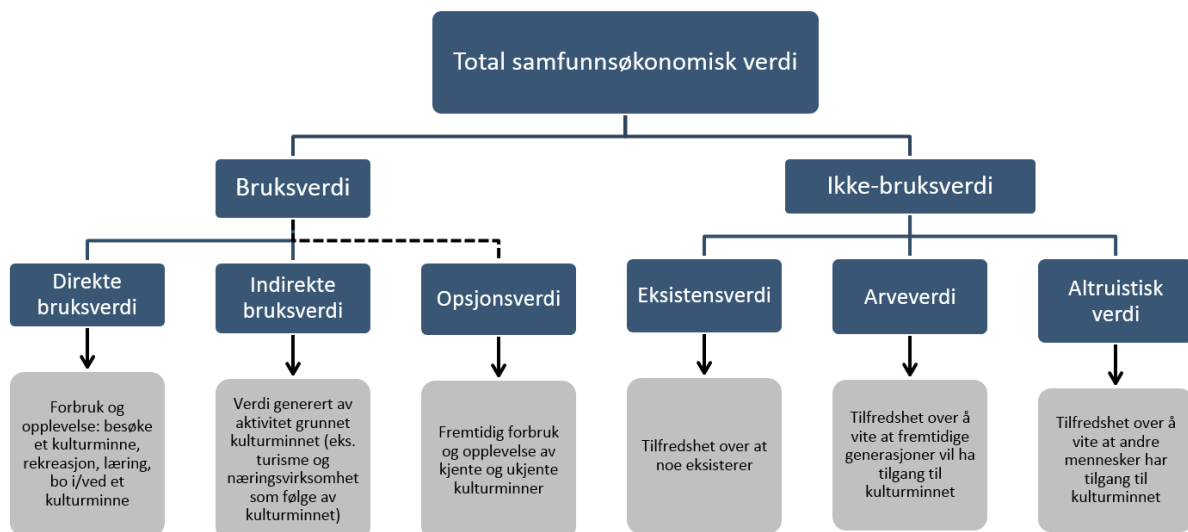
Samfunnsøkonomisk verdi av kulturminner og kulturmiljøer

Å ta vare på og bruke kulturminner og kulturmiljø bidrar til samfunnsnytte. Samfunnsnytte er her definert som samfunnsøkonomisk nytte, og vi søker å belyse med eksempler den nytte individer og næringsliv får fra kulturminner og kulturmiljøer i Norge.

I en samfunnsøkonomisk nytte-kostnadsanalyse er målet å kvantifisere og verdsette (i kroner) alle kostnader og nytteeffekter for husholdninger og næringsliv av det tiltaket man analyserer. Verdsetting av effekter på private goder kan gjøres ved hjelp av markedspriser, justert for eventuelle imperfeksjoner i markedet. Fellesgoder, slik som kulturminner og kulturmiljø derimot er karakterisert ved at markedspriser mangler eller ikke fullt ut reflekterer samfunnets nytte av dem, og man må da bruke andre metoder enn markedspriser for å finne deres samfunnsøkonomiske verdi. Selv om folk som opplever kulturminner eller et kulturmiljø ikke betaler direkte for å bruke det, vil de ha en bruksverdi i form av betalingsvillighet av/for å bo der, rekreasjonsopplevelsen av å bruke og besøke det, og den estetiske opplevelsen av å se kulturmiljøet. Folks betalingsvillighet kan også være motivert av ikke-bruksverdien i form av tilfredsheten/nytten av å ta vare på kulturminnet og kulturmiljøet for seg selv og andre i dagens generasjon og for framtidige generasjoner (og omtales derfor ofte som eksistens- og bevarings-/arveverdien). Man kan derfor ha en nytteverdi forbundet med kulturminnet og/eller kulturmiljøet, selv om man ikke selv bor der eller bruker det.

Den totale samfunnsøkonomiske verdien (av en endring i mengden eller kvaliteten) av kulturminner og kulturmiljø kan deles opp i ulike komponenter som beskriver ulike nytteeffekter av disse fellesgodene for husholdninger og næringslivet, som vist i figur S.2.

Figur S.2: Total samfunnsøkonomisk verdi av kulturgoder. Kilde: NOU 2013:10, tilpasset av Menon Economics (2016)



Verdiskapings- og næringsanalyser belyser den lokal-/regionaløkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø, men vil også kunne bidra til den (nasjonale) samfunnsøkonomiske nytten i den grad det skapes nettoinntekter for de berørte næringer. Dette utgjør den indirekte bruksverdien i figur S.2.

Som vi kan se av Figur S.1, omhandler dette prosjektet flere eksempler som alle er med på å beskrive deler av den totale samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljøer. Vi har undersøkt om det er høyere betalingsvillighet for å bo i en verneverdig bolig eller i en bolig i et område med høy tetthet av kulturminner i Oslo. I Gamlebyen i Fredrikstad er det undersøkt om det er høyere betalingsvillighet for å bo i kulturmiljøet Gamlebyen (med høy tetthet av kulturminner) eller i områder som er påvirket av kulturmiljøet (influensområdet). Her fanger vi opp deler av de direkte bruksverdiene, men preferansene for kjennetegn ved en verneverdig bolig som gir seg utslag i salgsprisen kan også være motivert av ikke-bruksverdien av å ta vare på boligen for andre og for framtiden. I Røros og Henningsvær er det gjennomført analyser som beregner verdiskapings- og næringsvirkninger som kan tilbakeføres til kulturmiljøturisme. Dette er indirekte bruksverdier. En skal merke seg at merverdien av boliger er nåverdien⁴ av den effekten verneverdien av egen bolig og effekten av andre verneverdige bygg og kulturmiljøet har på boligen, mens verdiskapnings- og næringseffektene er angitt som årlige verdier (i 2016).

Vi har også gjennomført en litteraturstudie av norske og utenlandske verdsettingsstudier av kulturminner og kulturmiljø. Denne litteraturstudien beskriver både studier av bruksverdier og ikke-bruksverdier. Mulighetene for å overføre og generalisere resultatene fra disse studiene til norske kulturmiljøet ved hjelp av verdioverføringsmetoder er vurdert, men siden det er en relativt begrenset verdsettingslitteratur som fokuserer på verdensarvsteder og unike kulturminner, er det vanskelig å bruke den til å anslå ikke-bruksverdier for kulturminner og kulturmiljø i Norge. Til det trengs nye, spesialiserte verdsettingsstudier i Norge, som kan utformes slik at de også kan brukes til verdioverføring til andre norske kulturminner og/eller kulturmiljøer.

Analysen av samfunnets verdi av verneverdige boliger og kulturminner i kulturmiljø

Vi undersøker deler av den direkte bruksverdien i den totale samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø, ved å undersøke om privatpersoners betalingsvillighet for boliger som er verneverdige, er forskjellig fra betalingsvilligheten for en sammenlignbar bolig som ikke har vernestatus. Vi identifiserer også forskjellen i privatpersoners betalingsvillighet for å bo i områder med mange kulturminner fra å bo i områder med lavere tetthet av kulturminner. På samme måte analyserer vi i også betalingsvilligheten for å bo i eller i nærheten av et kulturmiljø.

Hvorvidt en bolig er verneverdig eller ikke, eller ligger i nabolag med høy tetthet av kulturminner, i eller i nærheten av et kulturmiljø, er bare en av flere kvaliteter som påvirker boligens pris. Vi venter at prisen bestemmes dels av kvaliteter ved boligen, dels av kvaliteter ved nærområdet og dels av vernestatusen til boligen. Når to ellers sammenlignbare boliger omsettes under sammenlignbare forhold, men varierer med hensyn til vernestatus, antar vi at prisforskjellen mellom boligene er et uttrykk for folks betalingsvillighet for /merverdi av boligens vernestatus.

⁴ Nåverdi er dagens verdi av fremtidige kontantstrømmer. Det vil si at salgsprisen for boligen reflekterer det folk er villig til å betale for den strøm av tjenester alle boligens karakteristika gir over boligens levetid – og er en nåverdi.

Verdien av å bo i verneverdige boliger og av å bo i nabolag med høy tetthet av kulturminner i Oslo

For å identifisere merverdien av verneverdige boliger, har vi benyttet oss av Eiendomsprismetoden. Denne «avslørte preferanse»-metoden har den fordel at den er basert på folks *faktiske* oppførsel i et marked som har sammenheng med fellesgodet, nemlig faktiske markedstransaksjoner av boliger. Ved å identifisere og samle inn data om flest mulig kjennetegn ved boligen som kan påvirke prisen, og gjennomføre en regresjonsanalyse, kan hvert kjennetegns bidrag til salgsprisen estimeres. For eksempel kan prisen på en leilighet avhenge av dens boareal, antall soverom, om den har balkong og boligens vernestatus, men også andre kjennetegn ved boligen og nabolaget, slik som avstanden til kollektivtrafikk, skoler og andre forhold folk legger vekt på ved kjøp av bolig. Dermed kan effekten av boligens vernestatus, og effekten av beliggenhet i eller nær et kulturmiljø, isoleres og beregnes.

Vi tester to hypoteser:

1. Verneverdige boliger har høyere omsetningsverdi i markedet enn sammenlignbare boliger som ikke er verneverdige
2. Det er høyere betalingsvillighet for å bo i et område med høy tetthet av kulturminner (kalt et kulturmiljø) enn i et område med lav tetthet av kulturminner.

Hypotesene testes samtidig i en regresjonsmodell hvor variasjoner i boligens markedspris forsøkes forklart. Vi finner at det er en høyere betalingsvillighet for å bo i verneverdige boliger enn for tilsvarende boliger uten verneverdi (mellom 2,3 - 2,4 prosent høyere). Dette er altså brutto positiv betalingsvillighet utover den eventuelle kostnaden knyttet til mulige begrensninger som følger vernestatusen. Vi finner en enda høyere merverdi (mellom 4 og 5 prosent høyere gjennomsnittlig markedspris) av å bo i områder med høy tetthet av kulturminner. Resultatene endrer seg noe når vi estimerer verdien av verneverdige boliger i de ulike bydelene vi har analysert i Oslo. Da finner vi at for noen bydeler (St. Hanshaugen og Sagene) er det svært høy verdi av å bo i en verneverdig bolig. For andre bydeler (Frogner, Gamle Oslo og Grünerløkka) finner vi en positiv verdi av å bo i områder med høy tetthet av kulturminner. Våre funn støttes av eiendomsmegleres ekspertanslag i en Delphi-studie vi har gjennomført.

Verdien av å bo i eller i nærheten av kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad

I Fredrikstad har vi undersøkt verdien av å bo i et kulturmiljø. Det kan være merverdi forbundet med å bo i et kulturmiljø, men begrensninger i form av for eksempel at kulturmiljøet kan være avstengt for biler og forbud mot fasadeendringer kan redusere denne merverdien. Derfor kan det være høyere merverdi knyttet til å bo i nærheten av kulturmiljøet enn ved å bo i selve kulturmiljøet. Når man bor i nærheten av kulturmiljøet, vil man kunne nyte godt av det gjennom for eksempel utsikt lett tilgang til kulturmiljøet, samtidig som man i egen bolig ikke er påvirket av begrensninger som følger av å bo i selve kulturmiljøet.

Vi tester derfor om det er betalingsvillighet for å bo i, eller i områder nær kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad i forhold til å bo i tilsvarende bolig andre steder i Fredrikstad. Vi finner at det er en stor merverdi av å bo i selve Gamlebyen. Vi finner at denne effekten er mellom 17 og 22 prosent av boligens verdi. Videre finner vi en merverdi på mellom 14 og 18 prosent av å bo i nærheten av Gamlebyen, sammenlignet med tilsvarende boliger i andre deler av Fredrikstad.

Kulturarven tiltrekker turister, og turistene bidrar til verdiskaping

I tillegg til å beregne denne direkte bruksverdien av kulturminner og kulturmiljø, er det interessant å undersøke den økonomiske betydningen av dem, i form av hva de bidrar til i form av økonomisk verdiskaping og sysselsetting i et lokalsamfunn. Kulturminner og kulturmiljø kan ha betydning for økonomisk verdiskaping i ulike sektorer av økonomien, men her undersøker vi spesielt turisme og dens betydning for verdiskaping. Interessen for norske kulturmiljø både Norge og utlandet, skaper netto eksportinntekter til Norge ved at utlendinger besøker landet og bruker penger, og at nordmenn reiser i Norge fremfor utlandet.

Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøturister i Røros

Verdiskapingsvirkninger fra kulturmiljøturister i Røros bidrar med over en tredjedel av reiselivets samlede verdiskaping og med hele fire prosent av den totale verdiskapingen i kommunen.

Røros hadde rundt 600 000 gjestedøgn og opp mot 160 000 dagsturister i 2016. Mesteparten av gjestedøgnene er overnatting på hytter, men rundt 150 000 gjestedøgn er overnatting på hotell eller campingplass (såkalte kommersielle gjestedøgn). Basert på intervjuer med lokale bedrifter som arbeider med turister, og basert på en undersøkelse av kulturmiljøturisme i Røros (ECON, 2009) kan vi gjøre en antagelse om at halvparten av de kommersielle gjestedøgnene primært er motivert av kulturmiljøet. Dette gjelder 20 prosent av hytteturistenes gjestedøgn. Totalt anslår vi at omtrent 165 000 av de nær 600 000 gjestedøgnene i Røros (det vil si 28 prosent) er motivert primært av kulturmiljøet. Videre antar vi at 80 prosent av dagsturnestene er i Røros på grunn av kulturmiljøet.

Med disse antakelsene om antall kulturmiljøturister på Røros, beregner vi at de bidrar med over en tredjedel av reiselivets samlede verdiskaping i kommunen, og med fire prosent av den totale verdiskapingen i kommunen. Ettersom kulturmiljøturistene etterspør relativt arbeidsintensive tjenester, bidrar de til ni prosent av det totale antallet sysselsatte, det vil si at de gir et vesentlig større sysselsettingsbidrag enn verdiskapingsbidrag. I tillegg bidrar kulturmiljøene med verdiskaping knyttet til antikvariske håndverk, og kan også ha betydning for andre bedrifter gjennom markedsføring mv. De sistnevnte effektene er ikke kvantifisert.

Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøturister i Henningsvær

Verdiskapingsvirkninger fra kulturmiljøturister i Henningsvær bidrar med rundt 15 prosent av all verdiskaping og rundt 20 prosent av arbeidsplassene.

Henningsvær er et tettsted med rundt 460 innbyggere i Vågan kommune. Henningsvær hadde over 18 000 gjestedøgn i 2016 og i tillegg kan det ha vært opp mot 130 000 personer innom på dagsbesøk. I Henningsvær er natur og kultur svært sammenvevd, og det er vanskelig å avgjøre hva som er den viktigste motivasjonen for å besøke stedet; om det er for å oppleve et levende og relativt intakt fiskerisamfunn (kulturmiljøet), nyte og bruke naturen, eller en kombinasjon. Vi har derfor konservativt antatt at 1/3 av gjestedøgnene til de turistene som overnatter, er motivert av kulturmiljøet, og at 50 prosent av dagsturnestene primært kommer på grunn av kulturmiljøet. Henningsvær nyter svært godt av de mange turistene som er på rundreise i Lofoten. Selv om mange kommer til Lofoten på grunn av den storslagne naturen velger mange å dra innom Henningsvær for å oppleve kulturminnene og kulturmiljøet rundt det gamle fiskeværet.

Videre kunnskapsbehov

Med disse analysene har vi kommet et godt stykke på vei til å kartlegge den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø. Det foreligger imidlertid relativt få studier som har estimert disse verdiene både nasjonalt og internasjonalt, og de få tidligere norske studiene er i stor grad basert på studentoppgaver/masteroppgaver. Dette viser et klart behov for et større kunnskapsgrunnlag.

De casestudiene vi har gjennomført i dette prosjektet, dekker kun deler av den Totale samfunnsøkonomiske verdien (TSV). Vi har verdsatt deler av den direkte bruksverdien av verneverdige boliger i Oslo og kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad; samt den indirekte bruksverdien av kulturmiljøturisme til Henningsvær og Røros. Resultatene viser at disse direkte og indirekte bruksverdiene kan være betydelige. Det bør imidlertid gjennomføres lignende analyser i flere byer i Norge for å sjekke konsistens og overførbarhet av disse verdiene; samt å vurdere effekten på verdiene av ulike byggestiler, byggeperioder, vernestatus osv.

Ikke-bruksverdien i form av betalingsvilligheten til husholdninger som ikke er bosatt i eller i nærheten av verneverdige boliger og kulturmiljøer, kan være betydelig fordi det kan være mange som har nytte av og betalingsvillighet for at disse kulturmiljøene bevares. For å dokumentere disse ikke-bruksverdiene må man anvende såkalte «oppgitte preferanser» -metoder. Betingete verdsettingsstudier av utvalgte, representative case vil kunne gi anslag for størrelsesordenen av antall husstander som har nytte av vern og deres gjennomsnittlige betalingsvillighet. Nye betingete verdsettingsstudier bør designes slik at de kan brukes til verdioverføring ved samfunnsøkonomiske analyser av tiltak i andre kulturminner og kulturmiljøer i Norge.

I tillegg burde den direkte bruksverdien norske besøkende/turister har av kulturminner og kulturmiljø undersøkes ved hjelp av reisekostnadsmetoden og/eller betinget verdsetting. Ved å bruke to uavhengige metoder kan man bedre teste validiteten av denne delen av bruksverdien, som ikke er kartlagt i vår undersøkelse. Denne direkte bruksverdien fra besøkende kommer i tillegg til nettoinntekter for næringslivet fra turisme motivert av kulturmiljøer.

Samlet vil disse studiene gi et mer komplett bilde av den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø i Norge, og et bedre grunnlag for verdioverføring og anvendelse av anslagene i samfunnsøkonomiske analyser i kulturminnesektoren.

Summary and conclusions – English

This study seeks to highlight the economic benefits of our cultural heritage in terms of the willingness to pay to live in a house with cultural heritage characteristics or in areas with high density of cultural heritage. We also identify the willingness to pay to live within or in areas surrounding a cultural environment, and the net income for the local industry of tourism and other activities related to cultural environments. Our study shows that there is greater willingness to pay for living in a home with cultural heritage characteristics than in comparable homes without these attributes. We also show that there is a greater willingness to pay to live in neighborhoods where there is a high density of cultural heritage than in neighborhoods with lower density of cultural heritage. The value of living in neighborhoods with a high density of cultural heritage is higher than the value of living in a house with cultural heritage characteristics. We also find a positive willingness to pay to live in a cultural environment and to live in the area that is influenced by the cultural environment, compared to living in areas that are not influenced by the cultural environment. Furthermore, the study shows that cultural environments and cultural heritage attracts tourists and leads to increased value in terms of increased employment and wealth creation.

Purpose and scope of the project

The scope of this project is to highlight the economic value of cultural heritage and cultural environments, and to show examples of specific values of cultural heritage in Norway through the application of methods to measure willingness to pay and local economic impact analyzes.

Cost-benefit analysis are becoming increasingly important in policy making, but the value of the benefit of cultural heritage is often described qualitatively and hence not that easy to put forward along with the other arguments. It is therefore beneficial with a thorough analysis that identify the willingness to pay for cultural heritage and the economic impact of cultural heritage and cultural environments have on local economies in Norway. It is also relevant to show that attributes of intangible goods such as cultural heritage can be measures in monetary terms.

Figure S.1 shows the location of the four areas where the empirical analyzes are conducted. In Oslo and Fredrikstad's Old Town, we use a method for valuation of public goods, the hedonic price method using real estate prices, to determine the willingness to pay for (i) living in listed homes/buildings, (ii) living in areas with a high density of cultural heritage/listed buildings and (iii) living *within* or in areas *nearby* that are influenced by a cultural environment (Old Town in Fredrikstad). In Røros and Henningsvær we have documented the effects on employment and local economic value of tourism motivated by the cultural heritage and cultural environment in these places.

Figure S2 Areas where our research is conducted



Economic value of cultural heritage and cultural environments

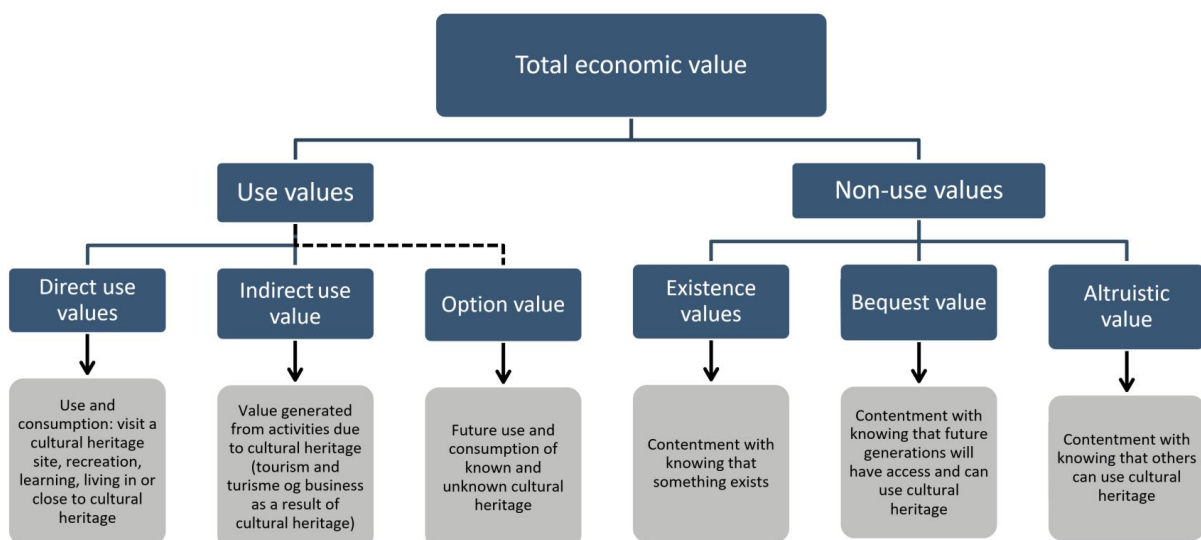
To manage, conserve and use cultural heritage contributes to social welfare. In this report we define social benefit as economic benefit, and we seek to illustrate with examples the benefit individuals and businesses get from cultural heritage and cultural environments in Norway.

In a cost-benefit analysis, the goal is to quantify the effects and value (in monetary terms) the costs and benefits of a policy or project for households and businesses. Assessment of effects on private goods can be done using market prices, adjusted for any imperfections in the market. Public goods, such as cultural heritage, are characterized by missing market prices or that the market price does not fully reflect the willingness to pay or the society's welfare from them. Although people who experience cultural heritage or cultural environment does not necessarily pay directly to use it, they will have a value in terms of willingness to pay to stay there, recreational experience from using and visiting, and the aesthetic experience of seeing the cultural environment.

People's willingness to pay may also be motivated by non-use value in terms of contentment/benefits of knowing that our cultural heritage is preserved for themselves and others in the current generation and for future generations (and therefore referred to often as the existence and bequest/inheritance value). One can therefore get benefit from cultural heritage and/or the cultural environment, although one does not live there or use them.

The total economic value (from a change in the amount or quality) of cultural heritage can be divided into different components which describes the various beneficial effects these goods can have for households and businesses, as shown in Figure S.2.

Figure S.2: Total economic value of cultural goods. Source: NOU 2013: 10, adapted by Menon Economics (2016)



Value added and economic impact analysis sheds light on the local/regional economic value of the cultural heritage, but will also contribute to the (national) socio-economic benefits if it creates a net income for the affected businesses. This constitutes the indirect use value in Figure S.2.

As we can be seen from Figure S.1, this project uses several cases to help describe the different components of the total economic value of cultural heritage. We investigate whether there is a higher willingness to pay to live in a listed property or a property in an area with high density of cultural heritage in Oslo. In Old Town Fredrikstad we examine whether there is a greater willingness to pay to live within the culture environment Old Town (with high density of the cultural heritage and monuments) or in areas affected by culture environment (influence area). Here we capture parts of the direct use values, but the preferences for characteristics of a listed property that is reflected in the selling price may also be motivated by non-use value such as taking care of the property for others and for the future. In Røros and Henningsvær we analyze economic impact and value added that can be ascribed to cultural heritage tourism. These are indirect use values.

We also conduct a literature review of Norwegian and foreign valuation and willingness to pay analysis of cultural heritage. This literature review describes both studies of use-values and non-use values. The possibilities to transfer and generalize the values and results of these studies to a Norwegian setting, or to Norwegian cultural heritage-sites or cultural environments, are considered, but since it is a relatively limited literature that mostly focuses on world heritage sites and unique cultural heritage, it is difficult to use the literature to estimate non-use values of heritage and cultural environments in Norway. This requires new, purpose-made valuation studies in Norway, which may be designed so that they can also be used for value transfer to other Norwegian cultural heritage monuments and/or cultural environments.

Analysis of the society's value of listed homes and cultural heritage in a cultural environment

We examine parts of the direct use value of the total economic value of the cultural heritage, by examining whether individuals' willingness to pay for properties that are listed, is different from the willingness to pay for a comparable property that does not have listing. We also identify the difference in individuals' willingness to pay for living in areas with a high density of cultural heritage/listed buildings from living in areas with a lower density of listed buildings. Likewise, we analyze the willingness to pay for living within or near a cultural environment.

Whether a property is listed or not, or situated in neighborhoods with a high density of cultural heritage, within or near a cultural environment, is just one of several qualities that affect property prices. We expect that the price is determined partly by the qualities of the house or apartment, partly by the qualities of the surrounding area and in part of the conservation status of residence. When two otherwise comparable properties are sold under comparable conditions, but differ regarding whether it is listed or not, we assume that the price difference between the properties is an expression of people willing to pay for (the value of) the property's listing status. Hence, the cultural heritage characteristics.

The willingness to pay to live in a listed property and to live in neighborhoods with a high density of cultural heritage in Oslo

To identify the value of cultural heritage buildings, we have used the hedonic pricing method. This "revealed preference" method has the advantage that it is based on people's actual behavior in a market that is related to the public good, namely the actual housing market. By identifying and collecting data on as many as possible of the characteristics of the property which may affect the price, and carry out a regression analysis, each

characteristic's contribution to the sales price is estimated. For example, the price of an apartment depends on size, number of bedrooms, whether it has a balcony and whether the property is listed, but also other characteristics of the property and neighborhood, such as the distance to public transport, schools and other conditions that individuals put emphasis on when buying a home.

We test two hypotheses:

1. Listed properties have a higher value in the market compared to homes that are not listed
2. There is a higher willingness to pay to live in an area with high density of cultural heritage than in an area with a low density of cultural heritage.

The hypotheses tested simultaneously in a regression model where variations in the properties market value is explained. We find that there is a higher willingness to pay to live in a listed home than for a comparable property that is not listed (between 2.3 to 2.4 percent higher). This is the gross positive WTP beyond any cost related to possible limitations imposed by the conservation status. We find an even higher value (between 4 and 5 percent higher average market price) of living in areas with high density of cultural heritage and listed buildings. The results change somewhat when we estimate the value of listed homes in the different areas we have analyzed in Oslo. We find that for some areas (St. Hanshaugen and Sagene) there is a relatively higher value for living in a listed property. For other areas (Frogner, Gamlebyen and Grünerløkka), we find a relatively higher value for living in areas with high density of cultural heritage compared to living in a listed property. Our findings are supported by estimates made by real estate expert in a small Delphi study that is conducted.

The value of staying within or in areas influenced by the cultural environment, Old Town in Fredrikstad

In Fredrikstad we have investigated the value of staying within or nearby a cultural environment. There can be willingness to pay to live within a cultural environment, but there can also be limitations such as that the cultural environment has regulations on driving and parking, and restrictions on facade changes that can reduce the value.

Therefore, it may be higher willingness to pay for living in areas that are near and influenced by the cultural environment than the willingness to pay to live within the cultural environment. When one live near the cultural environment, one will be able to benefit from the qualities through viewing it and having easy access, while in one's own home one is not affected by the limitations imposed by owning a property within the cultural environment.

We test whether there is willingness to pay to live within, or in areas near the cultural environment Old Town in Fredrikstad in comparison to living in similar properties elsewhere in Fredrikstad. We find that there is a willingness to pay to live in the Old Town. We find that this value is between 17 and 22 percent of the property value. Furthermore, we find value of between 14 and 18 per cent of living in areas that are influenced by the Old Town, compared to similar properties in other parts of Fredrikstad.

The cultural heritage attracts tourists, and the tourists contributes to economic impact

In addition to identifying the direct use value of cultural heritage, it is interesting to examine the economic impact of them, in terms of what they contribute to terms of economic impact and employment in a region. Cultural heritage and cultural environments may affect the value added in various sectors of the economy, but here we examine tourism and its importance for economic impact and employment. Interest in Norwegian cultural heritage in both Norway and abroad, is creating net export revenues to Norway by foreigners visiting the country and spend money, and that Norwegians are traveling in Norway rather than abroad.

Economic impact from cultural heritage tourists in Røros

Economic impact effects of cultural tourists in Røros contributes more than one-third of tourism's overall economic impact and around four percent of the economic impact in the region.

Røros had around 600,000 overnight guests and up to 160,000 day-trippers in 2016. Most of the overnight guests are accommodated in cabins, but around 150,000 is accommodated in hotels, campsites or caravan parks (so-called commercial overnight guests). Based on interviews with local businesses related to tourism, and based on a survey of cultural tourism in Røros (ECON, 2009), we assume that half of the commercial overnight guests are primarily motivated by the cultural environment. This applies to 20 percent of cabin tourists. Overall, we estimate that about 165,000 of the nearly 600,000 guest nights in Røros (around 28 percent) are motivated primarily by the cultural environment. Moreover, we assume that 80 percent of daily tourists are in Røros because of the cultural environment.

With these assumptions about the number of cultural heritage tourists in Røros, we calculate that they contribute over a third of tourism's value added in the municipality, and four percent of the total economic impact in the region. As cultural heritage tourists require relatively labor-intensive services, they contribute to nine percent of the total number of employed in the region, which means that they provide a significantly greater contribution to employment than to the total economic impact.

Economic impact from cultural heritage tourists in Henningsvær

The economic impact from cultural heritage tourism in Henningsvær contributes around 15 percent of total economic impact in the region and around 20 percent of the jobs.

Henningsvær is a village with about 460 inhabitants in Vågan municipality. Henningsvær had over 18,000 overnight guests in 2016 and in addition, there may have been as many as 130,000 day-trippers. In Henningsvær nature and culture heritage is intertwined, and it is difficult to determine what the main motivation for visiting Henningsvær is; if it is to experience a vibrant and relatively intact fishing community (cultural environment), enjoy and use nature, or a combination. We therefore conservatively assumed that 1/3 of overnight guests is motivated by the cultural environment, and that 50 percent of day-trippers travels to Henningsvær primarily because of the cultural environment.

What we now know and the need for more knowledge

With these analyzes, we have come a long way to map out the total economic value of cultural heritage and cultural environments. However, there are relatively few studies that have identified these values both for Norwegian cases and for international cases, and the few previous Norwegian studies are largely based on student papers/theses. This shows a clear need for more knowledge.

The case studies we have carried out in this project, covers only part of the total economic value (TEV). We have valued parts of the direct use value of listed homes in Oslo and cultural environment Fredrikstad's Old Town; and the indirect use value of cultural tourism to Henningsvær and Røros. The results show that these direct and indirect use values can be substantial. However, it should be carried out similar analyzes in several cities in Norway to check consistency and transferability of these values; as well as to assess the effect on the values of different building styles, building periods, protection status, etc.

Non-use value in terms of willingness to pay for households who are not resident in or near areas with listed build heritage or cultural environments, can be significant because there may be many who benefit from and has willingness to pay for the existence of these cultural environments. To document these non-use values one must use so-called "stated preference" methods. Contingent valuation studies of selected, representative case will be able to provide estimates of the magnitude of the number of households that benefit from conservation and preservation of cultural heritage, and their average willingness to pay. New contingent valuation studies should be designed so that they can be used for value transfer to other cultural heritage in Norway.

In addition, the direct use value Norwegian visitors/tourists of cultural heritage have could be investigated using the travel cost method and/or contingent valuation. By using two independent methods one can better test the validity of this part of the use-value, which is not identified in our study. This direct use-value from tourists and visitors will then come in addition to the net income for the businesses that are affected by tourism motivated by cultural environments.

Overall, these studies provide a more complete picture of the total economic value of cultural heritage in Norway, and a better origin for value transfers and use of estimates in the cost-benefit analysis and other economic analysis in the cultural heritage sector.

1. Innledning

Kulturminner og kulturmiljø⁵ har en verdi for samfunnet, i dag og i fremtiden. Kulturminner, slik vi bruker det i denne rapporten, handler om de fysiske sporene etter menneskelig aktivitet. Kulturminneforvaltningen tillegger kulturminner og kulturmiljø verdier i etterkant av at sporene er satt. Vern av kulturminner og kulturmiljø er en dynamisk prosess. Kulturminner som vi, sett med dagens øyne mener har en verdi for ettertiden, bevares. De kulturminner som har verdi for oss i dag har blitt vernet i fortiden med den intensjon at de også vil ha verdi for oss og våre etterkommere.

Når vi i dette prosjektet definerer samfunnets verdi eller betalingsvillighet for kulturminner gjør vi det ut fra dagens preferanser. Det vi vil si at vi identifiserer verdien av kulturminner og kulturmiljø for dagens befolkning. Likevel kan fremtidige generasjoner være med på å forme vår verdi eller betalingsvillighet for kulturminner. I en helhetlig samfunnsøkonomisk tolkning av verdi inngår også verdien til de som ikke direkte bruker kulturminnet og/eller -miljøet, men som likevel kan ha glede av at det blir ivaretatt. Det inkluderer både dagens generasjon som ikke har planer om å besøke kulturminnet, men som likevel får en verdi av å vite at det eksisterer og verdien av å vite at også fremtidige generasjoner kan ta det i bruk likevel.

1.1. Hensikten med prosjektet

Hensikten med dette prosjektet er å synliggjøre den samfunnsøkonomiske verdien til kulturminner og kulturmiljø, og å vise konkrete verdier av dem i Norge.

Samfunnsøkonomiske analyser blir tillagt stadig større vekt i beslutningsprosesser, men nytten av bevaring av kulturhistoriske verdier blir ofte vurdert kvalitativt og ikke prissatt. Det er, i likhet med ikke-kvantifiserbare effekter i andre sektorer, ikke uvanlig at denne type effekter blir kort omtalt nederst i en analyse av ikke-prissatte virkninger. Godt kvantifiserte virkninger kan ofte ha større gjennomslag ettersom de ofte har mindre grad av subjektivitet i seg enn normative vurderinger av verdi. Prissatte verdier har også en sterkere grad av etterprøvbarehet da de baseres på et empirisk tallgrunnlag som analyseres etter objektive metoder og kriterier.

I Finansdepartementets rundskriv R-109/14 står det:

«I en samfunnsøkonomisk nytte-kostnadsanalyse verdsettes alle positive og negative virkninger av et tiltak i kroner så langt det lar seg gjøre, ut fra et hovedprinsipp om at en konsekvens er verdt det befolkningen til sammen er villig til å betale for å oppnå den eller for å unngå den. Dersom betalingsvilligheten for alle tiltakets nyttevirksomheter er større enn summen av kostnadene, defineres tiltaket som samfunnsøkonomisk lønnsomt. Kostnadene ved et prosjekt skal prinsipielt gjenspeile verdien av det en må gi opp av andre ting (verdien som ressursene kan skape i beste alternative anvendelse) for å gjennomføre prosjektet, mens nytten skal gjenspeile hvor mye en er villig til å betale (folks samlede betalingsvillighet).»

Det kan derfor være formålstjenlig med en god og faglig robust verdsetting og synliggjøring av kulturhistoriske verdier der man anslår verdien av kulturminner og kulturmiljø i kroner. Med andre ord at man synliggjør folks samlede betalingsvillighet. En slik verdsetting kan bidra til å heve kvaliteten på samfunnsøkonomiske analyser

⁵ Kulturminner er spor etter menneskers liv og levemåte, som for eksempel bygninger, hager, helleristninger eller båter. Et kulturmiljø er et område der kulturminner inngår som del av en større helhet, og kan for eksempel være byområder eller industrimiljøer.

der ett eller flere tiltak påvirker kulturhistoriske verdier. Eksempelvis kan bevaringsvedtak fra Riksantikvaren i noen tilfeller føre til økte kostnader for samfunnet. Det er dermed viktig at også nytten av denne type tiltak blir synliggjort i økonomiske termer. Det kan bidra til bedre forståelse for denne type vedtak i lokalbefolkningen. Det kan også bidra til bedre beslutningsgrunnlag for Riksantikvaren og andre som arbeider med kulturminner.

Et av målene med prosjektet er å presentere eksempler på ulike deler av den totale samfunnsøkonomiske verdien av å bevare kulturminner og kulturmiljø. Et annet mål ved prosjektet er å skaffe mer kunnskap om kulturminner og kulturmiljø basert på empiriske studier av hvor viktig kulturarven er for samfunnet og hvordan det vises i form av betalingsvillighet i et reelt marked eller hvor viktig kulturminner og kulturmiljø er for verdiskaping i samfunnet.

Vi tester hypoteser om merverdi av kulturminner og kulturverdi og søker å anslå størrelsesordenen av denne merverdien ved å analysere data for omsetning av boliger i og utenom kulturmiljøer i to utvalgte case (dvs. eiendomsprismetoden basert på reelle eiendomstransaksjoner) i kapittel 4 og 5. Dessuten anslår vi verdiskapingsvirkninger av reiseliv motivert av kulturminner og kulturmiljø i to utvalgte case (kapittel 6): I tillegg ser vi på det vi refererer til som ikke-bruksverdier (dvs. verdien av å vite at kulturminner eksisterer både for ens egen del og andre i dagens generasjon, og at fremtidige generasjoner også kan ha tilgang til og glede av kulturminner) i en litteraturstudie av verdsettelsesstudier av kulturminner og kulturmiljø i både Norge og andre land.

Vi har brukt fire forskjellige case i analysene, se Figur 3, og som er valgt ut fra kriterier som tilgang på data eller for at de er gode eksempler på relativt intakte kulturmiljøer.

Figur 3: Områder der våre analyser er gjennomført



I Oslo er det undersøkt om det er høyere betalingsvillighet for å bo i et verneverdig bygg eller i en bolig der det er høy tetthet av verneverdige bygg. I Gamlebyen i Fredrikstad er det undersøkt om det er høyere betalingsvillighet for å bo i kulturmiljøet eller i områder som er på virket av kulturmiljøet. I Røros og Henningsvær

er det gjennomført analyser som beregner verdiskapings- og næringsvirkninger som kan tilbakeføres til kulturminne- eller kulturmiljøturisme.

1.2. Avgrensning av prosjektet

I samfunnsøkonomiske analyser ønsker man å tallfeste all nytte og alle kostnader for samfunnet av et tiltak så langt det lar seg gjøre. Men, tallfesting kan imidlertid ofte være utfordrende, da det kan være vanskelig å prissette goder som ikke omsettes i et marked.

For å verdsette *alle* de samfunnsøkonomiske effektene av kulturminner og kulturmiljø er det ulike steg som må gjennomføres. For det første må man identifisere kvalitativt og/eller kvantitativt hvilke effekter det er. Deretter må disse effektene prissettes. Det finnes en rekke metoder for hvordan dette kan gjøres, hvor noen vil passe godt til å verdsette noen av effektene og andre vil passe bedre til å verdsette andre effekter.

Hovedformålet i dette prosjektet er å synliggjøre så mye som mulig av den samfunnsøkonomiske verdien som kan tilskrives kulturminner og kulturmiljø. Vi identifiserer hovedsakelig bruksverdiene av kulturminner og kulturmiljø i denne analysen. Det vil si at vi fanger opp merverdien som reflekterer privatpersoners betalingsvillighet for direkte bruk av kulturminner og kulturmiljø som synliggjøres i form av faktisk betaling, enten i form av eiendomstransaksjoner (som synliggjør merverdi av boliger), eller indirekte i form av verdiskapingsvirkninger som følge av turisme motivert av kulturminner og kulturmiljøer.

I denne studien inkluderer vi ikke verdien individer som ikke selv besøker eller bor i kulturminner har av kulturminnet eller kulturmiljøet, dvs. den så kalte ikke-bruksverdien av kulturminnet.

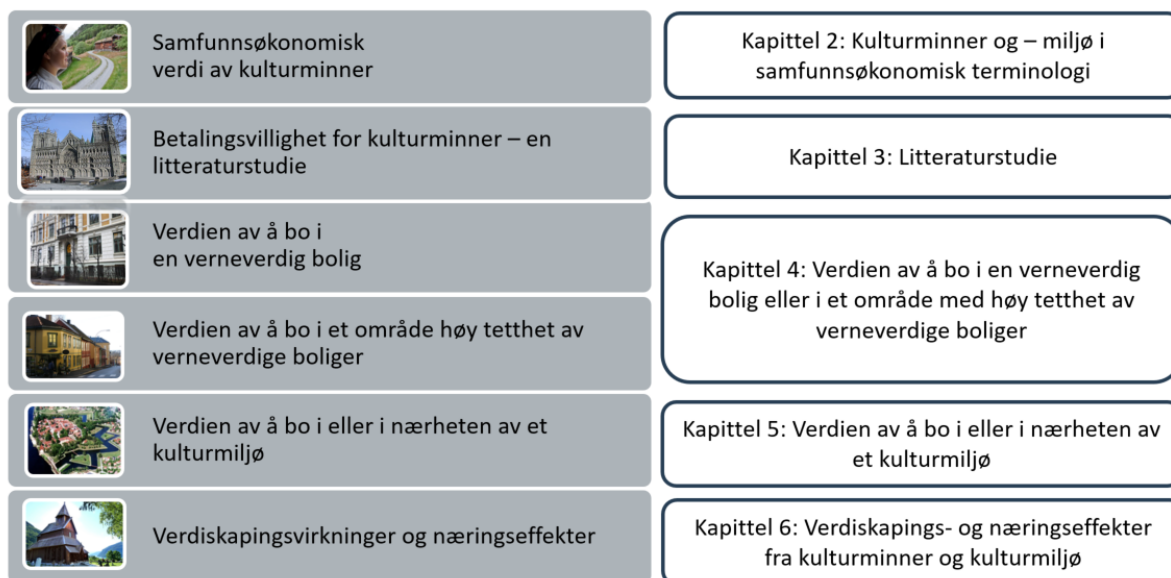
Det kan likevel være at deler av det vi fanger opp som bruksverdien også kan inkludere elementer av ikke-bruksverdien. Eksempler på dette er spesielt arveverdi og eksistensverdi. Ved bruk av eiendomsprismetoden er det ikke sikkert at den eventuelle merverdien i boligen bare skyldes bruksverdien. Det kan være situasjoner der noen er villige til å betale ekstra for en verneverdig bolig ut fra «ikke-bruksverdi», for eksempel ut fra at de simpelthen ønsker at boligen skal bli bevart – og ønsker å ivareta det selv.

For også å illustrere størrelsesordenen av ikke-bruksverdiene har vi kartlagt relevant verdsettingslitteratur og gjennomført en enkel verdioverføring til norske forhold.

1.3. Veiledning til leser

Dette prosjektet er svært omfattende og omfatter flere eksempler og analyser knyttet til case. Rapporten er lagt opp slik at hvert kapittel kan leses uavhengig av de andre. Figur 4 under viser de temaer denne rapporten gjennomgår og analyserer med en henvisning til kapittel.

Figur 4: Oversikt over tema rapporten gjennomgår med henvisning til de aktuelle kapitler



Samfunnsøkonomisk teori og metode ligger til grunn for hele dette prosjektet. Det er derfor svært viktig at leseren forstår hvilke forutsetninger og tolkninger som benyttes i dette teoretiske og metodiske rammeverket. I Kapittel 2 beskriver vi derfor kulturminner og kulturmiljøer i en samfunnsøkonomisk språkdrakt før vi beskriver hva som er den totale samfunnsøkonomiske verdien og tolkninger av kulturminners verdiskaping.

Kapittel 3 er en litteraturstudie som ser på ulike studier, både norske og internasjonale, som har verdsatt kulturminner og kulturmiljø. Litteraturen vi har gjennomgått spenner bredt, men vi har hovedsakelig fokusert på nyere studier som vurderer kulturarvens⁶ betydning kvantitativt og i en samfunnsøkonomisk kontekst. Som en del av litteraturstudien har vi også foretatt en forenklet verdioverføring av resultater fra tidligere norske verdsettelsesstudier av kulturminner for å illustrere størrelsesordenen av både bruks- og ikke-bruksverdi.

I kapittel 4 presenterer vi resultatene fra analysene der vi har sett på verdien av å bo i en verneverdig bolig og på verdien av å bo i et område med flere verneverdige boliger. I dette kapittelet er eiendomstransaksjoner i Oslo benyttet som datamateriale. I kapittel 5 presenterer vi resultatene fra analysene der vi har sett på verdien av å bo i, eller i nærheten av, et kulturmiljø. Her har vi benyttet oss av Gamlebyen i Fredrikstad som case.

Kapittel 6 viser verdiskapings- og næringseffekter fra Røros og Henningsvær. Denne delen av analysen beregner den økonomiske betydningen av kulturarven som kommer fra både nasjonale og internasjonale turister. Her har vi skilt ut de turistene som kommer grunnet kulturarven fra de som kommer av andre årsaker.

Kapittel 7 oppsummerer og konkluderer.

⁶ Kulturarv omfatter alle materielle og immaterielle uttrykk for menneskelig aktivitet gjennom tidene. De ikke-fysiske sporene finner vi i kunnskap og kunnskapsprosesser om bruk og utvikling av kulturarven. Dette knytter seg f.eks. til materialvalg, tradisjonshåndverk og bruk og vedlikehold av objekter og omgivelser, samt fortellinger nært forbundet med de fysiske objektene.

2. Samfunnsøkonomisk verdi av kulturminner og kulturmiljø

Vern og bruk av kulturmiljø og kulturminner bidrar til samfunnsnytte. Samfunnsnytte er her definert som samfunnsøkonomisk nytte, og omfatter all nytte som alle individer i samfunnet får fra ulike goder og tjenester. Den totale samfunnsøkonomiske verdien (TSV) av kulturminner består av flere ulike elementer, hovedsakelig bruks- og ikke-bruksverdier, avhengig av hvordan kulturminnet blir brukt. I noen tilfeller vil kulturminnet eller kulturmiljøet bli direkte brukt. Denne direkte bruken forventes å ha en verdi. I tillegg vil det være verdier som ikke-bruksverdi, ved at individet har glede av at kulturminnet eller kulturmiljøet eksisterer, selv om individet selv ikke tar det direkte i bruk. Verdiskapings- og næringsanalyser belyser den lokal-/regionaløkonomiske av verdien av kulturminner og kulturmiljøer, og vil også kunne bidra til den (nasjonale) samfunnsøkonomiske nytten i den grad det skapes nettoinntekter for de berørte næringer og ringvirkninger.

2.1. Kulturminner og kulturmiljø i en samfunnsøkonomisk kontekst

I samfunnsøkonomisk språkdrakt betegnes kulturminner og kulturmiljø ofte som fellesgoder, også kalt kollektive goder⁷. Definisjonen av et rent fellesgode er at bruk av godet er ikke-rivaliserende og ikke-ekskluderende. Ikke-rivaliserende goder betyr at en persons bruk ikke påvirker andre personers bruk, mens ikke-ekskluderende betyr at man ikke kan hindre (ikke-betalende) personer fra å bruke godet. Av denne definisjonen forstår vi at ulike kulturminner og kulturmiljøer i større eller mindre grad kan betegnes som fellesgoder. For eksempel kan man som oftest ekskludere folk fra å bruke privateide kulturminner direkte, og hvis det blir altfor mange mennesker som ønsker å besøke en historisk bygning eller et bygdetun samtidig, kan det bli trengsel som kan redusere enkeltes opplevelse av godet. For andre kulturminner kan mange ha nytte og glede av å oppleve et kulturminne eller kulturmiljø uten at det går utover andres opplevelse. Avhengig av hvilket kulturminne vi snakker om kan det derfor være ulike grad av at en persons bruk påvirker en annens bruk, og i hvilken grad folk kan hindres i å bruke godet.

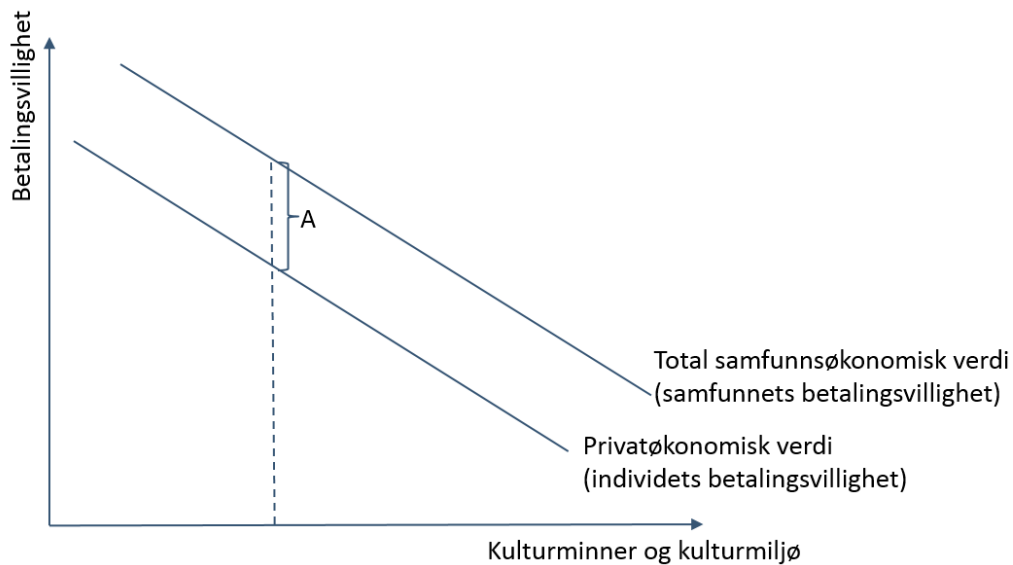
Fellesgoder, og da også kulturminner og kulturmiljøer, representerer ofte en markedssvikt. Markedssvikten i dette tilfellet kommer av at den samfunnsøkonomiske nytten (samfunnsnytt) av å ivareta kulturminner og kulturmiljø (i form av befolkningens betalingsvillighet for å bevare dette fellesgodet) er større enn den private betalingsvilligheten til de som eksempelvis eier de historiske bygningene som utgjør et kulturmiljø. d. Med andre ord vil ikke ordinære private markeder føre til at det brukes tilstrekkelig med ressurser til å fremskaffe fellesgoder sammenlignet med det som samfunnsøkonomisk «riktig» (optimalt).

Kulturminneforvaltningens rolle er å rette opp i denne markedssvikten ved å bidra til å bevare, vedlikeholde, nyttiggjøre og ivareta kulturminner og kulturmiljøer slik at samfunnet kan ha nytte av kulturarven.

Figuren nedenfor illustrerer markedssvikten.

⁷ Andre typiske fellesgoder/kollektive goder er gatebelysning, fyrtårn, god luftkvalitet, forsvar, klima.

Figur 5: Privatøkonomisk verdi og total samfunnsøkonomisk verdi av privateide kulturminner og kulturmiljøer⁸



Det er summen av alle individers betalingsevillighet som utgjør samfunnsnyttan. Den nederste kurven i Figur 5 er betalingsevillighet for ivaretagelse av kulturminner *kun* for eierne av kulturminner, og den øverste kurven er betalingsevilligheten til alle individer/husstander som har betalingsevillighet (i form av bruksverdi og/eller ikke-bruksverdi) for å bevare disse privateide kulturminnene. Denne figuren gjelder således kun for privateide kulturminner (som eksempelvis boliger) og kulturmiljøer, og ikke direkte for kulturminner hvor bevaringen er finansiert over stasbudsjettet. Derfor er den kun ment til å illustrere markedssvikten.

Figur 5 viser at samfunnets betalingsevillighet (i form av alle individer/husstander samlede betalingsevillighet) for å bevare kulturminner er høyere enn betalingsevilligheten til de privatpersoner som eier historiske bygninger som utgjør et kulturmiljø. Dersom den private eiers verdi hadde vært lik samfunnets verdi, ville ikke fellesgodeproblematikken vært aktuell, og det ville ikke vært noen markedssvikt. Den private eieren ville behandlet, vedlikeholdt og nyttiggjort seg av bygget uten behov for de krav en eventuell vernestatus fra kulturminnemyndighetene ville bidratt til. Markedssvikten er lik området A i figuren. Størrelsen på A kan være liten eller stor avhengig av type kulturminne, bruk av kulturminnet og hvor mange som kan ha nytte og glede av kulturminnet eller kulturmiljøet – direkte eller indirekte.

⁸ Som vi kan se i figuren vil betalingsevilligheten eller etterspørselen etter kulturminner (som andre fellesgoder) være avtakende når antallet av godet, som i dette tilfellet er kulturminner, øker. Samfunnets velferd er summen av alle individers nytte. Individer får nytte av konsum av både private – og fellesgoder. Det er vanlig å si om markedets etterspørselskurve/betalingsvillighetskurve at individene er rangert etter sin fallende betalingsevillighet. Langs markedets etterspørselskurve kan man se for seg de første «kulturminneenheter» på x-aksen (kvantumsaksen) som etterspørselen fra det individet med den høyeste reservasjonsprisen. Tilsvarende beveger vi oss nedover markedets etterspørselskurve/betalingsvillighetskurve ved å inkludere betalingsevillighet fra konsumenter med stadig lavere reservasjonspris.

2.2. Samfunnsøkonomisk verdi fra kulturminner og kulturmiljøer

Vern og bruk av kulturminner og kulturmiljøer bidrar til samfunnsnytte. Samfunnsnytte er her definert som samfunnsøkonomisk nytte, og omfatter all nytte som alle individer i samfunnet (vanligvis definert som et land) får fra ulike goder og tjenester, inkludert fellesgoder som biologisk mangfold, økosystemtjenester og kulturarv. Dette omfatter både inntekt og sysselsetting (i den grad det gir netto samfunnsøkonomisk verdiskapning), og kulturelle og sosiale verdier som vanligvis ikke uttrykkes i økonomiske termer (og dermed ikke alltid vil inngå i de samfunnsøkonomiske analysene).

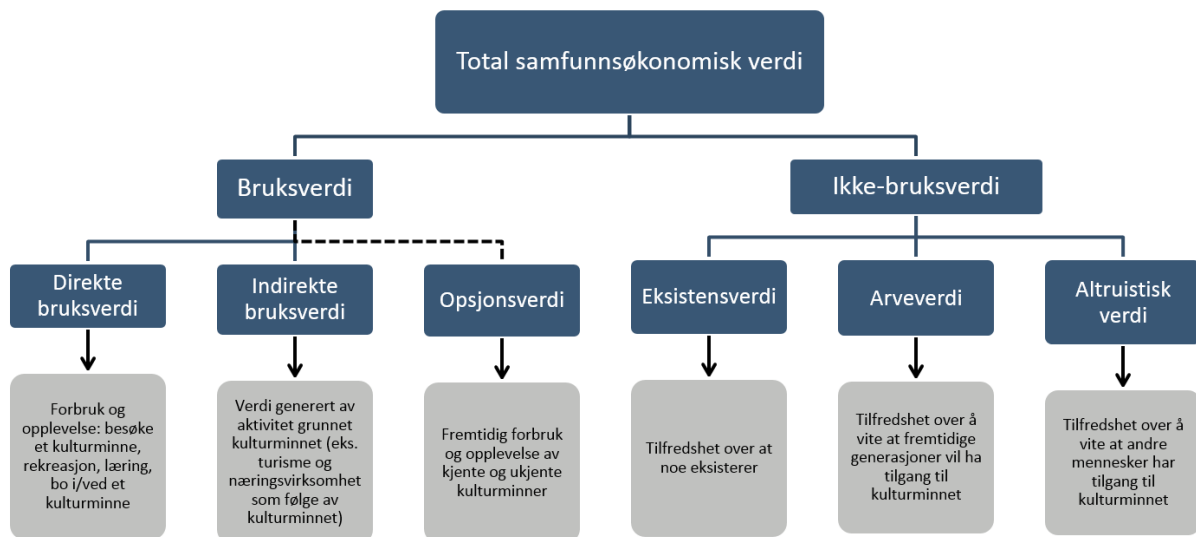
I en fullstendig samfunnsøkonomisk analyse skal man kvantifisere og verdsette (i kroner), så langt det lar seg gjøre, alle kostnader og nytteeffekter, sett fram samfunnets synsvinkel, av det tiltaket man analyserer. For private goder som har en markedspris, bruker man denne (justert for eventuelle imperfeksjoner i markedet) for å finne den samfunnsøkonomisk verdi av godet. Imidlertid vil fellesgoder ofte ikke omsettes i markedet, og dermed ikke ha en markedspris. Selv om folk som opplever et kulturmiljø ikke betaler direkte for å bruke det, vil de ha en bruksverdi i form av betalingsvillighet av å bruke det. I samfunnsøkonomiske analyser søker vi å kartlegge det såkalte konsumentoverskuddet; definert som det folk maksimalt er villig til å betale og det de faktisk betaler for å bruke eller bevare kulturminnet (ofte null slik at betalingsvilligheten også er konsumentoverskuddet. Folks betalingsvillighet kan være motivert både av bruken av det, og tilfredsheten/nytten av å ta vare på det for seg selv og andre i dagens generasjon og for framtidige generasjoner (såkalt ikke-bruksverdi). Man kan ha en nytteverdi forbundet med kulturminnet og/eller kulturmiljøet, selv om man ikke selv bruker det. Eksempelvis kan en som er bosatt i Nordland føle tilfredshet og dermed ha en nytteverdi av et tiltak som ivaretar kulturmiljøet Skudeneshavn. Opplevelsen av, og viten om kulturmiljøet, kan i dette tilfellet utløse positiv verdi for den enkelte. Legger man alle disse individenes nytte av å vite om tiltaket i Skudeneshavn vil det også kunne utløse positiv samfunnsnytte.

Den totale samfunnsøkonomiske verdien (TSV) av kulturminner består av flere ulike elementer, avhengig av hvordan kulturminnet eller kulturmiljøet blir brukt. I noen tilfeller vil det kunne være direkte bruk, eksempelvis ved at man benytter seg av kulturminnet som bolig, at man bor i områder preget av verneverdige bygg eller at man besøker området som turist for å oppleve kulturmiljøet eller kulturminnet. Denne direkte bruken forventes å ha en verdi. I tillegg vil det være verdier som ikke-bruksverdi, ved at individet har glede av at kulturminnet eller kulturmiljøet eksisterer, selv om individet selv ikke tar det direkte i bruk.

Kulturminne- og kulturmiljøgoder har flere av de samme attributtene som miljøgoder. Under presenteres en figur som viser den totale samfunnsøkonomiske verdien. Den er basert på NOU 2013:10 om økosystemtjenester, og ble i forprosjektet⁹ (Menon, 2016) tilpasset kulturgoder. Den totale samfunnsøkonomiske verdien kan deles opp i ulike komponenter som beskriver ulike nytteeffekter av kulturminnet og kulturmiljøet for individet og samfunnet. Detaljnivået og oppdelingen av verdikomponentene i verdsettingen av kulturminner og kulturmiljø vil variere mellom ulike kilder.

⁹ <http://www.riksantikvaren.no/Aktuelt/Nyheter/Verdien-av-kulturminner>

Figur 6: Total samfunnsøkonomisk verdi av kulturminne- og kulturmiljøgoder. Kilde: NOU 2013:10, tilpasset av Menon Economics (2016)



Som vi kan se av Figur 6 over, deles den totale samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø opp i bruksverdi og ikke-bruksverdi, med flere underkategorier og eksempler under hver. De grå boksene viser mulige eksempler på hva som er med på å generere den totale samfunnsøkonomiske verdien.

Bruksverdier er verdier som stammer fra bruk av kulturminner eller kulturmiljøer, og kan ofte knyttes til private goder som har en markedspris. Bruksverdien inkluderer både direkte bruksverdi, indirekte bruksverdi og opsjonsverdi. Den direkte bruksverdien kan videre deles opp i kulturminner til forbruk og til opplevelser, der førstnevnte er bruk der man tar kulturminnet direkte i bruk. For den indirekte bruksverdien er det verdier som oppstår i andre ledd som en virkning av kulturminnets/-miljøets tilstedeværelse. Eksempler på dette kan være næringsvirksomhet eller turisme. For et kulturmiljø kan bruksverdien eksempelvis være det en besøkende er villig til å betale, også utover billettprisen, for å få besøke kulturmiljøet.

Ikke-bruksverdier er verdier som ikke involverer en form for bruk av kulturminner eller kulturmiljøer direkte, men som reflekterer individers ønske om å bevare dem uavhengig av egen bruk. For ikke-bruksverdi er eksistensverdi, altruistisk verdi og arveverdi de ulike komponentene av verdier. Disse komponentene inneholder verdier som normalt sett ikke omsettes i vanlige markeder. Ofte brukes derfor betalingsvillighetsundersøkelser basert på spørreundersøkelser til den direkte og indirekte berørte befolkningen for å måle ikke-bruksverdien.

Alle de ulike komponentene kan potensielt aggregeres opp for å gi den totale samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner, gitt datatilgang og informasjon. Det vil si at:

$$\text{Total samfunnsøkonomisk verdi av kulturminner og kulturmiljøer} = \text{bruksverdi (forbruk, opplevelse, indirekte bruksverdi, opsjonsverdi)} + \text{ikke-bruksverdi (eksistensverdi, altruistisk verdi, arveverdi)}.$$

2.3. Verdiskaping av kulturminner og kulturmiljøer

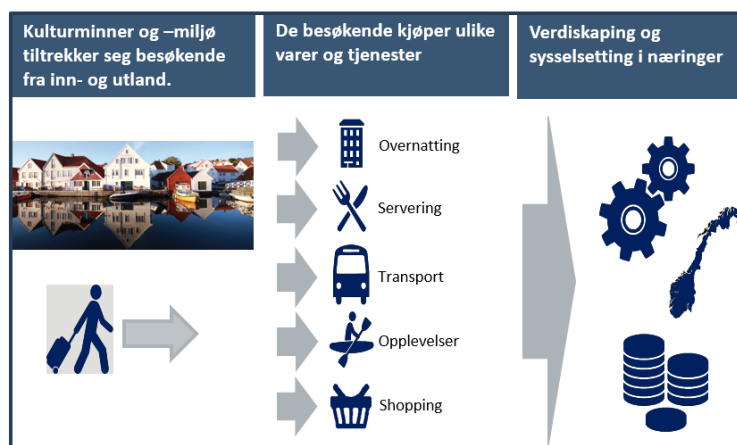
Verdiskapings- og næringsanalyser belyser den lokal-/regionaløkonomiske av verdien av kulturminner og kulturverdier, og vil også kunne bidra til den (nasjonale) samfunnsøkonomiske nytten i den grad det skapes nettoinntekter for de berørte næringer og ringvirkninger (som ikke kunne bli skapt andre steder med de samme eller mindre ressurser)¹⁰.

De siste tiårene har det blitt større oppmerksomhet rundt hvordan kulturminner og - miljø kan tas i bruk til næringsvirksomhet. Nasjonalt og internasjonalt er det bred enighet om at kulturarven er viktig for verdiskapingen i samfunnet. I Norge er et mer systematisk verdiskapingsarbeid på kulturminneområdet igangsatt for å belyse kulturminner og kulturmiljøers nytte for mennesker og samfunn. Kulturminner, kulturmiljø og landskap gir muligheter for verdiskaping og ulike former for kommersiell virksomhet. Vern gjennom bruk har blitt en visjon som i de senere år også har blitt tatt inn som retningsgivende i politiske føringer¹¹.

«Gjennom målretta og systematisk arbeid har kulturminneforvaltninga lagt vekt på vern gjennom bruk, då dette er den beste forvaltninga av kulturminna. Prosjekta medverkar til utvikling av lokalsamfunn og lokalt næringsliv. Satsing på kulturminne som ressurs medverkar til positiv utvikling av byar og stader. Kulturminneforvaltninga er ikkje næringsutviklar, men skal leggje til rette for at andre aktørar kan drive næringsutvikling i tilknytning til kulturminna.»

Hensikten med å beregne verdiskapingsvirkningene er å tallfeste størrelsen på de økonomiske ressurser som benyttes til å forvalte kulturminner og kulturmiljø, og ressurser som benyttes på å betjene turister til kulturminnet eller kulturmiljøet og hva dette koster av seg i lokalsamfunnet, i form av lønn og utbytte til ansatte og eiere. Det vi legger i verdiskaping er inntektsskapende aktivitet. Det vil si den merverdien bedriftene skaper. Verdiskapings- og næringsvirkningene som tallfestes er da salgsinntektene minus produksjonskostnaden, og måles som driftsresultatet til bedriften pluss lønnskostnader. Figur 7 under illustrerer hvordan verdiskapingsvirkninger kan skapes som følge av kulturminner- og miljø.

Figur 7: Hvordan kulturminne- og kulturmiljøturister skaper nærings- og verdiskapingsvirkninger



¹⁰ Disse analysene er ikke et alternativ til verdsettelsesmetodene for fellesgoder, men et tillegg for å dokumentere produsentoverskuddet som kulturminner gir opphav til. Verdsettelsesmetodene finner konsumentoverskuddet; og det er summen av produsent- og konsumentoverskudd som er det samfunnsøkonomiske overskuddet (Nytten).

¹¹ Statsbudsjettet 2016 «Kulturminne og kulturmiljø – nasjonale mål»

3. Litteraturstudie

Vi har gått gjennom den norske og internasjonale litteraturen som ser på verdien av kulturminner og kulturmiljø. Studiene varierer imidlertid både med hensyn til type kulturminne og type verdi, men ser hovedsakelig på ett kulturminne isolert. Eksempelvis er det gjennomført betalingsvillighetsstudier for norske kulturminner som Nidarosdomen, Bryggen Bergen og Pilgrimsleden. Her har respondentene oppgitt at de har en betalingsvillighet for bevaring på mellom 88 og 480 2016-kroner. Flere av de internasjonale studiene ser på kjente kulturminner/landemerker i eget land. Eksempelvis Stonehenge, Old Parliament house i Canberra, Galleria Borghese i Roma og det Arabiske tårn i Valencia og finner en betalingsvillighet som enten er et engangsbeløp eller en årlig avgift i intervallet 143 – 869, eller fra 82 til 274 2016-kroner i inngangspenger for å kunne besøke kulturminnet. Det vil si at beløpene spriker avhengig av type kulturminne og karakteristika ved studien. Andre analyserer merverdien av verneverdige bygninger. De studiene vi har analysert i vår litteraturstudie finner mellom -3% (Ahlfeld og Maenning, 2010) og +30% (Incentive, 2016) i merverdi dersom boligen er bevaringsverdig. De fleste studiene ligger i øvre del av dette intervallet.

Vi har gått gjennom den mest relevante delen av den eksisterende litteraturen. Vi har lagt mest vekt på artikler fra fagfelleverderte tidsskrifter, men også andre artikler og bokkapitler er inkludert. Norske og nordiske studier har blitt prioritert i litteraturgjennomgangen. Samlet sett fremstår litteraturen spredt når det gjelder type kulturarv som undersøkes, hvilke effekter og verdier som identifiseres, og hvilke metoder som anvendes. Litteraturen vi har gjennomgått spenner bredt, men vi har hovedsakelig fokusert på studier av nyere tid som vurderer kulturminners og kulturmiljøers betydning kvantitativt og i en samfunnsøkonomisk kontekst.

Som en oppsummering kan vi si at de fleste studier internasjonalt som ser på betalingsvillighet for kulturminner og kulturmiljøer bruker «oppgitte preferanser¹²»-metoder (stated preference method); og spesielt det som omtales som Betalingsvillighetsstudier eller Betinget Verdsetting (Contingent Valuation). Studiene varierer imidlertid både med hensyn til type kulturminne og type verdi, men ser hovedsakelig på ett kulturminne isolert. Ofte er dette verdensarvobjekter eller nasjonalt viktige kulturminner som befolkningen i det aktuelle landet og ofte også i utlandet kjenner til. Det betyr at verdianslagene ikke er direkte overførbare til regionalt eller lokalt viktige kulturminner og kulturmiljøer i Norge. De fleste studiene viser at befolkningen er overveiende positive til bevaring av kulturminner, men at folks betalingsvillighet varierer mye både for det enkelte kulturminner og over ulike kulturminner.

En relativt stor andel av respondentene i studiene vi har sett på oppgir null betalingsvillighet for bevaring av kulturminne betinget verdsettingsstudier. Dette kan skyldes at det er mer polarisering og variasjon i preferansene for kulturminner enn miljøgoder (som gjennomgående har en lavere andel nullsvar (Navrud & Ready 2002), og/eller at verdsettingsstudiene ikke får fram spørsmålsstillingen ikke inkluderer kulturminners eller kulturmiljøers langsiktige verdi på en god nok måte.

¹² Oppgitte preferanser er basert på hypotetisk adferd, der man konstruerer et hypotetisk marked for et fellesgode ved å beskrive et tiltak som vil medføre en marginal økning i kvaliteten eller mengden av fellesgodet eller tiltaket ved å spørre befolkningen om deres betalingsvillighet for dette tiltaket. Et eksempel kan være å spørre befolkningen om deres betalingsvillighet for bevaringstiltak for kulturminner.

I de fleste studiene er verdier for «brukere» av kulturminnet eller kulturmiljøet, i form av besøkende eller lokalbefolkning, høyere enn for ikke-brukere. Dette er å forvente siden brukere av et kulturminne eller et kulturmiljø vil kunne ha både bruks- og ikke-bruksverdi (dvs. eksistens – og bevaringsverdi) av kulturminnet eller kulturmiljøet. Studien viser også at også de som ikke bruker kulturminne eller kulturmiljøet kan ha positiv betalingsvillighet for bevaring av kulturminnet eller kulturmiljøet (i form av ikke-bruksverdi), men den varierer med typen kulturminne eller kulturmiljø. Selv om betalingsvilligheten for ikke-brukere oftest er mindre enn for brukere, kan samlet verdi for ikke-brukerne være større da det ofte er mange flere ikke-brukere. Spesielt vil dette gjelde nasjonalt viktige kulturminner og kulturmiljøer (og internasjonalt viktige, jfr. verdensarvsteder).

I analyser av verdiskapings- og næringseffekter er det særlig økt turisme og økt aktivitet i bygge-/restaureringsbransjen som trekkes fram som direkte økonomiske effekter. Denne type analyser egner seg imidlertid best hvis man kan sannsynliggjøre at ressursene ikke ville funnet alternativ anvendelse uten kulturminnene. Da er dette ny aktivitet som ikke bare er forflyttet aktivitet fra andre steder i landet.

I studier der man har brukt eiendomsprismetoden er det en tendens til at eiendommer ofte får en høyere merverdi av å ha bevaringsverdige bygninger i nabolaget sammenlignet med at bygningen boligen ligger i selv har bevaringsstatus.

3.1. Betalingsvillighetsstudier for kulturminner og kulturmiljø: oppgitte preferanser

Betalingsvillighetsstudier har som fellesnevner at de ønsker å finne den maksimale verdien et individ eller en husstand er villig til å betale for å få en marginal økning i kvaliteten eller mengden av et fellesgode (i form at et tiltak eller tiltakspakke som gi denne endringen). Den gjennomsnittlige betalingsvilligheten (fra et representativt utvalg av respondenter) kan deretter summeres over alle individer /husstander som er «berørt» (i form av at de har nytte/økt livskvalitet av å få denne endringen) for å anslå samfunnsøkonomisk nytte. Kulturminner og kulturmiljøer er fellesgoder, og begge de «oppgitte preferanse»-metoden, betinget verdsetting (kalles ofte også «Betalingsvillighetsstudie») og valgekspesimenter, har vært anvendt med overvekt av anvendelser av førstnevnte metode.

Ved betinget verdsetting spør man respondenter direkte om deres betalingsvillighet for et tiltak som vil gi en endring i fellesgodet. For eksempel kan man spørre folk direkte om hva de er villige til å betale for å restaurere et kulturminne som i mangel på tiltak vil forfalle; enten ved å spørre om det høyeste beløpet de er villige til å betale (og gi dem et betalingskort med mange beløp fra null til et høyt beløp f.eks. 10.000 kr) , eller ved å spørre dem om å betale et oppgitt beløp og variere størrelsen på dette beløpet mellom respondenter (og utlede deres maksimale betalingsvillighet ut fra et statistisk analyse av hvor stor andel som svarer «ja» til å betale de ulike beløp. Ved valgekspesimenter utledes betalingsvilligheten indirekte ved å analysere på de valg respondentene gjør når de gjentatte ganger blir bedt om å velge mellom to (eller flere) ulike programmer som tilbyr fellesgodet og karakteristika av fellesgodet i ulik mengde/kvalitet til varierende pris.

Tabell 1 under viser en oppsummering av noen av betalingsvillighetsstudiene med oppgitte preferanser vi har gått gjennom, med vekt på de norske som finnes.

Tabell 1: Oppsummering av et utvalg undersøkelser av betalingsvillighet for kulturminne- og kulturmiljøgoder med oppgitte preferanser¹³.

Forfatter(e) og år	Verdsatt objekt	Tiltak	Metode	Betalingsmåte, husstand/individ, engangsbeløp/årlig beløp	Gjennomsnittlig betalingsvillighet (beløpet som er rapportert i studien og 2016-kroner i parentes ¹⁴)
Navrud og Strand (2002)	Nidarosdomen	Unngå skader pga. forvitring og manglende vedlikehold	Betinget verdsetting	Økte skatter og frivillige fond. Årlige beløp per individ blant besøkende	361 2003-kroner (463 2016-kroner)
Navrud og Axelsen (2003)	Bryggen i Bergen	Verdi av å bevare verdensarvstedet et Bryggen i Bergen	Betinget verdsetting	Statlig avgift. Engangsbeløp per husstand, Norges befolkning	188 2003-kroner (241 2016-kroner)
Bjørnsgard (2004)	Pilgrimsleden fra Oslo til Trondheim og Nidarosdomen	Opprettholde og vedlikeholde Pilgrimsleden (på sti og vei) og Nidarosdomen	Betinget verdsetting	Økt (statlig) skatt. Årlig beløp per husstand, innbyggere i Oslo og Trondheim	68–80 2003-kroner (88-103 2016-kroner) for Pilgrimsleden, 291–374 2003-kroner (373-480 2016-kroner) for Nidarosdomen
Høibo (2012)	Bergen Kunstmuseum	Museet i seg selv	Betinget verdsetting	Avgift. Årlig beløp per husstand, Bergens befolkning	143 2012-kroner (158 2016-kroner)
Hansen (1997)	Det Kongelige Teater, København	Teateret i seg selv	Betinget verdsetting	Skatt. Årlige beløp per individ blant Danmarks befolkning	154 danske 1997-kroner (238 2016-kroner)
Salazar m. fl. (2005)	Arabisk tårn, Spania	Rekonstruere tårnet	Betinget verdsetting	Frivillig donasjon. Engangsbeløp per individ, lokale innbyggere	€53–59, 2005-priser (780–869 2016-kroner)
Kim m. fl. (2007)	Changdeok Palace, Korea	Bruksverdi (utover billettpris)	Betinget verdsetting	Inngangspenger. Innenlandske besøkende per besøk	\$5,70–6,00 (82–86 2016-kroner)
Maddison og Mourato (2002)	Stonehenge, Storbritannia	Omlagging av veier ved verdensarvstedet et Stonehenge	Betinget verdsetting	Årlig avgift i to år, per husstand. Inngangspenger for utlendinger	\$6,00–23,00 for briter (72–274 2016-kroner)
Choi m. fl. (2010)	Old Parliament House,	Marginale endringer i	Valgekspesimerer	Årlig avgift per individ, Australias befolkning	Store forskjeller. Fra ca. \$0 for konferanserom til

¹³ Disse tallene ikke er sammenlignbare, dels for at de gjelder helt forskjellige kulturminner og dels for at noen er årlige beløp og andre er engangsbeløp

¹⁴ Beløpene er omgjort til 2016-kroner ved hjelp av konsumprisindeksen (KPI) for de norske studiene. For de internasjonale studiene er beløpene omgjort ved hjelp av kjøpekraftsparitetsjustert (purchasing power parity -PPP) valutakurser (<https://data.oecd.org/conversion/purchasing-power-parities-ppp.htm>) fra året studien ble gjort. Deretter er de oppjustert med norsk KPI til 2016-kroner.

	Canberra, Australia	forskjellige tilbud			\$14 (108 2016-kroner) for «shop and café» og «fine dining»
Mazzanti (2003)	Galleria Borghese-museet, Roma, Italia	Marginale endringer i forskjellige tilbud	Valgekspirimeter	Økt billettpris for besøkende Per person per besøk	Positiv betalingsvilje for de fleste endringer. €1,47–4,03 for økt bevaring og restaurering, €0,46–0,75 for multimedia-tilbud, og €1,14–2,55 for multimedia-tilbud tilknyttet en midlertidig utstilling ¹⁵

I Norge er det gjennomført betalingsvillighetsundersøkelser av blant annet Bryggen i Bergen, Nidarosdomen, Pilgrimsleden og Nidarosdomen og Bergen Kunstmuseum (henholdsvis Navrud og Axelsen 2003, Navrud og Strand 2002, Bjørnsgard 2004 og Høibo 2012). Disse studiene er noe ulike med hensyn til blant annet målgruppe (besøkende eller innbyggere lokalt eller nasjonalt), og definisjon av endringen i mengden/kvaliteten av kulturminnet (bevaring generelt eller spesifikt rehabiliteringstiltak).

Navrud og Axelsen (2003) finner for Bryggen i Bergen en gjennomsnittlig betalingsvillighet ved en engangsbetaling i form av en statlig avgift på 188 kroner per husstand i Norge. Navrud og Strand (2002) finner at besøkende til Nidarosdomen er villige til å betale i gjennomsnitt 361 2003-kroner for å unngå skader på Nidarosdomen som følge av forvitring og manglende vedlikehold. Bjørnsgard (2004) finner 68–80 2003-kroner i gjennomsnittlig betalingsvillighet for Pilgrimsleden, og 291–374 2003-kroner for Nidarosdomen blant Oslo og Trondheims innbyggere. Høibo (2012) finner at Bergens husholdninger har en gjennomsnittlig betalingsvillighet for Bergen Kunstmuseum gjennom en avgift på 143 kroner, med en median på 100 kroner. Den samlede betalingsvilligheten til bergenserne er lavere enn de offentlige bevilgningene, og samfunnet får dermed ingen nettonytte av museet. Det er imidlertid antakeligvis flere enn Bergens befolkning, både i form av brukere (turister) og ikke-brukere, som har nytte av kunstmuseet; slik at samlet betalingsvillighet i denne undersøkelsen var et underestimat av samfunnsøkonomisk nytte av å bevare muséene i Bergen.

I tillegg til de norske studiene nevnt ovenfor, er det også foretatt økonomiske verdsettingsstudier av helleristninger i Østfold (Jøsang, Hage og Aasen, 2000) og av det estetiske bybildet i Christiania-kvadraturen (Færø et al. 2001), men disse er studentoppgaver med svært begrenset utvalgsstørrelse. Med et lite utvalg av respondenter øker sannsynligheten for at utvalget ikke er representativt for den befolkningen man ønsker å studere, og dermed øker usikkerhet i anslaget for gjennomsnittlig betalingsvillighet.

¹⁵ 1 euro i år 2000 (da undersøkelsen ble gjennomført) i Italia tilsvarer 15 2016-kroner, PPP-justert

De fleste internasjonale studier som ser på betalingsvillighet for kulturminner og kulturmiljøer bruker metoden «oppgitte preferanser», og da hovedsakelig betinget verdsetting. Eksempler på dette er Hansen (1997), Salazar et al. (2005) og Kim et al. (2007). Noen nyere studier har også brukt valgekspesimenter, som Choi et al. (2010).

Hansen (1997) bruker en betinget verdsetting for å anslå danskenes betalingsvillighet over skatteseddelen for Det Kongelige teater i København. Til tross for at bare 7 prosent av befolkningen bruker teatret, så har en stor andel av befolkningen en positiv betalingsvillighet, med 154 danske 1997-kroner i gjennomsnitt. Hansen op.cit. finner at den samlede betalingsvilligheten overstiger subsidiekostnaden, og dermed er teateret samfunnsøkonomisk lønnsomt.

Salazar m. fl. (2005) bruker direkte betinget verdsetting til å undersøke betalingsvilligheten som innbyggerne i en liten spansk by har for å rekonstruere et gammelt arabisk tårn. De finner at den gjennomsnittlige betalingsvilligheten ligger i intervallet 53–59 euro (i 2005) per person som et engangsbeløp. Ved hjelp av ulike økonometriske metoder finner de at personer som i stor grad oppsøker og konsumerer kultur generelt har høyere betalingsvillighet enn andre. Det ser dermed ut til at konsum av kulturgoder påvirker betalingsvilligheten positivt.

Kim m. fl. (2007) estimerer bruksverdien av Changdeok Palace i Korea, som står på UNESCOs verdensarvliste, ved hjelp av betinget verdsetting. De fant mellom 5,70 og 6,00 USD i gjennomsnittlig betalingsvillighet per person per besøk. Summert over alle personer og besøk ble dette 2 millioner USD i samlet bruksverdi per år blant innenlandske besøkende.

Maddison og Mourato (2002) undersøker briters betalingsvillighet for å legge om to veier ved Stonehenge, for å hindre at trafikken er sjenerende. De finner at noen foretrekker å beholde veiene der de ligger, så man kan se Stonehenge fra bilen, mens andre foretrekker å legge om veiene, delvis i tunnel. De finner at den aggregerte nettoytten av å legge om veiene er på 149 millioner GBP når man bruker den gjennomsnittlige betalingsvilligheten, mens den lavere, median betalingsvilligheten (dvs. det høyeste beløpet 50% av respondentene var villige til å betale) gir omtrent 0 i netto nytte. Med andre ord var det noen som hadde svært høy betalingsvillighet, men at over halvparten faktisk ikke har noen betalingsvillighet overhode

Choi m. fl. (2010) bruker valgekspesimenter til å undersøke den nasjonale betalingsvilligheten for Old Parliament House i Canberra, Australia for både brukere og ikke-brukere. Her finnes bl.a. utstillinger, aktiviteter, butikker og serveringssteder. De finner at den totale økonomiske verdien er på ca. 224 millioner australske dollar årlig.

Mazzanti (2003) bruker valgekspesimenter rettet mot besøkende til Galleria Borghese i Roma for å undersøke betalingsvillighet for flere typer forbedringer i tilbudet på museet. Han fant positiv betalingsvillighet for de fleste foreslåtte endringer, i størrelsesorden 0,46–4,03 euro. I samme studie stiller han spørsmål om betalingsvillighet for å besøke museet og betalingsvillighet til et spesielt bevaringsfond for å støtte museet. Da fant han at median betalingsvillighet var 6,94 euro for inngang og et bevaringsfond til museet som er høyere enn dagens inngangspenger på 6 euro.

Selv om betalingsvillighetsstudiene varierer både med hensyn til type kulturminne eller kulturmiljø og type verdi, er noen funn felles for de fleste (Pearce m. fl. 2002). Funnene er som regel at man er positive til bevaring av kulturminner. Det betyr at befolkningen i gjennomsnitt har en betalingsvillighet større enn null for å hindre at kulturminner eller kulturmiljøer blir ødelagt. Det er likevel en relativt stor andel av respondentene som oppgir null betalingsvillighet i oppgitte preferanser- studier.

Vi har også at verdier for brukere, enten besøkende eller beboere, er høyere enn for ikke-brukere. Dette indikerer at informasjon og besøk er positivt for betalingsvilligheten. Men ikke-bruksverdien kan også gjerne være positiv. Det kommer an på type kulturminne eller kulturmiljø. Andre studier skiller mellom lokale/innenlandske og utenlandske besøkende. Navrud og Strand (2002) finner at andelen som oppgir null betalingsvillighet er mer enn dobbelt så høy for utenlandske besøkende til Nidarosdomen sammenlignet med nordmenn.

3.2. Betalingsvillighet for kulturminner og kulturmiljø: avslørte preferanser

Noen studier som ønsker å avdekke verdien av kulturmiljø eller kulturminner har også brukt metoder med «avslørte preferanser¹⁶». Eiendomsprismetoden og reisekostmetoden er her de metodene som er mest brukt i studier av betalingsvillighet for kulturgoder.

Eiendomsprismetoden er en hedonisk metode, der man bruker aktørers adferd i liknende eller relaterte markeder til å verdsette kulturminnet eller kulturmiljøet. I eiendomsprismetoden tar man utgangspunkt i faktiske transaksjoner, og studerer sammenhengen mellom pris på eiendom og kulturminnestatus. Det at en bolig har en erkjent verneverdi eller ligger i et område med flere verneverdige boliger er et ikke-håndfast gode som i seg selv ikke kan prises direkte. Når to ellers helt sammenlignbare boliger omsettes under ellers sammenlignbare forhold, mens de varierer kun med hensyn til verneverdi eller nærområdets verneverdi, vil prisforskjellen mellom boligene være et uttrykk for hvordan den erkjente vernestatusen verdsettes. Om andre karakteristika ved boligene varierer må det korrigeres for dette i en økonometrisk analyse (regresjonsanalyse) for å finne den partielle effekten vernestatus har på markedsprisen av boligen.

Reisekostnadsmetoden bruker kostnaden ved å reise til et sted (her: et kulturminne eller kulturmiljø) som et mål på prisen folk er villig til å betale for å besøke området, og besøksfrekvensen som et mål på «mengden opplevelser» man vil «kjøpe». Ut fra dette kan en beregne de besøkendes konsumentoverskudd (dvs. direkte bruksverdi/opplevelsesverdi) av å besøke kulturminnet/-miljøet.

Tabell 2 under viser en oppsummering av noen av betalingsvillighetsstudiene med avslørte preferanser vi har gått gjennom, med vekt på nordiske og europeiske studier.

¹⁶ Avslørte preferanser bygger på faktisk adferd i markeder for private goder som kan knyttes til det aktuelle fellesgodet vi ser på.

Tabell 2: Oppsummering av et utvalg undersøkelser av betalingsvillighet for kulturminne- og kulturmiljøgoder med avslørte preferanser.

Forfatter(e) og år	Hva påvirker verdi	Studieområde	Metode	Tiltak/attributt	Merverdi
Ahlfeldt og Maennig (2010)	Egen bolig	Berlin	Eiendomspris	Kulturminnereguleringer	-3 til -5 %
Ahlfeldt og Maennig (2010)	Bygninger i nærheten	Berlin	Eiendomspris	Bygningsarv innenfor en radius på 600 m	Positiv
Ruijgrok (2006)	Egen bolig	Sørøstlige, rurale deler av Nederland	Eiendomspris	Mer autentisitet	+ 13 %
Lazrak m. fl. (2014)	Egen bolig	Zaanstad, Nederland	Eiendomspris	Listede bygninger	+ 27 %
Lazrak m. fl. (2014)	Vernet kulturmiljø	Zaanstad, Nederland	Eiendomspris	Listede områder	+ 26 %
Nome og Stige (2016)	Egen bolig	Oslo	Eiendomspris	Bevaringsstatus (listeføring)	+7 % for eneboliger, +2 % for leiligheter
Nome og Stige (2016)	Boliger i nærheten	Oslo	Eiendomspris	Bevaringsstatus (listeføring)	Positiv
Noonan (2007)	Egen bolig	Chicago	Eiendomspris	Chicagos "landmark designation"-program	+ 2 % for hvert ekstra landemerke i nærheten
Incentive (2015)	Egen bolig	Danmark	Eiendomspris	Bevaringsstatus	+ 30 % for eneboliger, + 18 % for leiligheter
Incentive (2015)	Boliger i nærheten	Danmark	Eiendomspris	Områder der mer enn 15 % av boligene har bevaringsstatus	+ 13 %
Alberini og Longo (2005)	Kulturminner	Armenia	Reisekostnadsmetoden, innenlandske besøkende	Besøke Garni (hellenistisk tempel), Haghardzin (kloster), Khor Virap (historisk viktig kloster) eller Tatev (kloster i fine omgivelser)	4648 AMD (\$9,03) per besøkende per besøk
Kulturmiljø Hälland (2016)	Egen bolig	Sverige	Fremgår ikke tydelig	Bevaringsstatus	Gjennomsnittlig +7%

I studiene vi har gått gjennom der man har brukt eiendomsprismetoden, er det en tendens til at eiendommer ofte får en høyere merverdi av å ha bevaringsverdige bygninger i nabolaget enn at eiendommen selv er verneverdig.

De fleste av studiene vi har sett på finner en positiv effekt av kulturminnestatus på boligpriser (f.eks. Ruijgrok 2006, Lazrak m. fl. 2014, Nome og Stige, 2016). Ahlfeldt og Maennig (2010) finner derimot en svak negativ effekt av vernebestemmelser på markedsverdien av en bygning. Alle studiene nevnt over finner indikasjoner på en positiv effekt på boligprisene av at eiendommen ligger i et *område* med kulturminner.

Ruijgrok (2006) og Lazrak et al. (2014) bruker eiendomspriser til å avdekke verdien av å bo i eller nær kulturminner i form av historiske bygg. Eiendomsprismetoden er en type hedonisk prising, som bruker oppførsel i liknende markeder til å si noe om betalingsvilligheten til et gode som ikke har noen eksplisitt markedspris. Ruijgrok (2006) finner at bygningers og deres omgivers historiske karakteristika utgjør nesten 15 prosent av eiendomsverdien i utvalgte områder i Nederland. Lazrak et al. (2014) bruker såkalt «romlig hedonisk prising» (spatial hedonic pricing) til å si noe om effekter på eiendomspriser av at bygningen har bevaringsverdig eller ligger i nærheten av bygninger med bevaringsverdig. De finner at i byen Zaanstad i Nederland har boliger som er verneverdige 26,9 prosent høyere verdi enn andre boliger, mens bygninger i et historisk område har 26,4 prosent høyere verdi enn andre boliger.

Ahlfeldt og Maennig (2010) analyser vernebestemmelers betydning for eiendomspriser i Berlin, og bruker også romlig hedonisk prising. De finner at vernebestemmelser kan ha en svak negativ effekt på markedsverdien av en bygning, men at det kan ha en positiv effekt på eiendomsprisene i området rundt. Man har dermed en implikasjon på en markedssvikt med ulik fordeling av *eksternaliteter* (se boks). Dette mener de at kan komme av at vernebestemmelser kan være upraktiske og en ulempe for den som eier eiendommen (negativ eksternalitet, der den privatøkonomiske kostnaden ved å ta vare på eiendommen overstiger den privatøkonomiske nytten), mens andre kun nyter godt av å bo i et område/kulturmiljø med historiske kvaliteter, uten å betale for det. Dette vil medføre at verneverdige eiendommer blir mindre vedlikeholdt enn hva som er samfunnsøkonomisk lønnsomt.

Nome og Stige (2016) studerer effekten av vernestatus på eiendomspriser i Oslo. De bruker et datasett med ca. 175 000 boligtransaksjoner, dvs. alle boligtransaksjoner i Oslo i perioden 2004-2013. De finner at eneboliger med bevaringsstatus har en kvadratmeterpris som er 7,4 prosent høyere enn tilsvarende enheter uten bevaringsstatus. For leilighetene har de (verne)listeførte enhetene 1,8 prosent høyere kvadratmeterpris, og småhusene har 5,0 prosent høyere pris. Studien kontrollerer for boligens størrelse, tomtens størrelse, boligens alder, bydelsbeliggenhet og alder på boligen.

Incentive (2015)¹⁷ bruker både en eiendomsprismodell og en ringvirkningsanalyse til å belyse verdien av bygningsarven i Danmark. I eiendomsprisstudien ser de på alle boligsalg i Danmark siden 1992, og sammenlikner priser på bygninger med og uten SAVE-status¹⁸. De finner at eneboliger med bevaringsstatus selges for 30 prosent høyere pris enn andre tilsvarende boliger, og at i områder med mer enn 15 prosent bevaringsverdige bygninger får man en merpris på 13 prosent. Samme studie viser at for leiligheter med de høyeste SAVE- verdiene var merverdien 18 prosent.

Alberini og Longo (2005) bruker en kombinasjon av reisekostnadsmetoden og betalingsvillighetsundersøkelser til å estimere verdien for lokalbefolkningen av ulike kulturminner i Armenia. De finner at betalingsvilligheten er høyere for økt turistservice og forbedret kulturopplevelse enn for infrastrukturtiltak. Man finner positiv betalingsvillighet hos befolkningen i Armenia, til tross for at den gjennomsnittlige husholdning der har et relativt

¹⁷ Det er ikke tydelig i studien om det er kontrollert for effekter av boligens beliggenhet, alder eller størrelse, eller andre faktorer som er med på å forklare eiendomsprisen.

¹⁸ SAVE står for Survey of Architectural Values in the Environment og er en metode for å kartlegge bevaringsverdier i bygninger. En bygning SAVE-vurderes på en skala fra 1-9 på fem dimensjoner: arkitektonisk verdi, kulturhistorisk verdi, miljømessig verdi, originalitetsverdi og tilstandsverdi. De fem dimensjonene oppsummeres til én overordnet bevaringsverdi, som Incentive/Realdania-studien deler opp i tre grupper: + 1-3: Høy bevaringsverdi + 4-6: Middell bevaringsverdi + 7-9: Lav bevaringsverdi. I alt er der litt mer enn 350.000 bygninger blitt SAVE-vurdert i Danmark.

begrenset budsjett i forhold til hva som er tilfelle i en del andre land der man har foretatt betalingsvillighetsundersøkelser. De tilreisende har i gjennomsnitt \$9,03 i rekreasjonsverdi/direkte bruksverdi per person per besøk.

Kulturmiljö Halland i samarbeid med Länsstyrelsen i Halland har gjennomført en analyse av 40 000 boligertransaksjoner i perioden 2005-2012, hvorav 10 000 ble vurdert til å ha kulturhistorisk verdi (Kulturmiljö Halland, 2016). Forfatterne konkluderer med at folk betalte mer for bygninger med kulturhistoriske kvaliteter. Undersøkelsen viser at bygninger med kulturhistorisk verdi i gjennomsnitt hadde 7 prosent høyere forventet markedsverdi enn øvrig bebyggelse. I tillegg gjennomførte de en spørreundersøkelse der oppsummeringen tyder på at kulturhistoriske verdier oppfattes som et pluss, at det er viktig å bevare kulturhistoriske karaktertrekk, og at mange er villige til å betale mer for en bygning der disse trekkene er bevart. Det fremgår ikke om det her ble gjennomført en eiendomsprisstudie, der man korrigerer for ulike karakteristika ved eiendommene, eller om dette var en forenklet analyse.

3.3. Verdiskapings- og næringsvirkninger av kulturminner og kulturmiljøer

Ringvirkningsanalyser eller «impact studies» innen kulturminnefeltet tar utgangspunkt i spørsmålet om hva som er den positive effekten for den lokale økonomien av å investere i kulturminner eller kulturmiljø. Hensikten er å estimere ringvirkninger i form av arbeidsplasser og verdiskaping for den lokale økonomien (Bowitz og Ibenholt 2009).

En ulempe ved ringvirkningsanalyser er at de kun tar hensyn til markedspriser, og ikke ikke-prissatte virkninger. Som Bowitz og Ibenholt (2009) poengterer, tas det ofte ikke hensyn til alternativ ressursbruk ved beregninger av kulturminners økonomiske betydning, noe som kan bidra til overvurderte effekter av kulturminnene (Bowitz og Ibenholt 2009). Man kan beregne hva omsetningen utgjør i verdiskaping og antall arbeidsplasser, men dette er ikke nettoeffekter som ville bortfalt uten den utløsende aktiviteten. Man tar altså ikke hensyn til hvorvidt en besøkende ville besøkt et annet sted i Norge og kjøpt de samme varene og tjenestene. Hvis dette er tilfelle er det kun økt lokal verdiskaping og ikke ny aktivitet for hele landet, dvs. at den økonomiske aktiviteten flyttes fra en region til en annen og at netto-effekten for landet er null. Men, dersom man kan anta at de vare- og tjenestekjøpene som gjøres av de besøkene ikke ville skjedd et annet sted i landet kan man si at denne aktiviteten er *nyskapt*. Dersom man i tillegg til dette kan bevise at denne nye aktiviteten skyldes at de besøkende kom og brukte penger grunnet kulturminnet eller kulturmiljøet, kan man vise at kulturminnet eller kulturmiljøet har bidratt med netto verdiskaping til samfunnet.

Ringvirkningsanalyser egner seg derfor best til å illustrere verdien av omsetning og investeringer som kommer utenfra regionen eller landet. I ringvirkningsstudier på kulturminneområdet er det særlig økt turisme og økt aktivitet i restaureringsbransjen som trekkes fram som direkte økonomiske effekter.

Vår litteraturstudie viser at det er få større nasjonale undersøkelser av sammenhengen mellom kulturarv og turistens reisevalg, mens det på lokalt nivå er blitt gjennomført flere undersøkelser av sammenhengen mellom kulturattraksjoner og turistens reisemotivasjon.

I Norge har blant annet Spilling (1999) og Ericsson og Vaagland (2002) gjennomført spørreundersøkelser der de kartla hvorvidt festivaldeltakere (på diverse festivaler i Lillehammer og Notodden bluesfestival) har reist til en region og de økonomiske effektene av deres forbruk. De finner at kulturfestivalene fyller et sentralt behov i

dagens samfunn, behovet for opplevelser av høy kvalitet og avveksling fra hverdagens gjøremål. De utgjør videre en ressurs for det lokale kulturliv og fungerer dessuten som sosiale møtesteder og fellesskapsarenaer for deler av lokalbefolkningen. De bidrar imidlertid ikke med svært mye i lokaløkonomien, og deres potensialer for lokal næringsmessig utvikling er begrenset.

I Bowitz og Ibenholts (2009) undersøkelse av Røros og verdensarven og kulturmiljøets betydning for den lokale økonomien, finner de at kulturmiljøet sysselsetter ca. 7 prosent av arbeidsstyrken. Gjennom en turistundersøkelse gjennomført i 2006 og 2007 undersøkte de hvor viktig kulturmiljøet var for turistenes beslutning om å dra til Røros, og dermed fikk de gode muligheter til å kunne skille ut hvor mye av turistomsetningen som kom som følge av kulturminnene. De fant at omtrent halvparten av turistene kom fordi Røros er et historisk interessant sted.

Menon (2016a) analyserer reiselivets økonomiske betydning i Tinn kommune. Her ligger Rjukan, som er oppført på UNESCOs verdensarvliste sammen med Notodden grunnet deres industriarv. Industriarven er sammen med krigshistorien med på å tiltrekke turister til Rjukan. Menon finner at det totale reiselivet står for 12 prosent av sysselsettingen og 7 prosent av verdiskapingen i næringslivet i kommunen i 2014. Det ble derimot ikke gjort noe forsøk på å skille «kulturarvturisme» fra annen turisme. Mange reiser til Tinn av andre grunner, for eksempel for hytteferie, å stå på ski eller å bedrive annet friluftsliv.

Hervik m. fl. (2002), Menon (2016b-nr.) og Menon (2016c-nr.) benyttet billettsalg og -data for å undersøke om besøkende på museum og festivaler er tilreisende eller lokale. Problem ved sistnevnte metode er at man for det første er avhengig av at bruken av kulturarven er organisert og begrenset gjennom billettsystem, og for det andre at man ikke får undersøkt betydningen av festival eller museum for turistens reise.

Incentive (2015) bruker den historiske byen Ribe som case der de undersøker hvilken betydning bygningsarven har for å tiltrekke turister og derigjennom generere økonomisk aktivitet. De finner at 2/3 av turistene i Ribe kommer grunnet bygningsarven. De finner videre at man får 92 millioner danske kroner i ekstra omsetning årlig i næringslivet i Ribe grunnet bygningsarven, og dette representerer 136 flere sysselsatte. I tillegg kommer 14 millioner kroner i kommunale inntekter som følge av de sysselsatte som bor i kommunen sin lønnsbeskatning.

For å beregne kulturminnets eller kulturmiljøets betydning for økt aktivitet i økonomien (netto verdiskaping) må alternativbruken av ressursene på både markedssiden og produksjonssiden hensyntas. Som påpekt av van Puffelen (1996), Ringstad (2005) og Bowitz og Ibenholt (2009), er ofte analyser av økonomisk betydning av kulturmiljø svakt utført og dårlig presentert, noe som ofte gjør resultatene er vanskelig å tolke. Ringstad (2005) og Bowitz og Ibenholt (2009) påpeker imidlertid at bruk av korrekt metodikk kan gi gode anslag på kulturarvens økonomiske betydning. Det vil si at en god studie vil klare å skille ut nettoeffekten på økonomien av kulturminner og kulturmiljøer, og er samtidig god på å gjøre rede for metodikken.

3.4. En forenklet verdioverføring til bruk på andre kulturminner og kulturmiljøer og norske forhold

Basert på studiene ovenfor har vi forsøkt å gjennomføre en verdioverføring av estimatene til norske forhold. Verdioverføringsmetoder (også kalt nytte-overføringsmetoder; value eller benefit transfer) benytter eksisterende verdsettingsstudier i en ny sammenheng der det er behov for anslag på velferdseffekter. Man kan enten overføre enkeltanslag fra nasjonale (eller internasjonale) studier som verdsetter lignende virkninger som

dem en er interessert i, eller en kan overføre en verdsettingsfunksjon som så kan tilpasses med variabelverdier som er viktige for betalingsvilligheten, fra den lokale konteksten en skal bruke anslagene. Det siste kan for eksempel involvere å bruke et datasett fra én annen studie, eller å samle og syntetisere verdsettingsanslag fra mange studier i en database som så kan analyseres (såkalt meta-analyse).

Verdioverføringsmetodene er mye i bruk i praktiske samfunnsøkonomiske analyser fordi det ofte ikke er tid eller ressurser til å gjennomføre nye spesialtilpassede verdsettingsstudier for et bestemt prosjekt. Det er derfor også stor interesse og en relativt stor litteratur som diskuterer verdioverføringsmetoder og presisjonen i ulike metoder (se for eksempel Navrud & Ready 2007; Lindhjem & Navrud 2008; Johnston m.fl., 2015). I tillegg til usikkerheten i de opprinnelige verdsettingsanslagene får en ved bruk av verdioverføringsmetoder usikkerheten i selve overføringen. Likevel vil presisjonen i mange tilfeller kunne være god nok, avhengig av beslutningskontekst.

Det har vist seg utfordrende å gjennomføre en verdioverføring fra studier av spesifikke og ofte unike kulturminner (eller kulturmiljøer) til kulturminner og kulturmiljø generelt. Vi finner det derfor forsvarlig kun å vise til resultatene fra tidligere studier for å si noe om størrelsesorden av bruks- og ikke-bruksverdiene av kulturminner og kulturmiljøer generelt i Norge.

Eksempelvis er det gjennomført betalingsvillighetsstudier for norske kulturminner som Nidarosdomen, Bryggen Bergen og Pilgrimsleden. Her har respondentene oppgitt at de har en betalingsvillighet for bevaring på mellom 88 (Pilgrimsleden) og 480 (Nidarosdomen) 2016-kroner. Dette kan illustrere spennvidden i betalingsvilligheten, og si noe om størrelsesordenen av verdiene, men vanskelig brukes i en konkret verdioverføring. Det er derfor et stort behov for nye verdsettingsundersøkelser som ser på kulturminner og kulturmiljøer som er mer representative for større deler av den norske kulturarven enn de få studiene av unike objekter. Disse studiene bør verdsette relevante endringer i mengden/kvaliteten av disse kulturminnene og kulturmiljøene, og designes slik at de kan frambringe enhetsverdier som kan brukes direkte i verdioverføring for framtidige samfunnsøkonomiske analyser av tiltak for å bevare og restaurerer kulturminner.

Det er derfor heller ikke lett å overføre verdier fra studier i andre land til norske forhold. Vi ser at flere av de internasjonale studiene som har sett på kjente kulturminner i eget land, som eksempelvis Stonehenge, Old Parliament house i Canberra, Galleria Borghese i Roma og det Arabiske tårn i Valencia finner en betalingsvillighet som enten er et engangsbeløp eller en årlig avgift i intervallet 143 – 869 2016-kroner¹⁹, eller fra 82 til 274 2016-kroner i inngangspenger for å kunne besøke kulturminnet. Dette gir verdier i samme størrelsesorden som de norske studiene, men verdien av disse unike enkeltobjektene har (som for de norske studiene) begrenset overførbarhet til den mer generelle gruppen av kulturminner og kulturmiljøer vi her ser på.

Når det gjelder de empiriske studiene som er basert på eiendomsprismetoden eller andre metoder kan det derimot være flere spesifikke attributter som ikke er direkte overførbare til norske forhold. I valg av bolig er det kan det være nasjonalt spesifikke og/eller byspesifikke preferanser for mange karakteristika ved boligen og området den ligger i. Dessuten er disse studiene basert på et empirisk datagrunnlag som inkluderer de som reelt har gjennomført en eiendomstransaksjon på de ulike stedene. Eksempelvis vil en studie som er gjennomført i

¹⁹ Beløpene er omgjort ved hjelp av PPP-korrigerede valutakurser og KPI. Se fotnote til Tabell 1 for ytterligere beskrivelse av fremgangsmåte for omgjøringen til 2016-kroner.

Berlin ikke nødvendigvis ha stor ekstern validitet og være generaliserbar til eiendomstransaksjoner i ulike norske byer. Ettersom disse studiene hovedsakelig har undersøkt et utvalg som ikke kan sies å gjelde en hel befolkning eller hele befolkningens preferanser (men derimot kun de som har kjøpt bolig i den aktuelle byens preferanser) er ikke nødvendigvis studiene like godt egnet for å si noe om effekten av kulturminnekvaliteter på prisen av norske boliger. På den andre siden er det likevel sannsynlig at flere vestlige land har samme type karakteristika som Norge. Vi har derfor hovedsakelig vurdert disse studiene. De studiene vi har analysert i vår litteraturstudie finner mellom -3% (Ahlfeldt og Maennig, 2010) og +30% (Incentive, 2016) i merverdi dersom boligen er bevaringsverdig. De fleste studiene ligger i øvre del av dette intervallet. Til tross for at disse verdiene ikke direkte kan overføres indikerer de at det er en samfunnsøkonomisk nytteverdi av bevaringsverdige boliger.

Med andre ord kan det være utfordrende å få gode estimat på verdier ved hjelp av verdioverføringsmetodikk. Som nevnt kan det likevel brukes som indikasjon på verdier av tiltak som berører kulturminner.

4. Verdien av å bo i en verneverdig bolig eller i områder med flere verneverdige boliger

Analysen i dette kapittelet benytter seg av eiendomsprismetoden for å identifisere verdien av verneverdige boliger i Oslo. Vi finner at det er en høyere betalingsvillighet for å bo i verneverdige boliger enn for tilvarende boliger som ikke er verneverdige (mellom 2,3 og 2,4 prosent høyere). Dette er altså brutto positiv betalingsvillighet utover den eventuelle kostnaden av begrensningene som følger vernestatusen. Vi finner en enda høyere merverdi (gjennomsnittlig mellom fire og fem prosent høyere) av å bo i områder med høy tetthet av verneverdige bygninger. Resultatene endrer seg noe når vi estimerer verdien av verneverdige boliger i de ulike bydelene. Da finner vi at for noen bydeler (St. Hanshaugen og Sagene) har det svært høy verdi å bo i en verneverdig bolig. For andre bydeler (Frogner, Gamle Oslo og Grünerløkka) finner vi en positiv verdi av å bo i områder med høy tetthet av verneverdige boliger. Våre funn bekreftes av eiendomsmeglere som er brukt som respondenter i en Delphi-studie.

I dette kapittelet identifiserer vi den direkte bruksverdien i den totale samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner, ved å undersøke om privatpersoners betalingsvillighet for boliger som er verneverdige²⁰ er forskjellig fra betalingsvilligheten for en sammenlignbar bolig som ikke har noen tilhørende vernestatus. Vi identifiserer også forskjellen i privatpersoners betalingsvillighet for å bo i områder med mange kulturminner fra å bo i områder med lavere tetthet av kulturminner²¹.

Hvorvidt en bolig er verneverdig eller ikke er bare en av flere kvaliteter som til sammen vil påvirke boligens pris når den omsettes. Vi forventer at prisen bestemmes dels av kvaliteter ved boligen og dels av kvaliteter ved nærområdet og dels av bevaringsstatus. Når boliger omsettes i markedet, antar vi at kjøpere uttrykker hvordan de verdsetter disse kvalitetene med den prisen de er villige til å betale. Når to ellers sammenlignbare boliger omsettes under sammenlignbare forhold, mens de varierer med hensyn til erkjent verneverdi eller nærområdets verneverdi, antar vi at prisforskjellen mellom boligene er et uttrykk for hvordan den erkjente vernestatusen verdsettes.

4.1. Gjennomføring

For å identifisere den eventuelle merverdien av verneverdige boliger har vi benyttet oss av eiendomsprismetoden. Eiendomsprismetoden (Hedonisk prising – HP) er en metode som bruker statistisk regresjonsanalyse for å finne betydningen av ulike karakteristika ved boligen for markedsprisen. Markedsprisen forventes å uttrykke husstandens eller privatpersonens betalingsvillighet for boligen som et pengemål for nytten de forventer å ha av boligen over dens levetid. Det vil si nåverdien av alle karakteristika ved boligen som eksempelvis boligareal, antall soverom, alder, beliggenhet, etasje, støy, avstand til kollektivknutepunkt, avstand til grøntareal og om boligen har kulturminnekvaliteter.

²⁰ Med verneverdig mener vi her et kulturminne som har gjennomgått en kulturhistorisk vurdering og erkjent som verneverdig. Med verneverdig mener vi det samme som bevaringsverdig.

²¹ Når vi her refererer til kulturminner har vi inkludert flere typer kulturminner som er på Gul liste. Herunder bygg som er kategorisert som bygård, bolig, uthus, fjøs/stall, garasje, produksjonslokale, skole, forretningsbygg, kontor, driftsbygning, arbeiderbolig. Full liste er gjengitt i Vedlegg A1.

Eiendomsprismetoden har mange fordeler for å måle verdien av kulturminner og kulturmiljø sammenlignet med andre verdsettelsesmetoder. Eksempelvis er det en fordel at vi her observerer faktiske markedstransaksjoner, til forskjell fra i oppgitte preferanser der man må spørre om betalingsvillighet i en hypotetisk markedssituasjon.

Ved å identifisere boligens mange karakteristika, inkludert vernestatus, kan hver av disse ulike kjennetegnene bidrag til den totale salgsprisen estimeres. Gjennom sammenligning av to leiligheter som er identiske bortsett fra vernestatusen som indikerer kulturminneverdien, kan verdien av at boligen er verneverdig avledes.

4.1.1. Beskrivelse av datasettet

For å gjennomføre vår studie har vi benyttet oss av data og informasjon fra Eiendomsverdi.no for informasjon om alle eiendomstransaksjoner i Oslo i 2005-2017. Disse dataene inkluderer siste salgspris, siste salgsdata og estimert dagens verdi (med tilhørende usikkerhet)²². Informasjon om vernestatus er hentet fra Riksantikvarens offisielle database over fredete kulturminner og kulturmiljø i Norge, Askeladden. Når vi videre omtaler boliger som verneverdige i Oslo, inkluderer vi i denne undersøkelsen de som er vernet etter Plan- og bygningsloven, fredet eller kommunalt listeført (Gul liste²³)²⁴. Vi har også benyttet oss av data fra Matrikkelen, Oslo kommunes statistikkbank for karakteristika om delbydelene og bydelene, herunder sosioøkonomiske variabler. Kartdata fra Google er benyttet for å få informasjon om grønnsstruktur og Byantikvaren i Oslo har bistått med å karakterisere ulike byggestiler i Oslo over år for bedre å kunne forstå boligkjøpernes preferanser i valg av bolig²⁵.

Bilde 1: Bygård i Oslo. Kilde: Ekely, iStockphoto.com



I tillegg har vi snakket med et tilfeldig utvalg eiendomsmeglere fra hver bydel og bedt dem om å komme med sine vurderinger av tilleggsverdien av kulturminner på eiendomsprisene i Oslo. Resultatet fra denne undersøkelsen presenteres i avsnitt 4.3 «Delphi-studien».

Vi tar utgangspunkt i 2500 boligtransaksjoner i Oslo i perioden 2005 til 2017 der salgssummene er indeksert opp til 2017-priser. Videre kobler vi boligdataene opp mot Riksantikvarens kulturminnedatabase (Askeladden) for å identifisere hvilke av boligtransaksjonene som er verneverdige boliger. I vårt datasett er omtrent 1000 (969) av boligtransaksjonene på Gul liste.

²² Eiendomsverdi har boligens salgspris i sammenlignbare 2017-priser som indekseres på en måte som tar hensyn til boligmarkedsvariasjoner over de siste tiårene i Oslo.

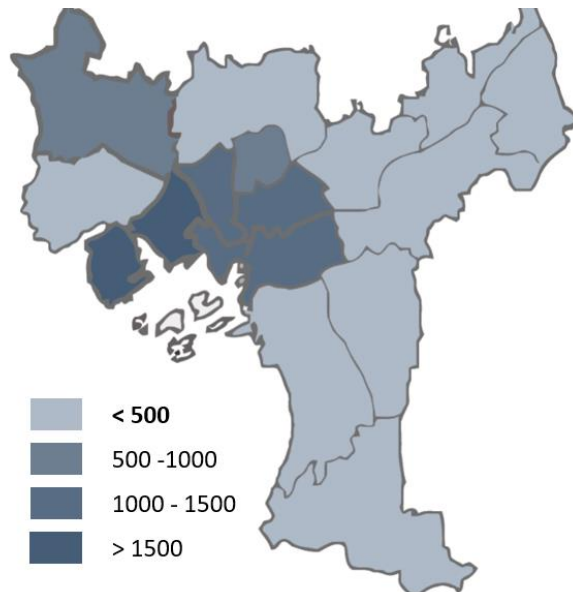
²³ Gul liste er Byantikvaren i Oslos oversikt over bygninger med erkjent kulturminneverdi. Den består dels av bygg som bare er listeførte som bevaringsverdige, dels bygg som er regulert til bevaring og dels bygg som er fredet i medhold av kulturminneloven. Oppføring på Gul liste som bevaringsverdig gir ikke juridisk vern ut over plan- og bygningslovens generelle bestemmelser, men er en verdisetting som tilsier at eiendommen ut fra en faglig vurdering kan reguleres til hensynssone bevaring (beskrivelse fra Nome og Stige, 2016).

²⁴ Forskjellen mellom kommunalt listeført og vernet etter Plan- og bygningsloven er i praksis begrenset.

²⁵ Alle datakildene er ytterligere beskrevet i Vedlegg A

En stor del av kulturminnene i Oslo ligger i sentrumsnære områder, som vist i figuren nedenfor. En enkel sammenligning av priser på verneverdige boliger og ikke-verneverdige boliger vil derfor gi fordelaktige resultater for de verneverdige boligene ettersom disse befinner seg i sentrumsnære strøk, noe folk flest er villige til å betale mer for. Det er også ulike kjennetegn ved nærområdet som er med på å beskrive preferansene for en bolig i sentrum eller utenfor sentrum, som eksempelvis nærhet til marka, mer plass og roligere. Det gjør det utfordrende å finne sammenlignbare boliger i og utenfor sentrum av Oslo.

Figur 6: Figuren illustrerer mengden kulturminner i de ulike bydelene i Oslo. Vi har her inkludert alle kulturminner som er bygninger registrert i Askeladden. Kilde: Riksantikvaren og Menon, 2017.



Det er ikke unaturlig at det finnes flere verneverdige boliger i sentrale områder, ettersom store deler av bygningsmassen her er relativt eldre, og alder kan ha en betydning for vurdering av verneverdi. Dette fører også til at bygningsmassen i sentrale områder er mer homogen, spesielt dersom vi ser verneverdige boliger opp mot ikke-verneverdige boliger. Dette gjør at boliger som er verneverdige, er mer sammenlignbare med boliger som ikke er verneverdige i sentrale områder. I mindre sentrale områder, som for eksempel Søndre Nordstrand, finnes det færre verneverdige boliger, og de verneverdige boligene som finnes, skiller seg fra de ikke-verneverdige i større grad enn i sentrum. Her er det også en relativt yngre boligmasse. Eiendomsprisen på en leilighet på St. Hanshaugen kan vanskelig sammenlignes med prisene på en leilighet på Mortensrud, fordi det kan

være vanskelig å finne sammenlignbare karakteristika som vi kan kontrollere for ettersom det kan være ulike karakteristika ved boligen, området og/eller kjøperen av boligen som er ulike. Eksempelvis kan informasjon om hage, tomteareal og uteareal ikke være direkte sammenlignbart, det samme kan også preferanser for å bo i sentrum eller utenfor sentrum som kan være vanskelige å kontrollere for. Vi har ikke persondata, så vi kan ikke kontrollere for kjøperens inntekt, antall barn og andre karakteristika som vi vet kan ha være en medvirkende årsak til valg av bolig. Det kan derfor være vanskelig å matche boliger som er identiske med unntak av verneverdi. Dette kan føre til forventningsskjevhet som kommer av utelatte variabler (omitted variable bias). Dette kan medføre at den estimerte modellen vil kompensere for de manglende forklaringsfaktorene ved å over- eller underestimere effekten av en av de andre forklaringsfaktorene. Det vil si at man kan undervurdere eller overvurdere effekten av verneverdi på salgsprisen.

Men, det er også noen utfordringer ved kun å se på boliger i områder med høy tetthet av verneverdige boliger. En utfordring er at vi kan få høy korrelasjon mellom det å bo i et kulturminne og det å bo i nærheten av mange kulturminner. Det kan dermed stilles spørsmål ved om vi får nok variasjon i datasettet til å skille effekten av disse to variablene fra hverandre. Vi har gjennomført flere tester som viser at dette ikke er et problem i vårt datasett. Se Vedlegg A4 der vi viser korrelasjon mellom vernestatus og antall kulturminner i området som viser at det er variasjon mellom antall kulturminner i nabolaget og at boligen selv er et kulturminne.

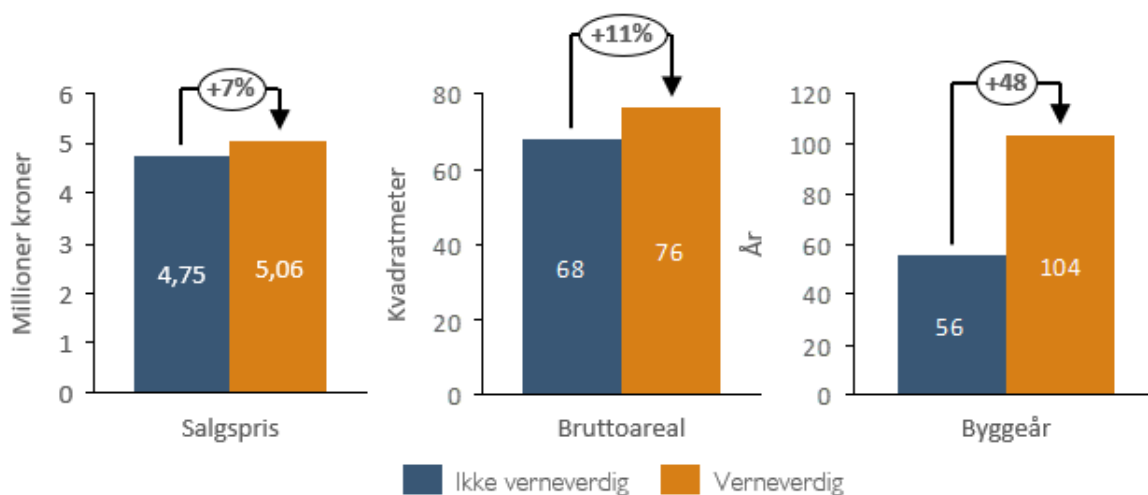
På bakgrunn av vurderingene ovenfor har vi valgt å gjøre vårt datauttrekk blant boligtransaksjoner i bydelene Frogner, St. Hanshaugen, Grünerløkka, Sagene og Gamle Oslo. Vi har derfor trukket tilfeldig boligtransaksjoner fra disse bydelene.

4.1.1. Hva skiller verneverdige boliger fra andre boliger i vårt datasett?

Når vi skal avdekke verdien av vernestatus og tettheten av kulturminner i nærheten på boligens verdi er det viktig å korrigere for andre karakteristika som påvirker boligprisen. Dette er spesielt viktig dersom man mistenker at verneverdige boliger skiller seg fra andre boliger langs disse karakteristika. I vårt datasett er det flere egenskaper ved utvalget av verneverdige boliger som skiller dem fra resten av boligmassen. Som vi kan se i Figur 8, er verneverdige boliger i gjennomsnitt sju prosent dyrere enn ikke-verneverdige boliger, noe som i gjennomsnitt tilsvarer omtrent 300 000 kroner. Samtidig er store boliger dyrere enn mindre boliger, og verneverdige boliger er i gjennomsnitt 11 prosent større enn ikke-verneverdige boliger. Dette betyr at prisen per kvadratmeter for verneverdige boliger i gjennomsnitt er nesten fem prosent høyere enn for ikke-verneverdige boliger. Samtidig er effekten av én kvadratmeter ekstra avtakende. Det vil si at dersom man har en stor bolig, har det ikke mye å si for prisen dersom man øker boligens størrelse med en kvadratmeter, men dersom boligen er liten, har dette stor virkning på prisen.

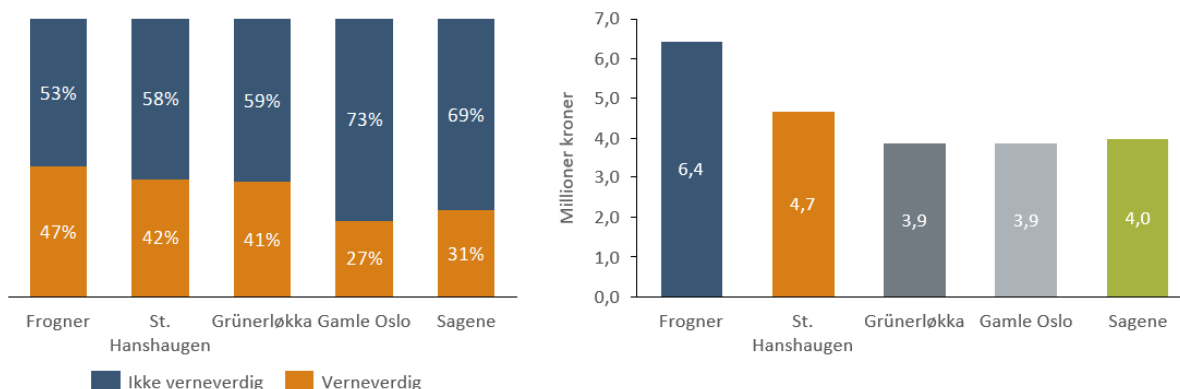
En annen egenskap som er viktig i verdsettelsen av en bolig, er boligens alder. Alder fungerer i hovedsak som en indikator på boligens standard. Som vi kan se i Figur 8, er verneverdige boliger i gjennomsnitt 48 år eldre enn de ikke-verneverdige boligene i datasettet.

Figur 8: Egenskaper ved verneverdige og ikke-verneverdige boliger i vårt datasett. Figurene viser gjennomsnittlige verdier for verneverdige og ikke-verneverdige boliger. Kilde: Eiendomsverdi.no og Menon, 2017.



Den viktigste egenskapen som bestemmer en boligpris er likevel boligens beliggenhet. Boliger i Oslo er for eksempel dyrere enn sammenlignbare boliger utenfor Oslo, men også mellom ulike bydeler i Oslo er forskjellige store. Blant annet er leiligheter i bydel Frogner mye dyrere enn leiligheter i bydel Gamle Oslo i vårt datasett, som vist i Figur 9. Det vil si at andelen boliger som er verneverdige, er høyest i de dyreste bydelene.

Figur 9: Andel verneverdige boliger (t.v.) og gjennomsnittlig salgssum (t.h.) i de ulike bydelene i datasettet. Kilde: Eiendomsverdi.no og Menon, 2017.



Som vi kan se av figuren over, er det flest verneverdige boliger i bydel Frogner i vårt datasett, hvor nesten halvparten av boligtransaksjonene gjelder boliger som er verneverdige, eller befinner seg i en verneverdig bygård. Deretter følger bydel St. Hanshaugen og bydel Grünerløkka med vel 40 prosent verneverdige boliger. I bydel Sagene og bydel Gamle Oslo er det færre verneverdige boliger, med henholdsvis 31 og 27 prosent av boligtransaksjonene i datasettet.

Det er også stor forskjell i gjennomsnittlig salgspris i vårt datasett. Gjennomsnittlig salgspris for en bolig i vårt datasett er 6,4 millioner 2017-kroner i bydel Frogner, mot 3,9 millioner kroner i bydel Grünerløkka.

4.2. Verdien av verneverdige bygg i Oslo

Som nevnt er vernestatus bare en av flere kvaliteter som påvirker boligens omsetningsverdi. Vi forventer at prisen bestemmes dels av kvaliteter ved boligen og dels av kvaliteter ved nærområdet og dels av vernestatusen.

Det er ikke nødvendigvis effekten av vernestatusen i seg selv vi ønsker å avdekke. Den gir derimot en indikasjon på at boligen har kulturminnekvaliteter. Det vi ønsker å identifisere er om boliger som på et tidspunkt er blitt vurdert til å være verneverdige, har et sett med egenskaper som vi ikke direkte kan måle, men som gjør at man er villig til å betale mer for nettopp denne boligen. Disse kulturminnekvalitetene er da ikke egenskaper som åpenbart blir verdsatt i markedet uavhengig av om det er et kulturminne eller ikke, som eksempelvis størrelse og beliggenhet. Eksempler på disse ikke-observerbare og ikke nødvendigvis målbare egenskapene, som da er kulturminnekvaliteten, kan være «gammelt og sjarmerende», sjeldent, fin stukkatur, høyere under taket, bygninger som oppfattes som spesielt vakre og unike i vår tid (trend), og lignende.

Men, det kan også være en omvendt rasjonale utover at det er høyere betalingsvillighet for å bo i verneverdige boliger. Boliger med kulturminneverdi kan være omfattet av begrensninger på bruk, som normalt kan redusere markedsverdien. Eksempler på dette er begrensninger på utvidelser, ombygging, eller krav til istandsetting. Nome og Stige (2016) referer til denne effekten som en «juridisk effekt». Ettersom denne effekten er forventet å være negativ, vil den kunne utligne den potensielle positive effekten av å bo i en verneverdig bolig. Av denne grunn ønsker vi også å benytte en annen variant av eiendomsprismetoden der man ser på boligpriser i områder rundt et spesifikt kulturminne eller kulturmiljø. Da vil man ikke selv være berørt av de potensielle begrensningene av vernestatusen, men man kan ha verdi av å nyte kulturminnene fra utsiden.

Det at man har betalingsvillighet for å bo i områder med høy tetthet av kulturminner, men ikke nødvendigvis selv ønsker å bo i dem, støtter også opp under tolkningen av kulturminner som fellesgoder der samfunnets nytte av å bevare kulturminner kan være større enn eierens private nytte (jf. Kapittel 2.)

Vi ønsker derfor å teste to hypoteser:

3. Verneverdige boliger har høyere omsetningsverdi i markedet enn sammelingbare boliger
4. Det er høyere betalingsvillighet for å bo i et område med høy tetthet av kulturminner enn i et område med lav tetthet av kulturminner.

Hypotesene testes samtidig ved hjelp av en regresjonsmodell. Vi vil kunne svare på den første hypotesen ved å sammenligne de omsatte prisene på verneverdige boliger med prisene på ikke-verneverdige boliger, samtidig som vi tar hensyn til andre faktorer som er viktige for boligens verdi.

For å kunne svare på den andre hypotesen, har vi sett på hvordan markedsprisen på boliger varierer med økende tetthet av kulturminner. Også dette er en del av den direkte bruksverdien der privatpersonens betalingsvillighet for en bolig som er i et område med flere kulturminner, kan være høyere enn for en sammenlignbar bolig i et område med lavere tetthet av kulturminner.

For å estimere de overnevnte effektene benytter vi en OLS-modell, spesifisert i Ligning 1 nedenfor. Som avhengig variabel, som vi ønsker å forklare, har vi brukt salgsprisen på boligen (på logaritmisk form). Vi har valgt å ikke bruke pris per kvadratmeter som målvariabel, ettersom effekten av størrelse på boligpris er avtagende. Det er også sannsynlig at nyere boliger har mer effektive kvadratmeter enn eldre boliger som både kan ha flere stuer og anretningsrom. De forklaringsvariablene vi er mest interessert i, er om den omsatte boligen er verneverdig og antallet kulturminner innen en radius på 100 meter fra den omsatte boligen. For å tillate et ikke-lineært forhold, hvor vi mistenker at det er avtakende nytte av antall kulturminner i nærheten, har vi også inkludert en kvadrert versjon av denne variabelen²⁶. Videre har vi inkludert et sett med boligspesifikke variabler som kvadratmeter, alder osv.²⁷ Til sist har vi inkludert et sett med indikatorvariabler for ulike beliggenhetsspesifikke variabler.

Bilde 2: Rodeløkka, Oslo. Kilde: Anna_Jedynak, iStockphoto.com



²⁶ Det vil si at det har en større positiv virkning på boligens verdi ved å ha ett ekstra kulturminne i nærheten når det er få kulturminner i nærheten. Men, når det likevel er mange kulturminner innenfor en radius på 100 meter har det en svakere positiv effekt på boligens verdi av ett ekstra kulturminne innenfor de 100 meterne i radius.

²⁷ Se Vedlegg A for fullstendig liste over kontrollvariabler

Ligning 1: Regresjonsmodell for å forklare variasjonen i salgsprisen i Oslo. i indikerer at det er observasjoner per bolig.

$$\begin{aligned} \text{Log Pris}_i = & \alpha_i + \beta_1 * \text{Kulturminne}_i + \beta_2 * \text{Antall kulturminner}_i + \beta_3 * \text{Antall kulturminner}^2_i \\ & + \sum_{j=1}^n \gamma_j * \text{Boligspesifikke variabler}_{ji} + \sum_k^m \delta_k * \text{Stedsspesifikke variabler}_{ki} \end{aligned} \quad (1)$$

Ettersom beliggenheten er av stor betydning for boligens verdi, har vi valgt å presentere resultatene våre for ulike typer beliggenhetsspesifikke karakteristika. Vi presenterer derfor resultatene der vi kontrollerer for beliggenhetsspesifikke karakteristika for egenskaper som er like for postnummer-, grunnkrets- og delbydelsnivå. Dette gjør at vi fanger opp alle stedsspesifikke ulikheter som verdsettes ved et boligkjøp. Dette inkluderer blant annet gjennomsnittlig inntektsnivå, etnisitet og andre sosioøkonomiske faktorer.

Studien i dette kapittelet fanger derimot ikke opp ikke-bruksverdiene folk kan ha av kulturminner. Det vil si at det kan være flere enn de som er kjøpere av boligene som har en verdi av verneverdige bygg i Oslo. Flere i Norge kan ha en verdi forbundet med at bygninger i Oslo er vernet, flere i Oslo kan sette pris på at det vernes for ettertiden, og flere kan sette pris på at andre kan bruke eller nyte godt av de ivarettatte kulturminnene. Dette er ikke direkte inkludert i de estimatene vi finner ved hjelp av vår regresjonsmodell.

Men, det er ikke utelukket at kjøperen også kan ha ikke-bruksverdier tilknyttet boligene, som gjenspeiles i boligprisen. Dette kan da eksempelvis være at man ønsker å bo i og ta vare den verneverdige boligen for fremtidige generasjoner.

4.2.1. Hovedresultater fra eiendomsprisstudien i Oslo

Vi finner at det er høyere betalingsvillighet for å bo i verneverdige boliger i Oslo og enda høyere betalingsvillighet for å bo i nabolag med høy tetthet av kulturminner.

Hovedresultatene fra analysen presenteres i Tabell 3 nedenfor. De ulike modellspesifikasjonene gir noe ulike resultater for både det å selv bo i en verneverdig bolig og det å bo i et område med flere kulturminner. Samtidig er alle resultatene i hovedsak signifikante og positive med hensyn til effekten av boligpris på å bo i en verneverdig bolig og av å ha et ekstra kulturminne innenfor en radius av 100 meter fra boligen.

Tabell 3: Verdien av å bo i en verneverdig bolig og i nabolag med høy tetthet av kulturminner. Kilde: Menon, 2017.

	Modell 1	Modell 2	Modell 3
Verdien av å bo i en verneverdig bolig	1,05%	2,4%**	2,3%**
Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0,28%***	0,22%**	0,044%
Boligspesifikke variabler	Postnummer	Grunnkrets	Delbydel
R ²	0.83	0.84	0.80
Antall observasjoner	1 849	1 849	1 849

* = P<0,1, ** = P<0,05, *** = P<0,01.

P viser sikkerheten i beregningene (signifikansnivået). Dersom det er et signifikansnivå på 0,05 (5 %) vil det si at vi godtar 5 prosent sannsynlighet for at vår empiriske modell har mindre enn 5 prosent sannsynlighet for å observere de estimerte verdiene dersom den sanne verdien er 0.

R² sier noe om hvor stor forklaringskraft modellen vår har. For eksempel har modell 1 en forklaringskraft på 0,83, som betyr at 83 prosent av variasjonen i boligpris i datasettet vårt kan forklares av de ulike variablene vi har inkludert. Modell 2 har den høyeste r² av våre modeller, med 0.84.

Modell 1 kontrollerer for beliggenhetsspesifikke variabler (som eksempelvis sosioøkonomiske variabler) på postnummernivå. Modell 2 for beliggenhetsspesifikke variabler på grunnkretsnivå og modell 3 for beliggenhetsspesifikke variabler på delbydelsnivå.

I denne tabellen rapporteres kun verdien på de variablene vi er spesielt interessert i. Se Vedlegg A5 for fullstendig modellresultat med alle rapporterte variabler.

For modell 2 og 3 er verneverdige boliger vurdert til å ha en merverdi på mellom 2,3 og 2,4 prosent. Her er resultatene statistisk signifikante innenfor et 95 prosent intervall, noe som betyr at vi med relativt stor sikkerhet kan si at verdien av å bo i verneverdige boliger er positiv. Dette betyr at verneverdige boliger har visse egenskaper som i gjennomsnitt øker boligens verdi, utover andre åpenbare faktorer som påvirker boligens verdi, slik som størrelse, alder og stedsspesifikke karakteristika som diskutert ovenfor.

En rundt to prosents høyere salgspris på boliger som er verneverdige, er en økonomisk signifikant størrelse. For å vise hva denne størrelsen betyr i praksis, kan man gjøre eksempelberegninger. Dersom det er en bolig til 5 millioner, vil det si at verdien av at denne boligen er et kulturminne er 115 00 kroner (2,3 prosent av 5 millioner). Det er den merverdien av boligen som ikke kan tilskrives andre karakteristika ved boligen som eksempelvis etasje, beliggenhet, balkong og lignende (som vi har korrigert for i regresjonsanalysen).

Våre funn er på linje med studiene i vår litteraturgjennomgang (avsnitt 3.2) der flere andre studier også finner at det gir en positiv effekt på salgsprisen når boligen er verneverdig. I vår studie finner vi ikke bevis for at det er en

negativ effekt på salgsprisen av å bo i en verneverdig bolig som følge av eventuelle krav og juridiske bestemmelser for boligen.

Videre har vi estimert effekten av å ha flere kulturminner i nærheten på boligens verdi. Dette er for å teste hypotesen om at det er høyere betalingsvillighet for å bo i et område med høy tetthet av kulturminner enn med lav tetthet av kulturminner.

Resultatene fra denne analysen vises i Figur 10. Som vi kan se i tabellen, er denne effekten statistisk signifikant for Modell 1 og Modell 2, med en estimert effekt på 0,28 og 0,22 prosent. Denne effekten kan tolkes som at det hvert ekstra kulturminne innenfor en radius på 100 meter, bidrar til en merverdi på boligen på henholdsvis 0,28 prosent og 0,22 prosent.

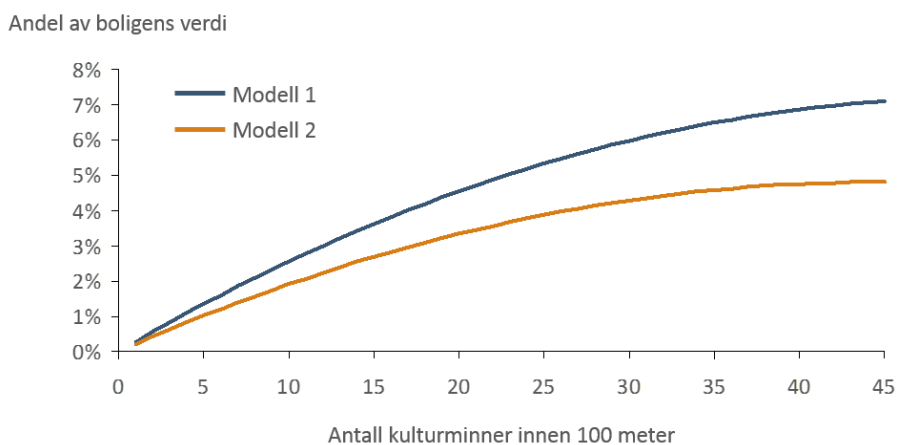
Gjennomsnittlig antall kulturminner innen en radius på 100 meter er 18 i vårt datasett. Dette betyr at Modell 1 estimerer verdien av alle kulturminnene i området til i gjennomsnitt å være omtrent fem prosent (5,04) av boligens verdi, mens den for Modell 2 er litt under fire prosent (3,96). Det er mer enn verdien av å selv bo i et kulturminne. Også dette støttes opp av flere av studiene i vår litteraturstudie (se Ahlfeldt og Maennig, 2010).

Dersom vi også her har et eksempel med en bolig som selges for 5 millioner kroner vil merverdien som kan tilskrives at boligen er i et område med høy tetthet av kulturminner, være mellom 198 000 og 252 000 kroner som et gjennomsnitt for henholdsvis Modell 2 og 1.

Dette viser at det ikke bare er de som selv ønsker å bo i en verneverdig bolig med antatte kulturminnekvaliteter som har glede av kulturminner. Det er også verdi forbundet med å bo i områder med høy tetthet av kulturminner, noe som støtter opp under at kulturminner er fellesgoder som samfunnet drar nytte av.

Effekten er derimot avtakende for begge modellene, noe som gjør resultatene er litt vanskeligere å tolke. Figur 10 illustrerer verdien av å bo i et område med kulturminner for ulike nivåer av kulturminnetetthet. Det vil si at vi ikke gjennomgående kan si at det er mellom 0,28 og 0,22 prosent for hvert ekstra kulturminne innen en radius på 100 meter når vi kommer over et visst antall kulturminner.

Figur 10 Illustrasjon av den estimerte verdien av å bo i et område med mange kulturminner for de ulike modellspesifikasjonene. Kilde: Menon, 2017.



4.2.2. Resultater fra eiendomsprisstudien for de ulike bydelene i vår analyse

Til nå har vi sett på den gjennomsnittlige verdien av å bo i en verneverdig bolig eller i et område med mange kulturminner for hele utvalget vårt, som altså omtrentlig representerer Oslo innenfor Ring 3. Et problem med denne tilnærmingen er at den variabelen som indikerer at boligen er verneverdig (fredet, Gul liste eller vernet etter plan- og bygningsloven) er svært heterogen, slik at verdien av enkelte typer kulturminner med høy verdsetting kan både over- og undervurderes av at andre typer kulturminner ikke verdsettes i samme grad. Det er grunn til å tro at kulturminnevariabelen er mer konsistent innenfor de enkelte bydelene. Eksempelvis kan det være ulike preferanser for verneverdige trehus på Sagene og bygårder på Frogner. Det vil si at det er ulike deler av kulturminnekvaliteten som verdsettes, som fanges opp av forklaringsvariabelen verneverdig.

Vi har derfor testet de samme to hypotesene for de ulike bydelene i datasettet vårt. Resultatet fra disse analysene vises i Tabell 4 nedenfor. Også her har vi de samme modellspesifikasjonene som for hele datasettet der vi kontrollerer for beliggenhetsspesifikke variabler.

Tabell 4: Verdien av å bo i en verneverdig bolig og i et område med mange verneverdige boliger for de ulike bydelene.
Kilde: Menon, 2017.

		Modell 4	Modell 5	Modell 6
Sagene	Verdien av å bo i en verneverdig bolig	4,63	9,93**	6,95**
	Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0.18	0.024	-0.13
	R ²	0,82	0,775	0,816
Frogner	Verdien av å bo i en verneverdig bolig	-0.28	2,65	2,03
	Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0.61**	0.422	-0.119
	R ²	0,84	0,81	0,85
St. Hanshaugen	Verdien av å bo i en verneverdig bolig	5,22**	4,19*	4,39**
	Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0.375	0.00157	0.00174
	R ²	0,84	0,82	0,84
Gamle Oslo	Verdien av å bo i en verneverdig bolig	0.839	1,97	3,62
	Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0.349**	0.342*	0.278*
	R ²	0,82	0,78	0,84
Grünerløkka	Verdien av å bo i en verneverdig bolig	1,03	1,44	2,11
	Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0.338	0.243	0.410**
	R ²	0,7	0,67	0,70

*= P<0,1, **= P<0,05, ***= P<0,01.
 P viser sikkerheten i beregningene (signifikansnivået).
 R² sier noe om hvor stor forklaringskraft modellen vår har.

Modell 4 kontrollerer for beliggenhetsspesifikke variabler (som eksempelvis sosioøkonomiske variabler) på postnummernivå. Modell 5 for beliggenhetsspesifikke variabler på grunnkrets nivå og Modell 6 for beliggenhetsspesifikke variabler på delbydelsnivå.

I denne tabellen rapporteres kun verdien på de variablene vi er spesielt interessert i. Se Vedlegg A5 for fullstendig modellresultat med alle rapporterte variabler.

Tabellen viser at for bydel Sagene er det svært høy betalingsvillighet for å bo i en bolig som er verneverdig, men vi finner ingen statistisk signifikante verdier for å bo i områder med høy tetthet av kulturminner. Vi finner derimot at det er mellom 6,95 og 9,93 prosent høyere verdi på boliger som er verneverdige, enn tilsvarende boliger som ikke er verneverdige. Det samme mønsteret finner vi i bydel St. Hanshaugen. Der er det ingen signifikante estimater av verdien av å bo i nærheten av kulturminner, men en positiv verdi av selv å bo i et kulturminne. Merverdien av å bo i en verneverdig bolig i bydel St. Hanshaugen er mellom 4,19 prosent og 5,22 prosent.

For bydel Frogner finner vi kun én statistisk signifikant forklaringsvariabel. Den er at det er 0,61 prosent endring i prisen for hvert ekstra kulturminne innen en 100 meter radius fra omsatt bolig. Her er det gjennomsnittlige antallet kulturminner innenfor 100 meter radius noe høyere enn i resten av datasettet²⁸, nemlig 20 og vi kan derfor si at den gjennomsnittlige verdien av å bo i en bolig med høy tetthet av kulturminner i bydel Frogner er hele 12,76 prosent av boligprisen. Dette kan komme av en mulig kulturmiljøeffekt. Det at det er flere verneverdige boliger og flere som har samme type byggestil kan bidra til at bydel Frogner fremstår som helhetlig og intakt – med flere like kjennetegn som et kulturmiljø.

I både bydel Gamle Oslo og bydel Grünerløkka finner vi det samme. Her er det henholdsvis gjennomsnittlig 16 (Gamle Oslo) og 21 (Grünerløkka) antall kulturminner innenfor 100 meter radius. I bydel Grünerløkka er det da verdt å merke seg at det er et høyere gjennomsnittlig antall kulturminner innen 100 meter radius enn i bydel Frogner. Det er ikke en signifikant priseffekt av selv å bo i en bolig som er verneverdig, men det er positive verdier mellom 0,28 og 0,35 prosent for hvert ekstra kulturminne innenfor en radius på 100 meter for bydel Gamle Oslo og rundt 0,41 prosent av ett ekstra kulturminne innen en radius på 100 meter for bydel Grünerløkka. Dette vil si at det er forskjeller innad i Oslo mht. merverdien av å bo i verneverdige boliger og det i å bo i nærheten av dem.

Bilde 3: Boliger i Oslo. Kilde: Ekely, iStockphoto.com



²⁸ Boliger vi observerer i vårt datasett i bydel Frogner har gjennomsnittlig 19,75 kulturminner innenfor en radius på 100 meter. For bydel Gamle Oslo er det gjennomsnittlig 16, for bydel Grünerløkka er det gjennomsnittlig 21,26, for bydel Sagene er det gjennomsnittlig 13,98, for bydel St. Hanshaugen er det gjennomsnittlig 20,15.

4.3. En forenklet Delphi-studie for å kvalitetssikre resultatene fra eiendomsprismetoden

Som en sjekk og kvalitetssikring av eiendomsprisstudien beskrevet i kapittel 4.2, har vi benyttet oss av metodikk og innsikt fra Delphi-metoden. Dette er en metode som benytter seg av eksperters vurderinger. I dette tilfellet vil det være eiendomsmegleres anslag for den partielle prisøkningen av vernestatus. Vi har gjennomført denne metoden i småskala, ved å ta kontakt med fire eiendomsmeglere per bydel vi har gjennomført studien vår i for å stille dem spørsmål om hva de forventer at merverdien av at boligen er verneverdig i deres område. Og, eventuelt årsaker til at merverdien er som den er, eller hvorfor de ikke forventer en merverdi grunnet vernestatus. Mer om gjennomføringen, spørsmålene og alle svarene fra Delphi-studien ligger i Vedlegg A6.

Eiendomsmeglerne som deltok i Delphistudien mente at hvorvidt boligen er verneverdig eller ei, ikke er utslagsgivende for salgsprisen fordi de mener at det er andre karakteristika som er viktigere enn kulturminne-kvalitetene. De mener likevel at en bolig som er verneverdig og som er godt ivaretatt, kan ha en høyere pris enn en sammenlignbar bolig som ikke er verneverdig. Men, det som er interessant er at de mener at det er den gode ivaretagelsen som er årsaken til den relativt høyere prisen. Det vil si at de fleste av eiendomsmeglerne mener at tilstanden er viktigere enn om boligen er verneverdig

Likevel kjente de fleste eiendomsmeglerne vi snakket med til Gul liste i større eller mindre grad. Stort sett mente alle eiendomsmeglerne at Gul liste ikke er et tema ved boligsalg i Oslo.

De fleste kjøperne bryr seg om det estetiske mer enn om boligen er listet. Unntaket var i sjeldne tilfeller med fredet "townhouse" hvor begrensingen på hva man kan gjøre med boligen har vært opplevd som stor rapporterer våre respondenter.

I Tabell 5 under er vurderingene og prisprediksjonen til de ulike eiendomsmeglerne gjengitt. Vi har intervjuet 25 eiendomsmeglere, fire tilfeldig utvalgte representanter fra hver bydel som er inkludert i vår studie.

Faktaboks: Kort om Delphi-metoden

Delphi-metoden er en samlebetegnelse for teknikker for innsamling informasjon fra et større antall eksperter innenfor et område. Delphi-metoden er i utgangspunktet utviklet som metode for å gjøre best mulige prediksjoner om fremtiden, men kan like gjerne brukes som metode for å predikere gjennomsnittsverdier når man ikke kjenner reelle verdier.

Delphi metoden kjennetegnes av følgende elementer flere runder med spørreskjemaer til anonyme eksperter, tilbakemeldinger til ekspertene med mulighet for endring av svar, runde for runde og statistisk oppsummering av ekspertenes svar. Metoden er designet for å minimere påvirkning av dominerende enkeltpersoner, redusere gruppepress, redusere irrelevant informasjon og redusere støy. Metoden er blitt brukt på nye områder de siste tiårene, deriblant blant annet samfunnsøkonomisk verdsetting av fellesgoder. Prosjektteamet har praktisk erfaring med bruk av metoden i forskningssammenheng, ved at Ståle Navrud og Jon Strand har benyttet Delphi-metoden for verdsettelse av vern av regnskogen i Amazonas (Navrud og strand 2017; Strand et al 2017) I dette paperet spørres eksperter på betinget verdsetting om utfallet av en betinget verdsettings-studie. Men, vi vil spørre eiendomsmeglere om utfallet av en eiendomsprismetode-studie.

Tabell 5: Vurderinger og prediksjoner gitt av eksperter på eiendomsmarkedet og preferanser for boligkarakteristika i Oslo.
Kilde:

	Sagene	Gamle Oslo	Frogner	Grünerløkka	St. Hanshaugen
Verdien av å bo i et kulturminne	-8% til + 1%	-5% til +2%	0	0 til +3%	+1% til + 3%
Verdien av å bo i et område med høy tetthet av kulturminner	+ 2%	0	+ 4%	+ 2%	+3 %

Tabell 5 viser at ekspertenes prediksjon for endring i eiendomsprisen som følge av at boligen er verneverdig. Som vi ser, anslås effekten til å være mellom -8 og + 3 prosent av eiendomsprisen. De som mener at verdien er negativ, fremhever boligens tilstand som det sterkeste argumentet for lavere pris enn for en sammenlignbar bolig, og deretter potensielle krav til istandsettelse.

Men, alle mente at det at boligen lå i et område med flere kulturminner boliger, ville gi økt eiendomspris. De fleste av ekspertene trakk frem særskilte områder i sin bydel der det er høy tetthet av verneverdige boliger som positivt for boligene rundt. Deres prediksjon av merprisen varierte mellom 0 og 4 prosent for boliger i områder med høy tetthet av kulturminner²⁹.

Eiendomsmeglerne fremhever også at ulike mennesker er interessert i ulike typer boliger. Noen er eksplisitte i sine ønsker for en ny bolig, med garasje i kjelleren og andre attributter som følger med en slik bolig, mens andre spesifikt ønsker eldre boliger med mer tradisjonelt preg.

Utover de konkrete vurderingene av hvordan kulturminne kvaliteten påvirker eiendomsprisen, var det enighet om at de karakteristika ved en bolig som er mest utslagsgivende for salgsprisen, er beliggenhet (gate), etasje, balkong, hvilken side av krysset, støy og andre svært lokale effekter som eksempelvis en populær kafé eller restaurant i umiddelbar nærhet. Vi kontrollerer for de fleste av disse egenskapene ved boligen i vår analyse.

4.4. Usikkerhet i våre resultater

Å synliggjøre usikkerheten i en analyse er svært viktig for alle analyser ettersom det alltid vil være usikkerhet i alle estimater og modellspesifikasjoner. Selv om vi finner statistisk signifikante resultater i flere av modellspesifikasjonene ovenfor, er det flere usikkerhetsmomenter i analysen. Vi har for eksempel allerede nevnt heterogeniteten blant de variablene som i vårt datasett omtales som kulturminner som en potensiell kilde til usikkerhet. Med heterogenitet mener vi her at det er flere ulike type byggestiler og byggeperioder som er listeført. Listeførte boliger er vår «kulturminnevariabel» og det at den har et ulikt uttrykk, at folk kan ha ulike

²⁹I dette tilfellet er det respondenten selv som vurderer hvordan de tolker «høy tetthet av kulturminner», det kan derfor variere noe hva de har basert sine prediksjoner på.

preferanser for ulike type byggestiler og byggeperioder, gjør at det er en variasjon i hva den variabelen som vi har størst interesse i forklarer. Selv om vi forholder oss til Oslo innenfor Ring 3, og dermed unngår å inkludere flere gårder og uthus som dominerer kulturminnebildet utenfor sentrum (ref. Askeladden), er det også stor variasjon blant de verneverdige boligene innen sentrumsområdet. Denne usikkerhet tar vi delvis hensyn til i analysen av de ulike bydelene ovenfor.

I tillegg venter vi at det finnes flere dynamiske effekter av kulturminner som ikke nødvendigvis fanges opp av analysen vår. For eksempel kan det tenkes at et område med høy tetthet av kulturminner har bidratt til andre stedsspesifikke karakteristika som igjen har bidratt til å øke områdets attraktivitet ytterligere. For eksempel kan et område med høy andel kulturminner tiltrekke seg en rikere befolkning som vil være mer opptatt av og har bedre ressurser til å gjennomføre vedlikehold og andre forbedringer av området. At området blir mer velstående kan også føre til lavere kriminalitet, høyere nivå på skolesystemet osv. Dette er effekter som ikke vil bli fanget opp av vår analyse, ettersom vi kontrollerer for stedsspesifikke effekter.

Rasjonale ovenfor kan også benyttes den motsatte veien. Det kan nemlig være slik at det på steder som var vakre i utgangspunktet, for eksempel med fine lysforhold og fin utsikt, har blitt bygd en større andel verneverdige boliger opp gjennom tiden. Dette kan fungere som en alternativ forklaring til at områder med høy tetthet av kulturminner har en høyere verdi enn områder med få kulturminner.

En annen potensiell kilde til usikkerhet er at en vernestatus ikke er forventet å gi en umiddelbar effekt. Dersom en bygning får vernestatus i dag, er dette fordi bygningen har noen karakteristika som man ønsker å ta vare på, samtidig som man frykter at disse ikke vil bli bevart uten vernestatusen. Implisitt i dette ligger en forventning om at verdsettingen av disse kulturminneegenskapene vil være større en gang i framtiden. For eksempel kan det tenkes at mye av verdien av bygningsmassen i bydel Frogner kan tilskrives at denne ble vernet under saneringen på 1950-tallet. Vi forventer dermed at en vernestatus vil gi høyere kulturminneverdi over tid, og dermed at en helt ny listeføring ikke vil gi samme kulturminneverdi i dag som eldre vernestatuser. Vi har ikke hatt mulighet til å differensiere analysen på når boligen ble listeført, og har dermed ikke fått testet denne hypotesen.

Videre ser vi fra datasettet, at det er en viss korrelasjon mellom det å bo i en verneverdig bolig og det å ha mange kulturminner i nærheten. Bor man i et område med mange kulturminner, er det også mer sannsynlig at man selv bor i en verneverdig bolig. Dette gjør at det kan være problematisk å skille disse to effektene fra hverandre. Den observerte korrelasjonen mellom disse to variablene i datasettet er 0,34, samtidig som variasjonen i antall kulturminner innen 100 meter er relativt høy innad i de ulike beliggenhetskontrollene. Dette tyder på at problemet ikke er så stort i realiteten. Likevel ser vi tendenser mellom de ulike modellspesifikasjonene til at effekten av den ene variabelen øker i verdi når den andre reduseres i verdi. Derfor ønsker vi å gjøre en partiell analyse av disse effektene ved å gjennomføre tilsvarende analyser som ovenfor på underutvalg av de ulike gruppene. Vi ønsker altså å undersøke verdien av å bo i et område med mange kulturminner for folk som selv bor i verneverdige boliger (Modell 7) og folk som ikke selv bor i verneverdige boliger (Modell 8). Tilsvarende ønsker vi å undersøke verdien av å bo i en verneverdig bolig for de som bor i et område med mange kulturminner (Modell 9) og for de som bor i et område med få kulturminner (Modell 10). Vi viser resultatene av dette i Tabell 6 under.

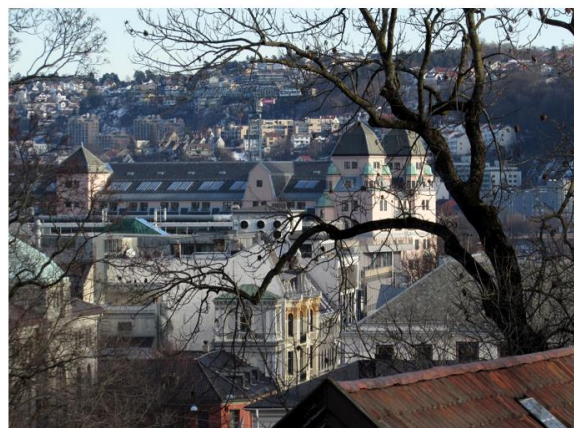
Tabell 6: Analyser på underutvalg av datasettet. Kilde: Menon, 2017.

	Modell 7	Modell 8	Modell 9	Modell 10
Verdien av å bo i en verneverdig bolig			3,18**	-0,13
Verdien av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter av egen bolig	0,40%***	-0,18%		
Boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja	Ja
Undergruppe	Bor selv i verneverdig bolig	Bor ikke selv i verneverdig bolig	Bor i område med mange kulturminner	Bor i område uten mange kulturminner
R ²	0.898	0.840	0.852	0.853
Antall observasjoner	707	1 142	891	958

*= P<0,1, **= P<0,05, ***= P<0,01.
 P viser sikkerheten i beregningene (signifikansnivået).
 Dersom det er et signifikansnivå på 0,05 (5 %) vil det si at vi godtar 5 prosent sannsynlighet for at vår empiriske modell har mindre enn 5 prosent sannsynlighet for å observere de estimerte verdiene dersom den sanne verdien er 0.
 R² sier noe om hvor stor forklaringskraft modellen vår har.

Som vi kan se av resultatene presentert i tabell 6, er det en høy og signifikant effekt på boligprisen av et ekstra kulturminne innenfor 100 meter fra egen bolig dersom man selv bor i en verneverdig bolig. Det er også en høyere verdi av å bo i et kulturminne dersom man selv bor i et område med flere kulturminner. Dette tyder på at de som har valgt å enten bo i en verneverdig bolig eller i et område med mange kulturminner i større grad setter pris kulturminner generelt. Dette støtter opp om at verdsettelsen av kulturminner varierer på tvers av befolkningen, hvor noen setter høy pris på kulturminner, mens andre ikke verdsetter det i like stor grad.

Bilde 4: Oversiktsbilde Oslo, kilde: Julia Norsk, iStockphoto.com



5. Verdien av å bo i eller i nærheten av et kulturmiljø

Vi tester om det er betalingsvillighet for å bo i eller i nærliggende områder til kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad i dette kapittelet. Vi finner at det er en stor merverdi av å bo i selve Gamlebyen og i nærheten av Gamlebyen sammenlignet med å bo i sammenlignbare boliger andre steder utenfor Gamlebyens influensområde. Vi identifiserer denne effekten til å være mellom rundt 17 og 22 prosent boligens verdi. Videre ser vi også at det er stor verdi av å bo i nærheten av Gamlebyen, dette øker verdien av disse boligene med mellom 14 og 18 prosent sammenlignet med tilsvarende boliger i øvrige deler av kommunen.

I forrige kapittel undersøkte vi verdien av selv å bo i en verneverdig bolig eller i nærheten av flere kulturminner. I dette kapittelet ønsker vi å undersøke verdien av å bo i et kulturmiljø. Et kulturmiljø er definert som et område der kulturminner inngår som del av en større helhet eller sammenheng. Det vil si et geografisk avgrenset område som er vurdert til å være verneverdig. Eksempler på kulturmiljøer er Skudeneshavn, Risør, Henningsvær, Røros og Levanger.

Bilde 5: Gamlebyen i Fredrikstad. Kilde: Østfoldguiden/Visit Hvaler

Det kan være verdier forbundet med å bo i et kulturmiljø, men det å bo i et kulturmiljø kan også medføre eventuelle begrensninger dersom kulturmiljøet stenges for biler, det er restriksjoner mot å endre fasaden på boligen, oppussing må skje etter bestemte regler og lignende. Dette kan redusere eierens verdi av å bo i en bolig i et kulturmiljø. Med andre ord kan det ha høyere verdi å bo i nærheten av kulturmiljøet enn å bo i selve kulturmiljøet. Når man bor i nærheten av kulturmiljøet, vil man kunne nyte godt av dette gjennom for eksempel utsikt og lett tilgjengelighet for besøk, samtidig som man ikke er begrenset av vernebestemmelser selv.



Det kan derfor være slik at de som velger å bo i et kulturmiljø, velger å gjøre det fordi de har høyere betalingsvillighet for å bo i kulturmiljøet enn for å bo i sammenlignbare boliger utenfor kulturmiljøet. Videre forventer vi at det er høyere betalingsvillighet for å bo i nærheten av kulturmiljøet og dermed ha mulighet til å nyte godt av dette, enn å bo i sammenlignbare boliger andre steder i Fredrikstad.

5.1. Gjennomføring

Fremgangsmåten og datakildene er i stor grad de samme som i analysen i kapittel 4. Vi benytter også her eiendomsprismetoden, hvor vi tar hensyn til flere andre faktorer som er viktige i verdsettingen av boligens verdi. Dataene på boligspesifikke karakteristika er også her levert av Eiendomsverdi.no.

5.1.1. Gamlebyen i Fredrikstad

For å teste de overnevnte hypotesene har vi valgt kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad. Gamlebyen i Fredrikstad er Nord-Europas best bevarte festningsby med bebyggelse og vollgraver intakt. Gamlebyen regnes også som

Norges første renessanseby. Den ble grunnlagt i 1567, etter et svensk angrep med nedbrenning av nabobyen Sarpsborg under Den nordiske syvårskrigen. De militære byggene i Gamlebyen er fredet³⁰. Gamlebyen er plassert i et urbant miljø og det er kort reisevei til andre byer på Østlandet.

Det bor 319 personer i Gamlebyen i Fredrikstad, rundt 3569 personer bor i områdene som er rundt Gamlebyen³¹ og i overkant av 80 000 i Fredrikstad kommune.

5.1.2. Beskrivelse av datasettet

Vi har tatt utgangspunkt i 450 boligtransaksjoner i Fredrikstad i perioden 2005 til 2017. Også her benytter vi indekserte verdier beregnet av Eiendomsverdi.no, slik at alle prisene er i 2017-verdier. Uttrekket er gjort slik at vi observerer 100 boligtransaksjoner inne i Gamlebyen, 150 boligtransaksjoner i nærheten av Gamlebyen³² og 200 boligtransaksjoner utenfor Gamlebyens influensområde³³.) Kartet nedenfor illustrerer hvilke soner uttrekket har blitt gjort fra.

Figur 11: Gamlebyen i Fredrikstad, det antatte influensområdet og områder som er antatt å ikke være direkte berørt av Gamlebyen. Kilde: Menon, 2017.



Vi kan lese fra Figur 12 nedenfor at gjennomsnittlig salgssum for boliger omsatt i Gamlebyen, er omtrent 3 millioner kroner. Dette er omtrent 100 000 kroner lavere enn gjennomsnittlig salgspris i influensområdet rundt Gamlebyen, men omtrent 400 000 høyere enn for boliger omsatt utenfor Gamlebyens influensområde. Som i analysen ovenfor i Kapittel 4, vil det også her være viktig å kontrollere for et sett med boligspesifikke karakteristika som åpenbart er med på å bestemme boligens verdi utover kulturminneverdien. Vi ser at gjennomsnittlig størrelse på de omsatte boligene i vårt datasett, er større utenfor Gamlebyen enn innenfor

³⁰ Gamlebyen i Fredrikstad er regulert som spesialområde med formål bevaring. Fredrikstad kommune arbeider med en ny reguleringsplan for områdene utenfor Gamlebyen, som omfatter store deler av Brakkesletta og bymarkene.

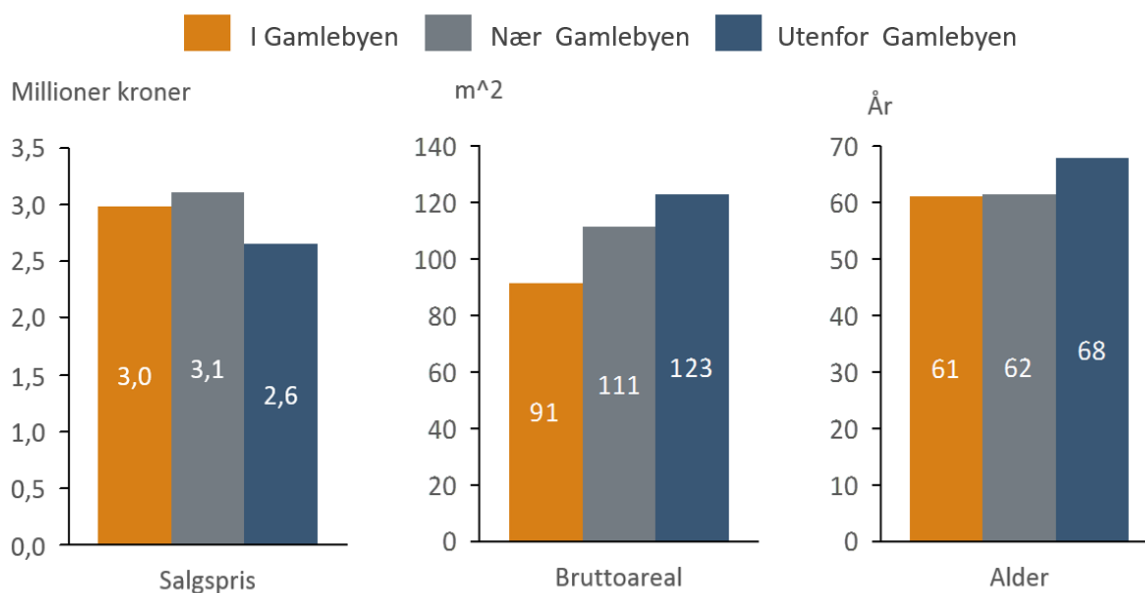
³¹ Dette inkluderer områdene Gransrød/Ulfeng, Vaterland, Kongsten syd, Kongsten nord, Gamlebyen, Byens marker, Mineberget, Prestelandet, Øra og Gudevold.

³² Dette er definert som postnummer 1606,1607,1671,1630,1633

³³ Dette er definert som postnummer 1604, 1601, 1603, 1602, 1610, 1612, 1605

Gamlebyen, og aller størst utenfor Gamlebyens influensområde. Prisen per kvadratmeter er størst inne i Gamlebyen. I motsetning til analysen i Oslo ser vi her at alderen på boligene er lavere i Gamlebyen enn utenfor.³⁴

Figur 12: Gjennomsnittlig boligpris, størrelse og alder på boligene i de tre aktuelle områdene i vårt datasett.
Kilde: Eiendomsverdi.no, sammenstilt av Menon, 2017.



Der vi i forrige avsnitt var bekymret for at beliggenhetsspesifikke karakteristika kunne skape en forventningsskjevheter i analysene våre, er ikke dette en utfordring i denne analysen. Her er det nettopp de stedsspesifikke effektene vi er ute etter. Dersom Gamlebyen som sted har et sett med positive karakteristika som folk er villige til å betale for å bo nær, må vi her anta at det er nettopp på grunn av Gamlebyen disse karakteristika eksisterer. (Det eneste unntaket her kan være positive virkninger på prisen av at Gamlebyen ligger nær vannet. Men også flere av de andre boligene i datasettet vårt ligger i nærhet til vannet). Denne analysen vil derfor fange opp en del av de dynamiske effektene som vi ikke klarte å isolere i analysen av Oslo.

5.2. Høyere betalingsvillighet for å bo i eller i nærheten av Gamlebyen?

Som nevnt tidligere jobber vi i denne analysen ut fra to hypoteser:

1. Det er høyere betalingsvillighet for å bo i et kulturmiljø enn for å bo i sammenlignbare boliger som ikke er tilknyttet et kulturmiljø.
2. Det er høyere betalingsvillighet for å bo i nærheten av et kulturmiljø, og dermed kunne oppleve utsikt til og høy tilgjengelighet av kulturmiljøet, enn å bo i sammenlignbare boliger som ikke er tilknyttet et kulturmiljø.

³⁴ Alder i denne sammenheng er basert på året boligen ble opprettet som boenhet, og ikke året fasaden ble bygd.

Hypotesene testes samtidig ved hjelp av en regresjonsmodell. Her sammenligner vi prisene på omsatte boliger i selve Gamlebyen og boliger i Gamlebyens influensområde opp mot sammenlignbare boliger utenfor Gamlebyens influensområde, ved å ta hensyn til andre karakteristika som også er med på å bestemme boligens verdi. Vi benytter oss av samme estimeringsmetode som beskrevet i Kapittel 4, men hvor selve regresjonsspesifikasjonen i denne sammenheng er noe annerledes, se Ligning 2 nedenfor. De andre forklaringsvariablene i modellen er om den omsatte boligen ligger i Gamlebyen og om den omsatte boligen ligger i nærheten av Gamlebyen. Videre har vi inkludert et sett med boligspesifikke variabler som kvadratmeter, alder osv.³⁵ Her har vi derimot ikke med noen stedspesifikke indikatorvariabler, ettersom det er nettopp denne effekten vi er interessert i.

Ligning 2: Regresjonsmodell for å forklare variasjonen i salgsprisen i Gamlebyen i Fredrikstad. i indikerer at det er observasjoner per bolig.

$$\text{Log Pris}_i = \alpha_i + \beta_1 * I \text{ Gamlebyen}_i + \beta_2 * \text{Nær Gamlebyen}_i + \sum_{j=1}^n \gamma_j * \text{Boligspesifikk variabler}_{ji} \quad (2)$$

5.2.1. Det er svært høy betalingsvillighet for å bo både i og rundt kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad

Vi presenterer resultatene av to ulike modellspesifikasjoner i Tabell 7 nedenfor. Grunnen til at vi presenterer resultatene fra to modeller er at det mangler en del observasjoner for noen av de boligspesifikke kontrollvariablene inkludert i Modell 9. Når vi inkluderer disse i regresjonen, får vi et lavere antall observasjoner, og resultatene blir mer utsatt for støy, samtidig som vi får en høyere forklaringskraft.

Tabell 7: Verdien av å bo i kulturmiljøet eller i nærheten av kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad. Kilde: Menon, 2017.

	Modell 11	Modell 12
Bo i Gamlebyen	21,8%***	17,3%***
Bo i nærheten av Gamlebyen	18,24%***	14,4%***
Boligspesifikke variabler	Ja	Ja
Antall observasjoner	345	187
R ²	0,54	0,7

*= P<0,1, **= P<0,05, ***= P<0,01.
*P viser sikkerheten i beregningene (signifikansnivået).
 Dersom det er et signifikansnivå på 0,05 (5 %) vil det si at vi godtar 5 prosent sannsynlighet for at vår empiriske modell har mindre enn 5 prosent sannsynlighet for å observere de estimerte verdiene dersom den sanne verdien er 0.
 R² sier noe om hvor stor forklaringskraft modellen vår har.*

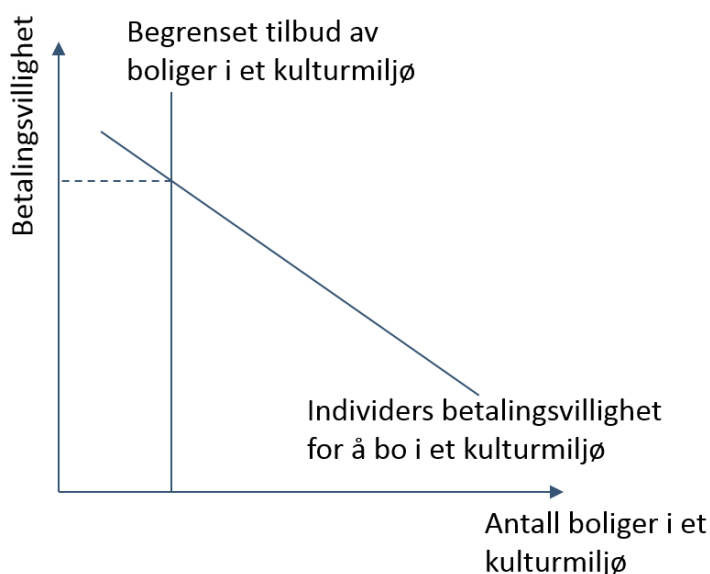
³⁵ Se Vedlegg B for fullstendig liste over kontrollvariabler

Vi ser at begge modellene kommer frem til at det har stor merverdi å bo i selve Gamlebyen sammenlignet med å bo i sammenlignbare boliger utenfor Gamlebyens influensområde. Modell 11 estimerer denne effekten til å være omtrent 22 prosent av boligens verdi, mens Modell 12 estimerer effekten til å være omtrent 17 prosent. Videre ser vi at det er stor verdi å bo i nærheten av Gamlebyen, med en estimert effekt på omtrent 18 prosent for Modell 11 og 14 prosent for Modell 12. Alle resultatene er sterkt statistisk signifikante.

Resultatene av denne analysen er betydelig høyere og har sterkere sikkerhet (dvs. høyere signifikansnivå) enn resultatene av analysen for Oslo i Kapittel 4. Det kan være flere grunner til dette. For det første er Gamlebyen i Fredrikstad et mye klarere definert kulturminne enn listeførte og vernede boliger i Oslo. Dette gjør at folk i mye større grad er klar over kulturminnestatusen i Gamlebyen og at den er enhetlig definert. Videre fanger denne modellen opp dynamiske effekter. Det kan tenkes at Gamlebyen har en positiv og selvforsterkende effekt på egen attraktivitet ved at kulturmiljøet tiltrekker seg en del andre attributter, for eksempel koselige kaféer og trivelige og rolige leietakere, som vil øke attraktiviteten av området ytterligere. Disse dynamiske effektene kan også spille inn og være selvforsterkende for verdien av å bo i nærheten av Gamlebyen. Dersom det i utgangspunktet er noe høyere betalingsvillighet for å bo i nærheten av Gamlebyen, vil dette tiltrekke seg ressurssterke og rikere beboere.

Det vi her observerer er den gjennomsnittlige ekstra betalingsvilligheten for å bo i eller i nærheten av Gamlebyen for de som reelt har valgt å bo der. Vi observerer altså ikke den gjennomsnittlige betalingsvilligheten i hele den norske befolkningen. Det er naturlig å tenke seg at folk har ulik betalingsvillighet for kulturminner. Dette er

Figur 13: Konseptuell illustrasjon av forholdet mellom betalingsvillighet for boliger og knapphet av boliger i et kulturmiljø



illustrert ved den fallende kurven i Figur 13, som representerer etterspørselen etter å bo i kulturmiljøet. Ettersom det er et begrenset antall boliger i Gamlebyen, er tilbudet både begrenset og uelastisk³⁶. Dette gjør at de som har høy betalingsvillighet for å bo i kulturmiljøet overbyr de som ikke verdsetter å bo i kulturmiljøet, som igjen gjør at de observerte boligtransaksjonene i Gamlebyen i hovedsak representerer den delen av befolkningen som nettopp har en høy betalingsvillighet for det å bo i et kulturmiljø.

Vi har også gjennomført en forenklet Delphi-studie for Gamlebyen i Fredrikstad

der vi har snakket med fire tilfeldig valgte eiendomsmeglere for å bekrefte eller avkrefte våre funn. Flere eiendomsmeglere mener at det er høy betalingsvillighet for å bo i Gamlebyen for et spesifikt segment av befolkningen som vil bo der uavhengig av boligens tilstand, og at det ofte er et ønske om å sette i stand boligene

³⁶ Elastisitet er her et mål på hvordan tilbudet eller etterspørselen etter et gode endres når prisen endres. Eksempelvis vil en uelastisk etterspørsel ikke variere dersom prisen øker, mens en svært elastisk etterspørsel vil reduseres dersom prisen øker.

i henhold til gammel tradisjon. I tillegg er det flere nyhetsartikler som også støtter opp under funnene om at Gamlebyen og nærliggende områder som også er influert av Gamlebyen er attraktive³⁷.

Bilde 6 Gamlebyen i Fredrikstad. Kilde: Petoros, iStockphoto.com



³⁷ Fredrikstad blad 22.10.2014 «Rift om de få boligene som er til salgs» <https://www.f-b.no/nyheter/rift-om-de-fa-boligene-som-er-til-salgs/s/2-2.952-1.8628184>, DNB Eiendom 30.08.2016 «Pusset seg tilbake til 1899» <http://www.dnbeiendom.no/altombolig/inspirasjon/historisk-sus-i-fredrikstad/>, E24 03.12.2012 «Selger unna Fredrikstad-historie» <http://e24.no/privat/eiendom/selger-unna-fredrikstad-historie/20307390>

6. Verdiskapings- og næringseffekter fra kulturminner og kulturmiljø

I dette kapitlet presenterer vi en analyse som beregner verdiskapings- og næringseffekter som kommer av kulturmiljøet på Røros og i Henningsvær. Basert på besøksstatistikk, forbruksinformasjon og reisemotivasjon beregner vi at kulturmiljø- eller kulturminneturistenes forbruk står for omtrent 40 av verdiskaping i reiselivet i Røros, og rundt 4 prosent av hele næringslivet i kommunen³⁸. Dette betyr at kulturmiljøet er viktig for å opprettholde et variert tjenestetilbud og levende bysamfunn på Røros, som lokalbefolkning i en storregion rundt tettstedet nyter godt av. I Henningsvær er store deler av næringslivet tett integrert med reiselivet, og her beregner vi at kulturmiljøturistene står for knapt halvparten av verdiskaping i reiselivsnæringen, og bidrar med rundt 15 prosent av den totale verdiskaping i regnskapspliktige foretak i Henningsvær. I Henningsvær fremstår dermed kulturmiljøet som viktig for å opprettholde det lokale næringslivet.

Denne delen av analysen beregner den økonomiske betydningen av kulturarven med utgangspunkt i kulturmiljøer. Den økonomiske betydningen kan inngå både i den direkte og indirekte bruksverdien i den totale samfunnsøkonomiske verdien. I tilfelle det er snakk om inngangspenger for å besøke et kulturminne eller et kulturmiljø, vil disse inntektene speile den direkte bruksverdien, men det er som regel i tilknyttet eller nærliggende virksomhet inntektene genereres, og dette gjenspeiler den indirekte bruksverdien. For beregning av den økonomiske verdiskapingen spiller det imidlertid ikke noen rolle om denne er knyttet til direkte eller indirekte bruksverdi. Hensikten med å beregne verdiskapingsvirkningene er å tallfeste størrelsen på de økonomiske ressurser som benyttes for å forvalte kulturminner og kulturmiljø, og ressurser som benyttes for å betjene turister til kulturminnet eller kulturmiljøet og hva dette kaster av seg i lokalsamfunnet, i form av lønn og utbytte til ansatte og eiere. Vi tallfester samfunnets direkte ressursinnsats knyttet til kulturminnet i form av verdiskaping og bruk av arbeidskraft.

Kulturminnet eller kulturmiljøet har betydning for økonomisk verdiskaping i ulike sektorer av økonomien gjennom ulike kanaler:

1. Økonomisk verdiskaping gjennom **forvaltningen av kulturminnet eller kulturmiljøet**. Samfunnsmessig ressursinnsats knyttet til å forvalte kulturminner gjennom vedlikehold, formidling og forskning.
2. Skapt turisme og dens **betydning for økonomisk verdiskaping i næringslivet**. Interessen for norske kulturminner i både Norge og utlandet skaper netto eksportinntekter til Norge ved at utlendinger besøker landet og bruker penger, og ved at nordmenn reiser i Norge fremfor utlandet.

Den økonomiske verdiskapingen generert av kulturminner og kulturmiljøer er gjerne knyttet til at de brukes til noe, dvs. til «vern gjennom bruk». Men det er ikke nødvendig med bruk for å generere denne verdiskapingen, f.eks. kan istandsetting som kun har til hensikt at kulturminnet skal bevares også generere økonomiske verdier gjennom de håndverkere som blir sysselsatt. Men det å tilrettelegge for bruk av kulturminnet, vil som regel bidra til å øke verdiskapingen. Dette kan f.eks. være å tilby servering eller overnatting i et kulturminne. Bruken av kulturminnene og kulturmiljøene kan også bidra til å forsterke verdien, eksempelvis kan det godt være slik at verdien av (og lysten til) å besøke Henningsvær er større fordi det fortsatt bedrives fiskerivirksomhet enn om det kun var et «museum» over et fiskerisamfunn. Det er også en viktig distinksjon her at grunnen til at man ønsker å bevare et kulturmiljø ikke er for å bevare butikkene og serveringsstedene, men for å sikre de verdier som er blitt

³⁸ Vi inkluderer kun aktivitet i regnskapspliktige bedrifter, slik at noe offentlig virksomhet og enkeltpersonforetak faller utenfor.

omtalt tidligere i rapporten og til å bidra til å gjøre det aktuelle stedet til et levende sted. Men samtidig er et levende sted avhengig av å ha butikker og lignende som er bærekraftige. Det vil si at det er et gjensidig utbytte og et dynamisk forhold mellom verdiskaping og kulturminner og kulturmiljøer.

Å beregne verdiskapingen som et kulturminne eller kulturmiljø bidrar med i et lokalsamfunn, kan også være med på å øke aksepten for bevaring, og ikke minst vise at bevaring ikke nødvendigvis er til hinder for annen verdiskaping.

6.1. Metode for å beregne økonomisk verdiskaping

Man kan undersøke sammenhengen mellom kulturminner og økonomisk verdiskaping på ulike måter. Valg av metode må tilpasses formålet med undersøkelsen, valg av type kulturminner/miljø, geografisk avgrensning av undersøkt region, og prosjektets økonomiske rammer. I dette prosjektet har vi begrenset oss til å se på verdiskapingen knyttet til turister på Røros og i Henningsvær samt, hva forvaltningen av kulturminnene har bidratt med av sysselsetting. Resultatene er dermed knyttet til disse to stedene, og er ikke nødvendigvis overførbare til andre steder, men de kan likevel gi en pekepinn på størrelsen på effektene.

Forvaltning av kulturminner og kulturmiljøer

Ivaretakelse av et kulturminne eller kulturmiljø skaper aktivitet i lokalmiljøet. Private eiere av vernede bygninger legger inn dugnadsinnsats og bidrar økonomisk, mens offentlige myndigheter bidrar med støtteordninger, kunnskapsproduksjon og veiledning. Den private og offentlige innsatsen skaper aktivitet i byggebransjen, særlig blant håndverkere med spesialisert kunnskap om bevaring og restaurering av kulturminner. I tillegg skaper restaurering økt aktivitet utover i den økonomiske verdikjeden hos håndverkernes underleverandører. Menon (2017) viser eksempelvis at den støtten. Norsk Kulturminnefond gir til restaurering og vedlikehold generer aktivitet for minst det dobbelte. Hvis ikke denne støtten hadde blitt bevilget ville mange av disse restaureringene ikke kommet i stand eller blitt vesentlig redusert i omfang.

Et godt restaureringsarbeid fordrer også materialbruk tilpasset lokale tradisjoner og forutsetninger, hvilket som regel betyr bruk av lokalt produserte materialer. På den måten legger bevaringen til rette for at verdiskaping knyttet til produksjon av disse materialene i større grad tilfaller lokalsamfunnet enn annen restaurering og vedlikehold (Menon, 2017).

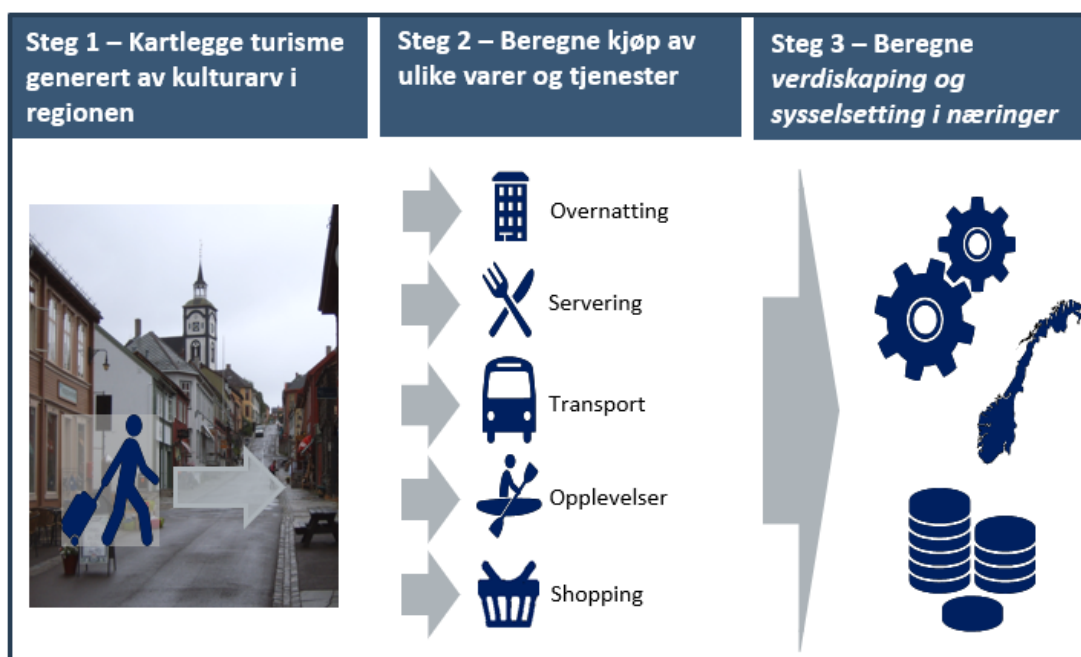
Kartlegging av økonomisk verdiskaping knyttet til forvaltningen av kulturminner og kulturmiljøer må inkludere all samfunnsmessig ressursinnsats knyttet å forvalte kulturminnet. Forvaltningen ivaretas av først og fremst av det offentlige, men også ideelle organisasjoner, kommersielle aktører og privatpersoner. Å innhente informasjon om denne ressursinnsatsen er en ressurskrevende øvelse, og i dette prosjektet har vi derfor begrenset oss til en kvalitativ drøftelse av hva dette kan bety for den lokale verdiskapingen.

Økonomisk verdiskaping som følge av turisme knyttet til kulturminner og kulturmiljø

Som beskrevet i det metodiske forprosjektet (Menon, 2016) kan beregning av kulturminners og kulturmiljøers betydning for økonomisk verdiskaping i form av generert turisme, skje i tre steg. I første steg kartlegger man hvor mange turistovernattinger som genereres av det aktuelle kulturminnet eller kulturmiljøet i regionen, altså økt reisevirksomhet til geografisk område (eksempelvis postnummer, kommune, region, landsdel eller nasjon) på bakgrunn av kulturminnet eller kulturmiljøet, se også Figur 14. I andre steg beregnes forbruket av ulike varer og

tjenester som følge av de reisene kulturminnet eller kulturmiljøet genererer. I tredje steg beregnes økt aktivitet i næringslivet som følge av dette forbruket. Alternativ bruk av innsatsfaktorer og flyttet aktivitet må vurderes kvalitativt til slutt.

Figur 14 Tre steg i kartlegging av økonomiske verdiskapingsvirkninger av turisme som følge av kulturminne- eller kulturmiljøturisme



En sentral metodisk utfordring er å isolere kulturminnets eller kulturmiljøets betydning for turistenes valg om å besøke en region. Den mest treffsikre metoden er å gjennomføre en spørreundersøkelse blant turistene i området. Spørreundersøkelser er imidlertid ressurskrevende, og derfor har vi heller valgt ut case hvor turiststrømmen i all hovedsak er knyttet til kulturminnet eller kulturmiljøet. For disse stedene har vi sammenstilt ulike datakilder om turisme i regionen og innhentet nødvendig informasjonen gjennom intervjuer. Intervjuer med sentrale aktører i næringen har bidratt til å etablere sannsynlig sammenheng mellom kulturminnet og kulturmiljøet, dets istandsettelse og reisemotivasjon som vi så har brukt for å beregne antall hvor stor andel av turistene som først og fremst besøker stedet grunnet kulturminnet og kulturmiljøet. Intervjuguide og liste over hvilke som er blitt intervjuet finnes i Vedlegg C.

Med utgangspunkt i vårt anslag for hvor mange turistbesøk og overnattinger kulturminner og kulturmiljø genererer, har vi beregnet turistenes totale forbruk på stedet. Dette er gjort ved å bryte ned regnestykket i antall genererte overnattinger per turistsegment og multiplisere med forventet forbruk per forbrukskategori per gjestedøgn. SSB gjennomfører årlig Turistundersøkelsen for Innovasjon Norge, en spørreundersøkelse hvor 10 000 turister spørres om forbruk av ulike forbrukskategorier i ulike deler av landet (Turistundersøkelsen, 2016). Vi har tatt utgangspunkt i forbrukstallene fra Turistundersøkelsen, og triangulert disse med prisstatistikk innen overnatting (hentet fra statistikknett.no), innhenting av prisinformasjon fra andre turisttjenester, samt informasjon fra intervjuer med aktører i turistnæringen i henholdsvis Røros og Henningsvær.

Etter å ha beregnet totalt forbruk av ulike varer og tjenester i ulike regioner, har vi fordelt forbruket til omsetning i produserende næringer og beregnet hvor stor verdiskaping og sysselsetting som skapes av omsetningen i hver enkelt region. Dette er gjennomført ved bruk av Menons ITEM-modell for ringvirkningsanalyser. Denne modellen bygger på regnskapstall fra Brønnøysundregistret (tilrettelagt i Menons regnskapsdatabase) og Statistisk sentralbyrås kryssløpsmatrise.

Det er viktig å være klar over at metoden innebærer at vi har *kartlagt* verdiskapingen knyttet til betjening av turister og ikke gjennomført en effektanalyse, f.eks. hva som ville ha vært effektene dersom det ble gjennomført et tiltak som økte (eller reduserte) antall turister. Videre har vi ikke vurdert den samfunnsøkonomiske lønnsomheten av kulturmiljøene. For å gjøre sistnevnte måtte vi ha korrigert for alternativ bruk av innsatsfaktorene. Det er ikke gitt at turismen gir verken høyere eller lavere lønnsomhet enn den beste alternative måten å bruke disse ressursene på.

6.2. Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøet Røros

Kulturmiljøturistene på Røros bidrar med over en tredjedel av reiselivets samlede verdiskaping på Røros, og med fire prosent av den totale verdiskapingen i kommunen. Ettersom kulturmiljøturistene etterspør relativt arbeidsintensive tjenester bidrar de til å sysselsette omkring ni prosent av det totale antallet sysselsatte, dvs. at de gir et vesentlig større sysselsettingsbidrag enn verdiskapingsbidrag. I tillegg til denne verdiskapingen bidrar kulturmiljøene med verdiskaping knyttet til antikvarisk håndverk og kan også ha betydning for andre bedrifter gjennom markedsføring mv. De sistnevnte effektene er ikke kvantifisert.

Bilde 7: Røros. Kilde: Riksantikvaren



6.2.1. Røros som et kulturmiljø

Røros er både en kommune og en historisk gruveby i Sør-Trøndelag fylke. Kommunen har ca. 5 600 innbyggere, hvorav knappe 70 prosent bor i tettstedet Røros. Røros Bergstad³⁹ ble oppført på verdensarvlisten i 1980, mens Circumferensen, dvs. hele gruveområdet, ble lagt til i 2010. Utvidelsen av verdensarvområdet inkluderte omliggende kulturlandskap, gruveområdene Storz og Nordgruvefeltet, Femundshytta og vinterveien over Korssjøen.

Ifølge UNESCO har Bergstaden bevart mye av sitt opprinnelige preg med gatemønster anlagt på 1600-tallet og trehusbebyggelse fra 1700- og 1800-tallet:

"Røros er et særegent gruvemiljø med utelukkende trearkitektur. Byen har gjennom 333 år smeltet sammen impulser fra Tyskland, Danmark, Sverige, Trondheim og de nærmeste distriktene omkring. Dette har resultert i et trehusmiljø som bærer i seg mye av det fineste i norsk tradisjon, og som samtidig er blitt noe helt spesielt i vårt land så vel på det industrielle, sosiale og kulturelle område som på det arkitektoniske. Røros Bergstad med sine omgivelser er et karakteristisk eksempel på en betydelig tradisjonell stil i trearkitektur og danner en enestående gruveby på en høyde 600 meter over havet."

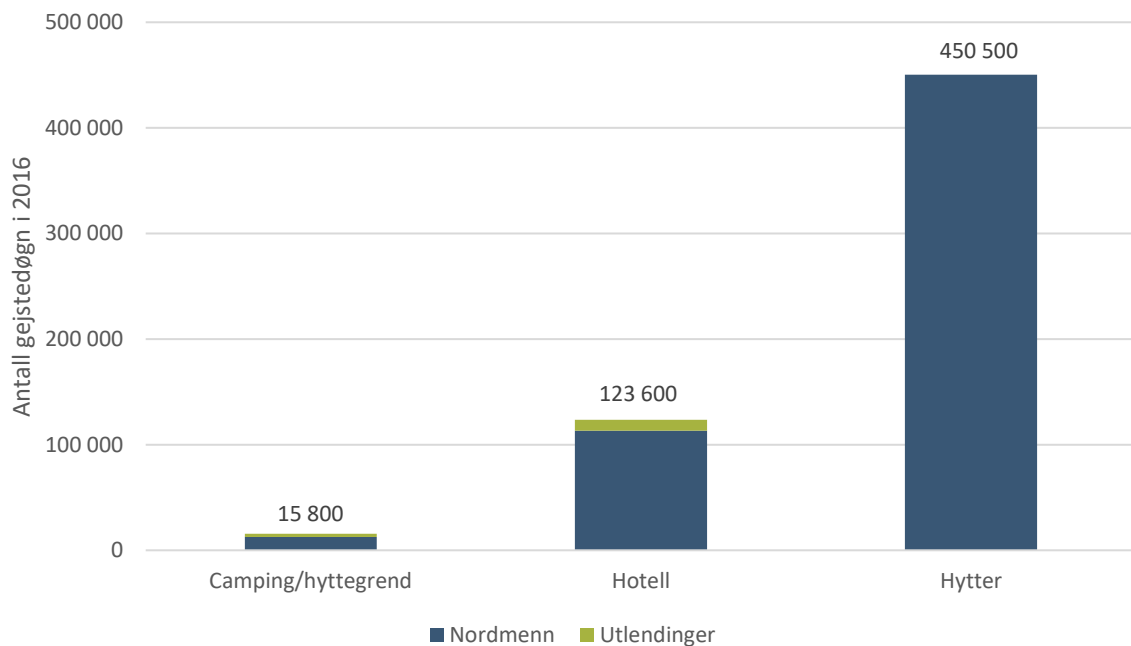
Bergstaden består av flere hundre trehus, hvorav rundt 100 hus er fredet. Den første fredningen ble gjennomført allerede i 1922, og omfattet åtte hus. Destinasjon Rørosregionen markedsfører regionens fjellnatur og de historiske omgivelsene, dvs. en kombinasjon av natur og kultur.

6.2.2. 590 000 gjestedøgn og opp mot 160 000 dagsturister i Røros i 2016

I motsetning til for eksempel Vestlandsfjordene er Røros en utpreget norsk destinasjon. I 2016 var 90 prosent av de 139 400 registrerte gjestedøgnene norske. Aktivitet ved fritidsboligene i Røros kommune er også en viktig del av reiselivet. Basert på antall fritidsbygninger registrert hos SSB og bruksstatistikk fra TØIs nasjonale fritidsboligundersøkelse 2008, beregner vi 450 000 gjestedøgn i 2016 i fritidsboligene. Figur 14 illustrerer samlede antall gjestedøgn i Røros fordelt på overnattingsform og nasjonalitet.

³⁹ En Bergstad er et by-lignende samfunn grunnlagt med utgangspunkt i gruve drift. Tidligere hadde bergsteder egne lover, såkalte berglover. I Norge var det Røros og Kongsberg som var omfattet av disse lovene, men i dag er det bare Røros som har valgt å fortsatt omtale seg som bergstad, mens Kongsberg har fått bystatus.

Figur 15 – 590 000 gjestedøgn på Røros i 2016 fordelt på overnattingsform og nordmenn/utlendinger. Kilde: SSB, TØI, Menon (2017)



SSBs statistikk viser at 64 prosent av de kommersielle gjestedøgnene skjedde i sommerhalvåret (mai-oktober), mens 36 prosent var i vinterhalvåret.

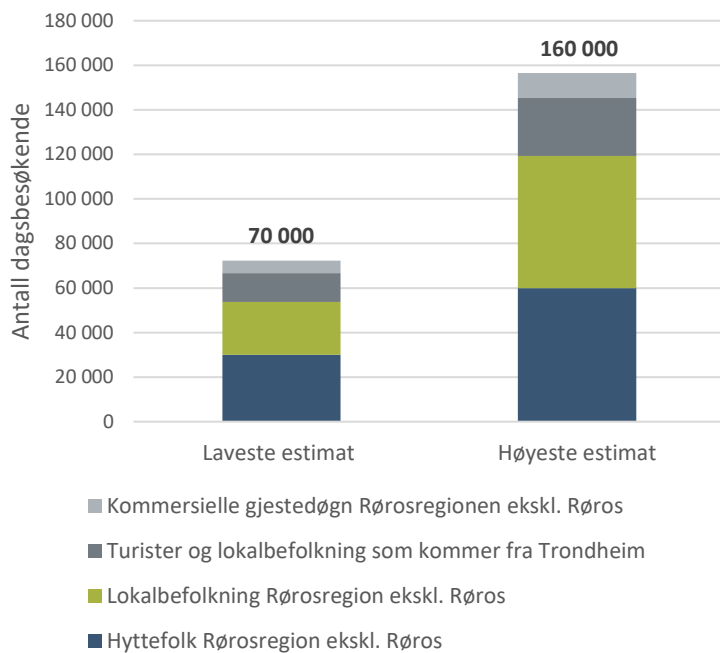
I tillegg til gjestedøgnene, som fanger opp dem som overnatter, er det flere som er innom Røros på dagstur for å oppleve Bergstaden og det kommersielle tilbudet rundt. Rørosmuseet har for eksempel flere bussturer på omvisning, som ofte er innom Røros, men som overnatter på andre rimeligere steder i fjellheimen på vei til Vestlandet, Trondheim eller Sverige. Røros hotell har også mange slike bussgrupper på lunsjbesøk. Restauranten og spa-avdelingen ved Røros hotell har også betydelig antall besøkende fra lokalbefolkning og hyttefolk i hele Rørosregionen, som ifølge lokale aktører består av Holtålen, Os, Tolga, Tynset og Alvdal i tillegg til Røros. Videre opplever aktørene på Røros at både lokalbefolkning og turister basert i Trondheim kommer til Røros på dagsbesøk, spesielt i forbindelse med kulturarrangement som Julemarked i desember, Rørosmartnan i februar og vinterfestspillene i mars. Figur 16 illustrerer hvilke steder mange av dagsturistene kommer fra.

Figur 16 – Viktigste strømmer av dagsturister inn til Røros. Kilde: Intervjuer med lokale reiselivsaktører (2017)



Basert på befolknings- og besøksstatistikk fra SSB og en rekke antakelser om besøksomfang fra de ulike segmentene, beregner Menon mellom 70 000 og 160 000 dagsbesøk i Røros i 2016, illustrert i Figur 17. Kun cirka fire prosent av de dagsbesøkende (fra 3000 til 6000) er utenlandske, mens resten er nordmenn.

Figur 17 - Beregnede antall dagsturister i Røros i 2016, fordelt på segment. Fra minste til høyeste antall.



Antakelser:

Kommersielle gjestedøgn Rørosregion ekskl. Røros: 5%–10% av de kommersielle gjestedøgnene som overnatter i Rørosregionen besøker Røros ila ett år

Turister og lokalbefolkning fra Trondheim: 1%–2% av gjestedøgnene og innbyggere over 16 år besøker Røros ila ett år

Lokalbefolkning Rørosregion ekskl. Røros: Hver innbygger over 16 år i regionen drar til Røros minst 2 og som mest 5 ganger i året

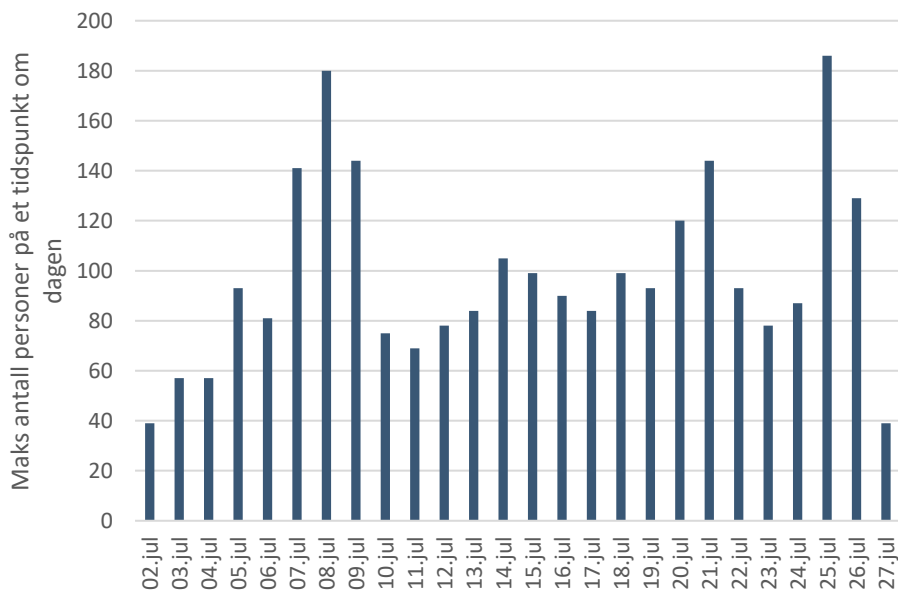
Hyttefolk Rørosregion ekskl. Røros: 5%–10% av gjestedøgnene på hytter i Rørosregionen (ekskl. Røros) besøker Røros ila ett år

Det er stadig flere som overnatter steder det ikke føres statistikk over, som kan være alt fra telt utenfor campingplass til AirBnB. Dette bidrar til at statistikken for antall besøkende kan underestimere antall besøkende.

Basert på informasjon fra basestasjoner kan Telenor beregne hvor mange personer med mobiltelefon fra ulike nasjonaliteter som til enhver tid befinner seg i et område. Telenor har utført en slik måling i Røros i perioden 2.–27. juli 2017. Tyskland er det største utenlandsmarkedet i Røros, og Figur 18 viser det største antall tyskere som befant seg i Røros sentrum hver dag i måleperioden 2.–27. juli 2017. Dersom vi antar at alle er turister og at de bare er der i én dag, får vi cirka 2 500 individer. Registrerte gjestedøgn fra tyske turister i samme periode i 2017 er omtrent 1 070⁴⁰. Dette indikerer at antall besøkende i regionen kan være langt høyere enn det vi kartlegger ved tilgjengelig statistikk. Uten å ha informasjon om hvor mange tyskere som er fast bosatt eller sesongarbeidere i Røros, hvor lenge de tyske gjestene blir værende og hvor mange vi fanger opp i regnestykket for dagsturister, er det likevel vanskelig å gi et eksakt tall for hvor stor den udokumenterte turismen er.

⁴⁰ 1278 registrerte tyske gjestedøgn ved kommersielle overnattingssteder (hotell, camping, hyttegrend) i jul 2017, vektet for antall dager Telenors måling er utført (26 av 31 dager i juli).

Figur 18 - Maksimalt antall tyske personer i Røros sentrum per dag, 2.–27. juli 2017. Kilde: Telenor (2017)



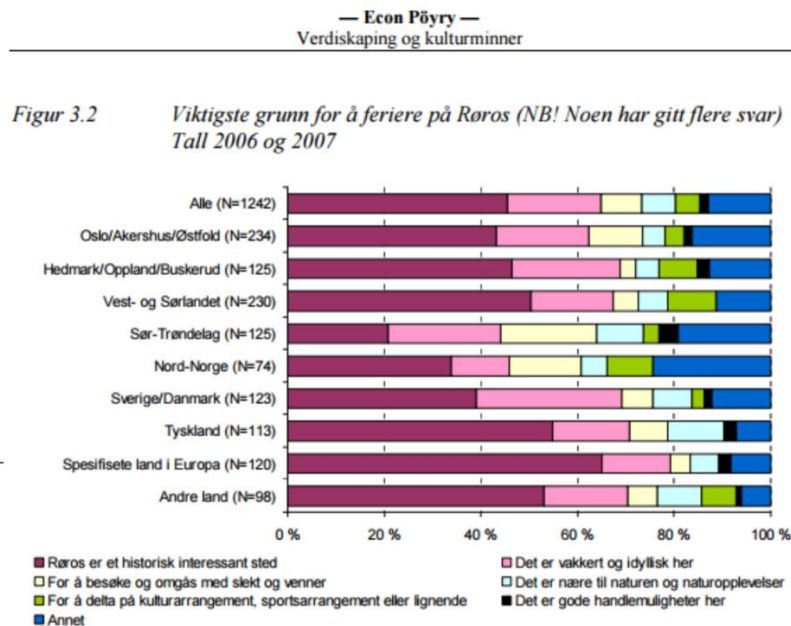
6.2.3. Turistenes motiver for å besøke Røros

Ved å intervjuer lokale reiselivsaktører har vi kartlagt hvor stor betydning kulturmiljøet har når turister velger å besøke Røros. Kulturmiljøet står fram som den viktigste enkeltfaktoren i en totalpakke som også inkluderer bl.a. naturopplevelser og aktivitetstilbud.

For turister som kommer fra andre deler av Norge eller fra utlandet, er betydningen av kulturmiljøet en viktigere faktor enn for mer lokale turister. På samme måte er kulturmiljøet en viktigere faktor for sommerturistene enn for vinterturistene.

Figur 19 viser resultatet fra en undersøkelse utført av Econ Pöyry i 2006 og 2007, som kartlegger motivasjon for å besøke Røros blant sommerturistene. I denne undersøkelsen var det knapt halvparten som mente at det at Røros er historisk interessant var en av de viktigste grunnene til å besøke Røros. De lokale reiselivsaktørene oppgir at de har inntrykk av at betydningen av kulturmiljøet har økt de siste årene, og dermed kan være høyere enn tallene fra Econ Pöyry (2008). Siden 2007 har det også vært et større/bedre samarbeid mellom reiselivsaktører og kulturminneforvaltere (kommunen og Rørosmuseum) for å få til synergieffekter mellom bevaring og turisme, hvor reiselivsaktørene har bidratt til å sette verdensarven i fokus (Ibenholt m.fl., 2016). Destinasjon Røros har også som et av sine mål at Røros skal være det foretrukne verdensarvstedet i Norden.

Figur 19 - Turistenes motivasjon for å besøke Røros om sommeren i 2006 og 2007. Kilde: Econ Pöyry (2008)



Basert på informasjon fra intervjuene og undersøkelsen anslår vi at omtrent 165 000 av de nær 600 000 gjestedøgnene (28 prosent) i Røros primært er motivert av kulturminnene i kulturmiljøet (så kalte kulturmiljøturister). Blant de kommersielle gjestedøgnene (som utgjør 25 prosent av alle gjestedøgn) er rundt halvparten kulturmiljøturister, mens vi regner at kun 20 prosent av hytteturistene velger Røros på grunn av kulturmiljøet. For dagsturistene framstår kulturmiljøet som en helt avgjørende faktor for besøket for de aller fleste, men for en del av lokalbefolkningen i Rørosregion er handel- og serveringstilbud trolig like viktig. Samlet beregner vi at 80 prosent av dagsturistene er i Røros på grunn av kulturmiljøet. Det er viktig å understreke at dette er konservative estimat, slik at den reelle andelen som er primært kulturmiljømotivert kan være høyere enn det vi viser her.

6.2.4. Turistenes forbruk på Røros

Turistenes forbruk på en reise fordeler seg hovedsakelig på de fem kategoriene overnatting, servering, transport, kultur/aktiviteter og varehandel. De ulike turistsegmentene har ulikt forbruk på de forskjellige kategoriene. Hotellreisende har som regel høye utgifter til overnatting og servering, mens besøkende ved egne hytter stort sett legger igjen mest penger i dagligvareforretninger.

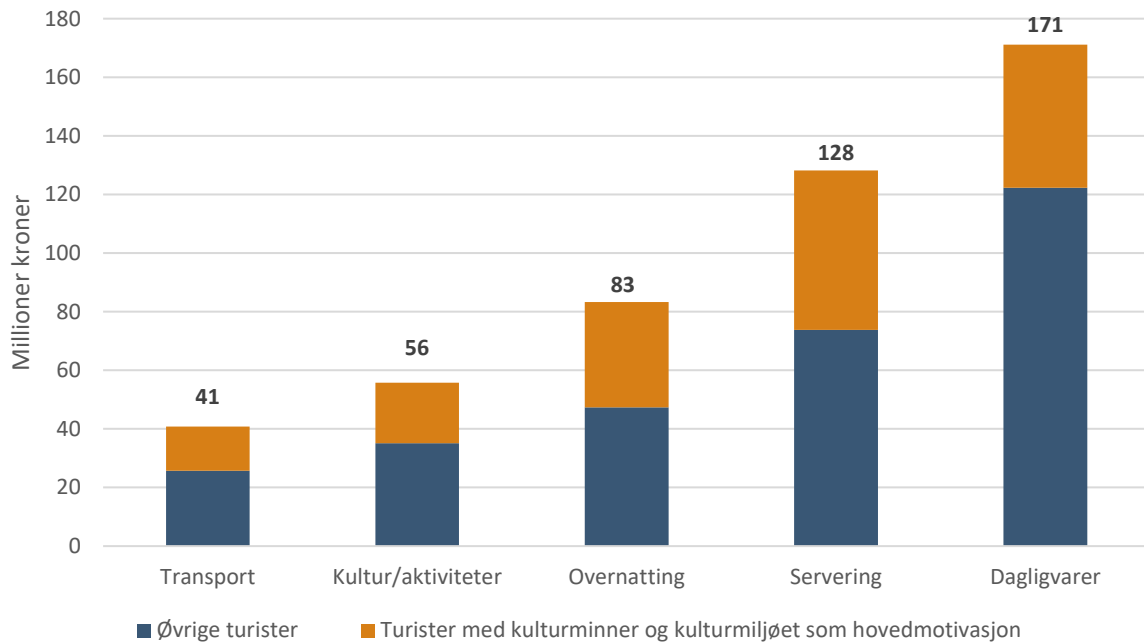
Basert på SSBs forbruksundersøkelser og gjestedøgnstallene beregner vi turistenes forbruk til totalt rundt 480 millioner kroner i 2016. Vi har da ikke inkludert de deler av forbruket som skjer utenfor Røros sentrum.

De 480 millioner kronene fordeler seg som vist i Figur 20. De oransje delene av søylene er andelen av forbruket som kan tilskrives de 165 000 gjestedøgnene og de 92 000 dagsbesøkene⁴¹ som har kulturminnene og kulturmiljøet som det viktigste motivet for reisen. Kulturmiljøturistene bidrar med til sammen 175 millioner

⁴¹ Vi illustrerer her dagsbesøk som snittet av høyt estimat på 170 000 og lavt estimat på 60 000 vist i Figur 17, og regner 80 prosent av disse som kulturmiljørelaterte.

kroner i forbruk, noe som er omtrent 37 prosent av det totale turistforbruket. Legg merke til at kulturmiljøturistene legger igjen relativt mer på overnatting og servering, noe som har sammenheng med at en stor del bor på hotell.

Figur 20 - Turistenes totale forbruk på 480 millioner kroner i Røros i 2016, fordelt på forbrukskategori. Tallene er korrigert for forbruk i tilknytning til reisen som faller utenfor det lokale næringslivet. Kilde: SSB, Epinion, Menon (2017)

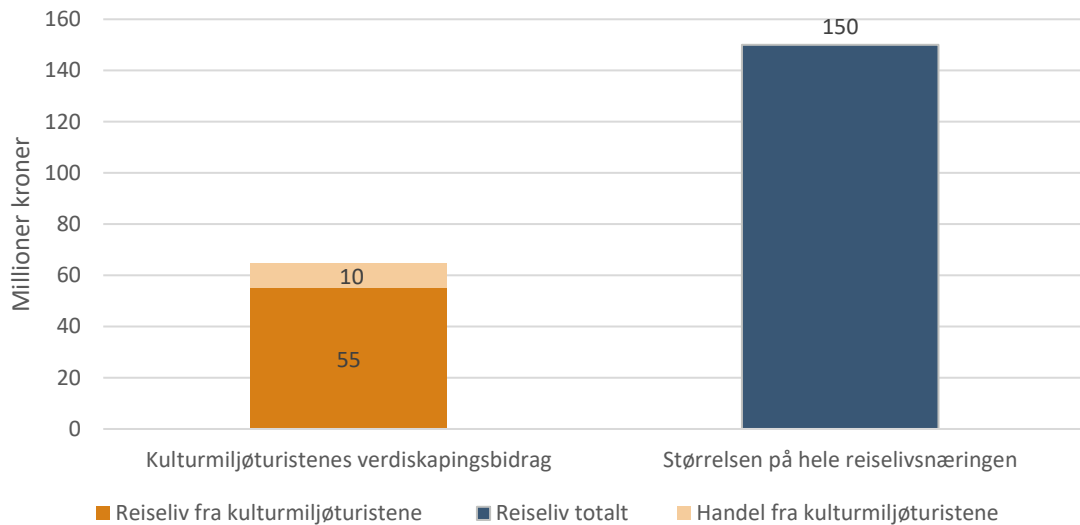


6.2.5. Verdiskaping knyttet til kulturmiljøturisme står for over en tredjedel av reiselivsnæringens verdiskaping i Røros kommune

Når vi beregner hvor mye en aktivitet kaster av seg, er vi som regel mest opptatt av den verdiskaping virksomheten genererer. Verdiskaping er det som «blir igjen» i bedriftene etter vare- og tjenestekjøp, altså lønn til de ansatte og driftsresultatet (lønn til eierne). Summen av all verdiskaping i norske virksomheter er det vi betegner som bruttonasjonalprodukt (BNP).

175 millioner kroner i forbruk fra kulturmiljøturistene i 2016 ga til sammen 66 millioner kroner i verdiskaping i Røros. Dette utgjør over fire prosent av den totale verdiskapingen i næringslivet i kommunen. 10 millioner kroner av verdiskapingen tilfaller handelsstanden mens de resterende 56 millioner kronene tilfaller bedrifter som defineres som en del av reiselivsnæringen. Her inkluderes overnatting, servering, transport og kultur/aktiviteter. Samlet hadde reiselivsnæringen på Røros en verdiskaping på 150 millioner kroner i 2016. Dette innebærer at kulturmiljøturistene sto for over en tredjedel av verdiskapingen innen reiselivsnæringen.

Figur 21 - Kulturmiljøturistenes verdiskapingsbidrag sett opp mot verdiskaping i hele reiselivsnæringen i Røros i 2016. Den totale verdiskapingen i kommunen er rundt 1,5 milliarder kroner.

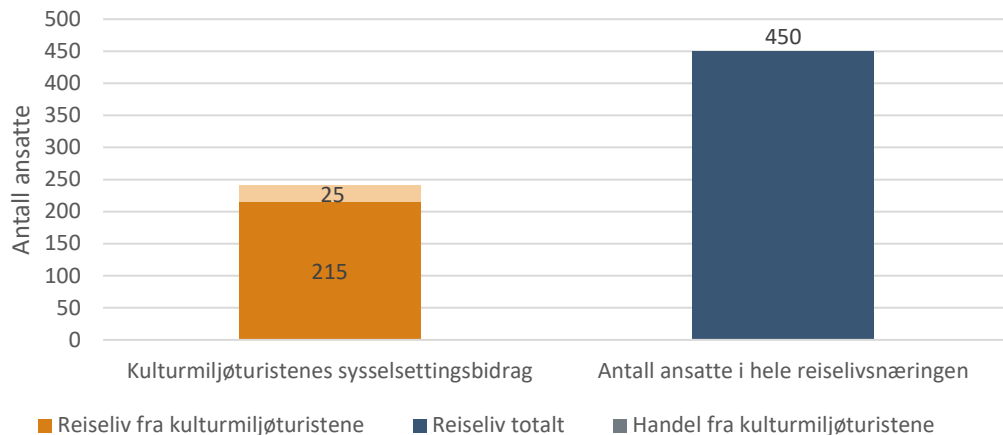


6.2.6. Kulturmiljøturismen sysselsatte 240 personer på Røros

I tillegg til verdiskapingen som kulturmiljøturismen generer, kan det være interessant å beregne hvor mange arbeidsplasser dette tilsvarer. Beregnet med samme forutsetninger som over viser det seg at aktiviteten fra kulturmiljøturismen bidrar til å sysselsette omtrent 240 personer i kommunen, og at 25 av disse sysselsettes i handelsstanden mens de resterende 215 er i reiselivsnæringen.

Totalt er det cirka 2730 ansatte i regnskapspliktige foretak i kommunen. Kulturmiljøturistene bidrar dermed til å sysselsatte omkring ni prosent av disse. Reiselivsnæringen sysselsatte cirka 450 personer i 2016, og kulturmiljøturistene bidrar til å opprettholde over halvparten av disse arbeidsplassene. At kulturmiljøturismens «sysselsettingsbidrag» er høyere enn bidraget til verdiskaping skyldes at reiselivsnæringen er en mer arbeidsintensiv næring enn øvrig næringsliv i kommunen.

Figur 22 - Kulturmiljøturistenes "sysselsettingsbidrag" sett opp mot sysselsetting i hele reiselivsnæringen i Røros i 2016. Totalt antall ansatte i regnskapspliktige foretak i kommunen er rundt 2700 personer i 2016.



I Econ (2008) ble det beregnet at kulturmiljøturistene bidro til 7 prosent av sysselsettingen, men dette tallet inkluderer også ringvirkningseffekter i andre næringer enn reiselivet, og er dermed ikke helt sammenlignbart med den andel som vi har beregnet. Hvis man tar vekk ringvirkningseffektene i Econ (2008), utgjorde den direkte sysselsettingen i reiselivet nærmere 5 prosent av total sysselsetting. Det betyr at kulturmiljøturistenes andel av sysselsettingen nesten har doblet seg fra 2005 til 2016.

6.2.7. Ivaretagelse av bygningsarven på Røros

Det er rundt 400 bygninger i Røros sentrum, hvorav rundt 100 bygninger er fredet. Vi har intervjuet ledelse og ansatte ved blant annet Bygningsvernsenteret ved Rørosmuseet. Det er utfordrende å sammenligne vedlikehold av historiske bygg med «normalt» vedlikehold. På den ene siden krever restaurering av kulturmiljøer mindre ressurser fordi ivaretagelse av byggenes historiske kvaliteter innebærer lite bygningsendringer og lite utskiftning av bygningsmaterialer. Samtidig krever slike restaureringer mer arbeidsinnsats knyttet til bearbeiding av enkeltbor, vinduer, dører og tak, og produksjon av tradisjonelle bygningsmaterialer som er typiske for regionen.

Røros har et sterkt kunnskapsmiljø innenfor tradisjonshåndverk. Flere av de vi har intervjuet påpeker at Uthusprosjektet har vært en viktig faktor bak utviklingen av tradisjonshåndverksmiljøet på Røros. I 1993 fikk Riksantikvaren utarbeidet en rapport hvor det ble slått fast at de unike uthusene i byen var i for dårlig stand. Som konsekvens ble Uthusprosjektet opprettet og siden 1996 har man utført ca. 400 restaureringsprosjekter hvor uthus har blitt tilbakeført til et akseptabelt nivå. Prosjektene er i stor grad finansiert av Riksantikvaren. Gjennom kurset ble håndverkere kurset i eldre byggeteknikk (antikvariske prinsipper) og en referansegruppe ble startet opp.

I dag er Rørosmuseets Bygningsvernsenter en sentral aktør i arbeidet med å ivareta kulturmiljøet. Bygningsvernsenteret utfører oppdrag på eldre konstruksjoner for offentlige virksomheter og private huseiere, har et verksted som utfører istandsettingsoppdrag på vindu, dører og lignende, veileder privatpersoner og forvalter Rørosmuseets bygningsmasse. Bygningsvernsenteret har kostnader på rundt 7 millioner i året og sysselsetter 9 personer til daglig drift. Det er ellers en lang rekke tradisjonshåndverkere med enkeltpersonsforetak som er virksomme på Røros.

Econ (2008) anslo at overføringene fra Riksantikvaren, som beløp seg til ca. 9 millioner kroner per år, bidro med å sysselsette 25 personer.

Bilde 8: Røros. Kilde: Dace Znotina, iStockphoto.com



6.3. Verdiskapings- og næringsvirkninger fra kulturmiljøet Henningsvær

Kulturmiljøturistene bidro med knappe halvparten av reiselivsnæringens verdiskaping i Henningsvær i 2016, og reiselivsnæringen er den største næringen på tettstedet. Kulturmiljøturistene bidrar med rundt 15 prosent av total verdiskaping i regnskapspliktige foretak i Henningsvær, samt at de sysselsetter rundt 20 prosent. I Henningsvær er det relativt begrenset med turister som overnatter, men et høyt antall dagsturister bidrar til at verdiskapingen blir høy.

6.3.1. Henningsvær som et kulturmiljø

Henningsvær er et fiskevær og tettsted i Vågan kommune i Nordland, på sørspissen av Austvågøya i Lofoten. Tettstedet har omtrent 460 innbyggere. Stedet består av flere øyer forbundet med fastlandet ved hjelp av bruer.

Henningsvær vokste fram på 1700-tallet, men det er funnet tegn på bosetting fra langt tidligere. Stedet har hatt en betydelig rolle i fiskerihistorien, og hadde på 1950-tallet omtrent 1000 innbyggere. Til tross for store endringer i fiskerinæringen siden da har stedet klart å bevare en aktiv næring. Samtidig har det vært en satsing på turismen og man har i dag flere håndverksbutikker, gallerier og overnattings- og spisesteder, og det arrangeres en lang rekke kulturaktiviteter og -festivaler.

Henningsvær deltok i verdiskapingsprosjektet «Den verdifulle kystkulturen» i perioden 2005–2012, og gjennom dette ble det igangsatt en stedsutviklingsprosess med mål om å legge til rette for både vekst i og vern av fiskeværet. Stedets særpreges av en «årring»-struktur, med en fasade preget av fiskeribaserte bygninger vendt ut mot havna i Heimsundet, i neste «årring» en handlegate med et tydelig urbant preg, og ytterst områder preget av boliger (NIKU, 2013). Særlig har man i kulturminnesammenheng fokusert på viktigheten av å ivareta bygningene som vender ut mot sundet.

Bilde 9: Henningsvær. Kilde: Riksantikvaren



Det pågår en prosess for en kulturmiljøfredning av Henningsvær.

Ved en vurdering av kulturmiljøets rolle for verdiskaping i Henningsvær er det viktig å ha forståelse for at kulturmiljøet er integrert i naturarven, ikke minst ettersom havet har hatt en dominerende rolle i ressursbildet og i landskapet. Det kan også argumenteres for at natur og kultur er så tett sammenvevd at det knapt er meningsfullt å operere med noe skille mellom dem. Det viser seg også i turistenes

motivasjon for å besøke Henningsvær som helt klart er en kombinasjon av kultur og natur.

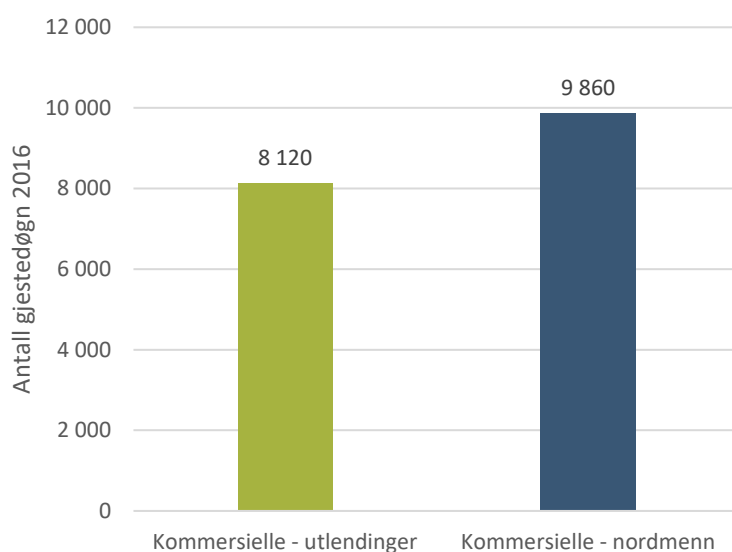
6.3.2. Det var over 18 000 gjestedøgn i Henningsvær i 2016 og det kan ha vært opp mot 85 000 personer innom på dagsbesøk

Henningsvær er et populært reisemål både blant nordmenn og utlendinger. I 2016 var omtrent 45 prosent av registrerte kommersielle gjestedøgn utenlandske, noe som er mer enn det nasjonale gjennomsnittet.

Vi har benyttet overnattingsstatistikk og fritidsboligstatistikk fra Statistisk sentralbyrå for å kartlegge turister i Henningsvær. Samlet var det cirka 18 000 overnattinger i Henningsvær i 2016, se Figur 23. Alle disse var kommersielle gjestedøgn, ettersom hyttene i stor grad befinner seg i andre deler av Vågan kommune.

SSBs statistikk viser at 92 prosent av de kommersielle gjestedøgnene skjedde i sommerhalvåret, dvs. i perioden mai til oktober, og kun 8 prosent var i vinterhalvåret. Omkring 20 prosent av gjestedøgnene er yrkesrelaterte.

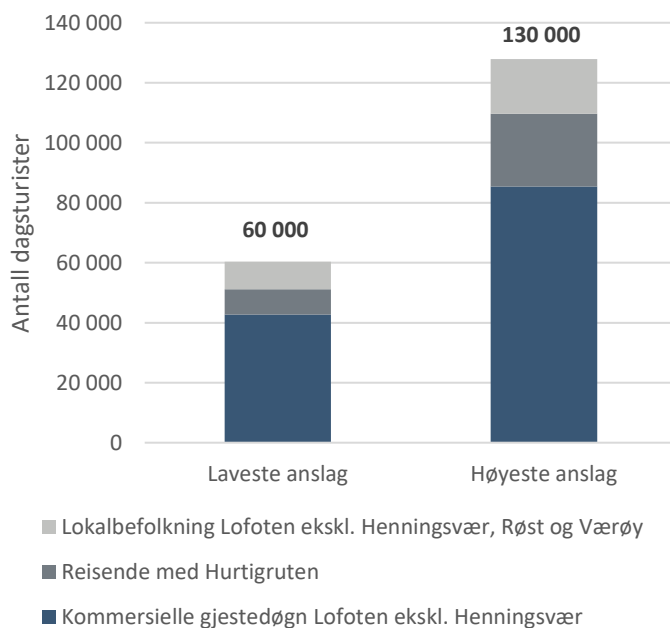
Figur 23 - De 18 000 registrerte kommersielle overnattingene i Henningsvær i 2016, fordelt på nordmenn og utlendinger. Kilde: SSB (2017)



Det er også svært mange som besøker Henningsvær uten å overnatte der, og som dermed faller ut av statistikken. Mange er på gjennomreise i Lofoten og overnatter andre steder, men kjører innom Henningsvær. Ifølge lokale reiselivsaktører er Henningsvær også et lokalt reisemål blant lokalbefolkningen i hele Lofoten, der de typisk kommer for å gå på kafé og nyte utsikten. Videre har Hurtigruten daglige anløp til Svolvær og Stamnes, og arrangerer i perioden april–august en utflukt som går innom Henningsvær.

Basert på befolknings- og besøksstatistikk fra SSB, anløps- og aktivitetsstatistikk fra Hurtigruten og en rekke antakelser om besøksomfang fra de ulike segmentene, beregner vi at det var mellom 60 000 og 700 000 dagsbesøkende i Henningsvær i 2016. Disse er illustrert i Figur 24.

Figur 24 - Beregnede antall dagsbesøk i Henningsvær i 2016, fordelt på segment. Kilde: Menon (2017)



Antakelser:

Lokalbefolkning Lofoten ekskl. Henningsvær, Røst og Værøy:

Fra halvparten til alle innbyggerne over 16 år i deler av Lofoten med veiforbindelse har ett besøk til Henningsvær ila ett år.

Reisende med Hurtigruten: Vi vet at 8 500 er med på en aktivitet som er innom Henningsvær. Vi beregner at opptil 24 000 kan være innom, ettersom dette er antall turister som ankommer Svolvær med Hurtigruten ila ett år.

Kommersielle gjestedøgn i Lofoten ellers: 1%–2% av gjestedøgnene i Lofoten utenom Henningsvær drar innom Henningsvær på dagsbesøk.

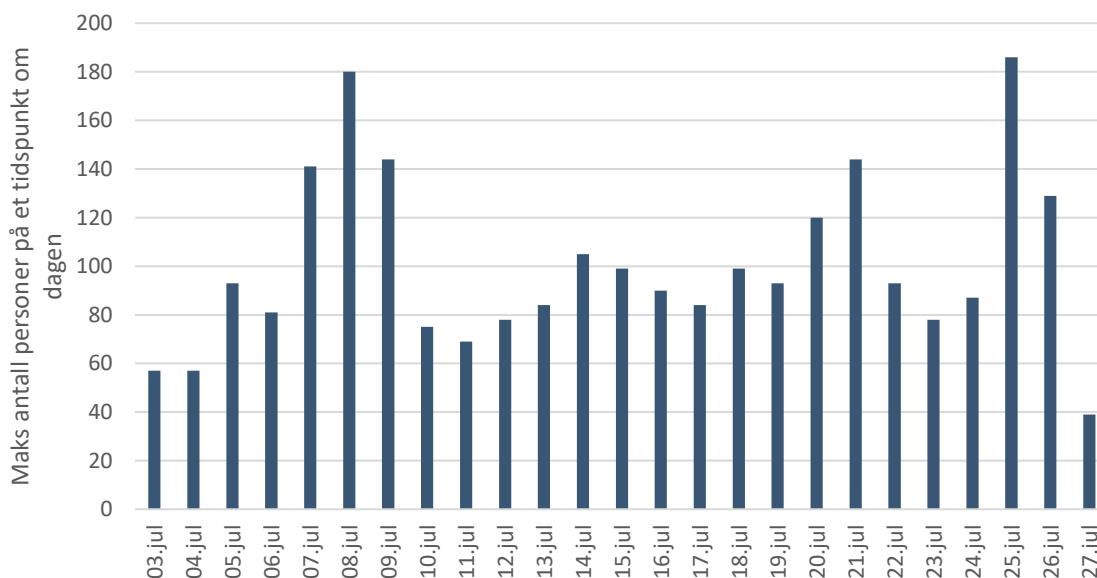
Det store volumet av dagsturisme kommer fra turister som er på rundreise i Lofoten. Lofoten har blitt et svært populært reisemål de senere årene, både sommer og vinter, og besøk til de små lokalsamfunnene langs kysten er sentralt. Ifølge statistikknett.no var det knappe 450 000 gjestedøgn i Lofoten i 2016. Som forklart legger vi til grunn at mellom 10 og 20 prosent av disse gjestedøgnene også besøker Henningsvær, noe som gir et svært stort utslag på det totale turistvolumet i det lille fiskeværret. Selv om denne prosentandelen skulle vise seg å være noe mindre i virkeligheten, er det ingen tvil om at denne gruppen er svært viktig.

I tillegg til dagsturister kan det være personer som overnatter steder det ikke føres statistikk over, som kan være alt fra telt utenfor campingplass til Airbnb, og som ikke fanges opp i overnattingsstatistikken.

Basert på informasjon fra basestasjoner kan Telenor beregne hvor mange personer fra ulike nasjonaliteter som enhver tid befinner seg i et område. Telenor har utført en slik måling i Henningsvær i perioden 3.–27. juli 2017. Tyskland er det største utenlandsmarkedet i Henningsvær, og Figur 25 viser det største antall tyskere som befant seg i Henningsvær sentrum per dag i denne perioden. Dersom vi antar at alle er turister og at de bare er der i én

dag, får vi cirka 2 500 individer. Registrerte gjestedøgn fra tyske turister i samme periode i 2016 var omtrent 280. Dersom tyske gjestedøgn i Henningsvær i 2017 var noenlunde på nivå med fjoråret indikerer det at det reiselivsrelaterte forbruket generelt og det kulturelleterte forbruket kan være langt høyere enn det vi beregner her. Uten å ha informasjon om hvor mange tyskere som er fast bosatt eller sesongarbeidere i Henningsvær og hvor lenge de tyske gjestene typisk blir værende er det likevel vanskelig å gi et eksakt tall på hvor stor den udokumenterte turismen er.

Figur 25 - Antall personer fra Tyskland som befant seg i Henningsvær sentrum pr dag i perioden 3.–27. juli 2017. Kilde: Telenor (2017)



6.3.3. Turistenes motivasjon for å besøke Henningsvær

Som turistdestinasjon tilbyr Henningsvær et unikt kulturmiljø kombinert med en storslått natur. Kulturmiljøet er bygget opp langs fiskerikultur og historie. I tillegg bedriver flere kunstgallerier virksomhet i gamle restaurerte bygg, med både lokalt og internasjonalt anerkjente kunstnere.

Vi har intervjuet flere reiselivsaktører for å vurdere hva som totalt sett er den viktigste faktoren for at turistene velger å besøke Henningsvær. Flere av de spurte beskriver nettopp kombinasjonen av kultur og natur som den viktigste motivasjonsfaktoren. De utenlandske turistene beskrives som ressurssterke og velutdannede med interesse for historie og kultur og oppfattes som interessert i kulturmiljøet. Norske turister kommer i større grad for naturen og friluftaktiviteter. Vinterturistene oppfattes i stor grad å være motivert av nordlys, ski og fiske, mens sommerturistene i større grad er opptatt av kulturmiljøet. De lokale reiselivsaktørene har inntrykk av at kulturmiljøet blir en stadig viktigere motivasjonsfaktor for turistene. Det finnes imidlertid ikke noen turistundersøkelser som kan bekrefte eller avkrefte dette.

Vi beregner at cirka 6 000 av de 18 000 kommersielle gjestedøgnene (dvs. 1/3) primært er motivert av kulturmiljøet, noe som er noe lavere enn for samme gruppe i Røros. Men siden alle gjestedøgn i Henningsvær er kommersielle, blir andelen av de totale antallet besøkende noe større.

For dagsbesøkende synes kulturmiljøet å være svært viktig. Hurtigrutens aktivitet i Henningsvær er et besøk til to kunstgallerier, og dreier seg således utelukkende om kultur. Tilsvarende er kulturmiljøet svært viktig for Lofotens lokalbefolkning. For de mange som er på gjennomreise i Lofoten er det usikkert hvor viktig kulturminner er, da de fleste er i Lofoten primært pga. naturen. Det er likevel sannsynlig at mange stopper innom nettopp Henningsvær (av mange vakre lokale fiskevær) fordi man har et levende kulturmiljø, med utstillinger fra kunstnere i verdensklasse. Samlet regner vi at halvparten av dagsturistene (lokalbefolkning, Hurtigruten, gjennomreiseturister) er i Henningsvær primært på grunn av kulturmiljøet.

Bilde 10: Henningsvær. Kilde: Riksantikvaren

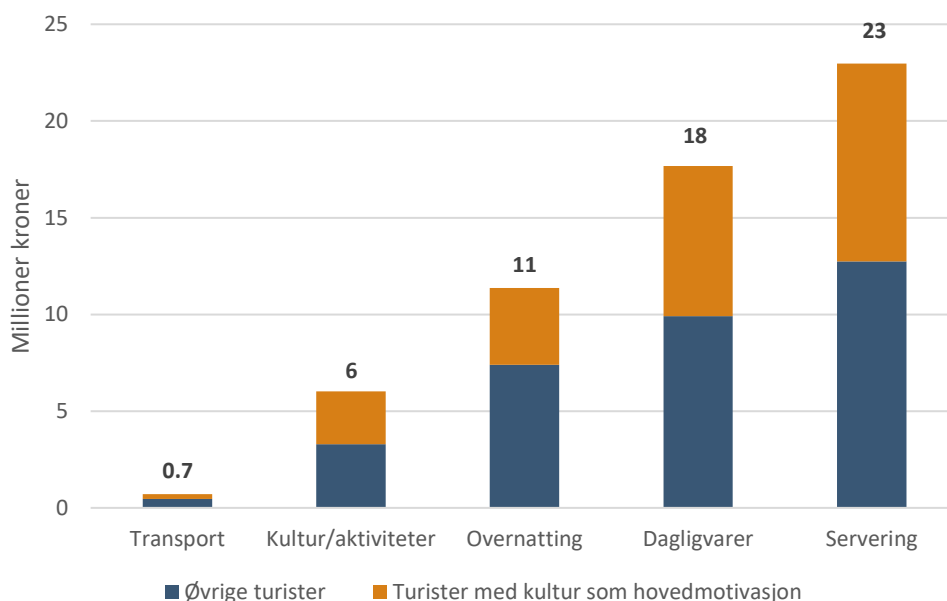


6.3.4. Turistenes forbruk i Henningsvær

Turisters forbruk på en reise fordeler seg hovedsakelig på de fem kategoriene overnatting, servering, transport, kultur/aktiviteter og varehandel. De ulike turistsegmentene har ulikt forbruk på de forskjellige kategoriene. I Henningsvær har vi en kombinasjon av camping- og hotellturister, som typisk har relativt høyt forbruk til overnatting, servering og dagligvarer.

Basert på SSBs forbruksundersøkelser, gjestedøgnstallene og estimert tall for dagsturister (gjennomsnitt av det høye og det lave anslaget i Figur 24) beregner vi totalt rundt 60 millioner kroner i totalt turistforbruk. Vi har trukket fra for de deler av forbruket som ikke tilfaller Henningsvær sentrum. De 60 millioner kronene fordeler seg som vist i Figur 26. De oransje delene av søylen representerer forbruket til kulturmiljøturistene. Deres samlede forbruk anslås til 25 millioner kroner. Dette innebærer at kulturmiljøturistens forbruk utgjør nesten halvparten av det reiselivsrelaterte forbruket i Henningsvær.

Figur 26 - Turistenes totale forbruk på 200 millioner kroner i Henningsvær i 2016, fordelt på forbrukskategori. Tallene er korrigert for forbruk i tilknytning til reisen som faller utenfor det lokale næringslivet.

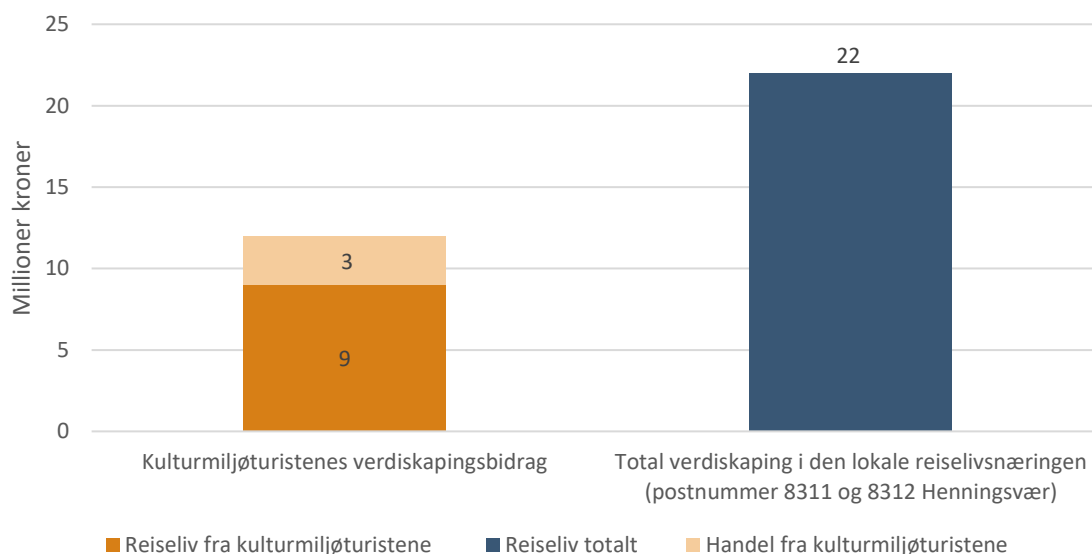


6.3.5. Verdiskaping knyttet til kulturmiljøturisme står for over 15 prosent av næringslivets verdiskaping

Når vi beregner hvor mye en aktivitet kaster av seg er vi som regel mest opptatt av verdiskapingen virksomheten genererer. Verdiskaping er det som «blir igjen» i bedriftene etter vare- og tjenestekjøp, altså lønn til de ansatte og driftsresultat.

25 millioner kroner i forbruk fra kulturmiljøturistene i 2016 utgjorde til sammen 12 millioner kroner i verdiskaping i Henningsvær (postnummer 8311 og 8312 i Vågan kommune). Vi beregner at cirka 3 millioner kroner tilfaller handelsstanden mens de resterende 9 millioner kronene tilfaller bedrifter som defineres som en del av reiselivsnæringen. Her inkluderes vanligvis overnatting, servering, transport og kultur/aktiviteter. Som Figur 27 viser hadde den lokale reiselivsnæringen en samlet verdiskaping på 22 millioner kroner i 2016, og det er den største lokale næringen. I praksis er alle deler av næringslivet i Henningsvær tett integrert i reiselivet. Sjømatnæringen, som tradisjonelt har vært viktigste næringsvei legger mye av premisset for reiselivet. Også lokale tjenesteytere som kan være alt fra leverandører av båtdeler til regnskapsførere jobber i all hovedsak for aktører innen reiseliv, sjømat og handel, slik at mange indirekte også er en del av reiselivsnæringen. Samlet hadde regnskapspliktige bedrifter i Henningsvær en verdiskaping på 75 millioner kroner i 2016. Dette innebærer at kulturmiljøturistene sto for over 15 prosent av den totale verdiskapingen i regnskapspliktige bedrifter i Henningsvær.

Figur 27 – Verdiskaping fra kulturmiljøturistene i Henningsvær sett opp mot total verdiskaping i regnskapspliktige bedrifter i det lokale næringslivet.



6.3.6. Kulturmiljøturismen sysselsatte cirka 30 personer i Henningsvær

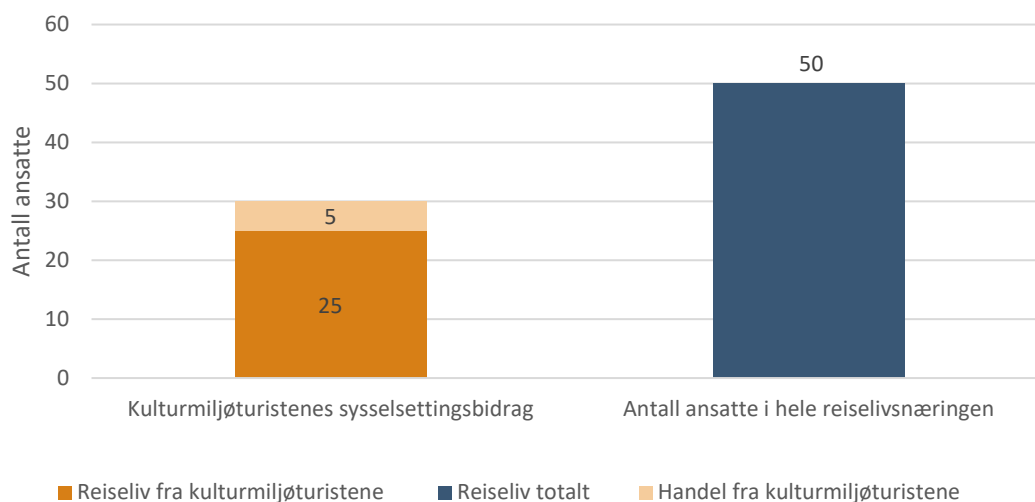
Aktiviteten fra kulturmiljøturismen bidrar til å sysselsette omtrent 30 personer i Henningsvær. Vi beregner at cirka 5 personer sysselsettes i handelsnæringen og 25 personer i bedrifter innen reiselivsnæringen. Reiselivsnæringen sysselsetter 50 personer totalt, slik at kulturmiljøturistene bidrar til å opprettholde halvparten av disse.

Totalt er det i overkant av 150 ansatte i regnskapspliktige foretak på tettstedet. Kulturmiljøturistene bidrar dermed til å sysselsette omtrent 20 prosent av disse. Reiselivsnæringen er arbeidsintensiv, noe som vil si at den krever relativt mange ansatte slik at den er en viktig lokal arbeidsgiver. Videre er spesielt servering og kultur også tjenester innbyggerne nyter godt av, og som bidrar til å skape attraktive bomiljø. Reiselivet og kulturturistene er derfor trolig helt avgjørende for å opprettholde det levende lokalsamfunnet Henningsvær er i dag.

Bilde 11: Mannfolkparkering i Henningsvær. Kilde: Riksantikvaren



Figur 28 - Antall ansatte som følge av kulturmiljøturistenes forbruk sett opp mot antall ansatte i hele det lokale næringslivet i 2016.



6.3.7. Ivaretagelse av bygningsarven i Henningsvær

Henningsvær regnes ofte som Norges best bevarte fiskevær. Henningsvær har hatt en stabil befolkning på rundt 430 personer over tid, men har opplevd næringsmessige svingninger. I en periode på begynnelsen av 2000-tallet forsvant skreifisket fra området og selv om fisket kom tilbake har antall fiskebruk blitt drastisk redusert over tid. Samtidig har interessen fra turister økt kraftig, særlig de senere årene. Som følge av endringer næringsstruktur og -behov ble det et stadig større press på å få bygget nye, og endret på gamle bygninger i Henningsvær. I 2008 ble det innført en reguleringsplan for å sikre historiske verdier for framtiden.

En evaluering av reguleringsplanen konkluderer med at planen har sikret stedets kulturhistoriske verdier. Planen vernet om fri tilgjengelighet langs kaien, gir begrensninger i etableringen av balkonger og forbud mot søyler ned på Kaiveien. I tillegg skal første etasje reserveres for næringsvirksomhet, og ikke brukes som bolig (Jakkhehn & Aursand, 2015).

Budskapet fra intervjuer er at det har vært utfordringer knyttet til reguleringen av Henningsvær. Lokalbefolkningen opplever økt turisme og fokus på kulturmiljøet som noe invaderende, og byggesaker man tidligere løste over en kopp kaffe, skaper nå interesse fra hele landet.

Henningsvær mangler et kunnskapsmiljø rundt tradisjonshåndverk og i motsetning til Røros hvor innbyggerne har et stort håndverkermiljø å rådføre seg med, sitter rådgivnings-kompetansen i fylkeshovedstaden Bodø. Fylkeskommunen, evalueringen og innbyggere påpeker at det er behov for et lavterskel veiledningstilbud med rådgivnings – og håndverkerkompetanse i Henningsvær.

6.4. Kulturmiljøenes betydning for verdiskaping- og næringseffekter

Beregningene av verdiskaping knyttet til kulturmiljøets rolle i det lokale reiselivet viser at disse turistene spiller en viktig rolle for lokalsamfunnene både på Røros og i Henningsvær. Begge steder utgjør disse turistene og deres forbruk rundt halvparten av det samlede turistrelaterte forbruket. At andelen av total verdiskaping på Røros er

relativt beskjeden, 4 prosent, skyldes at reiselivet utgjør en mindre del av næringslivet i kommunen. Røros har et diversifisert næringsliv og er tilsynelatende ikke like avhengig av turister som Henningsvær. Tabell 8 sammenstiller de viktigste resultatene fra våre beregninger av den verdiskaping og sysselsetting som kulturmiljøturistene bidrar med på Røros og i Henningsvær. Røros har vesentlig mange flere gjestedøgn enn Henningsvær, mens Henningsvær har mange flere dagsturister. Rent inntektsmessig er det en fordel om flest mulig av turistene overnatter, ettersom disse turistene har et vesentlig høyere forbruk enn de som kommer på dagsbesøk. Samtidig er det fysiske begrensninger knyttet til hvor mange overnattingsgjester man kan ta imot. For Henningsvær er det ikke sikkert at det er et stort potensial for å øke antallet overnattinger, samtidig som man bevarer det unike kulturmiljøet.

Både Henningsvær og Røros er unike steder, og tiltrekker seg turister både fra Norge og utland. Videre utgjør kulturmiljøet stort sett hele byen eller stedet. Slik sett er det begrenset hvor mye av resultatene fra disse stedene som kan overføres til andre steder. Resultatene viser imidlertid at et godt bevart kulturmiljø kan være med på å styrke reiselivets posisjon, og gi et bidrag til lokal verdiskaping.

Tabell 8: Sammenstilling av verdiskaping, næringsvirkninger og sysselsetting som kulturmiljøturistene bidrar med på Røros og Henningsvær.

Parameter	Røros	Henningsvær
Antall innbyggere	5 600	460
Antall kommersielle gjestedøgn	140 000 (600 000) ¹	18 000
Antall dagsturister	70 000 – 160 000	60 000 – 130 000
Andel kulturmiljøturister	30 % over 50 % av kommersielle gjestedøgn, 20% av hyttebesøkene	50 % knappe 50% av kommersielle gjestedøgn, 50% av dagsturistene
Kulturmiljøturistenes forbruk	175 mill. kr	25 mill. kr
Kulturmiljøturistenes andel av verdiskaping	40 % av reiselivsrelatert verdiskaping, 4 % av total verdiskaping i regnskapspliktige bedrifter i kommunen	50 % av reiselivsrelatert verdiskaping, 15 % av total verdiskaping i regnskapspliktige bedrifter i tettstedet
Kulturmiljøturistenes andel av sysselsettingen	Over 50 % i reiselivsnæringen 9 % av hele næringslivet	60 % i reiselivsnæringen 20 % av hele næringslivet

¹ Antall hytteovernattinger i parentes

7. Konklusjon og videre kunnskapsbehov

Vår studie viser at betalingsvilligheten for å bo i verneverdige boliger og i nabolag der det er høy tetthet av kulturminner. Vi finner den samme positive betalingsvilligheten for å bo i et kulturmiljø som å bo i nærheten av et kulturmiljø; sammenlignet med tilsvarende bolig i områder uten tilsvarende påvirkning fra kulturmiljøet. Videre viser studien at verneverdige bygninger bidrar til økt velferd i lokalsamfunnene i form av økt sysselsetting og verdiskaping gjennom blant annet turisme. Dette viser at kulturminner og kulturmiljø bidrar med verdi for samfunnet. Likevel er det flere deler av kulturarven som vi fremdeles ikke kan si noe om samfunnsverdien av og flere deler av både bruks- og ikke-bruksverdien som ikke er avdekket.

Denne studien gir et nytt kunnskapsgrunnlag på tre områder innenfor kulturarven.

For det første finner vi at det er betalingsvillighet for å bo i en bolig som er verneverdig sammenlignet med tilsvarende bolig som ikke er verneverdig. Dette kommer av kulturminnekvaliteter som ikke er direkte observerbare, som eksempelvis «gammelt og sjarmerende», sjeldent, fin stukkatur, høyere under taket, bygninger som oppfattes som spesielt vakre og unike i vår tid (trend) blir verdsatt i kjøp av bolig. Vi finner dette ved å identifisere den gjennomsnittlige betalingsvilligheten blant et tilfeldig uttrekk av de som har kjøpt boliger i Oslo mellom 2005 og 2017. Det vil si at vi da antar at deres betalingsvillighet reflekterer resten av befolkningen. Vi finner også at det er høyere betalingsvillighet for å bo i områder med høy tetthet av kulturminner enn lav tetthet av kulturminner. Denne verdien er høyere enn verdien av å selv bo i et kulturminne. Det støtter opp under tanken om at kulturminner er fellesgoder og dermed har en høyere verdi for samfunnet rundt enn den privatøkonomiske verdien, ved at resten av samfunnet kan føle tilfredshet av de verneverdige byggene ved at de kan nyte dem fra utsiden.

For det andre finner vi at det er høy betalingsvillighet for å bo i et kulturmiljø og for å bo i nærheten av et kulturmiljø, i et område som da blir influert av kulturmiljøet sammenlignet med tilsvarende boliger utenfor influensområdet. Denne analysen gjøres med utgangspunkt i boligtransaksjoner mellom 2005-2017 i og i nærheten av Gamlebyen i Fredrikstad. Også her ser vi på den gjennomsnittlige betalingsvilligheten for boliger. Vi finner svært høye verdier for kulturmiljøeffekten. Dette kan komme av at det er en seleksjonseffekt der det er de som er spesielt interessert i kulturmiljøet som kjøper fra et begrenset marked med boliger og dermed trekker verdien på boligene i og i nærheten av kulturmiljøet opp. Det er likevel en stor samfunnsverdi av kulturmiljøet.

For det tredje finner vi at turisme som følge av kulturminner fører til positive verdiskapings- og næringseffekter. Denne undersøkelsen er gjort med utgangspunkt i Røros og Henningsvær. Basert på besøksstatistikk, forbruksinformasjon og reisemotivasjon beregner vi at kulturmiljøturistenes forbruk står for omtrent 40 av verdiskaping i reiselivet i Røros, og rundt 4 prosent av hele næringslivet i kommunen. Dette betyr at kulturmiljøet er viktig for å opprettholde et variert tjenestetilbud og levende bysamfunn på Røros, som lokalbefolkning i en storregion rundt tettstedet nyter godt av. I Henningsvær er store deler av næringslivet tett integrert med reiselivet, og her beregner vi at kulturmiljøturistene står for knapt halvparten av verdiskaping i reiselivsnæringen, og bidrar med rundt 15 prosent av den totale verdiskaping i regnskapspliktige foretak i Henningsvær. I Henningsvær fremstår dermed kulturmiljøet som viktig for å opprettholde det lokale næringslivet.

Alle resultatene kan brukes til å si noe om verdien av kulturarv med utgangspunkt i kulturminner og kulturmiljø. Når vi i dette prosjektet definerer samfunnets verdi eller betalingsvillighet for kulturminner gjør vi det ut fra dagens preferanser. Det vil si at vi identifiserer verdien av kulturminner og kulturmiljø for dagens befolkning.

Likevel kan fremtidige generasjoner være med på å forme vår verdi eller betalingsvillighet for kulturminner. I en helhetlig samfunnsøkonomisk tolkning av verdi inngår også verdien til de som ikke direkte bruker kulturminnet og/eller -miljøet, men som likevel kan ha glede av at det blir ivaretatt. Det inkluderer både dagens generasjon som ikke har planer om å besøke kulturminnet, men som likevel får en verdi av å vite at det eksisterer og verdien av å vite at også fremtidige generasjoner kan ta det i bruk likevel.

Med andre ord vil tiltak som berører kulturminner og kulturmiljø i dag ha en samfunnsøkonomisk virkning for vår tid og for fremtidige generasjoner. Funnene i denne studien kan brukes til å synliggjøre verdien ivaretagelse av kulturminner og kulturmiljø har for samfunnet. For at et tiltak skal være samfunnsøkonomisk lønnsomt må nytten være høyere eller lik kostnadene. Ofte er kostnadene ved ivaretagelse synlige på både kommunale og nasjonale budsjetter. Nyttensiden er ikke like synlig. Det gjør det utfordrende å måle de to sidene opp mot hverandre og ta gode velbegrunnede beslutninger basert på samme type argumentasjon.

Det kan være utfordrende å argumentere for å få midler til restaurering av bygningsarven og for vernerestriksjoner i områder der vernestatusen kan gå på bekostning andre samfunnsområder. Ved å vise frem nyttesiden av kulturminner og kulturmiljø i økonomiske termer gjør at man kan synliggjøre begge sider av regnestykket for lønnsomhet. Dette bedrer beslutningsgrunnlaget. Det betyr ikke at man alltid må velge det tiltaket som den høyeste samfunnsøkonomiske lønnsomheten, men det bidrar til at man kan ta beslutninger der man er informert om både positive og negative konsekvenser og at de kan vurderes på et sammenlignbart grunnlag.

Tallene og verdiene som er beregnet og identifisert i analysene i denne rapporten benytter seg av empiriske observasjoner og for studiene som benytter seg av eiendomsprisstudien er det sannsynlig at dette er den reelle betalingsvilligheten for bevaringsverdige bygg i de bydelene vi har sett på i Oslo. Det er likevel verdt å merke seg at i våre usikkerhetsanalyser har vi også funnet indikasjoner på at det kan være noen som verdsetter både å bo i verneverdige boliger og i nabolag med høy tetthet av kulturminner høyt, mens andre grupper i samfunnet ikke nødvendigvis er like opptatt av det.

Det kan være at denne betalingsvilligheten varierer fra by til by i Norge, og også at den varierer på for ulike områder innad i byene. Likevel funnene brukes til å si noe om hvor mye kulturminnekvalitetene verdsettes i samfunnet. Det at vi finner at det er mellom 2,3 og 2,4 prosent høyere betalingsvillighet for verneverdige boliger enn tilsvarende boliger, og at det estimeres at verdien av å bo i et område med høy tetthet av kulturminner er mellom fire og fem prosent av boligens verdi viser at det er stor verdi for samfunnet forbundet med verneverdige boliger. Det viser eksempelvis vårt regneeksempel der vi har en bolig som er solgt for 5 millioner. For denne boligen vil verdien som kommer av at boligen er verneverdig være mellom 115000 og 120000. Det er mye når vi tenker på at vi da har kontrollert for alle områdespesifikke variabler og andre karakteristika som folk bryr seg om når de kjøper bolig.

På samme måte viser analysene ved hjelp av eiendomsprismetoden at det er en merverdi forbundet med å bo i eller i nærheten av kulturminnet. Denne verdien er svært stor. Vi mener at det er reelt at den er så stor, men at det kan skyldes en seleksjonseffekt der de som er interessert i bo i kulturmiljø verdsetter dette kjennetegnet ved boligen høyere enn befolkningsgjennomsnittet og at det er et mindre tilbud av boliger i kulturmiljø, noe som gjør at disse boligene blir særskilt unike – og dermed svært attraktive.

Når det gjelder verdiskapingsvirkningene og næringsvirkningene betyr dette at turistene setter pris på kulturminnene i kulturmiljøet og at dette er viktig for de i valg av reisemål. At vi finner at kulturmiljøturistenes

forbruk står for et såpass stort bidrag til både verdiskapingen i reiselivet og i hele næringslivet i kommunen er dette virkninger som bør synliggjøres. Med andre ord, dersom vi sammenstiller våre resultater, kan vi si at mellom 40-50 prosent av verdiskapingen i reiselivet og mellom 4 og 15 prosent av den totale verdiskapingen kan tilskrives kulturmiljøturistene med utgangspunkt i Røros og Henningsvær. Dette vil åpenbart avhenge av størrelsen på stedet/kommunen, nærings sammensetningen i kommunen og størrelsen på reiselivet, men sier noe om hvor stort potensialet for bidrag fra reiseliv motivert av kulturminnene i kulturmiljøet er.

Med disse analysene har vi kommet et godt stykke på vei til å kartlegge den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø. Det foreligger imidlertid relativt få studier som har estimert disse verdiene både nasjonalt og internasjonalt, og de få tidligere norske studiene er i stor grad basert på studentoppgaver/masteroppgaver. Dette viser et klart behov for et større kunnskapsgrunnlag.

De casestudiene vi har gjennomført i dette prosjektet, dekker kun deler av den Totale samfunnsøkonomiske verdien (TSV). Vi har verdsatt deler av den direkte bruksverdien av verneverdige boliger i Oslo og kulturmiljøet Gamlebyen i Fredrikstad; samt den indirekte bruksverdien av kulturmiljøturisme til Henningsvær og Røros. Resultatene viser at disse direkte og indirekte bruksverdiene kan være betydelige. Det bør imidlertid gjennomføres lignende analyser i flere byer i Norge for å sjekke konsistens og overførbarhet av disse verdiene; samt å vurdere effekten på verdiene av ulike byggestiler, byggeperioder, vernestatus osv.

Ikke-bruksverdien i form av betalingsvilligheten til husholdninger som ikke er bosatt i eller i nærheten av verneverdige boliger og kulturmiljøer, kan være betydelig fordi det kan være mange som har nytte av og betalingsvillighet for at disse kulturmiljøene bevarer. For å dokumentere disse ikke-bruksverdiene må man anvende såkalte «oppgitte preferanser» -metoder. Betingete verdsettingsstudier av utvalgte, representative case vil kunne gi anslag for størrelsesordenen av antall husstander som har nytte av vern og deres gjennomsnittlige betalingsvillighet. Nye betingete verdsettingsstudier bør designes slik at de kan brukes til verdioverføring ved samfunnsøkonomiske analyser av tiltak i andre kulturminner og kulturmiljøer i Norge.

I tillegg burde den direkte bruksverdien norske besøkende/turister har av kulturminner og kulturmiljø undersøkes ved hjelp av reisekostnadsmetoden og/eller betinget verdsetting. Ved å bruke to uavhengige metoder kan man bedre teste validiteten av denne delen av bruksverdien, som ikke er kartlagt i vår undersøkelse. Denne direkte bruksverdien fra besøkende kommer i tillegg til nettoinntekter for næringslivet fra turisme motivert av kulturmiljøer.

Samlet vil disse studiene gi et mer komplett bilde av den samfunnsøkonomiske verdien av kulturminner og kulturmiljø i Norge, og et bedre grunnlag for verdioverføring og anvendelse av anslagene i samfunnsøkonomiske analyser i kulturminnesektoren.

Litteratur

Ahlfeldt & Maennig 2010. *Substitutability and Complementarity of Urban Amenities: External Effects of Built Heritage in Berlin*. Real Estate Economics, 38(2): 285-323

Ahlfeldt, G. M. & Maennig, W., 2010. *Substitutability and complementarity of urban amenities: external effects of built heritage in Berlin*. Real Estate Economics, 38(2), pp. 285- 323.

Ahlfeldt, G. M., Holman, N. & Wendland, N., 2012. *An assessment of the effects of conservation areas on value*. London: English Heritage.

Alberini & Longo 2005. *The Value of Cultural Heritage Sites in Armenia: Evidence from a Travel Cost Method Study*. SSRN Electronic Journal, September 2006

Becken, L.-E., E. Bowitz og K. Ibenholt. 2008. *Ungdom og stedsidentitet i og rundt Røros*. Arbeidsnotat 2008-003. Econ Pöyry.

Bjørnsgard, B. 2004. *Betalingsvillighetsstudie av pilgrimsleden til Nidaros*. Masteroppgave ved Institutt for økonomi og ressursforvaltning, Universitetet for miljø- og biovitenskap, Ås

Bowitz, E. & Ibenholt, K. 2009. *Economic impacts of cultural heritage – Research and perspectives*. Journal of Cultural Heritage, vol. 10

Choi et al 2010. *Economic valuation of cultural heritage sites: A choice modeling approach*, *Tourism Management*, vol. 31

ECON (2008) *Økonomisk verdiskaping av kulturminner*. ECON-notat, 2008-036. Oslo, Econ Pöyry AS. 23 bl

Ericsson, B. & Vaagland, J. 2002. *Arrangementer og destinasjonsutvikling. Lokalsamfunnmessige og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler*. Lillehammer: Østlandsforskning.

Finansdepartementet. 2014. *Rundskriv R-109/2014. Prinsipper og krav ved utarbeidelse av samfunnsøkonomiske analyser mv*. 30. april 2014

Færø, C. 2000. *Verdsetting av det estetiske bybildet i Kristiania Kvadraturen*, i Lene Kilsund Axelsen og Ståle Navrud (2004) *Verdiregnskap for Bryggen i Bergen*, Ås, Rapport til Miljødepartementet

Hansen, T. B. 1997. *The WTP for the royal theatre in Copenhagen as a public good*. Journal of Cultural Economics, vol. 21

Hervik, A., Bræin, L., & Bryn, K. 2002. *Kultur og næring. Næringsøkonomiske virkninger av et utvalg kulturtiltak i Møre og Romsdal*. Molde: Møreforskning

Høibo, S. H. 2012. *Museet på markedet – Bergensernes betalingsvillighet for Bergen Kunstmuseum*

Incentive 2015. *Værdien af Bygningsarven*. Realdania marts 2015.

INHERIT. 2007. *Investing in Heritage – A Guide to Successful Urban Regeneration*, European Association of Historic Towns and Regions, 2007

Kim et al 2007. "Assessing the economic value of a world heritage site and willingness-to-pay determinants: A case of Changdeok Palace". *Tourism Management*, vol. 28

Kulturmiljø Halland (2016) *Vardefulla byggnader: Kulturhistoriska kvaliteter varderas högt*. http://www.kulturmiljohalland.se/uploads/1/3/2/1/13215477/vrdefulla_byggnader.pdf

- Lazrak et al. 2014. *The market value of cultural heritage in urban areas: an application of spatial hedonic pricing*. Journal of Geographical Systems, vol. 16
- Menon 2016a. *Ringvirknings- og verdiskapingsanalyse av reiselivet i Tinn*. Menon-publikasjon nr. 3/2016. Oslo: Menon Economics
- Menon 2016b. *Effektanalyse av X Games Oslo*. Oslo: Menon Economics
- Menon 2016c. *Samfunnsbetydningen av videre drift på Nordkapplatået*. Menon-publikasjon nr. 36/2016. Oslo: Menon Economics.
- Navrud, S. & Axelsen, L.K. 2003. Verdiregnskap for Bryggen i Bergen. Samfunnsøkonomisk nytteverdi av å bevare et UNESCO Verdensarvsted. Institutt for Økonomi og Ressursforvaltning, Norges Landbrukshøgskole
- Navrud, S. & Ready, R. C. (red.) *Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artifacts*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Navrud, S. & Ready, R. C. 2002 (red.). *Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artifacts*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Navrud, S. & Strand, J. 2002. Social Cost and Benefits of Preserving and Restoring the Nidaros Cathedral, i:
- Navrud, S. and J. Strand 2017: Valuing Global Ecosystem Services - What Do European Experts Say? Applying the Delphi Method to Contingent Valuation of the Amazon Rainforest. *Environmental and Resource Economics*. Published online doi:10.1007/s10640-017-0119-6
- NIKU (2013) *Kulturminner og verdiskaping i Nord-Norge*, <http://www.nordlandsforskning.no/getfile.php/13741/Dokumenter/Rapporter/2013/NIKURapport66.pdf>
- Nome, M.A. og M. Stige (2016) *Verdien av kulturminner. Økonomisk merverdi på boliger i Oslo 2004-2013*.
- Pearce, D., Mourato, S., Navrud, S. og Ready, R. C. 2002. *Review of existing studies, their policy use and future research needs*, i: Navrud, S. & Ready, R. C. (red.) *Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historic Buildings, Monuments and Artifacts*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Ringstad, V. (2005). *Kulturøkonomi*. Oslo: Cappelen
- Ruijgrok 2006. *The three economic values of cultural heritage - a case study in the Netherlands*. Journal of Cultural Heritage, vol. 7
- Salazar et al. 2005. *Valuing cultural heritage: The social benefits of restoring an old Arab tower*. Journal of Cultural Heritage, vol. 6
- Spilling, O. 1999. *Notodden Blues festival. En kartlegging av arrangementets økonomiske og kulturelle betydning*. Lillehammer: Østlandsforskning
- Strand, J., R. Carson, S. Navrud, A. Ortiz-Bobea, and J.T. Vincent 2017: *Using the Delphi Method to Value Protection of the Amazon Rainforest*. *Ecological Economics* 131: 475-484.
- van Puffelen, F. 1996. *Abuses of conventional impact studies in the arts*. *Cultural Policies*, ss. 241-254.

VEDLEGG A: OM DATASETTET OG ANALYSENE I OSLO

A1: Datakilder for eiendomsprisstudiene

For å gjennomføre vår studie har vi benyttet oss av data og informasjon fra:

- **Eiendomsverdi.no**⁴² er Finans Norge, Eiendom Norge og finn.no sine data som inkluderer informasjon om alle eiendomstransaksjoner i Norge. Deres data inkluderer seneste salgpris, seneste salgsdata og estimert dagens verdi (med tilhørende usikkerhet). Eiendomsverdi har boligens salgpris i sammenlignbare 2017-priser som indekseres på en måte som tar hensyn til boligmarkedsvariasjoner over de siste tiårene i Oslo.
- **Askeladden**: Riksantikvarens offisielle database over fredete kulturminner og kulturmiljø i Norge. Her har vi hentet ut data som sier noe om vernestatus. Hvorvidt boligen er fredet etter kulturminneloven, vernet etter plan- og bygningsloven eller kulturminnefaglig vurdert som verneverdig. Herunder har vi også hentet ut data på hvorvidt boligen er på Gul liste i Oslo⁴³. Eiendomsverdi.no (eiendomspriser fra boligtransaksjoner de 10 siste årene og karakteristika ved boligen). Når vi videre omtaler boliger som at de er verneverdige i Oslo mener vi at de er listeført på Gul liste, og inkluderer de boligene som er vernet etter Plan – og bygningsloven, fredet eller kommunalt listeført.
- **Matrikkelen** er Norges offisielle register over fast eiendom, herunder bygninger, boliger og adresser. Fra matrikkelen har vi hentet ut gårds- og bruksnummer, postnummer, grunnkrets og andre attributter ved beliggenhet for alle eiendommer i Oslo. Dette har vi brukt for å kunne koble sammen de ulike datasettene og for å få informasjon om beliggenhet.
- **Oslo kommunes statistikkbank** for informasjon og karakteristika om delbydelene og bydelene i Oslo. Her har vi hentet ut data om fra delbydelen og bydelen for å kunne kontrollere for sosioøkonomiske karakteristika i områdene som kan være med på å beskrive boligens verdi. Eksempler på data vi har hentet ned er karakteristika om befolkningen i delbydelen (alder, landbakgrunn, husholdningssammensetning etc.), inntekt, levekår, sosiale forhold, barnehage, skole høyere utdanning, helse, samfunnsliv, næringsliv, sysselsetting, miljø og samferdsel og lignende.
- **Kartdata** fra Google er benyttet for å få informasjon om grønn struktur. Her har vi hentet ut koordinater fra ytterpunkter og midtpunkt i alle parker og grøntområder i Oslo. Deretter har vi benyttet oss av disse koordinatene til å identifisere avstand fra boligen til grøntområdene.
- **Byantikvaren i Oslo**: Her har vi fått bistand i å karakterisere ulike byggestiler i Oslo over år for å bedre kunne forstå boligkjøpernes preferanser i valg av bolig

⁴² Eiendomsverdi leverer data av høy kvalitet som er bearbeidet av fagpersoner. Eiendomsverdi er en del av The European AVM Alliance (EEA) er en sammenslutning av europeiske leverandører av statistiske verddivurderingsmodeller (AVM) og er representert i UK, Nederland, Sverige, Tyskland og Norge.

⁴³ Gul liste er Byantikvaren i Oslos oversikt over bygninger med erkjent kulturminneverdi. Den består dels av bygg som bare er listeførte som bevaringsverdige, dels bygg som er regulert til bevaring og dels bygg som er fredet i medhold av kulturminneloven. Oppføring på Gul liste som bevaringsverdig gir ikke juridisk vern ut over plan- og bygningslovens generelle bestemmelser, men er en verdisetting som tilsier at eiendommen ut fra en faglig vurdering kan reguleres til hensynssone bevaring (beskrivelse fra Nome og Stige, 2016).

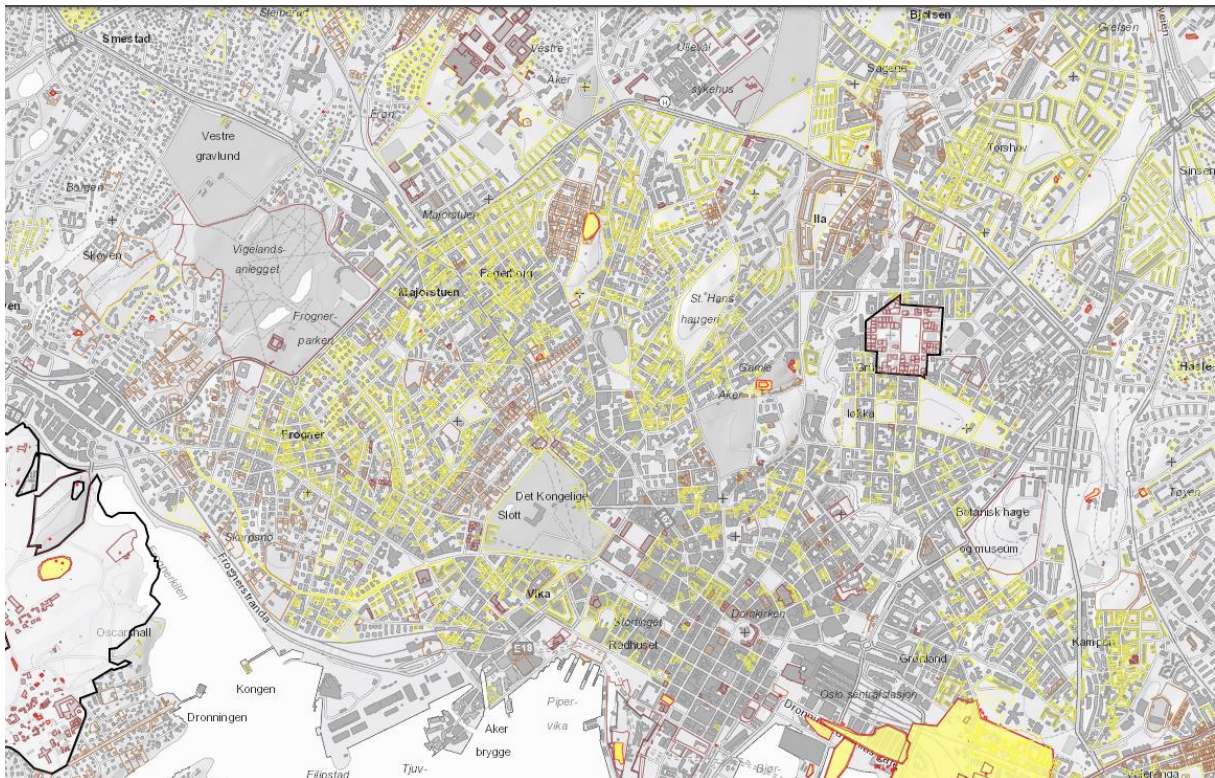
A2: Kulturminner på Gul liste i Oslo

Geografisk fordeling av kulturminner:

Figuren nedenfor viser verneverdige bygninger i Oslo. I kartet er kulturminnene fargekodene:

- Rød betyr fredet.
- Oransje betyr vernet etter plan- og bygningsloven.
- Gult betyr kommunalt listeført.

Figur A29: Kulturminner i indre Oslo.



Ulike typer kulturminner i Oslo i datasettet vårt:

Vi har tidligere nevnt at det finnes svært mange forskjellige typer kulturminner i Oslo. Vi har i våre analyser definert det slik at man bor i en verneverdig bolig dersom man enten bor i en bygård, bolig, boligblokk eller en

arbeiderbolig med vernestatus. Når vi ser på antall kulturminner i nærheten har vi inkludert alle kategoriene i listen nedenfor.

Figur A30: Ulike typer kulturminner i datasettet vårt for Oslo totalt (til høyre) og for de enkelte bydelene (til venstre).

Kulturminnetype	Antall
Bygård	4429
Bolig	4419
Uthus-skjul	870
Boligblokk	362
Fjøs-stall	362
Garasje	360
Produksjonslokale	269
Annen bygningsart	264
Skole	241
Bur-stabbur-loft	168
Forretningsbygg	163
Kontor	160
Hovedbygning	148
Driftsbygning	147
Arbeiderbolig	146
Totalt antall kulturminner	14 168

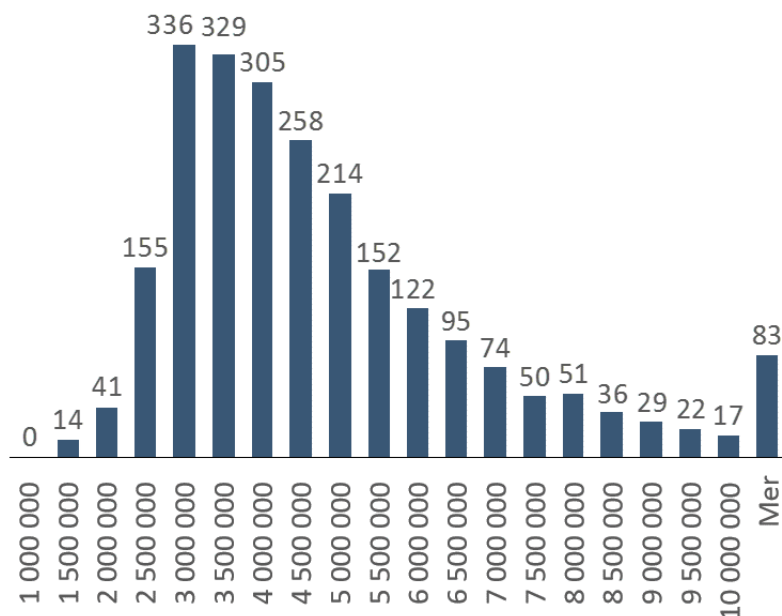
Frogner	Kulturminnetype	Antall	St. Hanshaugen	Kulturminnetype	Antall
	Bygård	1232		Bygård	826
	Bolig	778		Bolig	260
	Uthus-skjul	105		Uthus-skjul	77
	Fjøs-stall	86		Boligblokk	59
Annet	401	Annet	253		

Grünerløkka	Kulturminnetype	Antall	Gamle Oslo	Kulturminnetype	Antall
	Bygård	757		Bolig	470
	Bolig	310		Bygård	458
	Uthus-skjul	78		Uthus-skjul	129
	Produksjonslokale	76		Arbeiderbolig	72
Annet	318	Annet	361		

A3: Fordelingen av salgssummene gjennom perioden i vårt datasett

Fordelingen av salgssummen til de analyserte boligtransaksjonene er presentert i Figur A31 nedenfor. Vi har bevisst droppet alle salgssummer på under 1 millioner og over 15 millioner kroner, ettersom disse vil skape mye støy i analysen.

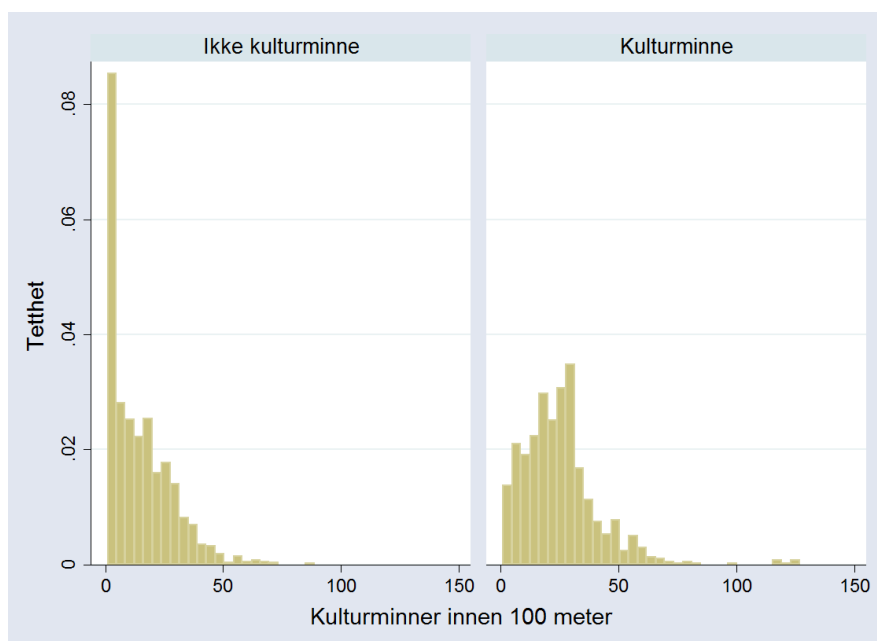
Figur A31: Fordelingen av salgssummene gjennom perioden



A4: Korrelasjon mellom vernestatus og antall kulturminner i området

Vi har tidligere diskutert det potensielle problemet med at våre to målvariabler kan ha store samvariasjoner, og at det dermed vil kunne være vanskelig å skille disse effektene fra hverandre. Figur A32 og Tabell A9: Oppsummerende statistikk for antall kulturminner innen 100 meter for boligtransaksjoner for henholdsvis boliger som ikke er vernede og boliger som er vernede. nedenfor illustrerer hvordan antall kulturminner i nærheten varierer både for boliger som selv er verneverdige og boliger som ikke er verneverdige. Vi ser en tendens til at antall kulturminner i nærheten generelt er noe høyere for boliger som selv er vernede, men at det likevel er god variasjon i variabelen for begge boligkategoriene. Korrelasjonen mellom disse antall kulturminner i nærheten og om boligen selv er et kulturminne er 0,34. Samlet sett mener vi at det er nok variasjon i mellom disse to variablene til at våre modellspesifikasjoner skal klare å skille de to effektene fra hverandre i tilstrekkelig grad.

Figur A32: Fordelingen til antall kulturminner innen 100 meter av boligtransaksjonene i datasettet for henholdsvis boligtransaksjoner for boliger som selv ikke er vernede (til venstre) og boliger som selv er vernede (til høyre)



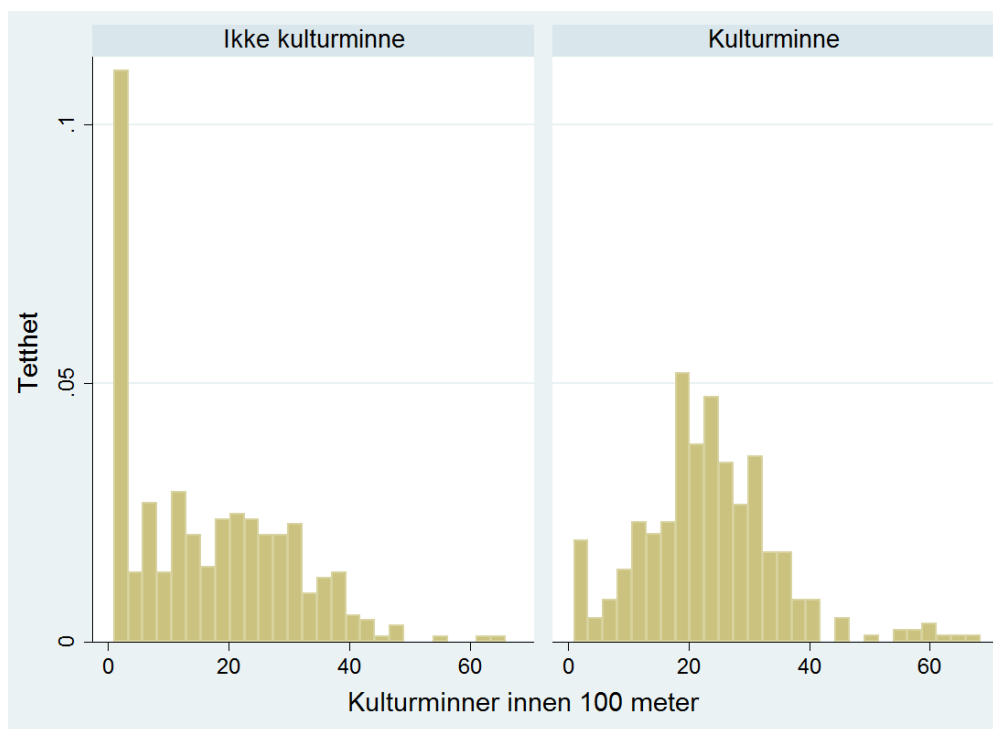
Tabell A9: Oppsummerende statistikk for antall kulturminner innen 100 meter for boligtransaksjoner for henholdsvis boliger som ikke er vernede og boliger som er vernede.

Summary for variables: innen100m
by categories of: kulturminne (Kulturminne)

kulturminne	mean	p10	p25	p50	p75	p90
Ikke kulturminne	14.39749	1	3	11	22	32
Kulturminne	25.45522	7	15	23	31	45
Total	18.80109	1	6	17	27	38

Vi viser også tilsvarende figurer for Frogner bydel nedenfor. I referansegruppemøte ble det foreslått at det overnevnte problemet kom til å være størst her. Vi mener at det også her er nok variasjon i og mellom variablene til at dette ikke skal være et problem her heller.

Figur A33: Fordelingen til antall kulturminner innen 100 meter av boligtransaksjonene i datasettet for henholdsvis boligtransaksjoner for boliger som selv ikke er verneede (til venstre) og boliger som selv er verneede (til høyre) i Frogner bydel.



Tabell A10: Oppsummerende statistikk for antall kulturminner innen 100 meter for boligtransaksjoner for henholdsvis boliger som ikke er verneede og boliger som er verneede i Frogner bydel

Summary for variables: innen100m
by categories of: kulturminne (Kulturminne)

kulturminne	mean	p10	p25	p50	p75	p90
Ikke kulturminne	16.44169	1	3	15	27	35
Kulturminne	23.45833	10	17	23	29.5	36
Total	19.75229	1	10	20	28	36

A5 Regresjonsresultater med alle variabler inkludert

Her presenterer vi mer fullstendige regresjonstabeller til resultatene som blir presentert i rapporten. De andre boligspesifikke variablene det kontrolleres for er etasje, eiertype, balkong, utsikt, parkett, heis og parkeringsplass.

Tabell A11: Tabellen viser regresjonsresultatene for hele Oslo, tilsvarende tabell 3 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
Kulturminne	0.0105 (0.0110)	0.0230** (0.0106)	0.0238** (0.0117)
Kulturminner innen 100 meter	0.00283*** (0.000846)	0.000446 (0.000733)	0.00215** (0.00103)
Kulturminner innen 100 meter^2	-2.78e-05*** (1.03e-05)	-4.93e-06 (9.20e-06)	-2.40e-05* (1.27e-05)
Boligens alder	-0.000119 (8.04e-05)	-0.000185** (8.25e-05)	-0.000106 (8.30e-05)
Bruttoareal	0.0183*** (0.000522)	0.0189*** (0.000522)	0.0187*** (0.000539)
Bruttoareal^2	-4.66e-05*** (2.80e-06)	-4.94e-05*** (2.80e-06)	-4.87e-05*** (2.87e-06)
Constant	14.12*** (0.0285)	14.13*** (0.0279)	14.11*** (0.0302)
Observations	1,849	1,849	1,849
R-squared	0.832	0.804	0.838
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

Tabell A12: Tabellen viser regresjonsresultatene for Frogner, tilsvarende tabell 4 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
Kulturminne	-0.00288 (0.0192)	0.0203 (0.0189)	0.0265 (0.0202)
Kulturminner innen 100 meter	0.00610** (0.00291)	-0.00119 (0.00244)	0.00422 (0.00350)
Kulturminner innen 100 meter^2	-5.27e-05 (4.96e-05)	5.23e-05 (4.23e-05)	-2.50e-05 (5.86e-05)
Boligens alder	-0.000973** (0.000380)	-0.00170*** (0.000365)	-0.00141*** (0.000392)
Bruttoareal	0.0186*** (0.000849)	0.0189*** (0.000855)	0.0190*** (0.000876)
Bruttoareal^2	-4.73e-05*** (4.05e-06)	-4.89e-05*** (4.09e-06)	-4.99e-05*** (4.14e-06)
Constant	14.26*** (0.0690)	14.41*** (0.0624)	14.31*** (0.0732)
Observations	561	561	561
R-squared	0.843	0.813	0.850
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

Tabell A13: Tabellen viser regresjonsresultatene for Sagene, tilsvarende tabell 4 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
--	----------	----------	----------

Kulturminne	0.0463 (0.0374)	0.0695** (0.0328)	0.0993** (0.0423)
Kulturminner innen 100 meter	0.00177 (0.00421)	-0.00127 (0.00301)	0.000240 (0.00445)
Kulturminner innen 100 meter ²	-3.01e-05 (9.72e-05)	-1.16e-05 (8.00e-05)	-9.13e-05 (0.000107)
Boligens alder	-0.00120** (0.000515)	-0.000923** (0.000462)	-0.000668 (0.000505)
Bruttoareal	0.0183*** (0.00230)	0.0176*** (0.00235)	0.0171*** (0.00240)
Bruttoareal ²	-3.88e-05** (1.63e-05)	-3.06e-05* (1.68e-05)	-2.87e-05* (1.71e-05)
Constant	14.20*** (0.105)	14.18*** (0.105)	14.19*** (0.111)
Observations	266	266	266
R-squared	0.819	0.775	0.816
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

Tabell A14: Tabellen viser regresjonsresultatene for Gamle Oslo, tilsvarende tabell 4 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
Kulturminne	0.00839 (0.0308)	0.0362 (0.0291)	0.0197 (0.0318)
Kulturminner innen 100 meter	0.00349** (0.00154)	0.00278* (0.00153)	0.00342* (0.00189)
Kulturminner innen 100 meter ²	-3.01e-05** (1.35e-05)	-2.63e-05** (1.32e-05)	-3.72e-05** (1.62e-05)
Boligens alder	-6.16e-06 (7.47e-05)	-1.80e-05 (7.78e-05)	-3.27e-06 (7.53e-05)
Bruttoareal	0.0165*** (0.00213)	0.0164*** (0.00212)	0.0165*** (0.00214)
Bruttoareal ²	-3.25e-05** (1.42e-05)	-3.07e-05** (1.43e-05)	-3.44e-05** (1.45e-05)
Constant	14.02*** (0.0813)	14.02*** (0.0807)	14.07*** (0.0823)
Observations	269	269	269
R-squared	0.823	0.793	0.840
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

Tabell A15: Tabellen viser regresjonsresultatene for St. Hanshaugen, tilsvarende tabell 4 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
Kulturminne	0.0522** (0.0222)	0.0439** (0.0212)	0.0419* (0.0233)
Kulturminner innen 100 meter	0.00375 (0.00303)	0.00174 (0.00268)	0.00157 (0.00315)
Kulturminner innen 100 meter ²	-7.68e-05 (5.98e-05)	-5.44e-05 (5.52e-05)	-2.53e-05 (6.14e-05)
Boligens alder	4.33e-07 (0.000415)	-0.000213 (0.000393)	0.000186 (0.000467)
Bruttoareal	0.0188*** (0.00127)	0.0190*** (0.00127)	0.0191*** (0.00130)
Bruttoareal ²	-5.10e-05*** (7.82e-06)	-5.19e-05*** (7.87e-06)	-5.33e-05*** (7.91e-06)
Constant	14.10*** (0.0707)	14.15*** (0.0682)	14.08*** (0.0730)
Observations	347	347	347
R-squared	0.840	0.815	0.849
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

Tabell A16: Tabellen viser regresjonsresultatene for Grünerløkka, tilsvarende tabell 4 i rapporten.

	Modell 1	Modell 3	Modell 2
Kulturminne	0.0103 (0.0317)	0.0211 (0.0287)	0.0144 (0.0327)
Kulturminner innen 100 meter	0.00338 (0.00263)	0.00410** (0.00207)	0.00243 (0.00312)
Kulturminner innen 100 meter ²	-3.37e-05 (3.35e-05)	-4.47e-05* (2.67e-05)	-2.57e-05 (3.83e-05)
Boligens alder	-0.000356 (0.000441)	-0.000269 (0.000402)	-0.000497 (0.000442)
Bruttoareal	0.0166*** (0.00212)	0.0161*** (0.00208)	0.0162*** (0.00225)
Bruttoareal ²	-3.79e-05*** (1.46e-05)	-3.35e-05** (1.43e-05)	-3.53e-05** (1.53e-05)
Constant	14.13*** (0.0902)	14.11*** (0.0823)	14.15*** (0.0988)
Observations	406	406	406
R-squared	0.699	0.666	0.703
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja	Ja
Stedsspesifikke effekter	Postnummer	Delbydel	Grunnkrets

A6 Delphi-studie i Oslo

Delphi-metoden er en samlebetegnelse for teknikker for innsamling informasjon fra et større antall eksperter innenfor et område. Delphi-metoden er i utgangspunktet utviklet som metode for å gjøre best mulige prediksjoner om fremtiden, men kan like gjerne brukes som metode for å predikere gjennomsnittsverdier når man ikke kjenner reelle verdier.

Delphi metoden kjennetegnes av følgende elementer flere runder med spørreskjemaer til anonyme eksperter, tilbakemeldinger til ekspertene med mulighet for endring av svar, runde for runde og statistisk oppsummering av ekspertenes svar. Metoden er designet for å minimere påvirkning av dominerende enkeltpersoner, redusere gruppepress, redusere irrelevant informasjon og redusere støy. Metoden er blitt brukt på nye områder de siste tiårene, deriblant blant annet samfunnsøkonomisk verdsetting av fellesgoder.

Vi har benyttet oss av denne metodikken i småskala ved å ta kontakt med 4 eiendomsmeglere per bydel i datasettet vårt for å stille dem spørsmål om hva de forventer at merverdien av at boligen er et kulturminne er i deres område og hva de forventer at merverdien av høy tetthet av kulturminner i nabolaget er. Dette er hovedsakelig for å kvalitetssikre resultatene i våre analyser og for å få en bredere metodisk tilnærming til analysen.

Under har vi lagt inn spørsmålene vi har brukt for å strukturere intervjuene.

1. Vet du hva Gul liste er? Kjenner du til andre verne- og fredningstyper?
2. Er det høyere eller lavere betalingsvillighet for boliger som er på Gul liste, boliger med kulturminnekvaliteter, boliger som er verneverdige?
 - a. Hvordan tolker du kulturminnekvaliteter?
 - a. Boliger som er verneverdige?
 - b. Boliger som har kulturminnekvaliteter?
 - c. Hvor mye høyere/lavere prosent?
3. Er det høyere eller lavere betalingsvillighet for boliger som ligger i områder med høy tetthet av kulturminner?
 - a. Hvor mye høyere/lavere prosent?
4. Hva er det som er viktigst i å forklare salgsprisen? *Nytt? Etasje? Utsikt? Nærhet til t-bane?*
 - a. Hvor viktig er kulturminner som en del av dette? Ranger på en skala fra 1-10.

Disse spørsmålene er stilt til anonyme respondenter fra ulike eiendomsmeglerkontor fordelt på de ulike bydelene. Respondentene er anonyme.

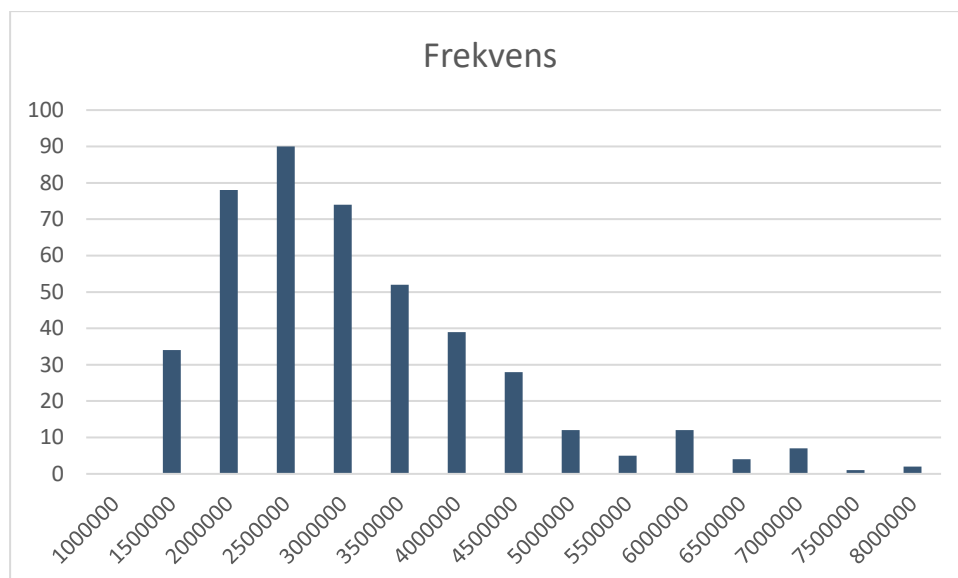
Tabell A17: Oversikt over respondenter i Delphi-studien

Bydel	Eiendomsmeglerkontor
St.Hanshaugen	Nordvik Partners
	Nordvik Partners
	Privat Megleren Aksept
	Nordvik Partners
Sagene	Krogsveen
	Privat Megleren Horisont
	Krogsveen

	Krogsveen
Gamle Oslo	Scala Partners
	Scala Partners
	Scala Partners
	Eiendomsmegler 1
Frogner	DNB Eiendom
	DNB Eiendom
	DNB Eiendom
	Aktiv Eiendom
Grünerløkka	Krogsveen
	Eiendomsmegler 1
	Eiendomsmegler 1
	DNB Eiendom

VEDLEGG B: DATASETET OG ANALYSENE I FREDRIKSTAD

Tabell B18: Fordelingen av salgssummene i Fredrikstad



Tabell B19: Tabellen viser fullstendige regresjonsresultater for Fredrikstad-studien. De resterende boligspesifikke variablene det kontrolleres for i modell 1 er boligtype, eierform, tomtestørrelse og antall soverom. I modell to inkluderes i tillegg balkong, rolig, utsikt, parkett, heis og parkering.

	Modell 1	Modell 2
I Gamlebyen	0.218*** (0.0474)	0.173*** (0.0580)
Nær Gamlebyen	0.182*** (0.0347)	0.144*** (0.0392)
Alder	-0.00146*** (0.000371)	-0.00168*** (0.000536)
BOA	0.00924*** (0.00143)	0.00886*** (0.00169)
BOA2	-1.45e-05*** (3.46e-06)	-1.28e-05*** (4.08e-06)
Constant	13.95*** (0.0749)	14.09*** (0.0963)
Observations	345	187
R-squared	0.542	0.700
Andre boligspesifikke variabler	Ja	Ja

VEDLEGG C: BAKGRUNNSMATERIALE FRA VERDISKAPINGSANALYSENE

C1: Om beregning av økonomiske effekter fra turisme

For å beregne størrelsen på verdiskaping og sysselsetting reiselivet bidrar til å opprettholde i ulike næringer må vi først ha en idé om det totale forbruket tilreisende står får. For å få et estimat på totalt forbruk per næring multipliserer vi gjestedøgntallene (vist i hovedrapport) med gjennomsnittlig forbruk per gjestedøgn, fordelt på ulike forbrukskategorier.

Forbrukstallene vi bruker er basert på undersøkelser fra Innovasjon Norge og Transportøkonomisk institutt. Det er omfattende utvalgsundersøkelser der SSB har stått for intervju av reisende ved ulike overnattingssteder i hele landet, og man har spurt hvor mye gjestene bruker på overnatting, transport, servering, kultur/aktiviteter og varehandel. Det er gjort egne undersøkelser for sommer og vinter, og man skiller på ulike nasjonaliteter og overnattingstyper, for å fange opp forskjeller i forbruk blant ulike typer tilreisende.

I forbindelse med analysene for Henningsvær og Røros har vi sett behov for å nedjustere disse tallene noe. Dette fordi begge er små steder, med begrenset lokalt næringsliv, slik at det ikke er realistisk at et gjennomsnittlig gjestedøgnsforbruk her er like stort som for eksempel i Bergen eller Oslo. Tabellene under viser forbruk fordelt på forbrukskategorier for de ulike segmentene i Røros, og hvor stor andel vi estimerer vil tilfalle lokalt næringsliv. For Henningsvær er forbruket nedjustert ytterligere på grunn av størrelse. Vi viser her kun Røros som illustrasjon.

C2: Forbrukstall

Røros – oversikt over de ulike forbrukstallene og antakelser om andel som tilfaller lokalt næringsliv

Tabell C20: Forbrukstall hotellgjester sommer

Sommer	Hotell					Samlet
	Overnatting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Varehandel	
Nordmenn	561	235	467	167	807	2 237
Svensker	669	229	524	92	386	1 900
Dansker	669	229	524	92	386	1 900
Tyskere	397	243	458	84	352	1 534
Nederlendere	244	170	458	84	352	1 308
Britere	969	496	577	106	443	2 591
Søreuropeere	793	583	994	182	764	3 317
Andre europeere	476	282	941	173	723	2 594
Fra andre deler av verden	1 139	408	1 031	189	792	3 559
Hotell						

Sommer - andeler	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Korrigerede utgifter
Nordmenn	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 759
Svensker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 535
Dansker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 535
Tyskere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 189
Nederlendere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	999
Briter	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 061
Søreuropeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 540
Andre europeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 994
Fra andre deler av verden	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 852

Tabell C21: Forbrukstall hotellgjester vinter

Hotell						
Vinter	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Samlet
Nordmenn	665	239	553	203	448	2 109
Svensker	785	195	443	68	428	1 919
Dansker	869	393	443	68	428	2 201
Tyskere	916	725	388	60	374	2 463
Nederlendere	916	725	388	60	374	2 463
Briter	1 110	467	488	75	471	2 612
Søreuropeere	1 293	1 077	841	130	812	4 153
Andre europeere	843	718	796	123	768	3 248
Fra andre deler av verden	1 717	1 579	872	134	842	5 144
Hotell						
Vinter - andeler	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Korrigerede utgifter
Nordmenn	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 688
Svensker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 587
Dansker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 770
Tyskere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 895
Nederlendere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 895
Briter	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 119
Søreuropeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	3 169
Andre europeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 467
Fra andre deler av verden	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	3 893

Tabell C22: Forbrukstall Annen overnatting sommer

Annen overnatting						
Sommer	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Samlet
Nordmenn	500	235	467	167	807	2 176
Svensker	500	229	179	62	644	1 613
Dansker	500	229	179	62	644	1 613
Tyskere	500	243	156	54	564	1 517
Nederlendere	500	170	156	54	564	1 444
Briter	500	496	197	68	710	1 970
Søreuropeere	500	583	339	117	1 223	2 763
Andre europeere	500	282	321	111	1 158	2 372
Fra andre deler av verden	500	408	352	121	1 268	2 650
Annen overnatting						
Sommer - andeler	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 698
Svensker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 278
Dansker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 278
Tyskere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 202
Nederlendere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 166
Briter	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 479
Søreuropeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 051
Andre europeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 833
Fra andre deler av verden	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 011

Tabell C23: Forbrukstall Annen overnatting vinter

Annen overnatting						
Vinter	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Samlet
Nordmenn	500	239	553	203	448	1 944
Svensker	500	195	294	81	415	1 485
Dansker	500	393	294	81	415	1 683
Tyskere	500	725	258	71	363	1 917
Nederlendere	500	725	258	71	363	1 917
Briter	500	467	324	89	457	1 838
Søreuropeere	500	1 077	559	154	788	3 078
Andre europeere	500	718	529	146	745	2 639
Fra andre deler av verden	500	1 579	580	160	817	3 635

Annen overnatting						
Vinter - andeler	Over-natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare-handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 523
Svensker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 190
Dansker	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 289
Tyskere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 381
Nederlendere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 381
Briter	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 387
Søreuropeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 164
Andre europeere	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	1 924
Fra andre deler av verden	100 %	50 %	75 %	75 %	75 %	2 456

Tabell C24: Forbrukstall dagsturister sommer

Dagsturisme						
Sommer	Over-natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare-handel	Samlet
Nordmenn	561	235	467	167	807	2 237
Utland	669	229	524	92	386	1 900
Dagsturisme						
Sommer - andeler	Over-natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare-handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	0 %	25 %	100 %	100 %	25 %	894
Utland	0 %	25 %	100 %	100 %	25 %	770

Tabell C25: Forbrukstall dagsturister vinter

Dagsturisme						
Vinter	Over-natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare-handel	Samlet
Nordmenn	665	239	553	203	448	2 109
Utland	785	195	443	68	428	1 919
Dagsturisme						
Vinter-andeler	Over-natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare-handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	0 %	25 %	100 %	100 %	25 %	928
Utland	0 %	25 %	100 %	100 %	25 %	667

Tabell C26: Forbrukstall hytter sommer

Hytter						
Sommer	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare- handel	Samlet
Nordmenn	0	50	50	50	250	400
Hytter						
Sommer - andeler	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/aktiviteter	Vare- handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	0 %	75 %	75 %	75 %	75 %	300

Tabell C27: Forbrukstall hytter vinter

Hytter						
Vinter	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Samlet
Nordmenn	-	50	50	50	250	400
Hytter						
Vinter - andeler	Over- natting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Vare- handel	Korrigerte utgifter
Nordmenn	0 %	75 %	75 %	75 %	75 %	300

C3: Økonomiske nøkkeltall per næring

Etter vi har funnet et anslag på det totale forbruket beregner vi hvor stor verdiskaping og sysselsetting forbruket tilsvarer i snitt for de ulike næringene. For å gjøre dette henter vi ut tall på forholdet mellom omsetning (altså forbruk), verdiskaping og sysselsetting i hovednæringene der tilreisende legger igjen penger: Overnatting, servering, transport, kultur/aktiviteter og varehandel.

Tallene hentes ut fra Menons egen database, som har oversikt over regnskapsstørrelser for alle regnskapspliktige foretak i Norge (omtrent 95 prosent av all verdiskaping innen reiseliv foregår i regnskapspliktige bedrifter). Databasen har også registrert kommune og postnummer der bedriftene er lokalisert, slik at vi henter ut næringstall kun for de aktuelle studieområdene (her kommunenummer 1640 Røros og postnummer 8311 og 8312 Henningsvær). Ved å bruke lokale næringstall tar vi hensyn til at det kan være ulik produktivitet og sysselsetningsgrad rundt omkring i landet.

Røros (hele kommunenummer 1640)

Tabell C28: Regnskapstall fra Menons regnskapsdatabase, i 1000 kr

Overnatting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Handel
-------------	-----------	-----------	------------------------	--------

Omsetning 2016	172 099	42 936	8 873	51 807	641 109
Verdiskaping 2016	80 054	27 562	3 187	23 947	124 765
Ansatte 2016	209	27	22	63	337

Tabell C29: Forholdstall brukt for å beregne verdiskaping og sysselsetting

	Overnatting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Handel
Verdiskaping/omsetning	47 %	64 %	36 %	46 %	19 %
Omsetning/sysselsatte	823 440	1 590 240	403 318	822 331	1 902 400
Import	16 %	21 %	16 %	19 %	20 %

Henningsvær (Postnummer 8311 og 8312 i Vestvågøy kommune)

Tabell C30: Regnskapstall fra Menons regnskapsdatabase, i 1000 kr

	Overnatting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Handel
Omsetning 2016	20 442	2 711	7 074	(mangler)	276 688
Verdiskaping 2016	8 090	1 720	4 298	(mangler)	97 483
Ansatte 2016	25	1	11	0	144

Tabell C31: Forholdstall brukt for å beregne verdiskaping og sysselsetting

	Overnatting	Transport	Servering	Kultur/ aktiviteter	Handel
Verdiskaping/omsetning	40 %	63 %	61 %	n/a	35 %
Omsetning/sysselsatt	817 680	2 711 000	643 091	n/a	1 921 446
Import	20 %	20 %	20 %	20 %	20

*For kultur/aktiviteter bruker vi forholdstallet fra Røros, da regnskapsmessige forhold gjør at tallet for Henningsvær ikke er representativt i 2016.

C4: Intervjulistere for Røros og Henningsvær

Intervjulistere Røros

Aktør	Sted	Status
1 Erzscheidergården	Røros	Gjennomført
2 Vauldalen Fjellhotell	Røros	Gjennomført
3 Røros Hotell	Røros	Gjennomført
4 Rørosmuseum	Røros	Gjennomført
5 Bergstadens Hotell	Røros	Gjennomført

6	Destinasjon Røros	Røros	Gjennomført
7	Fjellheimen	Røros	Valgt å avstå fra intervju
8	Byantikvaren	Røros	Ikke svar
9	Idrettsparken Hotell	Røros	Ikke svar
10	Kaffestuggu	Røros	Ikke svar
11	Langen Gjestegård	Røros	Ikke svar
12	Opp Av Sofaen	Røros	Ikke svar
13	Røros Turisthotell	Røros	Ikke svar
14	Solheim Eiendom	Røros	Ikke svar
15	Vertshuset Røros	Røros	Ikke svar

Intervjuliste Henningsvær

Aktør	Sted	Status
1 Engelskmannsbygga	Henningsvær	Gjennomført
2 KaviarFactory	Henningsvær	Gjennomført
3 Lofoten Arctic	Henningsvær	Gjennomført
4 Lofoten Opplevelser	Henningsvær	Gjennomført
5 Lysvoldbygga	Henningsvær	Gjennomført
6 Nordland Fyl.kom.	Henningsvær	Gjennomført
7 Trewarefabrikken	Henningsvær	Gjennomført
8 Vestvågøy kommune	Henningsvær	Gjennomført
9 Tobiasbygga	Henningsvær	Utgikk
10 Finnholmen	Henningsvær	Ikke svar
11 Fiskekrogen	Henningsvær	Ikke svar
12 Galleri Lofotens Hus	Henningsvær	Ikke svar
13 Henningsvær Bryggethotell	Henningsvær	Ikke svar
14 Henningsvær Rorbuer	Henningsvær	Ikke svar
15 Visit Lofoten	Henningsvær	Ikke svar

* Har også hatt korte samtaler med Lofoten Økonomiservice og Selstad avd. Svolvær