



Gullers Grupp  
**Rapport**

# Åtgärdsplan

## Struves Meridianbåge



# Innehåll

<b>1</b>	<b>BAKGRUND</b>	<b>3</b>
1.1	NÄRLIGGANDE DOKUMENT	3
1.2	VÅR DELADE VISION FÖR VÄRLDSARVET	3
<b>2</b>	<b>FÖRDELARNA AV ETT VÄRLDSARV</b>	<b>3</b>
2.1	SOCIALA FÖRDELAR	4
2.2	MILJÖFÖRDELAR	4
2.3	EKONOMISKA FÖRDELAR	4
<b>3</b>	<b>POTENTIALEN MED ETT VÄRLDSARV</b>	<b>4</b>
3.1	PLATSMARKNADSFÖRING	4
3.2	BESÖKSNÄRING	5
3.3	KOMMUNIKATION	5
<b>4</b>	<b>KRITISKA FAKTORER</b>	<b>6</b>
<b>5</b>	<b>ÅTGÄRDSPLAN FÖR STRUVES MERIDIANBÅGE</b>	<b>6</b>
5.1	GEMENSAMMA FÖRUTSÄTTNINGAR	7
5.1.1	ÖVERGRIPANDE ANSVAR	7
5.1.2	SPECIFIKA PROJEKT	7
5.1.3	KOMMUNEN	7
5.2	UNIKA FÖRUTSÄTTNINGAR	7
5.3	ÅTGÄRDER	8
5.4	PARTERNAS EGNA KANALER	13
5.4.1	INFORMATION PÅ HEMSIDAN	13
5.4.2	MEDIAPLAN	14
5.5	STRUVE-SPECIFIK WEBBPLATS	14
5.6	PLATSEN	14
5.6.1	INFORMATIONSTAVLOR	15
5.6.2	SKAPA ETT MERVÄRDE FÖR BESÖKAREN	15
5.7	SKAPA IGENKÄNNING	15
5.7.1	GEMENSAMT NARRATIV	15
5.7.2	GEMENSAM PROFIL	15
5.8	EXTERNA PARTER	15



# 1 Bakgrund

## 1.1 NÄRLIGGANDE DOKUMENT

Förvaltningsplanen beskriver de värden världsarvet har, det internationella samarbetet för världsarvet och den nationella förvaltningen av dess svenska del. I förvaltningsplanen presenteras även det förvaltningssystem som tagits fram. Samtliga av förvaltningsrådets medlemmar har gett sitt godkännande till att genomföra de åtaganden som man kommit överens om i förvaltningsplanen vilken avser perioden 2018-2023.

Med förvaltningsplanen som grund har Gullers Grupp tagit fram och presenterat en kommunikationsplan för Struves meridianbåge som avser perioden 2020-2030. I kommunikationsplanen definieras kommunikationsmål, prioriterade målgrupper, budskap, tonalitet och gestaltning samt kanalval. Syftet är att skapa en gemensam grund för kommunikationen kring Struves meridianbåge vilket ska bidra till ett ökat genomslag och således en större kännedom om världsarvet.

Detta dokument, åtgärdsplanen, identifierar vilka åtgärder som behöver genomföras för att vi ska uppnå vårt mål för 2030:

***Struves meridianbåge är ett välkänt, uppskattat och kommunicerat världsarv inom de kommuner som har en mätpunkt.***

Åtgärdsplanen definierar åtgärder, prioritering av dessa, förslag på vem/vilka som ansvarar för respektive åtgärd samt finansieringsöverblick.

## 1.2 VÅR DELADE VISION FÖR VÄRLDSARVET

Det finns en delad vision hos förvaltningsrådets medlemmar att utveckla Struves meridianbåge till något som utbildar, skapar intresse och lockar besökare. Den unika historien skapar möjligheter för att utveckla platsen och addera ett mervärde som ger en unik upplevelse. Världsarvet ger även en möjlighet att involvera hela lokalsamhället, genom skolan, som utflyktsmål och som en tillgång för lokala näringsidkare.

# 2 Fördelarna av ett världsarv

2005 utnämndes Struves meridianbåge till ett världsarv av UNESCO. Det innebär att man har bedömt att Struves meridianbåge är av sådan vikt att det ska vårdas och bevaras för hela mänskligheten och kommande generationer. En världsarvstitel är således en utnämning som ger en tyngd och identitet till de fyra mätpunkterna Tynnyrilaki, Jupukka, Pullinki och Perävaara samt de kommuner som mätpunkterna ligger i.

När vi har tittat på andra världsarv ser vi positiva konsekvenser av en officiell världsarvsstatus. Den största vinsten som en utnämning till världsarv bidrar till återfinns inom kommunikation, marknadsföring och produktutveckling. Efter att ha gått igenom de bevis och fakta som finns står det klart att det är inom produktutveckling och, framförallt, marknadsföring (öka kännedom och motivera besök) som de viktigaste betydelsena av att vara ett världsarv står att finna.



## 2.1 SOCIALA FÖRDELAR

Utbildning och lärande är den vanligast förekommande fördelen, då nästan samtliga världsarv har någon form av utbildningsprogram kring sitt natur- eller kulturarv. Hälsa och välmående är också välrepresenterat, oftast tack vare de rekreativmöjligheter som normalt erbjuds i området kring ett världsarv.

En annan aspekt som ofta belyses är den sociala hållbarhet som har med demografisk utveckling, såsom in- och utflyttning, att göra. Många landsbygdsområden och glesbygdskommuner brottas med en minskad befolkning och en ökad utflyttning. Ett världsarv kan bidra till en ökad social hållbarhet då det ofta för med sig en ökad efterfrågan på service, arbetskraft och infrastruktur.

Många av UNESCOs världsarv har också initiativ eller särskilda program som fokuserar på integration och delaktig med kulturarvet som bas. Det kan vara i form av tillgänglighetsprogram eller utbildningsprogram för lokalbefolkningen.

## 2.2 MILJÖFÖRDELAR

Kulturlandskapet och grönytorna, men också ekosystemet, kan vinna på att platsen får en världsarvsstatus, då det blir ett ökat fokus platsens miljöstyrning och miljöpolicy.

## 2.3 EKONOMISKA FÖRDELAR

Världsarvsstatusen verkar generellt leda till ett ökat besökande utifrån. Detta gäller inte bara dagsturismen, utan också övernattande turism och studieresor.

En annan positiv effekt som kan ses på många platser med världsarvsstatus är ökade möjligheter och minskade svårigheter att attrahera investeringar. Det kan komma från det nationella offentliga systemet, från andra offentliga organisationer, från NGO's, samt i vissa fall också från den privata sektorn.

På de flesta håll har man tack vare sin utnämning till världsarv upplevt både en ökad kännedom om orten och till följd av detta ett ökat intresse och uppmärksamhet för annat utbud, andra möjligheter och andra produkter på och från orten.

Världsarvsstatusen verkar överhuvudtaget smitta av sig på den aktuella ortens status. Det anses finnas ett samband mellan ortens högre status och invånarnas stolthet som i sin tur leder till ett ökat intresse för orten som levnads- och arbetsort. Detta i sin tur har positiv inverkan på bland annat mark- och bostadspriser.

# 3 Potentialen med ett världsarv

## 3.1 PLATSMARKNADSFÖRING

Inom platsmarknadsföringen brukar man tala om fyra huvudsakliga verktyg: image, attraktioner, befolkning och infrastruktur. Det finns dock två centrala aspekter och begrepp inom platsmarknadsföring som är värda att belysa något extra då de har visat sig extra betydelsefulla för en plats möjligheter och legitimitet:

**1. Unicitet:** Varje starkt platsvarumärke innehåller något som är unikt. I och med utnämningen till världsarv är det någon annan (inte vem som helst, utan den internationellt erkända organisationen UNESCO) som hävdar historien och platsens unika kvaliteter.

**2. Autenticitet:** Äktheten och det autentiska arvet efterfrågas av allt fler personer och i allt fler sammanhang. En världsarvsstatus fungerar som en garant för platsens



autentiska egenskaper och utbud, och som en riskreducerare både för besökare och investerare.

### 3.2 BESÖKSNÄRING

Dagens turister söker ofta lika mycket efter *value for time* som *value for money*. Detta återspeglas inte minst i sökandet efter destinationer som kan erbjuda både särpräglade/unika och autentiska upplevelser. Denna trend har visat sig gynna destinationer med ett tydligt utbud av natur- och kulturarv.

Struves meridianbåge har potentialen att bli ett förstklassigt besöksmål då alla de fyra punkterna bör betraktas som unika och autentiska upplevelser. Dock är de idag svårtillgängliga, både fysiskt, intellektuellt och upplevelsemässigt.

Världsarvsstatusens betydelse för den lokala besöksnäringen beror på utvecklingen och koordinerandet av nya satsningar såsom produktutveckling, marknadsföring och kompetensutveckling på destinationen. En positiv utveckling av besöksnäringen kring ett världsarv kräver stödinsatser, det är med andra ord inget som händer av sig själv.

Många världsarv, vilket i allra högsta grad gäller även för de fyra mätpunkterna Tynnyrilaki, Jupukka, Pullinki och Perävaara, bör ses som en tillgång och en styrka för destinationens turistiska tillgångar och infrastruktur, men är både ofullkomliga och utvecklade som besöksattraktioner och upplevelser.

De ur ett turistiskt perspektiv mest framgångsrika världsarven är också de som verkar ha jobbat hårdast med paketeringen av sitt natur- eller kulturarv. De har skapat och marknadsfört kompletta turistiska produkter som innehåller både transport, boende, mat och dryck, samt andra upplevelser och aktiviteter både i linje med den egna tillgången och av helt andra typer och karaktär.

För att kunna kapitalisera på de unika kvaliteter som ett världsarv erbjuder måste man åtminstone säkerställa följande tre egenskaper:

- **Tillgänglighet:** Öppettider, fysisk och intellektuell tillgänglighet, informationstillgänglighet osv.
- **Konsumerbarhet:** Definierbarhet, tydlighet, produktifiering, paketering, prissättning osv.
- **Upplevelse:** Pedagogik, förmedling, story-telling, interaktion, deltagande, aktivitet, platsens kvaliteter osv.

### 3.3 KOMMUNIKATION

Ett världsarv skänker platsen/orten ett starkt fundament för kommunikation. Det kan både bli en anledning och en utgångspunkt för kommunikationen då det, som tidigare påvisats, är både unikt och autentiskt.

Å andra sidan visar sig värdet av en utnämning till världsarv vara försumbar OM det inte kommuniceras. Världsarvsstatusen verkar vara hög, men kännedomen om lokala och nationella världsarv är inget som sprider sig av sig själv. De orter som har haft mest nytta av att ha ett världsarv är de som flitigast och mest konsekvent har använt sig av detta i sin kommunikation. Även de andra UNESCO-utnämningarna, *Geoparks* och *Biosphere Reserves*, har endast nått framgång då de har använt sig av detta i sin kommunikation och investerat ordentligt i PR och andra kommunikationsinsatser.



Publiciteten man kan uppnå genom att ta tillvara sin status som världsarv ger platsen en mycket högre kännedom än jämförbara platser av samma storlek. Statusen och kännedomen ger också platsen unika möjligheter till annan effektiv marknadsföring och ett starkt varumärke.

## 4 Kritiska faktorer

Det finns ett antal kritiska faktorer som avgör hur stor betydelse Världsarvsstatusen kan ha för en plats, och hur väl en ort lyckas utnyttja de inneboende möjligheterna/den inneboende kapaciteten. De viktigaste faktorerna kan sammanfattas i följande tre punkter:

### 1. Nuvarande ekonomisk situation på orten.

En avlägsen ort med få invånare och begränsad turistmarknad kommer antagligen uppleva begränsade sociala och, framförallt, ekonomiska fördelar av sin världsarvsstatus.

### 2. Världsarvets ledning.

En ledning som bara tillåter en begränsad och/eller en väldigt formell tillgänglighet kan givetvis lyckas nå några vinster och fördelar, men kommer ha minimal inverkan på kapaciteten i lokalsamhället. De största sociala vinsterna nås när lokalsamhället känner en stark delaktighet och ett starkt deläggande i världsarvet.

### 3. Lokalt styre.

När världsarvets ledning har självförtroende nog att dela med sig av utveckling och beslutstagande till lokalt näringsliv och lokalt politiskt styre kan de ekonomiska och sociala fördelarna verkligen bli betydande.

## 5 Åtgärdsplan för Struves meridianbåge

Vissa områden att fokusera insatserna gick igen som prioriterade i samtliga fyra kommuner. Dessa var:

**Den fysiska mätpunkten:** En svårtillgänglig och outvecklad mätpunkt som i dagens form blir ett anti-klimax för den som kommer fram.

**Digitalt:** En gemensam digital plattform för fakta, underlag, material och berättelse bör finnas.

**Skolan:** Medvetande hos lokalbefolkningen är viktig, och då är skolan rätt väg att börja.

**Besöksnäring:** På sikt finns det värden för besöksnäringen kring ett känt och utvecklat världsarv.

Åtgärdsplanen tar sin utgångspunkt i kommunikationsplanen och de målsättningar som där definierats. Vi inleder med att lista några gemensamma förutsättningar för de föreslagna åtgärderna, därefter listas konkreta åtgärder, hur dessa ska prioriteras och en rekommendation kring ansvarig/projektägare. Vissa åtgärder kräver en mer ingående redogörelse vilket följer efter åtgärdslistan.



## 5.1 GEMENSAMMA FÖRUTSÄTTNINGAR

### 5.1.1 ÖVERGRIPANDE ANSVAR

Det behöver finnas en övergripande ansvarig för Struves meridianbåge som har en samlande funktion och en tydlig bild över vilka projekt/åtgärder som skapas och drivs enskilt och gemensamt av de organisationer som ingår i förvaltningsrådet.

Detta för att få en tydlig bild över vilka projekt som drivs, håller på att starta upp och är av intresse. En gemensam bas som bidrar till en tydlighet när vi till exempel inkluderar externa intressenter / finansiärer.

**Vår rekommendation** är att förvaltningsrådet ansvarar för att samla in och tillhandahålla denna information där Länsstyrelsen som samordnade funktion är ytterst ansvarig.

### 5.1.2 SPECIFIKA PROJEKT

Varje projekt som skapas inom ramarna för Struves meridianbåge bör inledas med att definiera organisationsstrukturen. Det vill säga fastställa / vara enliga kring vem som äger och driver projektet, vilka som är med i projektet, vilken roll alla har, vad man som deltagare i projektet förväntas att bidra med och en gemensam målsättning. Det finns många eldsjälar vilket är något vi ska uppmuntra och ta vara på men det är viktigt att de projekt/aktiviteter som startas inte är personbundna utan ägs av en organisation. Risken med ett personbundet projekt är att ingen tar vid eller känner ansvar för projektet då en individ väljer att lämna. Ett organisationsägt projekt är en förutsättning för att de investeringar som görs ska vara hållbara över tid.

En och samma person kan medverka i flera projektgrupper samtidigt, i samma roll eller i en helt ny roll. Projektgrupperna kan bestå av medarbetare på den egna kommunen, vara tvärfunktionella eller innefatta personer utanför kommunerna och utanför förvaltningsrådet detta beroende på projektets beskaffenhet.

Aktuella projektgrupper som vi sett för denna åtgärdsplan är till exempel: projektgrupp för att driva /utveckla Struves närvaro i skolan, projektgrupp för att ta fram information och informationsspridning, projektgrupp för utveckling av platsen.

### 5.1.3 KOMMUNEN

Respektive kommun behöver ta ansvar för att tillsätta en lokal arbetsgrupp. Kommunen är den viktigaste parten för att säkerställa att platsutvecklingen drivs och förvaltas. Det bör finnas ett tydligt mandat från sin egen enhet och från politiken. Representanter vid de lokala arbetsmötena kan vara exempelvis turism-, näringsliv-, landsbygds- och kulturansvariga.

## 5.2 UNIKA FÖRUTSÄTTNINGAR

Alla kommuner har olika möjligheter och olika förutsättningar. Därav måste det finnas utrymme för hur lokala åtgärder ska genomföras och till vilken nivå. Av den anledningen behöver kommunerna inte ha arbetat igenom samma åtgärder vid samma givna tillfälle. Dock är det vår rekommendation att alla kommuner tar sig an och arbetar med de åtgärder som i åtgärdsplanen benämns som Prio 1.



### 5.3 ÅTGÄRDER

	Åtgärd	Ansvar (vår rekommendation)	Finansiering	Prio
<b>Målsättning för Beslutsfattare/politiken</b>				
<b>KUNSKAPSMÅL</b> -Våra beslutsfattare, politiker, inom kommunen ska känna till Struves meridianbåge.  -Våra beslutsfattare, politiker, inom kommunen ska känna till förvaltningsplanen samt de åtaganden man förbundit sig till genom denna.  -Det ska finnas en förståelse för vilka potentiella värden, miljömässiga, ekonomiska och sociala, ett utvecklat världsarv har.  -Det ska finnas en förståelse för kommunens avgörande betydelse för utvecklingsprojektets framgång.	Paketera den information som beslutsfattare behöver för att uppnå kunskapsmålet.	Kommungemensam insats.  Förvaltningsrådet ansvarar för att tillhandahålla den information som behövs för att beslutsfattare ska uppnå kunskapsmålet (Till exempel förvaltningsplan, kommunikationsplan, åtgärdsplan.)	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.  Tid från förvaltningsrådets medlemmar.	Prio 1
	Aktuella beslutsfattare/politiker ska ha fått den information som de behöver för att uppnå kunskapsmålet.	Kommunens representant i förvaltningsrådet har det yttersta ansvaret för att informationsmaterialet kommer aktuell/aktuella beslutsfattare inom den egna kommunen tillhanda.	Tid från kommunens representant i förvaltningsrådet.	Prio 1
<b>ATTITYDMÅL</b> -Önskat perspektivbyte: Från pliktskyldig förvaltning till en del av upplevelseekonomi.  -Man ska känna en stolthet för världsarvet. Känna att Struves meridianbåge är en tillgång för kommunen, både för kommunens invånare, näringslivet och kommunens egen verksamhet.	Informera internt om kommunens planerade/pågående/genomförda utvecklingsprojekt för Struves. På den interna webbplatsen, anslagstavla och/eller i andra interna kanaler.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för att informationen sprids internt.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.	Prio 1
<b>AKTIVITETSMÅL</b> - När man talar om/presenterar kommunens tillgångar för kultur och besöksnäring ska Struves vara representerad.  - Resurssätta utvecklingen av kommunens del av Världsarvet.  - Aktivt uppmuntra ett utvecklingssamarbete med flera deltagande parter. Samt engagera sig i ev. styrgrupp för ett sådant arbete.	Förbereda en kort presentation. Bild och några meningar som kan adderas i befintlig presentation, till exempel en Power Point slide.	Kommungemensam insats. Projektledare utses som ansvarar för att ta fram informationen och utformningen av denna. Se även 5.7.1 Gemensamt narrativ.  Respektive kommun ansvarar för att addera informationen till befintlig kommunpresentation.	Text och utformning utförs av interna alternativt externa resurser.  Beräknad tidsåtgång från 4h-	Prio 2
	Undersök vad som krävs för att resurssätta det eventuella utvecklingsprojekt. Till exempel möjlighet för att ansöka om finansiellt stöd.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för att informationen samlas in.  Resultatet bör diskuteras i förvaltningsrådet eller gemensam projektgrupp för att kunna göra en gemensam insats gällande ansökningar kring finansiellt stöd.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.  Alternativt ta in en resurs som får göra en inventering kring möjligt finansiellt stöd. Beräknad tidsåtgång från 40h- beroende på omfång.	Prio 1
<b>Målsättning för Medarbetare på kommunen</b>				
<b>KUNSKAPSMÅL</b> - Berörda medarbetare på kommunen ska kunna förklara vad Struves meridianbåge är.  - Berörda medarbetare på kommunen ska känna till förvaltningsplanen samt de åtaganden man förbundit sig till genom denna.  - Berörda medarbetare skall känna till vilka olika värden ett utvecklat världsarv kan ha.  - De ska känna till vilken typ av utvecklingsinsatser som behövs för att dra nytta av Struves världsarvsstatus, och då även förstå hur andra aktörer inom kommunen kan dra nytta av världsarvet, i sin undervisning, som utflyktsmål, som turistattraktion mm.	Utökad information om Struves meridianbåge ska finnas på kommunens interna webbplats. Se separat avsnitt 5.4.1 Information på hemsidan.	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att samla in och publicera informationen på den interna hemsidan.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.  Gemensam information/berättelsen kring Struve tas förslagsvis fram i ett separat projekt. Se även 5.7.1 Gemensamt narrativ.	Prio 2
	Informera berörda medarbetare om förvaltningsplan, kommunikationsplan, åtgärdsplan och dess innehåll. Informationsutbytet sker	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att informationen delges berörda kollegor.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.	Prio 1





	bäst i en muntlig presentation men kan även ske över mail. Informationen bör ske kontinuerligt om det till exempel tillkommer nya kollegor som har beröringspunkter mot Struves.			
	Berörda medarbetare ska ha tillgång till förvaltningsplan, kommunikationsplan, åtgärdsplan. Till exempel via intranätet, som delat dokument eller via befintlig gemensam serverlösning.	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att dokumenten läggs upp på aktuell plats samt att berörda kollegor har tillgång till dessa.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.	Prio 1
	Struves ska ha en synlig närvaro på kommunen, till exempel som affisch, förslag som utflyktsmål, studiebesök för medarbetare. Till exempel kan befintlig informations affisch hängas upp. (Framtagen under projektet Tornedalen 2020)	Kommunens arbetsgrupp arbetar med att göra Struves närvaro synlig på kommunen.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.  Eventuell tryckkostnad för affisch eller annat informationsmaterial.	Prio 3
	Information kring pågående utvecklingsplaner via nyhetsbrev, anslagstavla och/eller annan plats för internkommunikation.	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att sammanställa och publicera utvecklingsplaner för Struves i lämplig kanal.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.  Tid från förvaltningsrådet.	Prio 2
	Ta del av utvecklingsplaner från den egna samt andra kommuner.	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att samla in och sammanställa de utvecklingsplaner som sker internt på kommunen och vidareförmedla dessa till kommunens representant i förvaltningsrådet.  Förvaltningsrådet ansvarar för att samla in utvecklingsplaner och pågående utvecklingsprojekt för Struves från förvaltningsrådets medlemmar samt paketera och tillhandahålla detta.  Länsstyrelsen Norrbotten är ytterst ansvarig för att dela den sammanställda informationen.	Tid från kommunens arbetsgrupp.  Tid från förvaltningsrådet.  Tid från Länsstyrelsen.	Prio 1
<b>ATTITYDMÅL</b>	- Struves meridianbåge är en tillgång för kommunens miljömässiga, ekonomiska och sociala utveckling. Något vi ska fortsätta att utveckla och skapa möjligheter kring.  Informationen bör vara tillgänglig för kommunens medarbetare och spridas i relevanta interna kanaler.	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att sammanställa och publicera informationen i lämplig kanal.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.	Prio 2
<b>AKTIVITETSMÅL</b>	- Inkludera Struves meridianbåge när man talar om /presenterar kommunens tillgångar för kultur och besöksnäring. - Arbeta för att platsen ska bli mer lättillgänglig. - Vara med och bidra till att platsen tillför ett mervärde för besökaren. - Skapa förutsättningar för skolan att kunna inkludera Struves i sin undervisning.	Kommungemensam insats. Projektledare utses som ansvarar för att ta fram informationen och utformningen av denna. Se även 5.7.1 Gemensamt narrativ.  Respektive kommun ansvarar för att addera informationen till befintlig kommunpresentation.	Text och utformning utförs av interna alternativt externa resurser.  Beräknad tidsåtgång från 8h-	Prio 2
	Utse en kontaktperson på kommunen. Kontaktpuppgifter till kontaktpersonen skall finnas med på	Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att utse och tillsätta en kontaktperson.	Tid från kommunens arbetsgrupp.	Prio 1



<p>- Kunna hänvisa intressenter vart man hittar information om Struves meridianbåge.</p> <p>- Skapa möjligheter och förutsättningar för andra aktörer och näringsidkare att vara med och driva utvecklingen och kunskapspridningen.</p> <p>- Aktivt delta i utvecklingsarbetet, inklusive vara aktiva deltagare i ev. nätverk kring Struves.</p>	<p>kommunens webbplats samt den information som skickas ut avsedd för till exempel skola eller näringsidkare.</p> <p>Syftet med kontaktpersonen är att denna skall kunna svara på frågor kring Struves och lotsa personen rätt om man vill veta mer eller nyttja Struves i sin verksamhet.</p>		<p>Tid från utsedd kontaktperson. Beräknad tidsåtgång i dagsläget, liten.</p>		
	<p>Webbplats med information som man kan hänvisa/länka till. Kan vara en sida på den egna webben eller egen unik webbplats. Se även avsnitt 5.4 och 5.5.</p>	<p>Varje enskild part i förvaltningsrådet ansvarar för att lägga upp information om Struves på sin egen hemsida.</p> <p>Den information som delges på den egna webben bör ha ett gemensamt uttryck hos alla parter. Se även 5.7 Skapa igenkänning. Således bör det finnas en ansvarig för att ta fram denna information. (Kan även vara en extern part)</p>		<p>Text och utformning utförs av interna alternativt externa resurser.</p> <p>Beräknad tidsåtgång från 8h-</p>	<p>Information på egen hemsida: Prio 1</p> <p>Unik webbplats : Prio 3</p>
	<p>Genomför en inventering för att utreda vilka näringsidkare i kommunen som bör prioriteras. De som bör prioriteras är näringsidkare som kan vara en draghjälp i vår strävan att öka kännedomen för Struves samt vid utvecklingen av världsarvet.</p>	<p>Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att inventeringen genomförs.</p>		<p>Tid från kommunens arbetsgrupp.</p>	<p>Prio 2</p>
	<p>Skyltning och informationstavlor skall finnas på mätpunkten samt tydligt visa vägen till mätpunkten.</p>	<p>Kommungemensam insats. Skyltarna/informationstavlor ska tas fram i samma manér för igenkänning. Se även 5.6.1 Informationstavlor.</p> <p>Gemensam ansvarig bör utses för att ta fram den historia/berättelse man vill förmedla. (kan även vara en extern part)</p>		<p>Skyltningen finansieras av respektive kommun.</p> <p>Finns möjlighet att ansöka om finansiering för att ta fram skyltar. Länsstyrelsen Norrbotten ansvarar för att vidarebefordra enkäten för ansökan.</p>	<p>Prio 1</p>
	<p>Tillsätta resurser för att delta i utvecklingsprojekt och nätverk. Till exempel utvecklingsprojekt inom skola, besöksnäringen, den fysiska platsen och produktion av fysiskt material.</p>	<p>Kommunens arbetsgrupp ansvarar för att driva frågan hur kommunen kan resurssätta utvecklingsprojekt. Till exempel genom att avsätta intern tid, ansöka om stöd, finansiering eller om utvecklingsarbetet kan bedrivas inom andra närliggande projekt.</p>		<p>Ansökan om stöd för finansiering kan ske i samarbete med förvaltningsrådets övriga medlemmar.</p> <p>En möjlighet som bör undersökas är att utnyttja resurser i pågående projekt till exempel Tornedalen 2020 samt InterReg projektet.</p>	<p>Prio 2</p>
<b>Skolan</b>					
<p><b>KUNSKAPSMÅL</b></p> <p>- Lärare inom relevanta kunskapsämnen ska känna till Struves meridianbåge.</p> <p>- Intresserade lärare ska även veta hur/vart man finner relevant information som man kan använda i sin undervisning.</p>	<p>Skapa en separat projektgrupp med representant från kommunen, skolan och övriga aktörer som kan/vill driva utvecklingsarbetet kring att inkludera Struves i skolans arbete.</p>	<p>Förvaltningsrådet är ytterst ansvarig för projektgrupperna. Projektgruppen skall således rapportera till förvaltningsrådet som har en övergripande koll på vilka utvecklingsprojekt som är planerade/ pågår/ är genomförda.</p>	<p>Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.</p> <p>Tid för förvaltningsrådet.</p>	<p>Prio 2</p>	



	<p>Sätta ihop utbildningsmaterial/ pedagogiskt stöd anpassat för olika årskurser.</p> <p>Materialet i detta skede behöver i förstahand vara en introduktion till läraren och hur denne kan arbeta / tänka för att inkludera Struves i undervisningen.</p>	Den tillsatta projektgruppen för att inkludera Struves i skolan ansvarar för att sätta samman och tillhandahålla utbildningsmaterial.	<p>Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.</p> <p>Eventuellt stöd i framtagna utbildningsmaterial kan undersökas hos Teknikenshus samt hos Norrbottens museet.</p>	Prio 2
	Sprida information och informera om tillgängligt material till skolor och berörda lärare.	Den tillsatta projektgruppen för att inkludera Struves i skolan.	Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.	Prio 2
<b>ATTITYDMÅL</b>				
- Struves meridianbåge är ett lokalt världsarv som tillför ett mervärde i undervisningen.	<p>Utbildning för lärare. Lärare erbjuds möjligheten att delta i ett utbildningstillfälle/föreläsning kring historien om Struves meridianbåge.</p>	Den tillsatta projektgruppen för skolan ansvarar för att skapa och bjuda in till ett sådant forum.	<p>Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.</p> <p>Eventuell föreläsare/sakkun nig.</p>	Prio 3
	Studiebesök på mätpunkten för lärare med guide	Den tillsatta projektgruppen för skolan ansvarar för att skapa och bjuda in till ett sådant tillfälle.	Vardera kommunen ansvarar för kommunens egna kostnader.	Prio 3
<b>AKTIVITETSMÅL</b>				
- Alla elever inom kommunen med ett världsarv ska ha berört Struves meridianbåge i sin undervisning innan de avslutat högstadiet.	Ta fram ett färdigt utbildningsmaterial anpassat för olika årskurser.	Den tillsatta projektgruppen för skolan ansvarar för att driva ett sådant projekt.	<p>Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.</p> <p>Eventuellt stöd i framtagna utbildningsmaterial kan undersökas hos Teknikenshus samt hos Norrbottens museet.</p>	Prio 3
	Skapa en gemensam digital mötesplats / forum med möjlighet till kunskaps- informations- och erfarenhetsutbyte. Platsen kan även fungera för att samla framtaget utbildningsmaterial.	Den tillsatta projektgruppen för skolan ansvarar för att driva ett sådant projekt.	<p>Eventuell extern resurs för att utveckla en sådan plats/plattform.</p> <p>Beräknad tidsåtgång: från 10h och uppåt beroende på krav och funktionalitet. (10h baseras på en lösning i dess enklaste form till exempel en gemensam plattform i befintligt verktyg till exempel Basecamp)</p>	Prio 3
<b>Besöksnäringen</b>				
<b>KUNSKAPSMÅL</b>				
- Känna till att Struves meridianbåge är ett världsarv, att det ligger i kommunen samt vart man kan finna mer information om världsarvet och platsen.	Tillhandahålla lättillgänglig information via den egna webbplatsen alternativt via en egen unik webbplats.	<p>De parter som ingår i förvaltningsrådets ansvarar själva för att lägga upp informationen på den egna hemsidan. Se även 5.4.1 Information på hemsidan.</p> <p>En extern webbplats sker bäst i ett separat utvecklingsprojekt. Se även 5.5 Struve-specifik webbplats.</p>	Information på den interna hemsidan: Tid från kommunens arbetsgrupp. Eventuellt fler interna resurser.	<p>Information på den interna hemsidan: Prio 1</p> <p>Extern webbplats : Prio 3</p>
	Informera prioriterade näringsidkare via personlig kontakt (Förutsätter att inventering är genomförd)	Projektgruppen för att driva utveckling av besöksnäringen ansvarar för att driva ett sådant projekt.	Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.	Prio 2



	Sprida information om Struves meridianbåge i kanaler avsedda för extern kommunikation. Länkar/hänvisning till utförligare information och kontaktperson (på till exempel befintlig hemsida)	Projektgruppen för att driva utveckling av besöksnäringen ansvarar för att sprida denna i respektive kommuns aktuella kanaler.	Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.	Prio 2	
<b>ATTITYDMÅL</b> - Ett besök på platsen för mätpunkten är värd ett stopp och en omväg. Världsarvet upplevs vara nog intressant för att inkludera i befintligt erbjudande.	Bjuda in prioriterade näringsidkare inom besöksnäringen för att informera om platsen, tillgänglighet och eventuella utvecklingsprojekt.	Projektgruppen för att driva utveckling av besöksnäringen ansvarar för att bjuda in och hålla ett sådant tillfälle.	Tid för alla personer som deltar i projektgruppen.	Prio 3	
	Ta fram en kort presentation om varför man skall besöka mätpunkten. Presentera mervärdet så som naturupplevelse, utsikt, vandringsled mm. Förslagsvis 3-4 PowerPoint slides.	Kommungemensam insats, projektledare utses som ansvarar för att ta fram en gemensam presentation som respektive kommun kan läggas in i befintlig presentation.	Text och utformning utförs av interna alternativt externa resurser.  Beräknad tidsåtgång från 8h-		Prio 2
<b>AKTIVITETSMÅL</b> -Struves ska vara ett rekommenderat / föreslaget besöksmål när man besöker närliggande platser / besöksmål.	Skapa mervärde på platsen. I form av bänkar, grillplats, toalett.	Vardera kommun bör tillsätta en projektgrupp som arbetar med/ansvarar för utvecklingen av platsen.	Respektive kommun	Prio 3	
	Komplettera platsen med något som bygger historien, till exempel synliggöra siktlinjer, guidning (virtuell/verklig guide), VR-glasögon eller landmärke.	Tekniska lösningar bör ske som en kommungemensam insats då man troligtvis behöver finna samarbetspartners/finansiärer för denna typ av utveckling.	En möjlighet som bör undersökas är att utnyttja resurser i pågående projekt till exempel Tornedalen 2020 samt InterReg projektet.		Prio 4
<b>Invånarna</b>					
<b>KUNSKAPSMÅL</b> - Känna till att Struves meridianbåge är ett världsarv, att det ligger i kommunen samt vart man kan finna mer information om världsarvet och platsen.	Informera i kommunens egna kanaler avsedda för extern kommunikation kring kommunens pågående/genomförda utvecklingsprojekt samt eventuella aktiviteter som sker kring Struves.  Informationen bör alltid länka vidare mot en webbplats/webbsida där man kan läsa mer om Struves och platsen för mätpunkten.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för att ta fram relevant information samt sprida denna i kommunens aktuella kanaler.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.	Prio 2	
	Information via andra kanaler som man har till sitt förfogande. Till exempel Facebook, Instagram, Nyhetsbrev osv.  Informationen bör alltid länka vidare mot en webbplats/webbsida där man kan läsa mer om Struves och platsen för mätpunkten.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för att informationen samlas in och publiceras i relevanta kanaler.	Tid från kommunens arbetsgrupp och eventuella interna resurser.		Prio 2
	Upprätta en mediaplan för kontinuerlig informationsspridning för att uppnå en så bra effekt som möjligt.	Kommunens lokala projektgrupp.  Synka med övriga medlemmar i förvaltningsrådet för att uppnå bästa effekt.	Tid från kommunens arbetsgrupp alternativt med hjälp av externa resurser.  Beräknad tidsåtgång från 40h-		Prio 1



	Ett säkert sätt att på sikt försäkra sig om att Struves är väl känt för kommunens invånare är att världsarvet finns representerad i skolans undervisning. Således bör man arbeta för att säkerställa att Struves finns med i skolundervisningen. Se separat del för skolan.			
<b>ATTITYDMÅL</b> - Känna en stolthet över att bo i en världsarvskommun.	Tänka på tonaliteten i den information man sprider kring Struves. På den egna webben samt i andra kanaler avsedda för extern kommunikation. Det ska finnas en känsla av stolthet.	Gemensam insats som berör alla parter som producerar text och information vilken är avsedda för externa mottagare.	Tid som inkluderas i tid för framtagning av informations/ extern kommunikation.	Prio 1
	Skapa aktiviteter kring Struves meridianbåge och mätpunkten/mätpunkterna som tillför ett adderat värde. Till exempel cykeltävlingar, löptävlingar, orientering mm där Struves är tydligt inkluderat. Till exempel Struve-loppet.	Kan ske som en kommungemensam alternativt kommunspecifik aktivitet.  En specifik projektgrupp bör tillsättas för detta och gärna i samverkan med till exempel idrottsförening, hembygdsgrupp eller liknande.	Kan finnas möjlighet till medfinansiering genom lokala intresseföreningar .	Prio 4
	Struves meridianbåge finns representerat när kommunen /regionen /länsstyrelsen beskriver kommunen.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för den informationen som publiceras om Struves i kommunens egna kanaler.	Tid från kommunens arbetsgrupp alternativt med hjälp av externa resurser.	Prio 3
<b>AKTIVITETSMÅL</b> - Kort kunna förklara vad Struves meridianbåge är och att det finns en mätpunkt i kommunen.	Synliggöra Struves med skyltar och informationstavlor. Både vid mätpunkten, vid vägen till mätpunkten samt på central plats i staden.	Kommunens lokala arbetsgrupp ansvarar för att sammanställa informationen samt beställning, uppsättning och underhåll av skyltar.	Skytningen finansieras av respektive kommun.  Finns möjlighet att ansöka om finansiering för att ta fram skyltar. Länsstyrelsen Norrbotten ansvarar för att vidarebefordra enkäten är ansökan.	Prio 3

## 5.4 PARTERNAS EGNA KANALER

### 5.4.1 INFORMATION PÅ HEMSIDAN

Förvaltningsrådets parter, Lantmäteriet, Kiruna kommun, Pajala kommun, Övertorneå kommun, Haparanda kommun, Länsstyrelsen i Norrbottens län, Tornedalens museum är alla representanter för världsarvet Struves meridianbåge och således bör världsarvet finnas representerat på parternas respektive hemsidor.

Informationen bör bestå av:

- Information/berättelsen kring världsarvet Struves meridianbåge (gemensam information för alla parter).
- Genomförda, pågående och planerade utvecklingsplaner (platsunik information för respektive kommun).
- Kontaktinformation, om man vill veta mer kring platsen och utvecklingsplaner, till exempel för turistorganisationer och övriga intressenter. (Unik information för respektive kommun).



Vid kommunikation i kanaler avsedda för extern kommunikation, till exempel vid annonsering eller annat informationsmaterial bör det alltid finnas en hänvisning/länk till denna sida (så länge en Struve-specifik webbplats inte finns tillgänglig).

#### 5.4.2 MEDIAPLAN

Information om Struves meridianbåge bör planläggas och spridas i parternas tillgängliga kanaler så som Facebook, Instagram, nyhetsblad och liknande.

Informationen som bör läggas in i planeringen är till exempel:

- Nyheter som rör den egna mätpunkten, till exempel utveckling av platsen, närliggande leder, skyltning osv.
- Struves meridianbåge bör även uppmärksammas på dagar så som världsarvens dag.
- Händelser som sker kring punkten till exempel utflykter och studiebesök.

#### 5.5 STRUVE-SPECIFIK WEBBPLATS

En Struve-specifik webbplats kan vara en fördel när man vill samla information kring världsarvet Struves på en och samma plats. En separat webbplats skulle vara en naturlig samlingsplats för den information som våra olika målgrupper är intresserade utav. En plats som är tillgänglig för alla, en plats som skulle kunna tillföra ett mervärde.

En Struve-specifik webbplats bör innehålla:

- Berättelsen/historien om Struves.
- Förklara mervärdet av att besöka någon av punkterna. Till exempel naturupplevelsen, känslan av att gå i våra fäders spår, eventuella attribut på platsen.
- Ge grundläggande information kring de fyra punkterna som besöksmål. Tillgänglighet, skyltning, faciliteter mm. Eventuellt andra närliggande besöksmål, vandringsleder och så vidare.
- Rörligt material, 360 bilder, filmer som visar platsen och/eller berättar historien.
- I förlängningen skapa en virtuell upplevelse som gör platsen och historien mer lättillgänglig.

**Finansieringsförslag för uppbyggnad av webbplats:** InterReg kommer i sitt projekt ta fram en webbplats samt material bland annat i form av 360 bilder. Detta är något förvaltningsrådet bör ta ansvar kring och undersöka vidare för att hitta eventuella beröringspunkter och möjlighet till samverkan.

**Förslag för ansvarig av drift och underhåll:** En naturlig huvudägare för en Struve-specifik webbplats är Lantmäteriet. Lantmäteriet har även ett ansvar som faktagranskare av den information som publiceras på webbplatsen.

Om en Struve-specifik webbplats tas fram bör det även tas fram mätbara målsättningar samt en marknadsföringsplan för hur man driver trafik till webbplatsen. Till exempel genom länkning och riktad annonsering.

#### 5.6 PLATSEN

Kommunen ansvarar för utvecklingen av den fysiska platsen kring sin egen mätpunkt. För att skapa en effektiv kommunikation bör man dock skapa en gemensam utgångspunkt där man använder samma information och en gemensam utformning av till exempel skyltar och informationstavlor.



### 5.6.1 INFORMATIONSTAVLOR

Varje punkt ska förses med informationstavlor. Beslut för tavlornas exakta placering tas bäst av respektive kommun. Förslagsvis bör det finnas en informationstavla vid den punkt man utgår ifrån (parkering eller liknande) samt på den specifika platsen för mätpunkten.

Informationstavlorna utformas efter den framtagna profilen för Struves meridianbåge och samtliga fyra kommuner bör utgå från samma berättelse/historia för att skapa tydlig igenkänning.

Informationstavlorna bör innehålla:

- Samma berättelse/historia om Struves
- Innehålla platsspecifik information, till exempel siktlinjer.
- Tydlig markering om när man är framme vid platsen för mätpunkten.

**Ansvarig:** Respektive kommun ansvarar för skyltningen kring sin mätpunkt.

**Finansiering:** Respektive kommun ansvarar för finansieringen för skyltningen kring sin egen mätpunkt.

Det finns möjlighet att ansöka om finansiellt stöd för skyltning, Länsstyrelsen i Norrbotten ansvarar för att tillhandahålla information kring detta.

### 5.6.2 SKAPA ETT MERVÄRDE FÖR BESÖKAREN

För att attrahera fler besökare till platsen bör platsen tillföra ett mervärde.

Till exempel bör man skapa:

- möjlighet för rekreation vilket kan utgöras av till exempel sittplatser, utsiktsplats, grillstuga och toaletter. Exakt vad möjligheter för rekreation innebär behöver anpassas efter den specifika platsens möjligheter.
- möjlighet till lärande genom till exempel informationsskyltar, guidning, anordnade besök mm.
- om landmärke tas fram är det viktigt att alla följer samma profil.
- multisensorisk och unik upplevelse på platsen, till exempel AR-lösning.

## 5.7 SKAPA IGENKÄNNING

### 5.7.1 GEMENSAMT NARRATIV

Historien är avgörande för att kunna kapitalisera världsarvet. Därför är det viktigt att ta fram en gemensam berättelse som vi alla kan utgå ifrån.

**Finansiering:** Tornedalen 2020 har tagit fram en berättelse i form av Storytelling. Ett första steg bör vara att utreda om denna går att använda.

### 5.7.2 GEMENSAM PROFIL

I projektet Tornedalen 2020 har det tagits fram en profil för Struves meridianbåge. För att få en igenkänning bör denna profil användas för de kommunikationsmaterial som tas fram.

## 5.8 EXTERNA PARTER

Förslag på externa samarbetspartners som det bör upprättas en dialog med inför kommande utvecklingsprojekt:

- Norrbottens museet



- Teknikenshus (Carina har inlett en dialog)
- Tornedalens museum
- Riksantikvarieämbetet (Finns planer kring ett tillfälligt finansiellt stöd)
- UR
- Lokala Hembygdsföreningen
- Lokala PRO-föreningen
- Lokala idrottsföreningar
- Biblioteken (de har en uppgift att vara ute i skolor och berätta, är det något vi kan samverka kring gällande lokal historia och Struves)