



Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad

PROSPEKT

Definisjonar

Følgjande uttrykk eller forkortingar er nytta i prospektet:

SUS: Selskap under stifting

Stifting: Selskapsform regulert gjennom *Lov om stiftelser* (Stiftelsesloven). Ei stifting er definert som (§2): «..en formuesverdi som ved testamente, gave eller annen rettslig disposisjon selvstendig er stilt til rådighet for et bestemt formål av ideell, humanitær, kulturell, sosial, utdanningsmessig, økonomisk eller annen art».

Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad, heretter kalla Stiftinga, vert ei næringsdrivande stifting.

Det er såleis å merke at i motsetnad til eit aksjeselskap vil den som her teiknar seg gje frå seg råderetten over midlane. Det teikna beløpet gjev ikkje rett til utbyte eller stemmerett/representasjon i Stiftinga sine organ. Øvste organ i Stiftinga er styret, som pliktar å forvalte midlane i samsvar med føremålet til Stiftinga.

Ansvarserklæringar

Dette prospektet er utarbeidd i samband med skipinga av og reising av kapital til Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad.

Interimstyret i Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad erkjenner ansvar for informasjon i prospektet og stadfestar at informasjonen i prospektet så langt vi kjenner til er i samsvar med dei faktiske forhold. Det er ikkje utelate informasjon som er av ein slik art at den kan endre prospektet si tyding.

Selje, juni 2015

Gerd Kjellaug Berge

Bård Fløde

Torkjell Djupedal

Ragna Sofie Grung Moe

Beate Vik Hauge

Bjørn Jensen

Therese Lien Smenes

1. BAKGRUNN

Tanken om eit kloster- og pilegrimssenter vart til ved 1000-årsfeiringa i Selje i 1996 og 1997. I 2006 vart det søkt om deltaking i Miljøverndepartementet sitt verdiskapingsprogram på kulturminnesektoren. I åra 2008 – 2011 analyserte og foredla utviklingsprosjektet ”Selja og Stad” idéen fram mot ein plan for realisering. Tittelen på utviklingsprosjektet «Selja og Stad» gjenspeglar målsettinga om å kunne presentere heilskapen i kulturminne, landskap og natur i Selje kommune.

I 2011 gjorde kommunestyret i Selje eit intensjonsvedtak om etablering av eit kloster- og pilegrimssenter, og vedtok mandat for eit interimstyre som skulle arbeide vidare med planane. I 2013 la interimstyret fram sluttrapport.

Ei arbeidsgruppe vart sett ned for å ta interimstyret sitt arbeid vidare til etablering av eit selskap. Arbeidsgruppa ynskjer å utvide perspektivet til også å omfatte Stadhalvøya og heilskapen i «Selja og Stad». Det er denne arbeidsgruppa, som i eigenskap av å vere eit nytt interimstyre, no legg fram eit prospekt for etablering av eit selskap, Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad. Selskapet skal vere eit nav og ein paraply for utvikling innan landskap, natur, kultur, kulturminne, oppleving og reiseliv.

Eit svært viktig bidrag i arbeidet var vedtaket i Selje kommunestyre i 2014 om å overdra det gamle kommunehuset til selskapet som no er under etablering. Huset, som etter planen får namnet Sunnivahuset, vert ein base for mange av aktivitetane som selskapet vil arbeide med.

Parallelt med dette blir det arbeidd med infrastruktur og verdiskaping – m.a. gjennom ei utviklingsavtale mellom Selje kommune, Sogn og Fjordane fylkeskommune og Reisemål Stryn & Nordfjord. Den komande stiftinga er partner i NCE Tourism for å få til den ynskte produktutviklinga.

1.2. VISJON

Selja kloster- og helgenanlegg, Selja og Stad, skal vere det mest etterspurde reisemål for besøkjande som søker det heilage vakre kombinert med ein storslagen natur. "Lyset, Legenda, Livet og Landskapet" er elementa dei vil hugse for alltid.

1.3. FØREMÅL

Stiftinga sitt føremål skal vere formidling, forvaltning og forskning knytt til Selja kloster- og helgenanlegg, Selja og Stad, sett i både ein lokal, nasjonal og internasjonal samanheng. Stiftinga skal drive næring og vere vertskap for turistar, pilegrimar og andre besøkande. Stiftinga skal bidra til å skape gode opplevingar, og utvikle varige verdiar for lokalsamfunn og næringsliv i området. Gjennom samspel med kyrkje, fagmiljø, det offentlege, frivillige, lokalsamfunn og næringsliv, skal ein sikre høg kvalitet, god gjennomføringskraft og varig verdiskaping.

2. STIFTINGA SITT ARBEID



Grunnlaget for arbeidet i Stiftinga er landskaps-, natur- og kulturverdiane som finst på Selja, særleg Selja kloster- og helgenanlegg, på Stadhalvøya og elles i Selje kommune. Desse verdiane har vi valt å presentere gjennom fire L-ar: legenda, livet, lyset og landskapet. Vi meiner desse fire orda uttrykkjer både breidda og det særmerkte i det produktet Stiftinga ynskjer å formidle til fastbuande og tilreisande.

Under desse fire L-ane skal Stiftinga utvikle og foredle kommersielle produkt med høg kvalitet – og omsette desse produkta i samsvar med føremålet som er skildra i innleiinga. Dei ulike produkta skal utviklast gjennom spissa prosessar – for så å omsettast i gode kombinasjonar – til glede for lokalbefolkning og gjester. I starten vil Stiftinga prioritere og reindyrke nokre kjerneoppgåver for at våre viktigaste målgrupper og samarbeidspartnarar skal oppfatte budskapet og opplevingstilbodet.

2.1. ØYA SELJA

Gjennom heile mellomalderen var heilagøya Selja eit av dei viktigaste religiøse senter i landet, med tre ulike funksjonar samla på éin stad: helgenstad, bispesete og kloster. Selja vart i 996 det første pilegrimsmålet i landet, då kong Olav Tryggvason fann relikviar i hola. Frå 1068 til 1170 var Selja bispesete for heile Vestlandet. Og landets kanskje eldste kloster vart grunnlagt her kring år 1100 og vart først nedlagt ved reformasjonen i 1536-37.

Det største mysteriet på Selja er hovudpersonen sjølv, Sankta Sunniva. Ho er den første norske helgen, og den einaste kvinnelege helgen. Legenda fortel om ei irsk prinsesse som nektar å gifte seg med ein heiden hovding. Ho set ut på havet med følgjet sitt i tre opne båtar utan segl og årer. Båtane rek i land på Vestlandskysten, to på Selja og éin på Kinn. Her slår dei seg til i holer og lever av det sjøen kan gje dei. Etter ei tid skuldar folk på fastlandet dei for å ta sauene deira. Dei ber kongen på den tida, Håkon jarl, om å kome til Selja. Sunniva og følgjet ber til Gud om å bli berga frå heidningane. Fjellet rasar ned over dei, og jarlen og mennene hans finn ingen.

Seinare seglar to handelsmenn forbi Selja. Dei ser eit lys over øya, går i land og finn eit mannshovud med søt ange. Dette tek dei med seg til Nidaros, der Olav Tryggvason er den nye kongen. Kongen tek med seg biskopen sin og reiser til Selja. Der finn dei kroppen til den heilage Sunniva, heil og uskadd, med søt ange. Biskopen gjer Sunniva til helgen og Selja til ein heilag stad, og Olav let byggje ei kyrkje der. Dette var i året 996.

Slik er legenda, i korte trekk. Selja vart med dette det første norske pilegrimsmålet.

Kring år 1068 vart Selja gjort til bispesete for eit område som strekkjer seg frå Sunnmøre i nord til Agder i sør. Selja var eitt av berre tre norske bispesete, og dei andre var byane Nidaros og Oslo. Selja var ei lita øy heilt i utkanten av bispedømet, og det kan ikkje ha vore annan grunn til å leggje bispesetet her enn helgenkulten som då var i gang. Bergen var enno ikkje blitt ein dominerande by, men bispesetet for Vestlandet flytta etter kvart dit, sjølv om det formelt låg på Selja heilt til 1170. Då vart også skrinet med leivningane av Sankta Sunniva flytta frå Selja til den nybygde kristkyrkja i Bergen. Sankta Sunniva vart då vernehelgen også for Bergen by og for Vestlandet.

Berre få år etter bispesetet kom til Selja, kanskje før år 1100, kom benediktinarane til Selja og grunnla klosteret. Klosteret vart bygd ut over lang tid, og klosterfirkanten i stein stod ikkje ferdig før mot slutten av 1200-talet eller tidleg på 1300-talet. Men Selja var i desse åra ein møtestad for lek og lærd, for fastbuande munkar og farande folk på veg nord- eller sørretter kysten. Og pilegrimar frå mange land valfarta til Selja for å ære Sankta Sunniva og Seljumennene. Særleg stor var feiringa på Seljumannamesse 8. juli, den eldste norske merkedagen, innstifta alt i 1024.

Etter Svartedauden i 1349-50 gjekk det nedover med klosteret på Selja. Reformasjonen i 1537 gjorde ende på alt det katolske i landet, m.a. klostra. Anlegget på Selja stod til forfall, og vart delvis plyndra. På 1800-talet vart ruinanlegget, det største i landet, "gjenoppdaga", og løfta fram som eit av dei viktigaste kulturminna i landet.

I dag er heilagøya Selja på ny eit pilegrims mål og eit reisemål, ei øy med historisk sus, ytst mot storhavet ved Stad. Den som reiser til Selja, får ei magisk oppleving og minne med seg heim som ein aldri gløymer.

2.2. SELJAKLOSTER- OG HELGENANLEGG

Selja kloster- og helgenanlegg representerer ein av bærebjelkane i Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad. Med særmerkt arkitektur, plassering ved havkanten og sterke historier gir anlegget grunnlag for forskning, utvikling, kunnskap og oppleving.

Saman med Riksantikvaren sitt skjøtsels- og konserveringsprogram på Selja, vert det lagt mykje vekt på å skaffe ny kunnskap og å bruke nye metodar for restaurering. I 2008 vart det starta opp eit pilotprosjekt med laserscanning av heile øya og av heile klosteret. Øya vart scanna og avfotografert frå fly. Alle data vart seinare etterprosessert, og ein fann mange interessante strukturar i overflata, etter at vegetasjonen vart filtrert vekk. Ein fann m.a. spor av fleire bygningar på den gamle kyrkjestaden på Bø, på austsida av Selja.

Heile klosterområdet med alle bygningane i anlegget er scanna med 3D-laser, hovudsakleg for dokumentasjonsføremål, men òg for å vere eit hjelpemiddel for å kunne få meir informasjon ut av dei gamle murane. Materialet er òg til hjelp for murarane som driv med konserveringsarbeid. Laserscandata kan elles vere eit grunnlag for visualisering og framstilling på animasjonsvideo om korleis anlegget såg ut då det var i bruk.

Kulturavdelinga i Sogn og Fjordane fylkeskommune har gjennomført tre registrerings- og framryddingsprosjekt på øya for å finne nye spor etter menneskeleg aktivitet. Dette vert så etter kvart lagt inn i kulturminnedatabasen Askeladden. Fleire interessante funn og registreringar er gjort gjennom dette arbeidet.

Det er òg eit FoU-prosjekt (forsknings- og utviklingsprosjekt) i gang på Selja som gjeld «steinens proveniens», altså kvar steinen, hovudsakleg olivinsteinen, kjem i frå. Dette prosjektet er òg finansiert av Riksantikvaren i samarbeid med kulturavdelinga i fylkeskommunen. Det har vore delt i to delar og er snart (per mai 2015) klart til presentasjon. Minst tre sikre spor er funne etter andre steinsortar som har vore brukte som byggematerialar i klosteret. Spor etter piningsteinsverkstad er òg registrert (piningstein = småstein som vert brukt i fugane mellom byggesteinane for å gjere murverket sterkare og fyller ut opningane) .

Det er nyleg skrivne fire mastergradoppgåver knytt til Selja kloster og helgenanlegg. Dei omhandlar m.a. skjøtselstiltak, nytt benediktinarkloster, helgendyrking av Sankta Sunniva og arkitektur og kunsthistorie.

2.3. STAD

Stadhalvøya markerer eit ytterpunkt på vestlandskysten. Eit særmerkt stykke Noreg med særskilde landskaps- og naturforekomstar stikk som ei hand ut i havet. Plataet er kjend både som Kjerringa og Vestkapp, og er eit attraktivt reisemål. Stad er kjend både gjennom historia og gjennom vërmeldingane: vikingane drog skipa sine over halvøya for å unngå det stormfulle Stadhavet, og Meteorologisk Institutt har til ei kvar tid spesialvarsel om vërtilhøva utanfor.

Stad har ei landskapsform som er sjeldan i Noreg, med sokalla "klippekystr/næringskyst". Næringskyst er ein kyst som vert karakterisert av bratte klipper (næringar) som ender rett i havet. Stad har natur- og kulturlandskapstypar som er sjeldne og høgt prioriterte både nasjonalt og internasjonalt. Halvøya har fleire verna naturområde. Av slike kan nemnast våtmarksområde, terrengdekkande myr, kystlynghei, fuglefjell og vassdrag. Stad er det mest fuglerike område i Noreg om vinteren, og er difor eit høgt skatta område for ornitologar. På Stad finn vi også særskild verdfulle kulturlandskap, jfr. nasjonal registrering av slike. For desse områda er det inngått partnarskapsavtalar om framtidig skjøtsel.

Stad byr også på mykje interessant historie, både frå vikingtid, mellomalder og fram mot våre dagar. I Ervik var det eit hovdingsete, over Dragseidet drog dei båtane sine for å unngå det farefulle Stadhavet, og på Dragseidet heldt Olav Tryggvason kristningsting i år 997. Under siste verdskrig var det mange dramatiske hendingar på Stad. Stadhavet er rekna som "landets største kyrkjegard" som følgje av dei mange forlisa som har vore her.

Med si særmerkte plassering ut mot havet, er vandring på Stadhalvøya ei stor oppleving av landskap, natur, hav og lys. I bygdene Ervik og Hoddevik ytst på halvøya ligg nokre av dei mest populære surfestrendene i landet.

Av attraksjonar på Stad, kan nemnast:

- Ervik: kyrkje/minnekapell for forliset til hurtigruteskipet "Sanct Svithun", Hovden med krigshistorie
- Vestkapp/Kjerringa med formidabel utsikt/ vêrradar og forlishistorie
- Dragseidet: kristninga 997 - steinkrossen, Kongshaugen, speleplats for Dragseidspelet
- Hoddevik: kulturlandskap, surfing, sandstrand
- Indre Fure: klyngetun

Eit nytt reisemål på kysten vil vere Stad skipstunnel, den første i sitt slag i verda. Bygginga tek etter planen til om få år. Tunnelen vil knyte saman snøggbåtrutene på kysten mellom Bergen og Trondheim, også med heilårsruter. Dette vil kunne tilføre reiselivsbedriftene på kysten meir trafikk, særleg i skuldresesongane. Skipstunnelen vil såleis på fleire måtar vere eit viktig aktivum for Stiftinga.

3. MARKNAD

3.1. MÅLGRUPPER

Stiftinga vil i startfasen arbeide mot utvalde kundegrupper, og arbeidet knytt opp til produkttilpassing og –tilrettelegging vil vere tydeleg fokusert mot dei utvalde kundegruppene. Desse målgruppene må fungere for at ein skal få besøksvolum og økonomi til å nå dei neste kundegruppene. Stiftinga vil også arbeide mot dei andre målgruppene, men desse vil ikkje ha hovudprioritet i Stiftinga sin første virkefase.

Stiftinga sine målgrupper:

Kundegrupper
PRIORITET: Turistar: Rundreiseturistar, Tematuristar, Aktivitetsturistar
PRIORITET: Pilegrimar
Destinasjonsselskap, turoperatørar
Lokalbefolkning og lokale bedrifter
Kyrkjefamfunn
Offentlege institusjonar: Kommune, fylkeskommune, Riksantikvaren, OVF, universitet og høgskular

3.1.1. Turistar

Stiftinga si viktigaste målgruppe er turistar som er interesserte i natur og kultur, i å lære noko nytt, aktivitetar knytt til tema som historie, vandring, kulturlandskap, fiske, sjø og båtliv. Nokre turistar vil kome til Selje som del av ei rundreise, andre er opptekne av dei konkrete attraksjonane som er her, og atter andre ønskjer aktivitetar knytt til kystlandskapet. Stiftinga vil i eigen regi eller som initiativtakar til andre få laga ulike "pakkar", slik at kvar målgruppe kan ha eit tilbod som kan fungere utifrå dei behov kunden har og dei rammer som er tilgjengelege i Selje. Her vil ein

samarbeide med Reisemål Stryn & Nordfjord og lokale underleverandører og bidra til at det vert sett saman kommersielle salbare pakkar til dei nemnde målgruppene.

Nordfjord er eit kjent reisemål, og hadde i 2014 registrert 366 093 kommersielle gjestedøgn. Regionen har potensiale til å ta imot mange fleire besøkande.

3.1.2 Pilegrimar

I 2017 skal det etter planen leggjast fram ein plan om ei kystpilegrimslei mellom Rogaland og Nidaros. Det er bispedømmet og fylkeskommunane på kysten som står bak prosjektet. Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad ønskjer å vere det regionale kystpilegrimssenteret på denne leia, i samarbeid med Nasjonalt pilegrimssenter. Pilegrimar vil derfor vere Stiftinga si andre hovudmålgruppe. Dei vil ein også kunne nå ved kontakt med ulike kyrkjesamfunn, både Den norske kyrkja, den katolske kyrkja og den ortodokse kyrkja.

Pilegrimsleiene i Norge er merka turveggar, basert på tradisjonen om å dra på pilegrimsvandring. Leiene knyter saman ei rekkje spennande natur- og kulturminne med tilknytning til mellomalderen. Pilegrimsvandring i vår tid er ein arena for både ytre og indre reiser – i eit variert landskap.

I dag fins det 6 etablerte pilegrimsleier i Norge, som alle går over land:

1. Gudbrandsdalsleia: Oslo – Gjøvik/Hamar – Trondheim
2. St. Olavsleia: Selånger – Stiklestad – Trondheim
3. Østerdalsleia: Trysil/Rena – Rendalen – Tynset – Trondheim
4. Norleia: Gløshaugen – Stiklestad
5. Folløleia: Son – Ås – Gamlebyen
6. Rombøleia: Tydal – Selbu – Malvik – Trondheim

Fleire av desse leiene har regionale pilegrimssentra, som har som hovudoppgåve å stimulere til, og rettleie om pilegrimsvandring. Desse sentra skal bygge nettverk mellom aktørar som kommune, fylkeskommune, kyrkjer og lokalt kultur- og næringsliv. Sentra skal også tene som informasjonskjelde for kommunane i deira arbeid med å ivareta leia, og for næringsaktørar som er knytt til pilegrimsleia.

Den sjuande leia vil vere Kystpilegrimsleia, med Selja som eit naturleg val for eit kystpilegrimssenter. Frå før er alt Sunnivaleia etablert som ei kystpilegrimsrute mellom Bergen og Selja. Stiftinga vil vere base for drift og vidare utvikling av kystpilegrimsleia.



3.2. KOMMUNIKASJON OG BODSKAP

Siste åra har interessa for Selja auka, og klosterbåten har hatt ei positiv utvikling med auke i billettsalet frå 2013 (3800) til 2014 (4200). Ei av dei viktigaste oppgåvene for Stiftinga er å bidra til ein vidare og endå sterkare auke i besøkstali i Selje. Dette vil krevje god marknadsføring. Her vil Stiftinga få god hjelp av m.a. Reisemål Stryn & Nordfjord og NCE Tourism Fjord Norway (Norwegian Centre of Expertise innanfor turisme).

Det er lett for at ein ønskjer å kommunisere og fortelje om alt ein har av attraksjonar og aktivitetar på ein stad. Men då er faren stor for å «drukne», ikkje berre i konkurranse med andre tilbod og produkt, men også i eigen informasjon. Det er difor Stiftinga sitt mål å løfte fram to fyrtårn i regionen:

1. Øya Selja, klosterruinane og historia om Sankta Sunniva
2. Stadplatået og Stadhavet

Kommunikasjonspyramiden vil bli bygt opp i tråd med dette; fyrtårnstrategi og utvikling av tilhørende konsept. Her vil bruk av visuelle hjelpemiddel med understøttende tekst være viktig for å fremme ein spissa bodskap. Deretter skal ein arbeide med marknadsføring og sal av ferdige opplevingstilbod med framlegg til attraksjonar og aktivitetar, med underprodukt som vist i



pyramiden.

Stiftinga vil i samarbeid med NCE Tourism Fjord Norway utvikle «nye» konsept og bodskap for desse fyrtårna.

Stiftinga vil nytte etablerte kommunikasjonskanalar som Reisemål Stryn & Nordfjord, Fjord Norge/NCE, pilegrimsmiljø og Innovasjon Norge for informasjon, marknadsføring og sal av produkta.

3.3. PRODUKT

Stiftinga sine produkt og tenester skal vere baserte på kommersielt grunnlag. Ein ser likevel at oppgåvene i startfasen vil vere prega av å få på plass lokale infrastruktur- og fellesgodetenester. Stiftinga skal arbeide etter bærekraft-prinsippet, og dette inneber at lønsemd og verdiskaping er viktige prinsipp som Stiftinga vil følge.

I tabellen nedanfor synleggjer ein dei ulike kundesegmenta, kva behov desse har, kva produkt Stiftinga vil tilby og kva verdiløfte Stiftinga vil gje til kundane.

Segment	Behov	Produkt	Verdiløfte*
Turistar: Rundreiseturistar, Tematuristar, Aktivitetsuristar	<p>Oppleve kysten og havet og kva ein kan gjere her</p> <p>Vandremulegheiter</p> <p>Lære om Selja og Sankta Sunniva</p> <p>Sjå klosterruinane</p> <p>Tilrettelagt infrastruktur</p> <p>Vertskap</p>	<p>Enkeltprodukt og sett saman i pakkar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Båttransport til øya - Guide - historiefortelling - Leige av fiskebåt - Leige av fiskeutstyr - Sykkeltutleige - Godt merka vandreruter/-stiar - Overmattingsstader - Servering av kortreist mat 	<p>Unikt kulturlandskap og vær</p> <p>Store kontrastar tett på kroppen</p> <p>Ei unik historie i urørte omgjevnader</p>
Pilegrimar	<p>Besøke Selja, pilegrimsålet</p> <p>Lære historia om Sankta Sunniva</p> <p>Besøke ei opa kyrkje</p> <p>Tilrettelagt infrastruktur</p> <p>Vertskap</p> <p>Klosterakademi</p>	<p>Informasjon om logistikk og framlegg til reisepakkar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Billettkjøp - Overnatting - Servering - Gudsteneste/besøk i kyrkje til faste tider med prest tilstades <p>Elles som turistsegmentet</p>	<p>Ei ekte oppleving</p> <p>Eldste pilegrimsålet i Norge</p> <p>Særmerkt natur</p> <p>Sjøreise/kyst</p>
Destinasjonsselskap, turoperatørar	<p>Lokal tilretteleggjar</p> <p>Vertskap</p> <p>Nav-funksjon mellom underleverandørar</p>	<p>Temapakkar</p> <p>Vertskap</p> <p>Informasjon</p> <p>Bilete</p>	<p>Unike produkt i genuine omgjevnader</p> <p>Kvalitetssikring av produkt</p>
Lokalbefolkning og lokale bedrifter	<p>Tilrettelegging og besøk av øya</p> <p>Båttransport</p> <p>Vertskap</p> <p>Skilting og merking av turstiar</p>	<p>Syte for fungerande infrastruktur</p> <p>Bistå i produktsamansetjing frå lokale underleverandørar</p> <p>Marknadsføring og sal av produkt</p> <p>Vertskapsrolle</p> <p>Kursarrangør</p>	<p>Stimulere til næringsvekst</p> <p>Eit nav for gode idear</p> <p>Lokal forankring</p> <p>Kvalitetssikring av produkt</p> <p>Kompetanseheving</p> <p>Vere synleg i marknaden</p>
Kyrkjefamfunn	<p>Vertskap</p> <p>Arrangementskompetanse</p> <p>Åndeleg og musikalsk innhald</p>	<p>Fungerande infrastruktur</p> <p>Vertskapsrolle</p> <p>Teknisk arrangør av seminar, reisepakkar, transport</p>	<p>Kunnskap og kompetanse om området</p> <p>Eit nav av produkt og tenester</p> <p>Totalleverandør</p>
Offentlege institusjonar: Kommune, fylkeskommune, Riksantikvaren, OVF,	<p>Oppsynsmann på øya</p> <p>Eit nav for alle interessentar</p> <p>Vedlikehald av ruinar og kulturlandskap</p>	<p>«Vaktmeister-tenester»</p> <p>«Kompetansepool» – tenester til utleige</p> <ul style="list-style-type: none"> - Båttransport 	<p>Bevaring og formidling basert på lokal forankring og høg kvalitet</p>

Universitet og høyskular	Kompetansedeling	- Guide	
	Erfaringsutveksling	- Historieforteljing	
	Arrangementskompetanse	Teknisk arrangør	
	Klosterakademi		

*Verdiløfte: Tilleggsverdi som vi gir kunden utover reint fysiske behov



3.4. KJERNEAKTIVITETAR

Dei viktigaste oppgåvene for Stiftinga vil i oppstartfasen vere delt i 4 hovudbolkar:

1. Kommersiell drift og omsetnad av produkt og tenester
2. Utvikling av fellesgode/vertskapsrolla: Syte for at produkt og tenester fungerer, er føreseielege og tilgjengelege
3. Vere lokal pådrivar for samansetjing av produkt og tenester
4. Kvalitetssikring av produkt og tenester

Stiftinga si viktigaste oppgåve vil i startfasen vere å prioritere og bidra til at «opplagde» vertskapstenester er tilrettelagde, føreseielege og held den kvaliteten som ein ønskjer. Nokre av desse tenestene vil Stiftinga utføre i eigen regi, andre vil ein vere medhjelpar til og tilretteleggjar av. Døme på slike tenester er:

- Turistinformasjon
- Båt til klosterøya, billettsal, ruteinformasjon m.m.
- Meditative vandringar med t.d. tidebøner og songar
- Bidra til skilting og merking av turløyper
- Syte for at det er muleg å leige båt
- Guidetenester
- Informasjonssenter med utstillingar for besøkande, men også for lokale underleverandørar av produkt og tenester, destinasjonsapparat, turoperatørar og presse
- Bidra til pakking av produkt/tenester og kommersialisering av desse
- Syte for at alt som blir marknadsført gjennom Stiftinga har gjennomgått kvalitetskontroll og held den kvaliteten som ein må ha

Det har vore arbeid godt med nettverksbygging og utvikling av nye produkt i Selje gjennom fleire prosjekt, t.d. prosjektet "Selja og Stad". Dette verdifulle arbeidet skal Stiftinga byggje vidare på, med konkret målsetjing om å utvikle gode kommersielle produkt. Dette skal Stiftinga prioritere i fase II av drifta, etter at turist- og pilegrimsprodukta er på plass.

Ad 1. Kommersiell drift og omsetnad av produkt og tenester

I tillegg til å fokusere på informasjon og marknadsføring, blir kanalval og utforming av budskap som er med på å skape reiselyst, viktige arbeidsoppgåver for Stiftinga. Det skal nyttast mykje ressursar på å arbeide med marknadsføring og sal av produkta under stiftingsparaplyen. Reisemål Stryn & Nordfjord og NCE vil vere viktige samarbeidspartnarar for å lukkast med dette arbeidet.

Konkret betyr dette at Stiftinga, saman med utvalde samarbeidspartnarar, skal utforme konsept og pakkar, utforme budskapen, bistå med informasjon og ta i mot bookingar og avtalar. Det er naturleg at Stiftinga blir kontaktleddet til turoperatørar og andre i mellomleddet mellom underleverandør og kunde, og syter for eit godt vertskap til gjester, og for presse- og visningsturar. Stiftinga skal vere den lokale aktive seljaren som har direkte kontakt med kunden, kan gje informasjon, sy saman produkt og avslutte handelen på vegner av underleverandørar. Det vil bli lagt stor vekt på å utvikle produkt og tenester som er tilgjengelege, føreseielege og bookbare. Stiftinga vil vere medlem av reisegarantifondet.



Ad 2. Utvikling av fellesgode/vertskapsrolla: Syte for at produkt og tenester fungerer, er føreseielege og tilgjengelege

Konkret betyr dette til dømes at ein har gode, merka stiar, med rett informasjon om stien, benkar å sitje på, parkering for bilar og skilt for oppstart av stien. Infrastrukturen er ein del av fellesgodesatsinga som Stiftinga vil bidra til å få gjennomført.

I tillegg er det ein del av vertskapsrolla å fortelje historia vår, historia om Sanka Sunniva. I den samanhengen kan ein t.d. innreie eit av romma i huset til Sunnivarommet, der all tilgjengeleg informasjon er formidla på ein måte som gjer det interessant for dei som har lyst å lære meir om helgenen Sankta Sunniva.

Sunnivahuset kan også fungere som eit økumenisk senter der fleire trussamfunn kan få presentere seg.

Ad 3. Vere lokal pådrivar for pakking og samansetjing av produkt og tenester

I regionen er det mange små leverandørar av reiselivsprodukt som har eit altfor svakt marknadsgrunnlag, og for lita omsetning til å få til vekst og utvikling. Dette blir derfor eit av 4 kjerneoppgåver for Stiftinga. Stiftinga skal invitere til dialog og møte med potensielle underleverandørar slik at ein bidreg til å fremje lokale, gode produkt. Samtidig vil Stiftinga setje krav til ein minimumsstandard for kvalitet, innhald og tilgjenge.

For underleverandørane vil Stiftinga vere ein kanal for marknadsinformasjon og kontakt til kjøpar.

Ad 4. Kvalitetssikring av produkt og tenester

Stiftinga vil ha bærekraftsprinsippa i botn for utvikling og sal av produkta. I dette ligg viktige element og føringar:



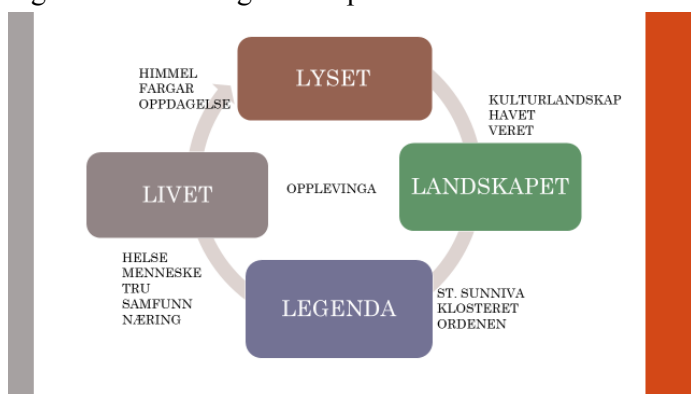
Ein føresetnad for å lukkast med dette blir å få til ei god kunnskapsoverføring om kva som må til for å tilby reiselivsprodukt og opplevingar som har den standarden vi til ei kvar tid ønskjer å tilby alle reisande til Selje. Stiftinga vil derfor halde fleire kurs, både i produkt- og opplevingsproduksjon, i vertskapsrolla og i kommunikasjon om og til gjestene.

Destinasjonselskapet arrangerer også slike kurs, som ofte er ein fin måte å bygge nettverk med andre i regionen.

3.4.1 Produktutvikling

Berebjelkane i Stiftinga, dei fire L'ane, vil vere inspirasjonskjelde og danne bakteppe for all produktutvikling initiert av Stiftinga. Den største kritiske suksessfaktoren, i tillegg til å gjere dei største fyrtårna i Selje endå meir salbare, synlege og attraktive, er å skape gode heilårsprodukt. Stiftinga vil difor tidleg starte opp med å utvikle Klosterakademiet, som saman med utvalde aktørar skal halde kurs og seminar med tema som naturleg høyrer til Stiftinga sitt arbeidsområde. Stiftinga si rolle blir å ta initiativ, vere teknisk arrangør og hente inn kompetanse og fagleg ansvarlege på kurs/seminar som allereie er i Stiftinga sitt kontaktnett.

Fig. Produktutvikling basert på dei 4 L'ane:



Produkta skal utviklast i tett samarbeid med aktørar på kundesida og leverandørsida slik at dei er kommersielt salbare i lanseringsaugeblinken.

På arbeidsseminaret som vart arrangert i februar 2015 kom det fram mange gode idear til både produkt- og organisasjonsutvikling, saman med ei sterk tilråding om å avgrense omfang og breidde i oppstartsfasen. Dette har arbeidsgruppa teke omsyn til. Diforfor har ein valt å vere tydelege og strukturerte med konkrete prioriteringar på kva det er viktig å bruke ressursar på i starten.

Andre idear som kom fram på arbeidsmøtet i februar er noterte i vedlegget til dette prospektet. Desse vil bli brukte som ein «idebank» for vidare arbeid og utvikling av Stiftinga og produkta i Stiftinga sitt nedslagsfelt.

3.4.2. Nøkkelfressursar

Selje kommune har vedteke å overdra det gamle kommunehuset til Stiftinga vederlagsfritt. Dette vil sikre Stiftinga ein stad å vere, samtidig som huset har storleik nok til å romme administrasjon og drift av viktige funksjonar for eit framtidig kystpilegrimssenter. Stiftinga vil nytte huset som ein veksthage/basecamp/campus/oase for næringsutvikling i tråd med Stiftinga sitt føremål. Huset er såleis eit verktoy for å samle ressursar til å utvikle gode produkt i regionen.

Stiftinga skal vere eit nav og eit knutepunkt for næringsutvikling, marknadsføring og vertskapsfunksjonar for Stadhalvøya og regionen ikring. Eit konkret resultat av det er at ein må ha ei liste over tilgjengelege fagpersonar med ulike kompetansar som ein kan trekkje inn i marknadsføring, utvikling og gjennomføring av aktivitetar. Stiftinga må sjølve ha personressursar som kan halde nettverket gåande, ha oversikt over alle underleverandørar og ivareta vertskapsrolla utanom høgsesong.

3.5. SAMARBEIDSPARTNARAR

Stiftinga har ei ideell målsetjing om å fungere som ein paraply for verdiskaping og næringsvekst i Selje, på Stadhalvøya og i regionen. For å få til det er Stiftinga avhengig av eit tett og godt samarbeid med aktørar som enten direkte eller indirekte har konkrete interesser i utvikling av Selja og/eller kulturlandskapet.

Døme på slike organisasjonar er:

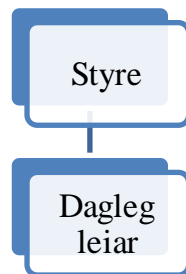
- Nasjonalt pilegrimssenter, Nidaros
- Europeiske pilegrimsnettverk
- Bispedøma Bjørgvin og Møre
- Opplysningsvesenets fond
- Miljøverndepartementet
- Riksantikvaren
- Sogn og Fjordane fylkeskommune
- Selje kommune
- Universitet i Bergen
- Høgskulen i Sogn og Fjordane
- Høgskulen i Møre og Romsdal
- Fou-miljø
- NIKU
- NCE Tourism, Fjord Norway
- Reisemål Stryn & Nordfjord
- Båtselskap, t.d. Norled
- Lokale bedrifter

Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad skal vere partner i NCE Tourism, Fjord Norway. Det vil bli lagt stor vekt på å etablere eit nettverk mellom aktørane i pilegrimsleiene og Nasjonalt pilegrimssenter i startfasen. Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad vil bidra til at aktørane i Kystpilegrimsleia får fram sine produkt i kommersielle salbare pakkar. Arbeidet med å leggje til rette for aktørane i leia vil vere ein viktig aktivitet for Stiftinga. «Eit fora for samarbeid» er heilt i tråd med nav-tanken som er ei av drivkreftene i Stiftinga.

Frå både den katolske og den ortodokse kyrkja er det stor interesse for å etablere eit "moderne" kloster på Selja. Det er liten tvil om at etablering av nye kloster i seg sjølv vil vere attraksjonar, både for besøkande og turistar som har lita eller inga erfaring eller kunnskap om klosterlivet, og for pilegrimar. Difor ønskjer Stiftinga å støtte opp om slike initiativ.



4. ORGANISERING



Styret er Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad sitt øvste organ, jfr. Lov om stiftingar § 30. Vi har valt å ha eit ekstra organ, årsmøte, som er tillagt formelle funksjonar.

Styret består av inntil 9 medlemmer, og vil vere samansett av ressurspersonar frå potensielle samarbeidspartnarar og andre sentrale institusjonar. I tillegg vil styret kunne ha med observatørar frå organ som ikkje har høve til å stille med styrerepresentasjon.

I oppstartfasen har ein tenkt ei full stilling som dagleg leiar/prosjektleiar. Ein vil tilsette personar etter behov, og i tråd med vekst og utvikling i Stiftinga. I tillegg vil det vere sesongstillingar ved Stiftinga, som t.d. i turistinformasjon og eventuelt i høve guiding.

STYRET

Liv Stave (leiar)	Fylkespolitikar
Gerd Kjellaug Berge (nestleiar)	Tidl. direktør Selje Hotel
Dag Jarle Aksnes	Direktør NCE Tourism
Helene Maristuen	Høgskulen i Sogn og Fjordane
Jorunn Sem Fure	Direktør Telemark Museum
Jon Frogner	Partnar og tekstforfattar i merkevare- og kommunikasjonsbyrået Maskinen
Sveinung Rotevatn	Stortingsrepresentant
Jenny Følling	Fylkespolitikar
Geir Kvisten	Representant for Selje kommune, økonomisjef

Vara til styret:

Torkjell Djupedal

Beate Vik Hauge,

Synnøve Aabrekk

Leiar «Vennar av Selja kloster, leiar Selja Forlag

Marknadssjef Reismål Stryn & Nordfjord

Seniorkonsulent NCE Tourism

Stiftinga Sankta Sunniva, Selja og Stad – organisasjonsnummer: 915 836 542.

VEDLEGG

Her er opplista dei ideane som kom fram på arbeidsseminaret og som ein ikkje har ressursar til å arbeide vidare med i oppstartsfasen, men som ein vil kunne nytte som idebank for vidare produkt- og forretningsutvikling.

Ein har forsøkt å gruppere ideane etter form og innhald, knytt opp til dei verdiane som Stiftinga vil bygge vidare på; Lyset, Livet, Legenda og Landskapet. Utkast til nye produktpakkar:



Lyset:

- Opplevingspakke til øya om kvelden for å oppleve lyset. Historieforteljing og musikk. Gudsteneste. Servering av t.d. munkebrød og kortreist drikke.
- Raste- og utkikks plass på Mannseidet for oppleving av Lyset på Selja



Legenda:

- Utvikle og produsere «pilegrimsstavar» som suvenir og praktisk «reisefølgje»



Livet:

- Klosterakademi – kurs i fleire handverksfag, musikk/song, litteratur, botanikk, foto osv. Utarbeiding av urtehage i Prestegarden? Her er det berre fantasien som set grenser Livsmeistring, trening, helse og velvære, Yoga
- Utvikle gode kortreiste matprodukt, t.d. ved bruk av kystgeita og lokalt veksande urter m.m. 7sebastian



Landskapet og infrastruktur:

- Utvikle «reisekort» for pilgrimsleia i samarbeid med transportørane
- «Tett på» Stadhavet i storm og med dei mektige naturkreftene. Turar til trygge stader der ein får eit godt utsyn samtidig som ein kan kjenne saltvass-sprut på kroppen.
- Organisere transport, hopp på/hopp av med t.d. drosjenæringa – etablering av transportpass
- Utvikle tettare samarbeid med Hurtigruta
- Service og sanitærforhold for båtgjester
- Utvikle klosterruinane til ein konsertarena