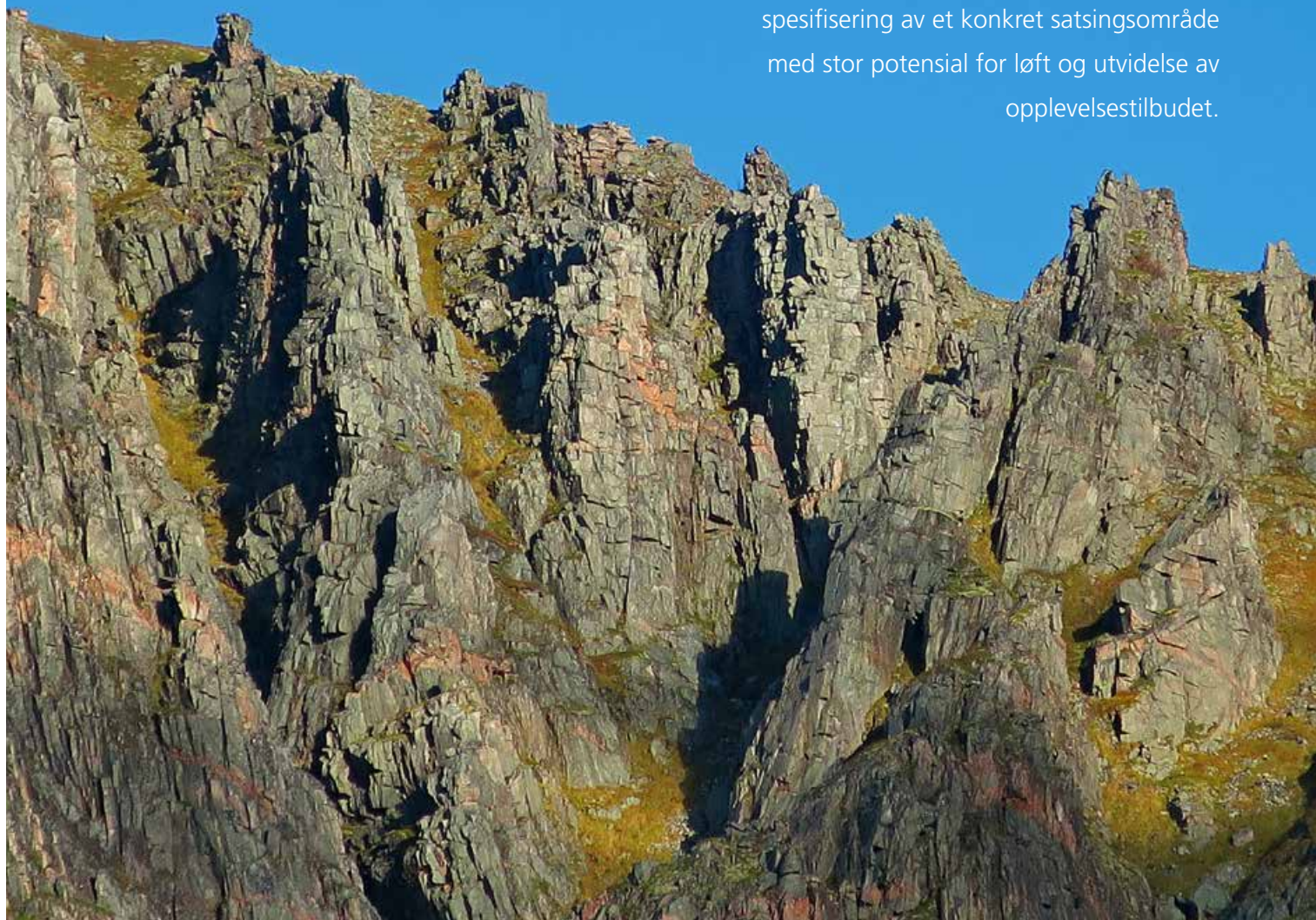


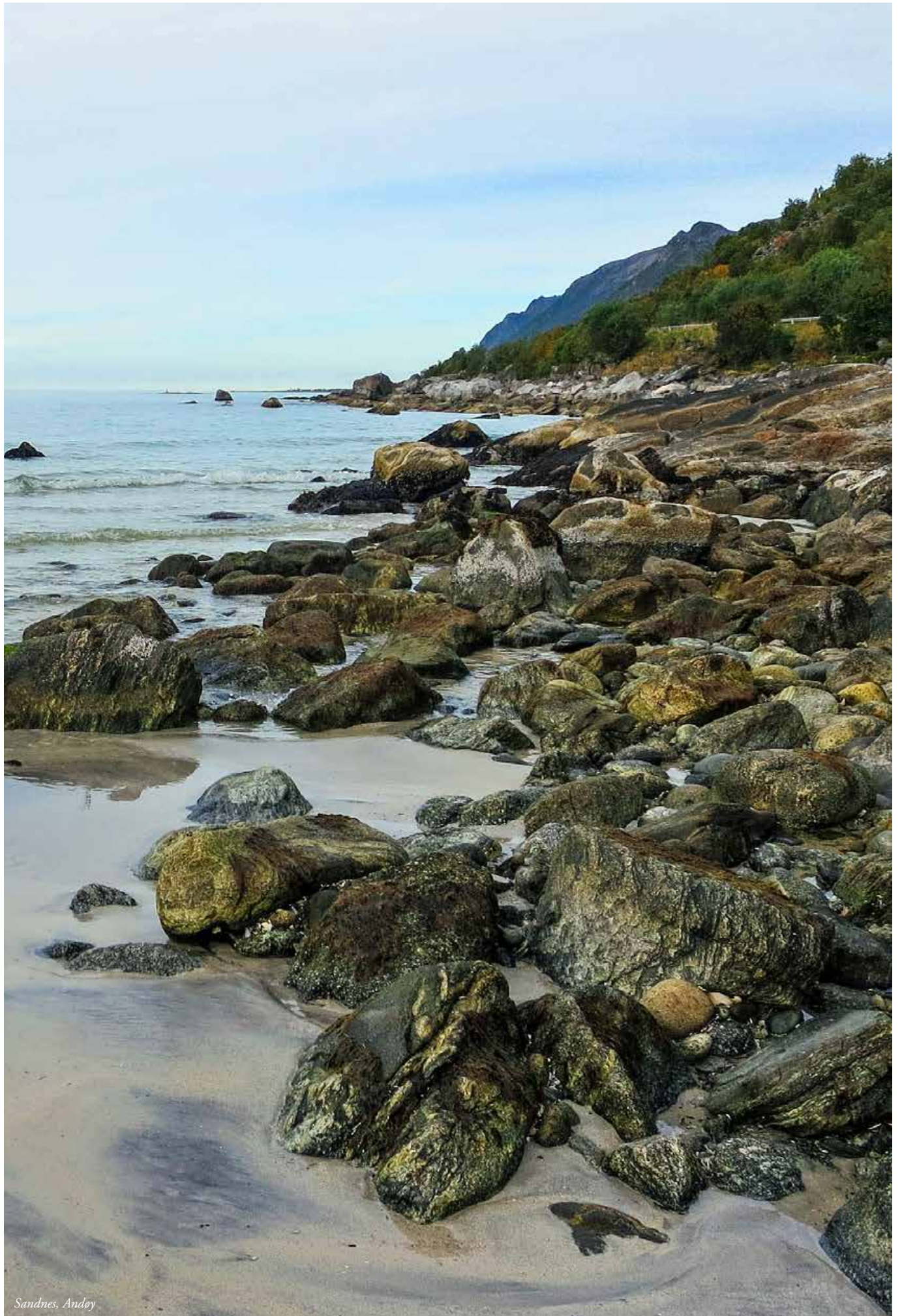


## Geoturismens potensiale for Andøy

*Utredning og anbefaling etter gjennomført forprosjekt*

Denne brosjyren er et resultat av forprosjektet «Andøy Naturguide» som er gjennomført våren 2016. Med utgangspunkt i geoturismens prinsipper settes det fokus på både styrking og «branding» av Andøy som destinasjon, samt spesifisering av et konkret satsingsområde med stor potensial for løft og utvidelse av opplevelsestilbudet.





*Sandnes, Andøy*

## Forord

---

I denne brosjyren vil vi presentere resultatene etter fullført forprosjekt Andøy Naturguide. Ved å ta utgangspunkt i geoturismens kjerneverdier har prosjektteamet kommet fram til en anbefaling for videreutvikling og styrking av Andøy som attraktivt reisemål/destinasjon.

Dette arbeidet har ført til et begrunnet og kartlagt utvalg av **konkrete satsinger/tiltak** som kan **løfte eksisterende opplevelsestilbud** samt **styrke videreutvikling og vekst av turistprodukter innenfor geoturisme**. Arbeidet i forprosjektet er avgrenset til potensialet i natur- og kulturlandskapet, med størst vekt på det som per i dag er ubenyttet og mulighetene for å ta dette i bruk.

Det er et håp og ønske om at arbeidet vil kunne bidra til den positive utviklingen i Andøy.

*Andenes, den 15. juni 2016,*

**Prosjekt-teamet ved forprosjekt Andøy Naturguide:**  
*Helena Ijtsma (prosjektleder), John Ronald Norheim, May-Britt Johansen (v/Andøy Næringsforening og Andøy næringsstyre) og Camilla Ilmoni (v/Andøy Reiseliv SA).*



Ånes elva, Andøy

#### NÆRINGSSTYRET VEDTAK

Næringsstyret fattet følgende vedtak 01.12.2015: Næringsstyret vedtar å ta ansvar for «Forprosjektet Andøy Naturguide». Næringsstyret vil derved bidra til å utvikle/konkretisere flere «opplevelsesprodukt» i Andøy, som skal bidra til å øke turiststrømmen til kommunen.

#### GEOTURISME

Geoturisme er turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer lokalsamfunnet til gode.

## Bakgrunn

### Forstudie

Forprosjektet er kommet i stand på bakgrunn av gjennomført forstudie ved samme navn. Forstudien ble gjennomført høsten 2015, og hadde som mål å utrede kommunens reiselivspotensial i forhold til geoturisme. I forstudierapporten er det satt et fokus på mulighetene rundt utvikling av en helhetlig markedsføring som er kvalitetssikret og identitetsskapende, og fremmer utvalgte natur- og kulturopplevelser i kommunen. Det ble videre drøftet muligheter for konkrete tiltak som løfter det eksisterende opplevelsestilbudet, samt styrker videreutvikling av turistprodukter innenfor geoturisme blant lokalt næringsliv. I forstudierapporten kom det fram at det ligger et stort ubenyttet potensiale i kommunens kultur- og naturlandskap, som det var ønskelig å arbeide videre med i et forprosjekt.

### Geoturismens potensial

Innenfor reiselivsnæringen er det en synlig trend som viser turistenes større vektlegging av opplevelser, og et raskt voksende marked for geoturisme. Denne trenden danner grunnlaget for det vi betrakter som et stort vekst potensiale for Andøy kommune. Potensialet ses i første omgang i forbindelse med styrking av turistnæringen ved å aktivt markedsføre kommunens særegne natur- og kulturlandskap med tilknyttede opplevelser. I tillegg handler potensialet om en satsing som bidrar til utvikling av turistprodukter/opplevelser innenfor geoturisme, gjennom konkrete tiltak som løfter og utvider tilbudet.

# Proessen og metodisk tilnærming

Forprosjektet Andøy Naturguide eies av næringsstyret ved Andøy kommune. Prosjektleder Helena Ijtsma har sammen med prosjektteamet bestående av Camilla Ilmoni ved Andøy Reiseliv SA, May-Britt Johansen og John Ronald Norheim gjennomført forprosjektet i perioden mars-juni 2016.

I forprosjektets start-fase har prosjektteamet utformet følgende formål:

1. Innsamle og fremvise ressursgrunnlaget og potensiale for geoturisme i Andøy kommune.
2. Bidra til å utvikle og konkretisere flere opplevelses-tilbud i Andøy som ivaretar kommunens ressursgrunnlag.
3. Bidra til å styrke samarbeid og felleskap, med inkludering, framsnakking og kunnskapsdeling.

I arbeidet har prosjektteamet vektlagt et langsiktig og inkluderende perspektiv. Prosjektgruppa tok utgangspunkt i at det eksisterende tilbudet i kommunen skulle styrkes, samt at man ønsket å legge til rette for etablering av ytterligere opplevelser. Det ble videre arbeidet med spørsmålet om hvordan Andøy i sin helhet og som destinasjon kunne løftes gjennom verdiøkende tiltak og ved bruk av ressurser i kultur- og naturlandskapet. Prosjektgruppa har gjennom tematiske møter sett på (ubenyttede) ressurser i kommunens kultur- og naturlandskap: potensialet og ressursene som kan knyttes til den mangfoldige naturen, flora og fauna, geologiske severdigheter, og det bredte spekter av kulturhistoriske severdigheter og kulturminner i kommunen. Ressursene er vurdert opp mot hverandre ved å se på bl.a. hvor unike de er for vår kommune og hvor unike de er innenfor reiselivsnæringen i Norge, deres geografiske spredning, muligheter for tilrettelegging, m.m.

I tillegg til denne brosjyren har dette arbeidet resultert i produksjon av en veileder og innhenting av informasjon og kartlegging av ressurser som alle interesserte kan få innsyn i.

## **Innhenting av informasjon og kartlegging ressurser**

I forprosjektet er det arbeidet inngående med kartlegging av kommunens ressursgrunnlag og potensiale for vekst av turistnæringen, med hovedfokus på geoturisme. Arbeidet har derfor også resultert i en stor mengde informasjon og kartleggingsmateriale, ordnet i permer etter tema. Dette materialet anses som svært nyttig for de forskjellige utviklingsprosjektene som planlegges eller er i gang i næringslivet.

## **Produksjon av veileder**

Bakgrunnen for veilederen var signaler om et behov for nødvendige forbedringer av infrastruktur generelt, og spesifikt med hensyn til kultur- og naturlandskapet: ***Det ble det ofte påpekt at forutsetningene manglet for å kunne ta landskapet i bruk.*** Dette kunne for eksempel være at det manglet merking, informasjonsskilter og parkeringsplasser.

For å kunne dra nytte av ressursene og ta natur- og kulturlandskapet i bruk i næringssammenheng, herunder i turisme og reiseliv, forutsettes det mange steder verdiskapende tiltak. Tilrettelegging av landskap som åpner for bruk og aktivitet, er derfor valgt som hovedfokus for veilederen som er utarbeidet i forprosjektet. Det presenteres informasjon som har blitt utvalgt basert på behovet fra lokalsamfunnet og på det som prosjektteamet betrakter som de mest utfordrende momentene. Det er et ønske og håp at veilederen vil kunne gjøre det enklere å igangsette verdiskapende tiltak og realisere de mange gode idéene, som både kommer reiselivsnæringen og lokalsamfunnet til nytte.

## Hva er geoturisme?

Geoturisme er turisme som ivaretar, forsterker og fremhever et steds lokale egenart – miljø, kultur, estetikk, kulturarv – og som kommer lokalsamfunnet til gode. Norge var det første landet i Europa som inngikk et samarbeid med National Geographic Society om geoturisme som en plattform for turismeutvikling. Innovasjon Norge har skrevet under geoturisme-charteret som inneholder 13 prinsipper. Prinsippene er utgangspunktet for Innovasjon Norges reiselivsstrategi. Det er tre kjernekaraktistikker som vi ønsker å belyse nærmere:

### PRINSIPPENE I GEOTURISMEERKLÆRINGEN

- 1. Stedets integritet:** Fremheve stedets egenart ved å utvikle det og forbedre det på en slik måte at lokalmiljøet gjenspeiler og bygger opp under lokal natur, kulturarv, fremmer lokal tilhørighet og fokuserer på stedets unike særtrekk i markedsføringen.
- 2. Internasjonale retningslinjer:** Følge prinsipper nedlagt i World Tourism Organization's Global Code of Ethics for Tourism and Principles of the Cultural Tourism Charter etablert av The International Council on Monuments and Sites (ICOMOS).
- 3. Selektivitet i markedsføringen:** Bidra til vekst innenfor de markedssegmenter som i størst mulig grad setter pris på, respekterer og sørger for å spre informasjon om stedets lokale egenskaper.
- 4. Diversifisering av markedstilbudet:** Lage grobunn for utvikling av et bredt sortiment av mat- og overnattingstilbud, slik at man kan henvende seg til et vidt demografisk spektrum for geoturisme rettede produkter og tjenester, både på kort og lang sikt.
- 5. Tilfredsstilte kundene:** Sørge for at fornøyde gjester tar med seg positive ferieopplevelser hjem som de kan formidle videre til venner og kjente.
- 6. Engasjere lokalmiljøet:** Gjøre maksimal bruk av lokale krefter, stimulere lokale foretak og grupper til å bygge partnerskap seg imellom som bygger på lokalt særpreg og egenart, samt markedsføre dette utad. Stimulere til prosjektutvikling som er forankret i stedets natur, historie og kultur, innbefattet kulinariske tradisjoner, brukskunst, bildende og utøvende kunst.
- 7. Lokal verdiskapning:** Stimulere små og mellomstore bedrifter til å utvikle strategier som fremmer lokalsamfunnet både økonomisk og sosialt, til å kommunisere disse innad og utad, samt bidra til en forvaltningsform som understøtter dette arbeidet.

**8. Beskytte og fremheve stedets markedsappell:** Støtte foretak og tiltak som fremmer stedets natur, estetiske karakter og den lokale kultur. Forhindre nedgradering og forsøpling av miljøet ved å holde antall turister innenfor lokalt akseptable grenser. Utvikle foretaksmodeller, rammer og incentiver som gir bedrifter manøvreringsdyktighet og overlevelsessevne innenfor disse grensene.

**9. Arealforvaltning:** Hindre utvikling som fører til degradering og overbeskatning av stedets miljø og egenart. Støtte tiltak som bidrar til økonomisk diversifisering, som bevarer og oppgraderer stedets utseende og stimulerer til fri ferdsel. Styre lokalisering og utvikling av temparker eller fornøysessentra slik at de ikke truer eller overskygger stedets økologiske, utseendemessige og kulturelle fortrinn.

**10. Bevaring av ressurser:** Gi støtte til foretak og tiltak som reduserer unødig energiforbruk, unngå forurensing av miljøet, inkludert støy, visuell forsøpling i form av uestetisk skiltning, belysning, osv. Kommuniser slike tiltak utad slik at de appellerer til miljøbevisste besøkende.

**11. Planlegging:** Akseptere og respektere økonomiske behov på kort sikt så lenge de ikke reduserer stedets geoturisme-profil over tid. Ta sikte på å diversifisere lokaløkonomien og bidra til å øke sysselsetting uten å overbeskatte stedet miljømessig og kulturelt. Gi støtte til offentlige tiltak som er forenlige med utvikling av geoturisme på reisemålet.

**12. Formidling og historiefortelling:** Motivere både fastboende og gjester til å lære mer om stedet. Finne måter å gi lokale krefter spillerom til å vise frem reisemålets naturattraksjoner og kulturarv, både for å berike besøksopplevelsen og forsterke lokalbefolkningens tilhørighet til og kunnskaper om reisemålet.

**13. Evaluering:** Etablere en evalueringsprosess med sikte på jevnlig tilbakemeldinger om reisemålets utvikling. Ansvar for dette bør legges til en uavhengig, nøytral instans.

**Kilde:** Hvittebok reisemålsutvikling ved Innovasjon Norge, vedlegg 1.

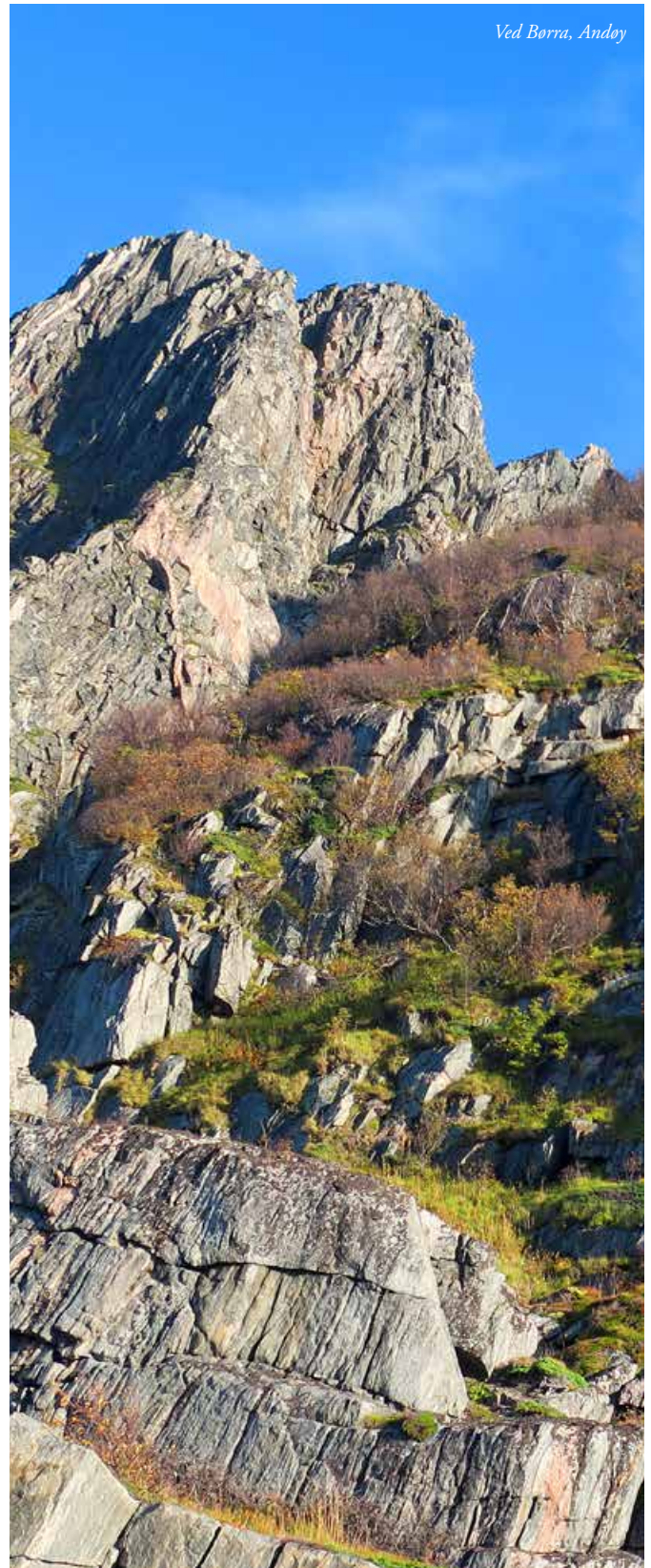
Se: <http://no.fjordnorway.com/dbimg/Hvittebok-reisemaalsutvikling2008.pdf>

## Lokalt særpreget og egenart

Geoturisme fokuserer på det som gir et sted egenart. Det er «et steds personlighet» som står sentralt. Dette omfavner både naturlige og menneskelige elementer, både natur og kulturarv: flora og fauna, historiske byggverk og arkeologiske steder, storslått natur, tradisjonelle aktiviteter, matlaging, tradisjonell gårdsdrift osv. Det å bli et geoturismereisemål innebærer å definere stedets kjerneverdier, vedlikeholde og utvikle disse videre og til slutt markedsføre dem. Slik kan geoturisme inspirere «lokalbefolkningen til å ta vare på det som besøkende betaler for å oppleve, om det er korallrev, skog, en historisk bydel, eller rett og slett vakre omgivelser».<sup>1</sup> Tilknyttede produkter og tjenester kan fremheve og ivareta de sidene som kanskje ellers ville forsvinne, eller utvikle nye opplevelser og tjenester basert på lokale verdier. Innenfor utviklingsprosjekter vil et sentralt spørsmål være: Vil dette prosjektet fremheve eller forsterke særtrekkene til vårt lokalmiljø?

## Bærekraftig reiseliv er til glede for turister og lokalsamfunnet

Ressursene og verdiene som er knyttet til vårt rike kultur- og naturlandskap i Andøy kan betraktes som strategiske fortrinn, som gir muligheter for unike opplevelser. For å kunne ivareta verdiene på lang sikt, er det viktig å utvikle et bærekraftig reiseliv. Dette innebærer at det tas hensyn til miljømessige utfordringer. Livskraftig kultur og natur gir turisme drivkraft, mens turisme kan ivareta ressurser som gir lokalsamfunn overlevelsessevne. Det understrekes gjerne at næringslivet har et medansvar for å ivareta verdiene for framtidige generasjoner. Dette er på grunn av at næringsaktivitet påvirker det ytre miljøet gjennom sin aktivitet. Videre kan det pekes mot at et bærekraftig reiseliv motvirker at næringer kan forringe eller svekke selve grunnlaget for sin egen virksomhet på lang sikt. Med andre ord settes det fokus på hvordan man skal håndtere og kontrollere utviklingen slik at det ikke er med på å ødelegge reisemålet.



Ved Borra, Andøy

### Veiledere og oppslagsverk

• *Innovasjon Norge* og *National Geographic* har utarbeidet en veileder «Geoturisme i lokalsamfunnet». Les mer om merket for bærekraftige reisemål i brosjyren som er utviklet ved *Innovasjon Norge*. <http://www.innovasjonnorge.no/globalassets/old/pagefiles/30813/brosjyre-baerekraft.pdf>

### Lenker

- Mer informasjon om geotourism charter finnes på *National Geographic* sine sider.
- *Innovasjon*: utvikling av lokalmat og opplevelser [www.innovasjonnorge.no/lokalmat](http://www.innovasjonnorge.no/lokalmat)
- *HANEN* er en landsdekkende næringsorganisasjon for virksomheter innen bygdeturisme, gardsmat og innlandsfiske i Norge. [www.hanen.no](http://www.hanen.no)

<sup>1</sup> Veileder «Geoturisme i lokalsamfunnet», 5.

## Lokal forankring og verdiskapning

Med begrepet **verdiskapning** menes omforming av ressurser til produkter (eller tjenester), som direkte eller indirekte kan dekke behov. Et eksempel på et slikt behov kan være utnyttelse i næringsmessig forstand, der verdiskapning fører til økonomisk fortjeneste. Likevel skal begrepet også ses på i større forstand: verdiskapning på sosialt, kulturelt og miljømessig plan. Dermed relateres det til et lokalsamfunn i sin helhet, og søker å ivareta verdiene på lang sikt. Med andre ord står det sentralt at turisme skal skape verdier som kommer lokalsamfunnet til gode.

Den lokale **forankringen** viser til at det er lokalsamfunnet som avgjør hvordan sin kulturarv fremvises og formidles. Konsensus er svært viktig: hele samfunnet blir involvert i å ta de viktigste avgjørelsene. Dette impliserer en aktiv involvering av lokalsamfunnet, politiske og lokale styringsgrupperinger, privat næringsliv samt utenforstående organisasjoner og regelverk. Lokalsamfunnet står sentralt når det gjelder retning av destinasjonsutvikling: de skal kontrollere destinasjonsutviklingen med mål om å utvikle **den type turisme** som de selv ønsker. Om forskjellige typer turisme kan det leses mer i brosjyren Geoturisme i lokalsamfunnet.

## VERDISKAPNING

De fire verdiskapingsformene kan identifiseres som følger:

- Miljømessig verdiskapning innebærer å styrke kvalitetene og verdiene knyttet til kulturminner, kulturlandskap og natur. Miljømessig verdiskapning oppstår ved at disse verdiene skjøttes, holdes i hevd og bevares slik at kulturarven og natur-mangfoldet sikres. Dette oppnås blant annet gjennom god helhetlig planlegging og forvaltning av det fysiske miljø, istandsetting, til-rettelegging, skjøtsel, gjenbruk og god ressursforvaltning.
- Kulturell verdiskapning innebærer økt kunnskap og bevissthet om lokal kultur- og naturarv, særpreg, tradisjoner, historiefortelling og symboler som gir grunnlag for formidling og utvikling av en stedlig identitet og stolthet.
- Sosial verdiskapning innebærer utvikling av felles forståelse, engasjement, tillit og tilhørighet som oppstår gjennom samarbeid, samhandling, dugnad, frivillighet, fellesskap og nettverk.
- Økonomisk verdiskapning innebærer økt lønnsomhet gjennom produksjon og salg av varer og tjenester og økt sysselsetting for lokalsamfunnet, for eksempel som følge av innovasjon, merkevare- og omdømmebygging.

*Utdrag fra «Naturarv skaper verdier. Sluttanalyse av verdiskapingsprogrammet Naturarven som verdiskaper, utarbeidet av Per Ingvær Haukeland og Bent Aslak Brandszæg. TF-rapport nr. 351/2014, 41-42.*

Svindalen, Andøy





## Reisemålsutvikling: Andøy som destinasjon

Turistnæringen i Andøy viser en positiv vekst, der spesielt vinterturismen viser stor oppgang. For å sikre videre vekst av Andøy som reisemål er styrking av destinasjonsmarkedsføring og profilering blant de sentrale faktorene. Konkurransen om turistene, både innenfor Norge og på verdensbasis, blir stadig vanskeligere. Det å skille seg ut av mengden, og fremheve det unike, kan være sentrale suksessfaktorer. Det understrekes at for å lykkes, er det en forutsetning at kravene som reisende stiller til kvalitet og opplevelse er oppfylt. I denne sammenhengen er det nyttig å se nærmere på behovene som turistene har, og å få bedre innsikt i de ulike markedene. Hvilke typer opplevelser etterspørres i Andøy, hvordan oppfattes destinasjonen?

En vellykket og effektiv markedsføring av Andøy som destinasjon er ikke kun avgjort av markedsføringskampanjen. Det er et felles arbeid, en felles innsats, der en tar sikte på «helhetlig reisemålsutvikling». Det er ikke bare selve reiselivsprodukter som er avgjørende for attraktive reisemål. Det er det totale tilbudet, med overnatting, servering, naturopplevelser, kunst og kulturliv, attraksjoner og øvrige tilrettelagte aktiviteter, og handels- og servicetilbudet. Attraksjoner og severdigheter vektlegges av turister når det gjelder valg av destinasjonen, men totalinntrykket, servicenivået og tilbudene for øvrig er avgjørende for at turister vender tilbake, gir bra omdømme og for at destinasjonen lykkes som attraktivt reisemål.

**«Det er viktig at turismens suksess måles, ikke ved å telle besøkende, men ved å kalkulere den økonomiske og sosiale nytten for reisemål og den omliggende regionen.»<sup>5</sup>**

### Økt tilstrøm eller større betalingsvilje?

Når lykkes man med å bli til et attraktivt reisemål? Det er ikke nødvendigvis antall turister som avgjør om en destinasjon er vellykket og har en lønnsom reiselivsnæring. Når utvikling av reiselivet og videre vekst diskuteres kan det være hensiktsmessig å stille spørsmål ved hva slags turisme man ønsker å utvikle og hva slags turister man ønsker å tiltrekke. Dette betyr at man snur fokuset ifra «øke turiststrømmen» til «type turist». **Turismens suksess måles ikke i antall turister men i turismens kvalitet. Kanskje ligger utfordringen ikke i å tiltrekke seg flere turister, men heller turister med større betalingsevne og høyere avkastning per visitt?**

Det å oppleve stillhet, rom og plass, er blant kjerneverdiene vi har i Andøy. «Ro, renhet, fravær av forstyrrelser og forsøpling er såkalte «knapphetsgoder» som etterspørres stadig mer – og som turister er villig til å betale for.»<sup>2</sup> Mange vektlegger det å oppleve stillhet og ro som det viktigste formålet med eller motivasjonen for bruken av marka. I flere undersøkelser ligger dette antallet på rundt 75%.<sup>3</sup>

#### Henvisninger:

- [blogs.encatc.org/culturalheritagecountsforeurope/outcomes/](https://blogs.encatc.org/culturalheritagecountsforeurope/outcomes/) I 2015 ble rapporten Cultural Heritage Counts for Europe lansert. I denne rapporten blir det satt fokus på hvordan kulturminner er viktig for å skape økonomisk og sosial utvikling på nasjonalt og internasjonalt nivå. Det vises til at kulturarv bidrar til attraktive byer og steder, konkurransedyktig næringsliv lokalt og regionalt, identitet og arbeidsplasser, kreativitet og innovasjon, økonomisk avkastning og skatteinntekter. I rapporten finnes det detaljert informasjon, eksempler og case-studier på hvordan investering i kulturarv i forskjellige europeiske land har skapt positive ringvirkninger.
- [www.kulturarv.no](http://www.kulturarv.no) Stifelsen norsk kulturarv har som mål å bidra til verdiskapning av kulturminner. Kulturminner som blir brukt aktivt fremmer tilhørighet og identitet.
- [www.pilegrimsleden.no](http://www.pilegrimsleden.no) Pilegrimsleden er turveger basert på tradisjonen for å dra på pilgrimsvandring. Leden bindes sammen av natur- og kulturminner med tilknytning til middelalderen, samt minner knyttet til Olavstradisjonen.

<sup>2</sup> Geoturisme i lokalsamfunnet, veileder utarbeidet av Innovasjon Norge og National Geographic, 5.

<sup>3</sup> Direktoratet for naturforvaltning 2003. Marka. Planlegging av by- og tettstedsnære naturområder. Håndbok 24-2003; Interesse for og besøk i nasjonalparker og andre naturområder blant utenlandske turister i Norge. TØI rapport 791/2005. Jens Kr. Steen Jacobsen. Side 9-10.

<sup>4</sup> Regjeringens reiselivsstrategi «Destinasjon Norge. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen». Nærings- og handelsdepartementet, 2012, 26.

<sup>5</sup> Geoturisme i lokalsamfunnet, veileder utarbeidet av Innovasjon Norge og National Geographic, 7.

## TURISTER SOM ER UTE ETTER ATTRAKSJONER TILKNYTTET KULTURHISTORIE

I løpet av de siste 30 år er det gjennomført undersøkelser for å se om visse kjennetegn er framtrepende innenfor turistsegmentet som er opptatt av kulturhistorie. Løynefallende er det at de fleste i dette turistsegmentet: har en alder mellom 30 og 50 år, en utdanning fra høyskole eller universitetet, sosioøkonomisk posisjon som gjør at de kan reise lengre bort, reise oftere og med lengre opphold, og bruker mer penger på feriestedet (bl.a. på shopping, overnatting og mat). Det er også gjort undersøkelser for å kartlegge hvor disse turistene får sin informasjon ifra. Over halvparten får sin informasjon via nettet, på andre plass har vi fra venner og slektninger, altså munn-til-munn reklame, etterfulgt av brosjyrer, guidebøker og blader.

Kilde: Timothy J. Dallen. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Aspects of Tourism Texts 4. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2011.

## REGIONALPARK SOM SAMARBEIDSMODELL FOR LOKAL OG REGIONAL UTVIKLING

Med begrepet regionalpark sikter regjeringen til en park som «har som formål å sette i gang og å organisere regional utvikling ved å ta vare på og utvikle natur, miljø, kultur og menneskelige ressurser i regionen.» Slik sett kan regionalparker være regionens egne utviklingsstrategier, med formål at natur- og kulturverdier ivaretas og samtidig blir behovene til lokalbefolkningen møtt.

Mastergradsavhandling Lise Kind Odden, «Valdres Natur- og Kulturpark: En innovativ form for regionalt utviklingssamarbeid». Universitetet i Bergen. Institutt for administrasjon og organisasjonsvitenskap. Våren 2012.

<http://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/6098/97160856.pdf?sequence=1>

### Henvisninger:

- *Valdres natur- og kulturpark: Valdres Natur og Kulturpark er en bygdeutviklingsregion som gjennom langsiktig merkevarebygging knyttet til natur- og kulturverdier – og lokal styring – skal gi økt verdiskapning og livskraft i lokalsamfunnene. Samtidig tar Valdres vare på og utvikler viktige verdier av lokal, nasjonal og internasjonal betydning for framtidige generasjoner*
- *Nerøy Fjorden verdsarvpark*
- *Landskapsparke i Hordaland*
- *Telemarkskanalen Regionalpark*

### Kilder

- «Den brede verdiskaping» Telemarksforsning Rapport 20-2009.
- *Framtid i nord.*
- *Regjeringens reiselivsstrategi «Destinasjon Norge. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen».* Nærings- og handelsdepartementet, 2012
- *Regjeringens reiselivsstrategi «Verdifulle opplevelser. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen».* Nærings- og handelsdepartementet

## OPPLEVELSESPRODUKTER TILKNYTTET SAMISK LEVESETT

«Det er også en økende etterspørsel etter opplevelsesprodukter med tilknytning til samisk levesett (...). Samisk reiseliv preges av at natur, samiske kulturtradisjoner, samisk mat og «samiske opplevelser» inngår i et konsept basert på kulturell og økologisk bærekraft.»

Regjeringens reiselivsstrategi "Destinasjon Norge. Nasjonal strategi for reiselivsnæringen". Nærings- og handelsdepartementet, 2012, 56.

## UNESCOS VERDENSARVLISTE: TURISMAGNETER

Verdensarven, eller Verdens kultur- og naturarvsteder er et program i regi av UNESCO for bevaring av et utvalg natur- og kultursteder i verden. UNESCOs verdensarvliste inneholder mer enn 1000 steder, både kultursteder og naturområder. Norge har per i dag åtte steder på UNESCOs liste: bryggen i Bergen, Urnes stavkirke, Helligsteningene i Alta, Bergstaden Røros, Vegaøyan, Struves triangelkjede, Vestnorsk fjordlandskap og Rjukan-Notodden industriarv.

For å bli tatt med i verdensarvlisten må et sted møte minst ett av ti utvalgte kriterier. I Norge er det Klima- og miljøverndepartementet som har ansvar for å nominere steder til listen.

Hvor stor effekten kan være på lokalt nivå av å være med på verdensarvlisten vises godt av «Vestnorsk fjordlandskap». Kristine Jårvik har i sin masteravhandling satt fokus på verdens kulturarv, her følger det et lite utdrag: I 2005 ble vestnorsk fjordlandskap innskrevet på verdensarvlisten. Området består av to delområder: Geirangerfjordområdet og Nærøyfjordområdet. Å være med på verdensarvlista gir høy prestisje og omdømme, og området opplevde en stor øking (rundt 40%) i turisme etter at stedene ble med på verdensarvliste. Videre har verdensarvstatus styrket oppmerksomhet for tradisjonell gårdsdrift og styrket landbruket.

Les mer: Kristine Jårvik, Verdens kulturarv – en «kulturarv for alle?». Masteravhandling i kunst og kulturvitenskap. Universitetet i Stavanger, våren 2008. Det samfunnsvitenskapelige fakultet. Institutt for medie-, kultur- og samfunnsfag.

### Lenker:

- <http://www.miljodirektoratet.no/no/Tema/Internasjont/Internasjonale-avtaler/Verdensarvkonvensjonen/>
- [www.unesco.no](http://www.unesco.no)
- [www.norgesverdensarv.no](http://www.norgesverdensarv.no)



## NASJONALPARKER SOM ET FORETRUKKET REISEMÅL

«I 2014 sa hele 34 prosent av de utenlandske turistene at våre nasjonalparker var et foretrukket reisemål i Norge. Reiseliv er en av verdens raskest voksende næringer. Norge skal ta sin del av denne veksten. Naturen er det viktigste argument for å reise på ferie til Norge. Vi skal tilrettelegge så vernet fungerer og turistene får store naturopplevelser.»

Kilde: Ny merkevare- og kommunikasjonsstrategi for Norges nasjonalparker», 13.04.2015, <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ny-merkevare--og-kommunikasjonsstrategi-for-norges-nasjonalparker/id2405689/>

«Nasjonalparker er en internasjonalt innarbeidet merkevare som kan gi merverdi til de kommersielle produktene som tilbys i området. Utviklingsprosjekter knyttet til store verneområder har gitt både nye arbeidsplasser, økte lokale inntekter og økt forbruket blant turistene i området.»

Kilde: Vorkinn, M. 2008. Potensialet for økonomisk verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark. NINA Rapport 422.

### Les mer:

- Rapport «Potensialet for økonomisk verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark» er utarbeidet ved Norsk institutt for naturforskning (NINA). Rapporten utreder potensialet for økonomisk verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark i Tyrsil kommune. Den utreder hva som må til for å utløse et økonomisk verdiskapningspotensiale i forhold til forskriftene og forvaltningsplanen, koblet opp mot dagens rammebetingelser og et langsiktig perspektiv. Rapporten er utarbeidet på oppdrag fra Tyrsil kommune.
- Rapport «Interesse for og besøk i nasjonalparker og andre naturområder blant utenlandske turister i Norge» beskriver aspekter ved utenlandsk bilturisme i Norge i sommersesongen 2003. Turistene ble bedt om å gi en vurdering av utvalgte naturaktiviteters betydning på reisen i Norge. Det fremgår at bilturistene synes at den viktigste av disse naturopplevelsene er å være i naturen for å nyte stillhet og ro. 85% svarte at dette er ganske viktig eller svært viktig. Dette fremkommer som det viktigste aspektet ved å besøke naturområder utenom nasjonalparker.

Kilde: Interesse for og besøk i nasjonalparker og andre naturområder blant utenlandske turister i Norge. TØI rapport 791/2005. Jens Kr. Steen Jacobsen. Side 9-10.

## Nasjonalparksentra

Nasjonalparksentra kan fungere som formidlingskanal: det kan være sentra for formidling av kunnskap og aktivitet og opplevelser i tilknytning til spesifikke områder. Videre kan de fungere som klynge for aktivitetsleverandører.

Lenke: <http://www.nordlandnasjonalparksenter.no/>



Stokken, Skjoldehamn, Andøy

## **Andøy: variert og rik natur- og kulturarv**

---

Den varierte og rike natur- og kulturarven i Andøy representerer både ressurser og fellesgoder som reiselivet drar nytte av.

Menneskelig aktivitet må forstås med utgangspunkt i ressursene og forholdene til det fysiske naturlandskapet. Mennesker har tilpasset seg sine naturlige omgivelser, gjort nytte av ressursene og har også påvirket landskapet. Siden naturens ressurser og menneskelig bruk er knyttet tett sammen, flyter ofte disse to kategoriene over i hverandre. I noen sammenhenger skilles det mellom natur- og kulturarv. Slik kan naturarv henvise til naturlige særpreg, som fysiske og biologiske formasjoner som inkluderer fokus på naturverdier innen plante- og dyreliv og arts mangfold, naturtyper, urørt eller lite rørt natur, geologiske formasjoner osv. Naturarven gir grunnlag for et vidt spekter av opplevelsesmuligheter, f.eks. knyttet til fugl og fuglekikking, kystarv, våtmarker m.m. Kulturarv, på den andre siden,

omfatter elementer som inkluderer både materiell og immateriell kultur: kulturminner, mattradisjoner, kunst, håndverk, musikk, dans, litteratur, tradisjoner og folklore. Spekteret spenner seg over en lang tidsperiode, både fra gamle dager og nyere tid, fra alle sosiale lag og etniske grupper.

Verdien av natur- og kulturarven for (turist)næring, f.eks. med tanke på lønnsomhet, bestemmes ikke kun av faktorer som særegenhet, unikhhet, og autentisitet. ***Først og fremst er det avgjørende i hvor stor grad denne er gjort synlig og gjenkjennbart, hvor tilgjengelig og tilrettelagt det er, hvordan det formidles og hva som formidles (budskapet), og til slutt om det eksisterer relevante tjenester og produkter.***

Potensiale av natur og kulturarv for turistnæringen ligger med andre ord i hvordan vi tar denne i bruk.

## KULTURLANDSKAP VIKTIG FOR TURISTNÆRINGEN

«I dag brukes kulturlandskapet først og fremst som en vakker bakgrunn for ulike turistopplevelser. (...) Men potensialet er langt større fordi en fortsatt kan lese historien i landskapet, og bare å formidle den når turister ferdes gjennom landskapet vil kunne øke opplevelsesverdien. En mer aktiv bruk vil kunne gi enda sterkere opplevelser, f.eks. ved formidling av historie- og naturkunnskap i kultur- og naturstier, guidete turer som ser nærmere på innholdet i landskapet (...). I tillegg kan natur- og kulturopplevelsene forsterkes ved mer bruk av lokale matprodukter og mattradisjon.»

Utdrag fra brosjyren utarbeidet av Direktoratet for naturforvaltning, Kulturlandskap – for kropp og sjel.

### Les mer:

Rapport «Kulturminner og verdiskaping i Nord-Norge: kunnskapsinnhenting - verdiskaping i nord». Redigert av Elin Rose Myrvoll, Tone Magnussen, Thomas Johannesen, Brigit Dale, Alma Thuestad og Stine Barlindhaug. Norsk institutt for kulturminneforskning, rapport 66, 2013.

«Kulturminner og verdiskaping i Norden». Nordisk workshop, Oslo 2.-3. mai 2007. Redigert av Atle Omland, Birgitte Skar og Knut Fageraas. Nordisk TemaNord 2007: 609.

Brosjyren «Kulturlandskap – for «krop og sjel». Utgitt av Direktoratet for naturforvaltning i samarbeid med Riksantikvaren og Norges turistråd, 2003.

Rapport «Framtid i nord: sluttrapport fra Kunnskapsinnhenting - verdiskaping i nord». Nærings- og fiskeridepartementet. 2014. Sluttrapporten sammenfatter resultatene fra to års arbeid med kunnskapsinnhenting hvor Nærings- og fiskeridepartementet, Klima- og miljødepartementet og Kommunal- og moderniseringsdepartementet har sett nærmere på mulighetene for økt verdiskaping i utvalgte næringer i Nord-Norge.

Kultur- og naturreisen er et eksempel på en statlig fellessatsing for å tilrettelegge kultur- og naturinformasjon digital for turister og næringsliv. Se mer på <http://knreise.org/> og <https://kulturognaturreise.wordpress.com>

**Les videre:** Per Ingvor Haukeland og Bent Aslak Brandtzæg, «Naturarv skaper verdier. Sluttanalyse av verdiskapningsprogrammet Naturarven som verdiskaper». TF-rapport nr. 351 / 2014. Timothy J. Dallen. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Aspects of Tourism Texts 4*. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 2011; Kristine Jårvik, *Verdens kulturarv – en «kulturarv for alle?»*. Masteravhandling i kunst og kulturvitenskap. Universitetet i Stavanger, våren 2008. Det samfunnsvitenskapelige fakultet. Institutt for medie-, kultur- og samfunnsfag.

## Geologisk arv som ressursgrunnlag med stort vekstpotensial

Prosjektteamet har kommet fram til at geologiske attraksjoner egner seg til et satsingsområde for destinasjonsutvikling på grunn av forskjellige faktorer. For det første supplementeres det som vi allerede har. Geologi kan knyttes opp mot de naturlige forholdene for det gode fiske og hvalen, med egga og kontinentalsokkelen i fokus. Geologi forklarer og fremhever videre det store mangfoldet i landskapet, tilhørende mangfold av diverse økosystemer og biotoper som er så spesielt for Andøy. For det andre har vi et unikt ressursgrunnlag i Andøy, spesielt med tanke på spor etter den siste istiden, som ikke finnes andre steder i Norge. Et eksempel er det store mangfoldet av morener i Andøy, samtidig med at det er de eldste morener på landsbasis. Geologi egner seg videre til å løfte kommunen i sin helhet, fordi geologiske attraksjoner viser mangfold og ligger svært geografisk spredt i hele kommunen. Til slutt påpekes at det er et relativt urørt tema generelt, med få attraksjoner/produkter/tjenester tilknyttet geologisk arv som er utviklet andre steder, både i Norge og på verdensbasis og dette gjelder spesielt geologisk arv tilknyttet den siste Istiden.

I dette øyeblikk arbeides det med etablering av et såkalt Geopark for regionen Ofoten, Sør-Troms, Vesterålen og Lofoten. Initiativ for etablering av «Geopark Nord» kom fra Ofoten friluftsråd. Sentralt i geoparken står et (eller flere) fagsenter, som fungerer både som kommunikasjons- og kompetansesenter. Diverse lokaliteter og et bredt aktivitetstilbud kan tilknyttes geoparken og formidles til turistene.

Prosjektgruppa betrakter dette som grobunn for veldig gode utviklingsmuligheter for Andøy. Utvalgte lokaliteter kan tilrettelegges, og knyttes opp mot næringslivet og -aktører som har ønske om å satse og drifte attraksjonene. Aktører kan også selv ta initiativ til utvikling av produkter og tjenester som tilknyttes Geopark Nord. Sammenlignet med resten av satsingsområdet for Geopark Nord har Andøy kommune også et veldig spesielt landskap med særegne geologiske attraksjoner som ikke finnes på samme måte eller i samme omfang andre steder.

Geologiske attraksjoner som grunnlag for aktivitet og opplevelse kan utvikles fra forskjellige synsvinkler. Et eksempel er tematisk, der det settes fokus på formasjoner og fenomener, mineralforekomster, fornminner, topografi og landskap osv. Det egner seg videre som utgangspunkt for fysisk aktivitet, f.eks. mineraljakt,

men også i større sammenheng med friluftsliv, sport og spenning, der geologi brukes som arena for opplevelse av blant annet klatring, brevandring, toppturer, grotting, m.m. Geologi har et spesielt stort potensial innenfor informasjons- og kunnskapsformidling: her kan det tenkes på informasjonsopplegg knyttet til enkeltlokaliteter, eller bestemte målgrupper som f.eks. turister, lokalbefolkningen, osv. Geologi har også stor nytteverdi i undervisning og kan knyttes direkte til aktuelle kompetansemål. Dermed føler vi at det vil være av interesse for turister, elever og lokalbefolkning.

### Se også:

- **Geopaden Nederland**, <http://www.geopaden.nl/portall/jupgradel/index.php/en/> og <http://www.wandelzoekpagina.nl/geopaden/>
- **Ice Age Trail i Wisconsin**: <http://www.iceagetrail.org/ice-age-trail/>
- I 2004 ble det gjennomført et forprosjekt «**Geologi, kultur, reiseliv: geoturisme**», som eies av Nordland fylke. Målet gikk ut på økt verdiskapning av nordlands geologi som arena for opplevelse og kunnskapsformidling, sysselsetting og vekst innen reiselivsnæring. Gjennom 6 såkalte «fyrårnsprosjekt» ble idegrunnlaget om mulighetene for reiselivsutvikling basert på geologi utviklet og testet i praksis. I rapporten synliggjøres muligheter som geologi som ressursgrunnlag gir, samt konkrete aktiviteter og prosjekter. I rapporten er det bl.a. listet opp en rekke muligheter for geologiske attraksjoner og relaterte verdiøkningstiltak.
- **Klimaparken**: <http://mimisbrunnr.no/>

# OVERSIKT OVER GEOLOGISKE SERVERDIGHETER

Basert på NGU database Geologisk arv.



Karttjenesten geologisk arv viser registrerte geologiske lokaliteter som kan ha interesse for turister, skoleelever og naturforvaltere. Noe av materialet er av eldre årgang, og det er faglige mangler i datasettet. Vi tar gjerne imot forslag til rettelser og nye områder som bør legges inn.

Utforsk karttjenesten på:  
[www.ngu.no](http://www.ngu.no)

## UNESCO Geoparker

UNESCO globale geoparker er definert på følgende måte: «Sammenhengende geografiske områder hvor steder og landskap av internasjonal geologisk betydning forvaltes på en bærekraftig måte. I en UNESCO global geopark fremheves den geologiske arven som en del av jordas natur- og kulturarv, ti å øke bevisstheten og forståelsen for viktige tema, som å bruke jordens ressurser på en bærekraftig måte, håndtere effektene av klimaendringer eller redusere effekten av naturkatastrofer.» (*UNESCO globale geoparker - norske initiativer, Norges geologiske undersøkelse 2016.*)

Det globale nettverket av geoparker (GGN) er et frivillig nettverk av UNESCO-støttede geoparker. Medlemmene er forpliktet til å jobbe sammen og utveksle ideer om god forvaltning av parkene, og samarbeider om fellesprosjekter for å heve parkenes kvalitet. Det finnes over 120 geoparker i verden, og idag har vi to i Norge: Gea Norvegica i Telemark og Vestfold fylker og Magma i Rogaland. Trollfjell Geopark har sent søknad om å bli godkjent som UNESCO global geopark.

### PUBLIKASJONER

«I løpet av få år har begrepet geoparker dukket opp nasjonalt og internasjonalt. I 2015 vedtok UNESCO å etablere en ordning med UNESCO globale geoparker, som i mai 2016 omfattet 120 steder rundt i verden. Hver geopark forteller sin del av jordens lange og begivenhetsrike historie. Men hva er en geopark, og hva skiller den fra et verdensarvområde eller en nasjonalpark? Og hvorfor er det viktig?»

[https://www.ngu.no/sites/default/files/Unesco%20geoparker\\_brosjyre\\_screen.pdf](https://www.ngu.no/sites/default/files/Unesco%20geoparker_brosjyre_screen.pdf)



#### Lenker:

- *Det globale nettverket av geoparker (GGN) er et frivillig nettverk av UNESCO-støttede geoparker. Medlemmene er forpliktet til å jobbe sammen og utveksle ideer om god forvaltning av parkene, og samarbeider om fellesprosjekter for å heve parkenes kvalitet. Les mer på <http://unesco.no/vitenskap/geoparker/>*

#### Flere lenker:

- [www.globalgeopark.org](http://www.globalgeopark.org)
- [www.geoparken.no](http://www.geoparken.no)
- [www.magmaeopark.no](http://www.magmaeopark.no)
- [www.trollfjellgeopark.no](http://www.trollfjellgeopark.no)
- [www.rokuageopark.fi](http://www.rokuageopark.fi)

Borra, Andøy





## Geopark Nord

Ofoten Friluftsråd tok initiativet til en geopark for Ofoten-regionen, under navnet Geopark Nord. Bakgrunnen var at kommunene og tettstedene i Ofoten gjennom tidene har vokst fram som følge av bergverksdrift. Mange gruver er lagt ned, men mange rester og spor (kulturminner) ligger tilbake. I dag er det drift på dolomittmarmor (Franzefoss) i Ballangen, kvartsbrudd på Drag (Quartz Corp.) samt sementproduksjon i Kjøpsvik (Norcem), begge Tysfjord. I tillegg er det stor aktivitet knytta til eksporten av jernmalm i Narvik.

Ofoten friluftsråd laget et par utredninger om grunnlaget for parken, men konkluderte med at de ikke kunne fortsette arbeidet pga manglende organisering og/eller finansiering. Ett av forslagene i forprosjektet var imidlertid å fundamentere parken i en allerede eksisterende organisasjon, og Museum Nord ble framhevet som den mest realistiske mulighet. Museet har ca. 20 avdelinger spredt over de fleste kommunene i Nordre Nordland. Når Museum Nord tok over stafettspinnen var det naturlig at vi utvidet parkens område til å gjelde hele regionmuseets geografiske område, dvs Ofoten, Lofoten og Vesterålen. Geoparken kan samtidig fungere som en basis for vårt arbeid på fagområdet «naturhistorie», som er en del av museets oppgave (og formålsparagraf).

Faglig sett er det også mye å hente på å utvide parken til å gjelde hele Nordre Nordland. Mens geologien i Ofoten er dominert av «kaledoniske» skyvedekker fra 4-500 millioner år tilbake, og har få strandflater med løsmasser fra siste istid, så er Lofoten og Vesterålen sterkt dominert av gammelt grunnfjell (2-3 milliarder år) og et utall lokaliteter med løsmasser og alpine fjellformer, formet av isen. Andøy kommune står i en særstilling ved å ha særlig mange gamle og interessante morener og andre spor fra siste istid. I tillegg ligger det sjeldne «Ramsåfeltet» på Andøya, med sine fossiler fra «dinsaurenes tid», dvs «bare» noe over 100 millioner år tilbake (Juratiden).

Styringsgruppa for boka ledes av direktør ved NGU, Morten Smelror, og har medlemmer fra Nordland Fylkeskommune, Fylkesmannen i Nordland, Nord Universitet samt regionmuseene (v/Museum Nord). NGU har prosjektledelsen, og har en ledende rolle sammen med fylkeskommunen (fylkesgeologen). Geopark Nord er altså et prosjekt under utvikling ved Museum Nord, og en er avhengig av lokal støtte og deltakelse dersom den skal bli realisert. En ser også for seg muligheten av å samarbeide med nasjonalparkene

i regionen, foreløpig fins det bare en, Møysalen nasjonalpark, men det foreligger også et planforslag for Lofotodden nasjonalpark, og det vil komme en avgjørelse om den skal realiseres i nærmeste framtid.

### Lenker:

- *Trond Blomlie, Skatter i fjell: på tur i bergverkshistorien til Ballangen, Evenes, Narvik og Tysfjord. (Narvik: Museum Nord, 2011).*
- [geoparknord.blogspot.no](http://geoparknord.blogspot.no)
- [facebook.com/geoparknord](https://facebook.com/geoparknord)
- [www.nfk.no/vri/geologisk-eventyr-i-verdensklasse.805847.aspx](http://www.nfk.no/vri/geologisk-eventyr-i-verdensklasse.805847.aspx)
- [www.nrk.no/nordland/vil-etablere-ny-geopark-1.10983890](http://www.nrk.no/nordland/vil-etablere-ny-geopark-1.10983890)

### KVALITETSSIKRE GEOLOGISKE LOKALITETER

For å få realisert geoparken er en avhengig av å kvalitetssikre de geologiske lokalitetene som skal inngå i parken, dvs såkalte «geosteder» eller «geosites». Dette arbeidet utføres primært av personell fra Norges Geologiske Undersøkelse (NGU), uavhengig av geoparken. Informasjon om geosteder som samles ved NGU brukes i forarbeidet til ei bok om Nordlands geologiske historie, med foreløpig tittel «Nordland blir til - geologi og naturhistorie». Det er allerede utført feltarbeid i Lofoten, Ofoten og Vesterålen i 2015 og -16, og etter planen skal boka være ferdig om 2-3 år. Utviklinga av parken går derved parallelt med arbeidet med boka, og en benytter seg til dels av de samme geologiske eksemplene. Det er også meningen at prosjektet, i tillegg til boka, skal gi grunnlag for ulike lokale produkter, som mer detaljerte brosjyrer for skole, reiseliv osv.

Sellevold, Andøy



## BERGGRUNN OG BERGARTER

I Nordland har vi en stor variasjon i typer bergarter. Dette har sammenheng med at berggrunnen i Nordland er utviklet over et stort tidsrom (nesten tre milliarder år). De yngste bergartene i Nordland ble dannet for ca. 150 millioner år siden, og finnes på Andøya: Ramsåfeltet. Her finnes sedimentære bergarter avsatt på havbunn, med kull-lag, oljeskifer og fossiler. Et kjent fossilfunn av en fiskeøgle, og Fastlands-Norges eneste kullgruve.

### Les mer:

«Kartlegger unike spor i berget på Andøya» <http://www.ngu.no/nyheter/kartlegger-unike-spor> og «Forvitret fjell farlig og rikt», <http://www.ngu.no/nyheter/forvitret-fjell-farlig-og-rikt>

## RAMSÅ

Ved Ramså finnes lag som har en alder fra 170-70 millioner år. Ramsåfeltet er svært verdifull for vår forståelse av hvordan klimaet og flora og fauna har utviklet seg gjennom tidene. Posisjonering og tykkelse av lagene hjelper oss også å få innsikt i måten jordskorpen har beveget seg.

### Les mer:

En forsvunnet verden: Fin flora og fryktinngytende fauna! Ottar (2009), nr. 5.

Tor Øvrig, «On the Mesozoic field of Andøya. 1. Notes on the Ichthyosaurian remains collected in 1952, with remarks on the age of the vertebrate-bearing beds», i Acta Borealia, Tromsø: Tromsø Museum, 1953.

«Geologi-skattene på Ramså» <https://www.ngu.no/nyheter/geologi-skattene-pa-ramsaa>

Kvalnes, Andøy



## STRANDFLATA OG KONTINENTALSOKKELEN

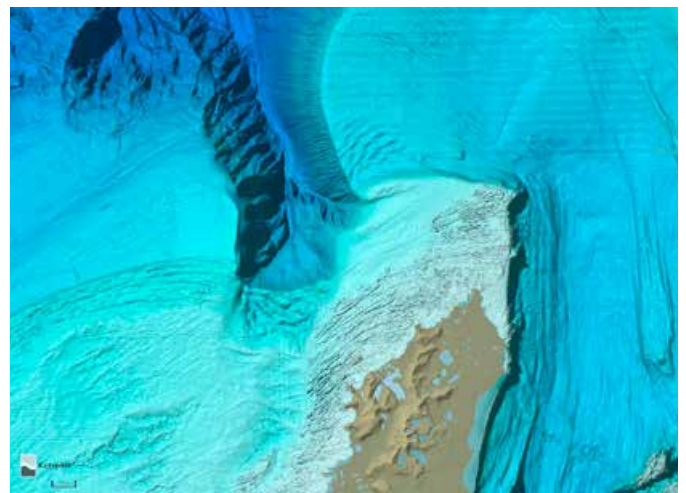
Strandflata har blitt til over en lang periode og da landet hevet seg etter at isen trakk seg tilbake, kom også strandflata høyere opp. Strandflata som fortsetter i havet kalles kontinentalsokkelen, og Andøya er det eneste området i Norge der kontinentalsokkeelen «går på land». Kontinentalsokkelen utenfor Nord-Norge er utformet av isstrømmer. Kontinentalsokkelen utenfor strekningen Lofoten, Vesterålen og Troms, er Norges mest varierte. Her finnes dype renner som er gravd ut av isbreer, avvekslet med store bankområder. Her er det en meget stor variasjon i naturtyper og undersjøisk landskap, som bl.a. inkluderer forekomster av korallrev. Her er også kontinentalskråningen, havbunnen skråner relativt bratt ned fra Eggakanten. Det er ti store, samt flere mindre gjel som har skåret seg ned i kontinentalskråningen. Den største blant disse er Bleiksdjupet, som begynner 10 kilometer utenfor kysten. Her skråner kontinentalsokkelen sterkt ned, opptil 1000 meter dypt. Innbuktningen kalles for «Hestdjupet». Golfstrømmen følger etter eggakanten, og kommer dermed svært nært kysten ved Andøy. Golfstrømmen tar med seg varmt overflatevann, som påvirker både klimaet og forholdene for fisket.

**Henvisninger:** [www.mareano.no](http://www.mareano.no)

### Les mer:

«Leverte rapport om havområdene i Nord»

<http://ngu.no/nyheter/leverte-rapport-om-havomr%C3%A5dene-i-nord>



Kart Bleiksdjupet. Kilde: Norgeskart.no.

## Den siste istiden

Den siste istiden viser til perioden for rundt 110 000 – 10 000 år siden (den geologiske perioden Pleistocen). For ca. 20 000 var istiden på sitt «maksimum».

Isfronten var på sitt størst og nådde helt ned til kontinentet. Iskappen strakk seg ut til eggakanten, langt utover dagens kystlinje. I Andøy ble områder isfri før resten av Norge, og flora og fauna kunne utvikle seg tidligere her. I tillegg fremheves det i nyere forskning at det langs kyststrøkene i nord fantes isfrie områder, såkalte «refugier», blant annet her i Andøy ved Bleik. Med sine særegne skarpe og spisse former, bærer fjellsidene på veistrekningen mellom Bleik og Andenes preg av en kraftig forvitring, som indikerer en lang eksponering.

Dagens landskap er i stor grad blitt påvirket av isen under den siste istiden. Med sitt trykk, kraftighet og bevegelse har isen bl.a. gravd ut daler og fjorder, groper som nå har blitt til fjellvann, slipt og skuret fjellsider. I tillegg har isen tatt med seg løs-materiale, og noe av dette er blitt liggendes igjen i landskapet som f.eks. flyttblokker. Avsetningene er formet av isbreer og av smeltevannet. Da isen begynte å smelte, dannet det seg smeltevannskanaler, skar og botner i fjellsiden.

Klima begynte å bli varmere, og storisen begynte å smelte og så begynte iskanten å trekke seg langsomt tilbake. Denne tilbaketrekningen av iskanten har foregått som en trinnvis prosess, med flere

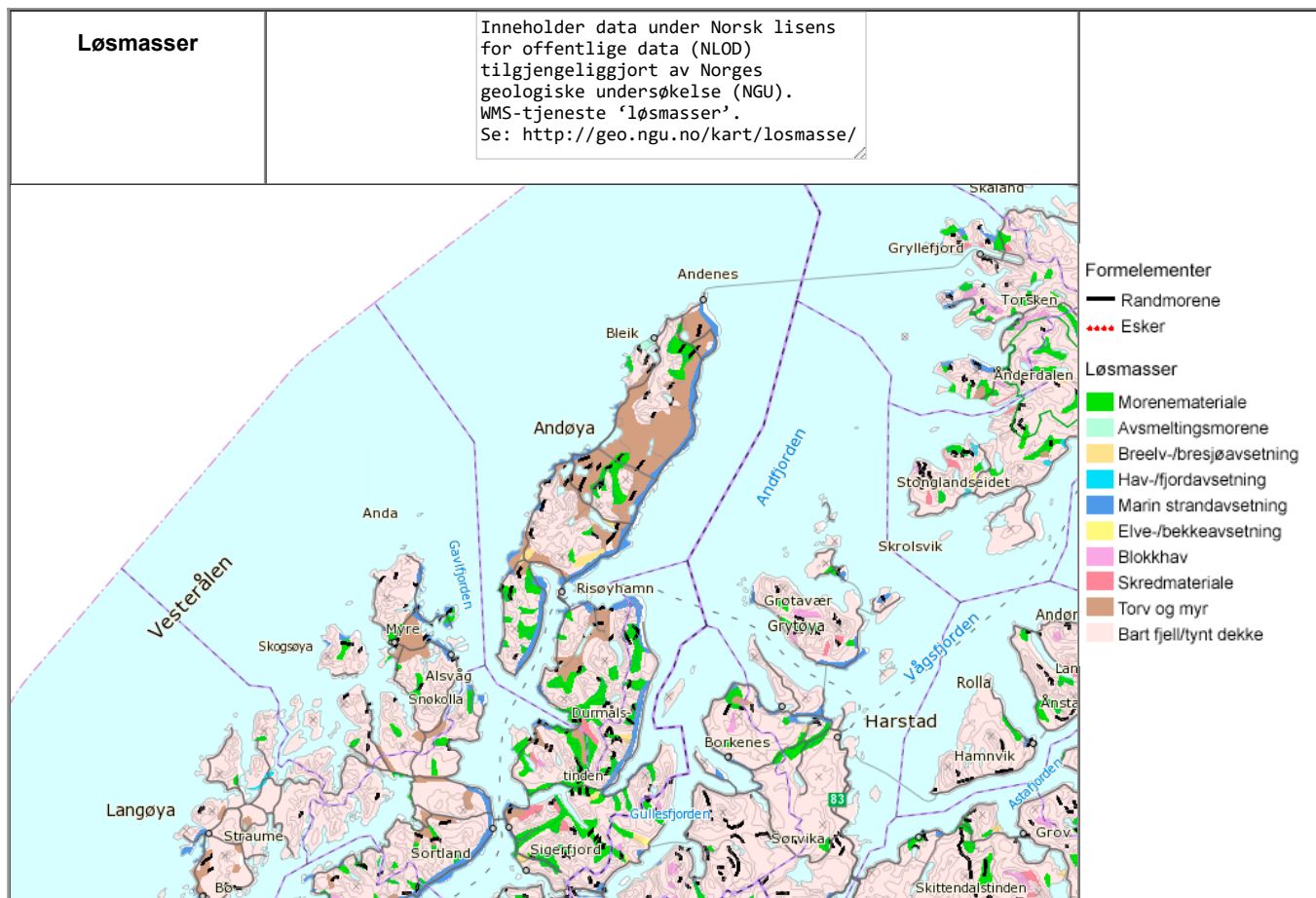
utviklingsfaser og -stadier. Isen var ikke i konstant bevegelse: iskanten kunne også stå i ro i perioder, og det er her at morenene har dannet seg. Ved å se på morenelandskapet kan man se hvordan dette har foregått. I sør, på Hinnøya, finnes de spesielle De-Geer morener, som er en rekke små endemorener på tvers. Disse viser hvordan isbreen har stått i ro i korte perioder under tilbaketrekningen.

Strandflata er et resultat av havets og isens arbeid. Store mengder med smeltevann ble ført til havet, og gjorde at havspeilet begynte å stige. Isdekket hadde utgjort stort press på landet, vekten hadde trykket landskapet ned med ca. 100 meter. Da isen begynte å smelte og iskanten trakk seg tilbake, trengte havet inn på deler av landet. Store deler av vår kommune var slik havbunn for 20.-16.000 år siden. Her ble det avsatt sand og leire som forbedret lavlandets jordsmomm for senere jordbruk.

Presset som isen tidligere hadde hatt på landet ble mindre ved at isen forsvant. Dermed startet landet å heve seg. Prosessen med landhevingen og stigning av havspeilet påvirket landskapet og har etterlatt spor, f.eks. stranddvoller og strandlinjer, terrasser og innskjøringer. Havet, sammen med frostsprengning, har resultert i særegne huler. Hula som går gjennom Bleiksøya er et kjent eksempel, sammen med hula i Børra. Her ved Børra finnes det i tillegg såkalte jettegryter, som er formet ved at havet har beveget seg inn og ut av trange kløfter.

*Børra, Andøy*





Deglasiasjonskronologi gir et bilde av hvordan nedisingen har utviklet seg fram til et maksimum, og hvordan deretter nedsmeltingen tok for seg. Her tenkes det også på isdekkets størrelse, bevegelsen av is- og vannmassen, hvilke faser prosessen kan deles opp i, over hvilke tidsperioder fasene strakk seg og når de forskjellige hendelsene inntraff.

Måttind, tatt fra Nordmela, Andøy



## ISTIDSLØYPE

At det geologiske ressursgrunnlaget ligger spredt ut over Andøy kommune, og er ganske jevnt fordelt, gir gode muligheter for å sette opp en løype. Videre utgjør de forskjellige geologiske lokaliteter en helhetlig fortelling, som tar besøkende på en tidsreise gjennom alle stadier av den siste istiden. Det ligger videre muligheter i å føre turiststrømmen til utvalgte attraksjoner som er knyttet opp mot (produkter og tjenester ved) lokale næringsaktører.

## KOMPETANSEMÅL TIL MELLOMTRINN

I kompetansemål til grunnskolen etter syvende årssteget for samfunnsfag, kan vi lese følgende delmål: «Eleven skal kunne registrere og tolke spor etter istida på heimstedet og forklare hva istiden hadde å si for dannelse av landskapet og hele landet.

## Kilder og bakgrunnsmateriale for de som ønsker å lære mer

Her presenteres kildene som ble brukt til utformingen av brosjyren. Det tenkes at henvisningene også er nyttige for de som ønsker å sette seg inn i faglitte-  
aturen.

- Arne Fjalstad, «Late Weichselian glacial maximum, glacial retreat, and postglacial sea level changes at northern and central Andøya, northern Norway. Doctor scientarium theses. Institute of biology and Geology. University of Tromsø, 1997.
- Nils Flakstad. Nordre Andøya: Kvartærgeologi og geomorfologi med spesiell vekt på dannelsen av talustunger. Hovedoppgave i naturgeografi 1983, Universitetet i Oslo.
- Database for geologisk arv ved NGU.
- Undervisningsopplegget utarbeidet ved Oddbjørn Folden: Andøylandskapet, et undervisningsopplegg i geografi for grunnskolen.
- GeoTreat appen <http://www.ngu.no/nyheter/nordisk-geologi-p%C3%A5-mobiltelefonen>

Melavatnet, Andøy



## Avslutning og oppsummering

For å tiltrekke seg turister med større betalingsevne, og utvikling av attraktive opplevelsestilbud, er kompetanseheving, kvalitetssikring og samarbeid, viktige nøkkelord. Det å jobbe målrettet mot utvikling av en type turisme, og å tiltrekke spesifikke målgrupper.

Andøy har et utrolig rikt og mangfoldig ressursgrunnlag for videreutvikling av geoturisme. Prosjekt-teamet ser et spesiell stort potensiale innenfor geologisk arv på grunn av:

- Forekomst av geologisk arv i Andøy er **unik**. I Andøy har vi et veldig spesielt utvalg av geologiske lokaliteter som ikke finnes på samme måte eller i samme omfang andre steder.
- Geologi, spesielt tilknyttet den siste istiden, som utgangspunkt for attraksjoner, produkter og tjenester er et relativt **ubenyttet** tema innenfor reiselivsnæringen.
- Det geologiske ressursgrunnlaget i kommunen har en stor geografisk spredning og mangfold, slik egner den seg til å løfte kommunen som **helhet**.
- Geologi **supplenterer** det som er hovedattraksjoner (hval og nordlys) for kommunen, og kan styrke det som vi allerede har.

Prosjekt-teamet slutter med en positiv anbefaling for videreutvikling som gjerne organiseres gjennom diverse mindre tiltak og prosjekter. Utvalgte lokaliteter kan tilrettelegges og kobles opp mot næringslivet og -aktører, samt at aktørene selv inviteres til å ta opp egne initiativ som kan tilknyttes geologi. Det kan også organiseres et nettverk med en gruppe aktører som samarbeider. Museum Nord kan med sin faglige kompetanse innta en veiledende rolle for aktørene og prosjektene. Andøy Reiseliv SA inviteres til å inkludere geologien innenfor arbeidet med branding og destinasjonsutvikling av Andøy.

Det anbefales i tillegg å jobbe opp mot tilretteleggings-tiltak for natur- og kulturopplevelser, kanalisering av ferdsel og tiltak som bidrar til verdiskapning av kultur- og naturlandskapet. Her tenkes det utbedring av infrastruktur, samt fysisk tilrettelegging i landskapet. Dette vil gi aktørene større muligheter for å ta landskapet i bruk innenfor deres produkttilbud. Prosjekt-teamet ønsker også spesielt å anbefale å utvide profilhåndboka som er utviklet for Andøy Reiseliv SA. Ved å tilføye

flere design-produkter, som f.eks. skilt profiler, kan disse benyttes f.eks. av aktører, foreninger, og mer, der de kun skal stå for kostnader med produksjonen. Fordelen med dette vil være at det blir færre blandete profiler på skiltene, som styrker et helhetlig uttrykk og «branding» av destinasjonen.

Prosjekt-teamet anbefaler til slutt kompetansehevende tiltak som f.eks. kurs, konferanser for å styrke lokal-kunnskapen om destinasjonen hos aktørene. Her tenkes det gjerne bredt, fra naturlandskapet, geologi, historie og arkeologi, nordlys, flora og fauna og mer. Ved å styrke kunnskap og stolthet over det som vi har i vår destinasjon, vil dette ha positive virkninger for turistene og for vår destinasjon i sin helhet. Bedre kunnskap og forståelse for det særegne og unike vi har i Andøy kan bidra til å dyrke gode lokale entusiastiske ambassadører og vertskap.