

HEMNESBERGET HVORFOR OG HVORDAN BYGGE EN DESTINASJON



Foto: Marit Valla



Hemnes kommune
Skaper glede mellom smul sjø og evig snø

FORMÅL

Formålet med denne studien er å vise hvorfor det er samfunnsmessig strategisk lurt å satse på utvikling av reiselivet i Hemnes i årene framover, og hvorfor Hemnesberget er egnet for en slik satsing.

For å belyse dette har Hemnes kommune siden høsten 2024 hentet inn kunnskap fra flere hold, samt gjennomført intervjuer og mulighetsanalyser i samarbeid med flere lokale aktører. Resultatene presenteres på de følgende sidene, med linker til utfyllende informasjon.

Det er ikke vanskelig å finne gode argumenter for HVORFOR reiselivsutvikling kan være bra for et sted, og heller ikke hvorfor tiden er moden på Helgeland nå.

HVOR og HVORDAN det skal satses krever et godt samspill med lokalsamfunnet og regionale aktører, samt god innsikt, målretta styring og prioriteringer fra kommunens administrasjon og politikere. Gjennom å belyse mange forskjellige tema, er studien ment som et bidrag til å ta gode kvalifiserte valg.

Studien er finansiert av midler fra Omstillingsprosjektet i Hemnes. Prosjektleder og grafisk ansvarlig har vært kommunens bygdeutvikler og kultur- og samfunnsutvikler.

Korgen, april 2025

Marit Valla
Trine Lise Bang Mulstad



INNHOOLD

	Sammendrag	s. 5
1	Hvorfor satse på reiseliv på Helgeland akkurat nå?	s. 6
2	Hemnesbergets DNA - et historisk perspektiv	s. 7
3	Reiselivspotensialet på Hemnesberget – sett fra «Visit Helgeland»	s. 8
4	Regionale og nasjonale føringer for reisemålsutvikling	s. 10
5	Kommunens rolle i reisemålsutvikling	s. 14
6	Kulturarven som attraksjon	s. 16
7	Lokalsamfunnet - ildsjeler, lag og foreninger som ressurs	s. 18
8	Ukrainere og andre innvandrergupper som ressurs	s. 21
9	Reiselivsinfrastruktur som kilde til bolyst – hele livet	s. 22
10	Hemnesbergets potensial og verdi sett fra eksisterende reiselivsaktører i området	s. 24
11	Utviklingssamarbeid med nye næringsaktører	s. 25
12	Et utvalg museale mulighetsrom	s. 28
13	Arkitektoniske mulighetsrom for hotell i sentrum av Hemnesberget	s. 36
14	Hvorfor og Hvordan	s. 50



SAMMENDRAG



[Hemnesbenken](#)



[Lapphella Kulturarena](#)

Hemnesberget som reiselivsdestinasjon – Hvorfor og hvordan

Hemnesberget har en rik historie som religiøst, økonomisk og sosialt knutepunkt på Helgeland gjennom over 750 år. Med sitt sjarmerende landsbypreg, vakker beliggenhet mellom fjord og fjell, og levende frivillighetskultur, utgjør stedet et unikt utgangspunkt for reiselivsutvikling. Samtidig står Hemnes, som mange distriktskommuner, overfor utfordringer med fraflytting, rekruttering og behov for nye arbeidsplasser. Reiselivet – som nå er en nasjonal eksportsatsing – representerer både en mulighet for lokal verdiskaping og en vei til å skape attraktive bomiljø.

Timing for en slik satsing er ideell. Med åpningen av ny storflyplass i Mo i Rana i 2027 og sterk etterspørsel etter autentiske reisemål i Nord-Norge, er det et reelt vekstpotensial. Hemnesberget har et godt utgangspunkt: vakker natur, rik kulturarv, kort avstand til hovedfartsårer, og et kompakt og trivelig sentrum. Likevel mangler stedet viktige elementer for å bli et komplett reisemål, særlig innen overnatting, servering og organiserte opplevelser.

Utviklingen bør ta utgangspunkt i stedets kvaliteter og engasjerte innbyggere. Visit Helgeland anbefaler etablering av et hotell med 25–30 rom og restaurant, som grunnlag for helårsdrift og mer liv i sentrum. I tillegg bør det satses på kulturopplevelser, som båtmuseum, historiske vandringer og krigsminner – kombinert med naturnære aktiviteter som kajakk, fiske, turløyper og guidede turer. Eksisterende tiltak som Lapphella Kulturarena, Samvirkelagsbakken og restaureringen av fiskeskøyta Remi Ketil viser allerede hva som er mulig. Frivillige lag og foreninger spiller en sentral rolle og har bygget marinaer, møteplasser, festivaler og andre kulturtilbud – og innvandregrupper har vist både gründervilje og innsatsvilje for å bidra i reiselivsarbeid.

Kommunens rolle er avgjørende. Gjennom planverk, investeringer i infrastruktur, støtte til frivillige og tilrettelegging for samarbeid med kompetansemiljø og næringsliv, kan kommunen legge grunnlaget for videre vekst. Det anbefales å utvikle en egen lokal plan for reisemålsutvikling og besøksforvaltning på Hemnesberget, bygget på den regionale masterplanen for Nord-Helgeland. Her er allerede organisering av reisemålsledelse og merkeordning for bærekraft i gang.

Med samordnet innsats og tydelig retning kan Hemnesberget utvikles til et attraktivt og bærekraftig reisemål – som også styrker lokalsamfunnets identitet, trivsel og framtidsutsikter.

Skaper glede mellom smul sjø og evig snø

HVORFOR SATSE PÅ REISELIV PÅ HELGELAND AKKURAT NÅ?

Reiselivet på Helgeland omsatte i 2023 for 2,9 milliarder kroner, og bidro til 1,1 milliarder kroner i direkte verdiskapning. Rundt 2 350 personer var direkte sysselsatt i næringen. I tillegg til dette skapte ringvirkninger fra næringen 770 millioner kroner i indirekte verdiskapning, og 607 indirekte sysselsatte. Potensialet er enda større!

Menon Economics sin mulighetsstudie av Helgelandregionen frem mot 2035 peker på et enormt potensial for vekst innen reiselivet i regionen, med muligheter for firedobling av omsetning og tredobling i sysselsetting fra reiseliv innen 2035, sammenlignet med tall fra 2019. Les studien [her](#).

Reiselivsnæringen er en arbeidsintensiv næring med behov for både faglært og ufaglært arbeidskraft. I dette ligger det både en mulighet for å skape mange arbeidsplasser, og et behov for å tiltrekke seg arbeidstakere.

Samtidig som reiselivsnæringen vil ha et behov for arbeidstakere, er den også en viktig nøkkelnæring til å skape attraktive lokalsamfunn. Gjennom gode aktivitetstilbud, kaféer og spisesteder, skaper reiselivsnæringen møteplasser og en kveldsøkonomi som er viktig for tilhørighet og inkludering, lokal stolthet, bo- og blilyst. Tilgang til slike tilbud er viktig når unge ser etter steder å flytte til og slå seg ned, og på den måten er reiselivsnæringen en viktig del av hele regionens attraksjonskraft når vi skal rekruttere nye innbyggere og arbeidstakere i alle næringer.

I mulighetsstudien av Helgeland, peker Menon Economics på fire områder som må utvikles for å utløse potensialet som beskrives over:

- Hele regionen må tas i bruk
- Det må utvikles tydelige og godt sammensatte opplevelsespakker
- Overnattingskapasiteten må økes markant
- Det må bli langt enklere å flytte seg rundt i regionen

Regionen er godt tilgjengelig med E6, jernbane, hurtigbåter, Hurtigruten, Havila og fire flyplasser. Vi har store flyplasser nord og sør for regionen; Bodø og Trondheim, og med den kommende storflyplassen i Mo i Rana i 2027 forventes det flere direkteruter inn til regionen som vil gi reiselivet et betydelig løft.

En forutsetning for å få attraktive direkteruter inn til den kommende storflyplassen, er et utvidet tilbud til reisende, både innen overnatting, opplevelser og servering. Dette øker kapasiteten og gir større variasjon i opplevelsene for ulike typer gjester. Det betyr flere ulike overnattingstyper, alt fra store bynære hoteller til fine sjøhusanlegg i rolige omgivelser, og hytter og «basecamps» som tjener som aktivitetsbaser. Innen opplevelsestilbud betyr det guidede turer, utstyrsutleie, museer, lokalt håndverk og mye mer.

**Reiselivet er
en viktig nøkkelnæring
til å skape attraktive
lokalsamfunn.**

Levende lokalsamfunn med lokal kultur og lavt besøkstrykk styrker områdets attraksjonskraft. Derfor er det viktig å utvikle tilbud i hele regionen, slik at vi kan spre turisttrykket og by på en variasjon av opplevelser gjennom Helgelands varierte landskap og natur. På den måten øker vi også tiden turistene bruker i regionen, som igjen forsterker de gode økonomiske ringvirkningene.

«Reiselivets tryllestøv», som drysser trivsel over hele lokalsamfunnet og skaper gode heimplasser samtidig som det skaper gode reisemål, kan være ett av svarene på å møte de utfordringene Helgeland og Hemnes står overfor i årene framover. Men da må vi utnytte mulighetsrommet nå, og ikke henge etter, og det krever målretta innsats fra mange hold!

2 HEMNESBERGETS DNA - ET HISTORISK PERSPEKTIV

Av Svein Hammer

Hemnesbergets historie utfolder seg på et nes, ytterst på den store Hemneshalvøya i Ranfjorden. Tettstedet er i dag et endepunkt på Fylkesvei 808, tolv kilometer fra E6, men dets kulturelle identitet er formet av 750 år som religiøst, økonomisk og sosialt midtpunkt på Helgeland.

Det antas at første kirkebygning ble satt opp her på 1200-tallet. Gjennom flere århundrer forble det den eneste kirken i Ranaregionen. Til Hemnesberget måtte de alle, befolkningen i et vidstrakt distrikt. På kirkebakken møtte de hverandre. Varebytte og markeder vokste sannsynligvis fram tidlig. Slik ble stedet ikke bare et religiøst, men også sosialt og økonomisk møtepunkt.

Langs sjøkanten grodde det fram en rekke naust, brygger og kirkebuer, så mange at sogneprest Iver A. Heltzen tidlig på 1800-tallet beskriver en folketom by, som i faser fylles med yrende liv. Dette må ha skapt et mentalt bilde av Hemnesberget som et spesielt sted. En forestilling som sannsynligvis ble med på lasset, da folk i økende grad flyttet til stedet. Steg for steg ble det åpnet for både handelsvirksomhet og småbedrifter. Et handelssted i vekst innebar mange besøkende utenfra, noe som stimulerte til tidlig etablering av en rekke hoteller, gjestehus og spisesteder. Stedets kultur ble slik formet av vedvarende samspill med omgivelsene.

Andre framvoksende småbyer ble ofte preget av én stor næringsaktør som dro arbeidsfolk til seg. Hemnesberget vokste snarere nedenfra. Folk flyttet inn, etablerte småskala næringsvirksomhet, som ga grunnlag for mer tilflytning. Fra rundt 1865 og framover skjedde utviklingen lynraskt. I løpet av fem tiår ble befolkningen tolvdoblet.

Hemnesberget fikk aldri bystatus, men stedet ble underlagt en byplan alt i 1875, med rette, brede gater og kvartalsvis bygningsstruktur. Dette er fortsatt godt synlig i sentrum, og viser at stedet ble tenkt som by.

Både handelshusene og en del bedrifter ble etter hvert større, men ingen vant en dominerende posisjon. Isteden etablerte det seg en samhandlingskultur, der småprodusenter av trevarer, båter og variert tilbehør spesialiserte seg på hver sine ting, og samarbeidet om større prosjekter. Dette bidro til framveksten av en sterk dugnadskultur, der det ble lagt stor vekt på at det som ble produsert skulle være av ypperste kvalitet. Hemnes var viden kjent som båtbyggingens senter, med usedvanlig dyktige håndverkere.

Tiden fram til rundt 1920 ble Hemnesbergets gylne øyeblikk i Norgeshistorien. En fase der stedet lå helt i front av den omforming som traff hele det norske samfunnet, overgangen fra det tradisjonelle bondesamfunnet til et mer dynamisk, flerfoldig, moderne samfunn.

Så kom storbrannen i 1923, og deretter krigshandlingene og krigsbrannen i 1940. To ganger på kort tid brant store deler av stedet ned til grunnen. En unik hendelse i norsk historie, som styrket samarbeidsånden. Folk måtte bo tett i tett i de gjenstående husene, samtidig som de raskest mulig måtte få opp nye boliger, forretninger og fabrikker. Disse årene satte sterke spor i stedets kultur.

I tiårene etter andre verdenskrig endret deler av næringslivet seg. Tre- og båtproduksjonen ble mer konsentrert i en håndfull fabrikker. Dette ble industriens storhetstid, der Hemnesberget i en fase ble den dominerende leverandøren av fritidsbåter til hele Norge, og til en rekke andre land.

Parallelt med dette vokste Hemnes som kultursted, med musikkmiljø, festivaler og markeder som ga stedet et ry utover hele Helgeland. Dugnadskulturen var viktig også her, et sosialt rom der folk møttes og samspilte på tvers av strukturelle skillelinjer. På det viset levde kulturlivet og næringslivet seg sammen til en særpreget helhet, som har gitt stedet en vedvarende livskraft.



3 REISELIVSPOTENSIALET PÅ HEMNESBERGET – SETT FRA «VISIT HELGELAND»

Se vedlegg for [fullstendig redegjørelse fra Visit Helgeland](#).

Hemnesberget har noen styrker som gjør at tettstedet er i veldig god posisjon til å nyte godt av de trendene som påvirker oss, den nye tilgjengeligheten vi får ved ny flyplass, og den jobben som gjøres for å markedsføre og å selge regionen både nasjonalt og internasjonalt.

Visit Helgeland har identifisert fire solide suksessfaktorer for at Hemnesberget kan bli et attraktivt reisemål, med kvaliteter som vil trekke gjester til Helgeland – en «reason to go»:

- 1) Vakker beliggenhet nær variert natur
- 2) Sentral beliggenhet på Helgeland, nært viktige samferdselspunkter og andre attraksjoner
- 3) Levende og spennende lokalsamfunn med rik kulturhistorie
- 4) Kompakt og hyggelig sentrum med gode forutsetninger for å bli et universelt utformet reisemål

Gode forutsetninger alene er ikke nok. For å bli et komplett reisemål må stedet ha et godt overnattingstilbud, ett eller helst flere gode spisesteder med forskjellig tilbud, og gode aktivitetstilbud.

Den viktigste nøkkelen vil være et attraktivt overnattingstilbud. Visit Helgelands vurdering er at det må være minst 25-30 rom for å sikre en rasjonell og lønnsom drift hele året. Overnattingsstedet bør også ha god restaurant med lokal mat, som etterspørres av lønnsomme målgrupper. Det eksisterende serveringstilbudet i Hemnes vil også kunne styrkes betydelig ved å få et overnattingstilbud med et godt antall senger.

Det er også viktig å utvikle et tilbud for de natur- og kulturinteresserte gjestene. Kulturopplevelser er mindre sesongavhengig enn naturopplevelser og viktige om Hemnesberget skal bli et helårlig reisemål. Den fine småhusbebyggelsen i sentrum og Lapphella er et veldig flott bakteppe for tilbud som guidede og selvguidede turer med vekt på stedets båthistorie og krigshistorie. Hemnesberget har allerede et aktivt kulturliv og det diskuteres å etablere et båtmuseum. Vi mener at dette kunne blitt en veldig

viktig hjørnestein i en videre satsing på kultur, som vil gi kompetanse og ressurser til også å utvikle andre aktiviteter.

Det bør også legges til rette for de gode mulighetene stedet har for både organiserte og uorganiserte friluftaktiviteter, i samarbeid med stedets lag og foreninger. Det kan f.eks. være å etablere en aktivtetsbrygge som utgangspunkt for kajakkutleie, dykketilbud og guidede turer. Det kan etableres tilrette lagte fiskeplasser og tilrettelegges for parkering ved startpunkt for merkete fot- eller sykkelturner. Amfiet i sentrum kan f.eks. brukes til etteraktivitetarrangementer, som minikonsserter med servering.

Hemnes kommune har vært fremsynte og utforsket mulighetene som ligger i å utvikle et inkluderende reiseliv gjennom prosjektet [RRI Arctic](#). De erfaringene og den kompetansen som er etablert i prosjektet bør tas videre som forutsetning for utvikling av Hemnesberget som reisemål. Visit Helgeland har god kompetanse på opplevelsesdesign, og kan bidra inn i prosesser sammen med kommunen og lokale lag og foreninger for å diskutere utviklingsmulighetene.

Med en styrt reisemålsutvikling og villet satsing med nødvendige prioriteringer, kan Hemnesberget bidra til å sikre aktivitet i kommunen. Både økonomisk og sosialt. Mye ligger allerede til rette, men for å ta ut det potensialet Hemnesberget har, må det til en langsiktig strategisk satsing på steds- og reisemålsutvikling. Kommunen bør definere noen klare mål for satsingen, og følge opp med tydelige prioriteringer, tilpasset planverk og tiltak som involverer innbyggerne og lokalt næringsliv, og som har potensiale for å tiltrekke seg investorer. Det bør legges en lokal plan for reisemålsutvikling og besøksforvaltning på Hemnesberget, basert på forutsetningene som allerede er lagt i masterplan for reiseliv på Nord-Helgeland.

Markedsapparatet er der gjennom Visit Norway, NordNorsk Reiseliv og Visit Helgeland. Det etableres nå et salgsapparat, både med bookingsystem og arbeid mot turoperatører og salgssledd.

Det foreligger en [masterplan](#) som man kan bygge på lokalt, og Visit Helgeland kan bidra faglig med utvikling av et profesjonelt tilbud og mottaksapparat.

Internasjonale trender er så sterke, og etterspørselen etter Nord-Norge så stor, at vi vil få økt trafikk om vi satser på turisme eller ikke. Vi kaller det et luksusproblem. Potensialet for lønnsom vekst for reiselivsbedriftene og på lokalbefolkningens premisser, tas best ut om vi styrer turisttrafikken mot konsentrerte satsinger.

Hemnesberget

Styrker	Svakheter
• Unik beliggenhet med naturskjønnhet, fotogene omgivelser og varierte aktivitetsmuligheter. • Autentisk og levende lokalsamfunn med aktivt kulturliv og sterk dugnadsånd. • Sjarmerende trehusbebyggelse og historiske bryggeområder. • Skjermet plassering gir stabile og trygge forhold for havbaserte opplevelser. • Gode transportforbindelser med kort avstand til flyplass, jernbane, E6 og Helgelandskysten. • Nærhet til omkringliggende naturattraksjoner og komplementerende reiselivstilbud. • Rik kulturarv og aktivt båtbyggerhistorisk miljø og pågående båtmuseum-prosjekt. • Kompakt sentrum og god gjestehavn med bobilparkering	• Ingen kommersielle overnattingstilbud • Dagens serveringstilbud er ikke tilpasset målgruppene i regionens reiselivsstrategier • Ingen tilgjengelige organiserte opplevelsestilbud. • Få personer med faglig reiselivskompetanse på stedet • Natur- og friluftsområder er per i dag lite tilrettelagt. • Skjemmende industribygg langs sjøen • Beliggenhet utenfor hovedfartsårene gir lav andel spontanturister. • Lav tilstrømning av yrkesreisende med behov for overnatting.
Trusler	Muligheter
• Manglende investeringsvilje i overnattingstilbud av tilstrekkelig størrelse og attraksjon. • Rekrutteringsutfordringer. • Begrenset mulighet for tilrettelegging for organisert aktivitet i friluftsområder på privat eiendom. • Risiko for store naturinngrep fra annen industri som svekker områdets attraksjonsverdi.	• Utvikle attraktive overnattings- og serveringstilbud samt helhetlige opplevelseskonsepter. • Utvikle inkluderende opplevelsestilbud. • Øke stedets attraktivitet gjennom strategisk fornyelse og utvikling av bygningsmasse. • Fremme bo- og blilyst gjennom målrettet utvikling av nye tilbud. • Samarbeid mellom kommune, privat næringsliv, frivillige lag og foreninger og andre ressursmiljøer for ny og økt verdiskaping. • Økt reiselivskompetanse gjennom opplæring og erfaring. • Bidrag til lokal vekst og nye arbeidsplasser gjennom bærekraftig reiselivsutvikling.

4 REGIONALE OG NASJONALE FØRINGER FOR REISEMÅLSUTVIKLING

Reiselivs- og opplevelsesnæringen er en viktig næring for Nordland. Nordland fylkeskommune har over lengre tid satset på reiselivet for å sikre at det både har gode rammevilkår og at det er godt forankret lokalt. Fylkeskommunen har en ambisjon om å bidra til å bygge en bærekraftig næring med konkurransekraft og evne til å bidra aktivt i utviklingen av attraktive og inkluderende samfunn.

Fylkestinget i Nordland vedtok i april 2023 «[Strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland 2023 – 2027](#)». Dette er en næringsstrategi med et gjennomgående og tydelig samfunns-perspektiv. Visjonen er den samme som fylkeskommunens overgripende visjon, som sier at Nordland fylkeskommune skal bygge attraktive og inkluderende samfunn i Nordland.

Strategien introduserer et regenerativt perspektiv på reiselivs- og samfunnsutvikling. Med regenerativt menes et reiseliv som har som ambisjon å bidra til fornyelse av ressursene og å skape positiv merverdi for lokalsamfunn, klima og miljø. Det settes fokus på hvordan de besøkende kan bidra til å forlate et reisemål i bedre stand enn da de kom. Dette omfatter å støtte opp rundt lokal verdiskaping, samt å ta vare på lokal kultur og naturressurser.

Det overordnede målet for strategien er at «Nordland skal være en reiselivsregion med godt forvaltede reisemål som gir en positiv merverdi for natur, kultur og lokalsamfunn. Reiselivet skal utvikle seg til å bli robust og konkurransedyktig. Dette skal bidra til grønn omstilling, attraktive lokalsamfunn og fornøyde innbyggere».

Innsatsområdene det skal jobbes med i årene fremover er:

- Samferdsel og smart mobilitet
- Besøksforvaltning og reisemålsledelse
- Arbeidskraft og kompetanse
- Kulturturisme og sesongutvikling

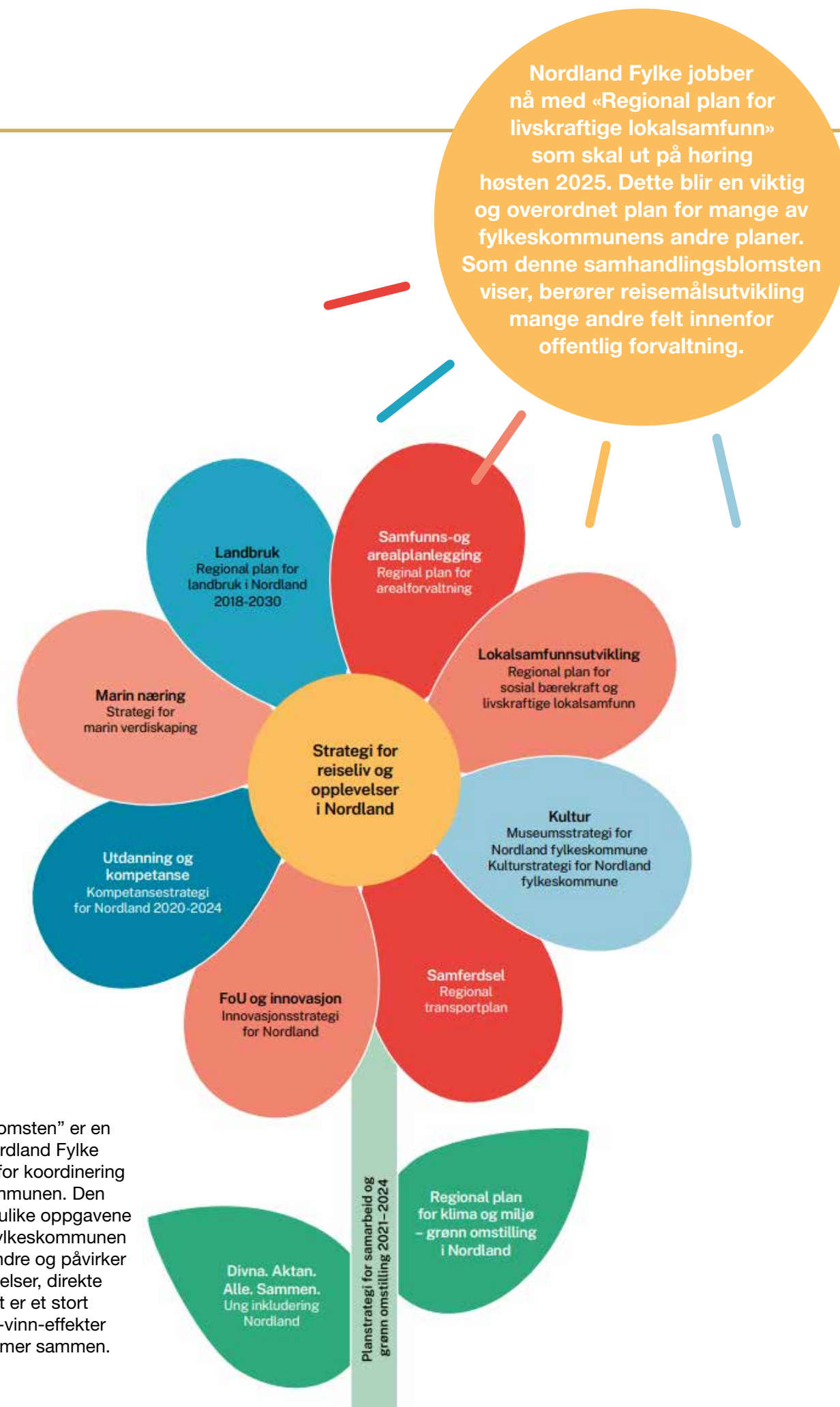
Nordland fylkeskommune vil ikke alene kunne oppnå målene som er satt i strategien, men må samarbeide med mange aktører i og utenfor fylket, bl.a. kommunene.

Nordland Fylke har også svært mange andre planer som berører reiseliv og stedsutvikling, bl.a.

- Museumsstrategien «[Kem vi el!](#)» (fra 2023), hvor ett av de strategiske målene er at «Nordland fylkeskommune skal arbeide for at museene bidrar til regional samfunnsutvikling»:
- Kulturstrategi for Nordland fylkeskommune 2023 – 2027: «[Nye forgreininger](#)», hvor det overordnede målet er at «Nordland skal være et mangfoldig og inkluderende samfunn der skaperkraft, kreativitet og kunst har en sterk egenverdi og bidrar til nye perspektiver, lokal bærekraft, tilhørighet og livskvalitet.»

«Nordland skal være en reiselivsregion med godt forvaltede reisemål som gir en positiv merverdi for natur, kultur og lokalsamfunn. Reiselivet skal utvikle seg til å bli robust og konkurransedyktig. Dette skal bidra til grønn omstilling, attraktive lokalsamfunn og fornøyde innbyggere».

Det er utarbeidet en fersk destinasjonsanalyse for Nordland fra Menon Economics, les analysen [her](#).



I november 2024 ble reiseliv utpekt av regjeringa som den femte nasjonale eksportsatsingen, etter råd fra Nasjonalt eksportråd. Tidligere er fire nasjonale eksportsatsinger igangsatt på næringene havvind, maritim eksport, helse og vareproduksjon og design. Innovasjon Norge er ansvarlig for gjennomføringen av satsningene, og vil få tilført midler til økt satsing på reiseliv de neste to årene. Les mer [her](#).

Særlig to nasjonale strategier har ledet fram til denne forsterkede satsingen på reiseliv:

1: Nasjonal reiselivsstrategi 2030 – Sterke inntrykk med små avtrykk (les [her](#))

I 2020 fikk Innovasjon Norge i oppdrag fra regjeringen Solberg å lage en ny nasjonal reiselivsstrategi. Strategien fra Innovasjon Norge ble lansert i mai 2021 og foreslår 23 tiltak som peker ut kursen for norsk reiseliv fram mot 2030

I kapittel 7.1. beskrives en scenarioreise til 2030, og den begynner slik:

«I 2030 er reiselivet i Norge bygd på STERKE INN-TRYKK forankret i natur, kultur, tradisjoner, levestett, matkultur og innovative aktører. Det er aktivitet hele året, og tilbud skapes både for dem som bor i nærheten og i fjerne land. Våre internasjonale gjester har høy betalingsvilje og lavt fotavtrykk. Fordi vi beriker dem med sterke inntrykk og opplevelser de verds-etter høyt, og fordi de setter pris på at vi bygger vårt reiseliv på FNs bærekraftsmål. Det er grønne gjennomgående transportsystemer inn til Norge og de benyttes av alle som kommer, enten de skal på ski-ferie, oppleve nordlyset eller skal på en kongress. Det gir i sum SMÅ AVTRYKK.»

2: NOU 2023/10: «Leve og oppleve - Reisemål for en bærekraftig fremtid» (les [her](#))

Som svar på mange av de utfordringene som omtales i utredningen, foreslås det i strategien en ny modell for organiseringen av bærekraftige norske reisemål. Modellen består av følgende hovedelementer:

1. Det etableres en reisemålsledelse som er tilpasset lokale forhold og forankret i kommunene.

2. Reisemålsledelsen får i oppdrag å drive strategisk besøksforvaltning og håndtere utvikling og drift av fellesgoder på det enkelte reisemål, basert på en bredt forankret besøksstrategi.
3. Arbeidet med reisemålsledelse, besøksforvaltning og fellesgoder finansieres gjennom et besøksbidrag* som hentes inn nasjonalt, men som forvaltes regionalt og lokalt.

På Nord-Helgeland er kommunene Rana, Hemnes, Lurøy, Nesna, Træna og Rødøy allerede i gang med å etablere en slik reisemålsledelse. Det har siden 2020 vært jobbet fram en «**Masterplan for Nord-Helgeland fram mot 2032**» (les [her](#)). Denne er basert på den nasjonale reiselivsstrategien, Nordland fylkeskommune sin strategi for reiseliv og opplevelser i Nordland, og deler av innholdet i NOU2023:10 Leve og oppleve. Fra og med mars 2025 er det ansatt en ressurs som har i oppdrag å jobbe utfra denne planen med etablering av Reisemålsledelse og Merket for Bærekraftig reiseliv i de seks kommunene på Nord-Helgeland, samt Meløy (ref. [KST-sak 71/2023](#))

Masterplanen skal bidra til å forvalte og styrke reisemålet Nord-Helgeland til det beste for lokalsamfunnene, næringen, miljøet og de besøkende ved å utvikle et bærekraftig reisemål som skaper livsgrunnlag for fremtidige generasjoner. Studier viser at så mange som tre av fire reisende er opptatte av bærekraft og velger bort reisemål som ikke jobber seriøst med dette.

*Det er pr. i dag ikke noen statlig ordning med besøksbidrag i Norge. Nærings- og fiskeridepartementet fremmet et forslag til lov om besøksbidrag, med høringsfrist 3. januar 2025. Saken ble behandlet i Hemnes i [FSK-sak 85/2024](#), og Hemnes kommune stilte seg bak Visit Helgeland sin skepsis til måten bidraget var foreslått utformet. Saken vil trolig komme til [førstegangsbehandling på Stortinget](#) i juni 2025.

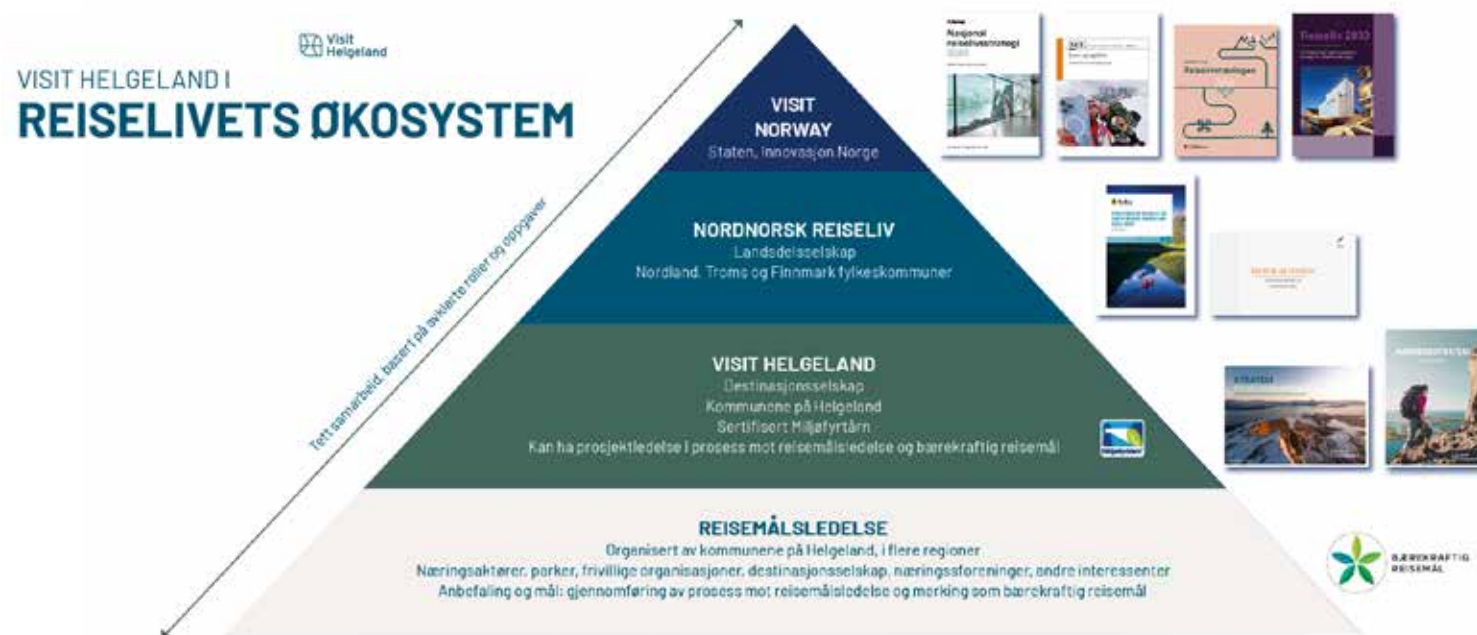


Mange av turistene som kommer til Norge ønsker å bli kjent med både naturen og kulturen vår, samt å møte "the locals". Dette kan bl.a. Hemnes Båtbyggerhistoriske forening bidra med, ved å tilby fine turer på fjorden med den nyoppussa fiskeskøyta Remi Ketil.

5 KOMMUNENS ROLLE I REISEMÅLSUTVIKLING

Visit Helgeland AS, som er heleid av de 18 kommunene på Helgeland, la fram en ny [strategi](#) for selskapet for 2024 – 2028 og denne ble vedtatt av generalforsamlingen i januar 2024. Strategiprosessen har omfattet viktige avklaringer av roller, både overfor kommunene, reiselivsnæringen og andre aktører i reiselivets økosystem. Selskapet utfører et vidt spekter av tjenester på vegne av kommunene, og siden Visit Helgeland er kommunenes felles verktøy i reiselivssatsingen, ligger det også et viktig samfunnsoppdrag til selskapet.

Visit Helgelands strategi bygger på kunnskap fra nasjonale og regionale planer, og selskapet jobber i et nasjonalt økosystem som vist nedenfor.



Kommunene har med andre ord et stort hjelpemiddelapparat innen reiselivsutvikling, men har selv et stort ansvar for konkret oppfølging på reisemålet. Dette gjelder som planmyndighet, men også som tilrettelegger av infrastruktur og fysiske tiltak i lokalsamfunnet som bidrar til attraktivitet, bolyst og næringsutvikling.

I en kort [video](#) stillet til politikere, oppsummerer Distriktssenteret flere gode grunner for hvorfor og hvordan man skal jobbe med tettstedsutvikling. Her framheves bl.a. viktigheten av å ha en visjon, et tverrpolitisk samarbeid og gode planer for arealutvikling.

Hemnes kommune skal vedta ny kommuneplanens samfunnsdel og arealdel i.l.a. 2025. Dette er kommunens viktigste styringsverktøy, sammen med økonomiplanen.

Kommuneplanens samfunnsdel angir retning for prioriteringer i samfunnet for kommende år, mens kommuneplanens arealdel angir retning for bruk av areal i kommunen. Kommunens budsjett og prioriteringer skal gjenspeile begge planene, og det er derfor viktig at ønsket utvikling på Hemnesberget er forankret og muliggjort i disse planene. Dette kan man i arealdelen for eksempel gjøre ved å vedta kombiformål som åpner for flere muligheter, istedenfor å låse areal kun til en mulighet. Det er svært viktig at prosessene fram mot vedtak arealdel er gjort med god medvirkning, også fra reiselivsaktører – siden arealdelen er juridisk bindende og det både er tid- og ressurskrevende å få dispensasjon fra den. Mindre tiltak kan endres i lokale reguleringsplaner, men tidsaspektet fra søknad til vedtak vil ofte ta minimum ett år. Det er også viktig at alle kjente tiltak er med i ny arealdel, slik at det er lettere for kommunestyret å ta strategiske valg, enn ved enkeltsaksbehandling.

For at kommunens eierskap i Visit Helgeland, og kommunens deltagelse i Reiselivsutviklingsprosjektet på Nord-Helgeland skal føre til ønsket utvikling, er det også viktig at kommunen har tilstrekkelig med ressurser for å følge opp strategiene og satse sammen med regionen for å få ut vekstpotensialet. Dette gjelder både personalressurser og midler til å bidra med investeringer.

Viktige fysiske innsatsområder som er avhengig av kommunal planlegging og finansiering, og som kan bidra til både økt attraksjon og bolyst på Hemnesberget er bl.a.

- Realisering av utbedringer og forskjønnning på og rundt torget
- Tilrettelegging og skilting av p-plasser
- Vedlikehold av parken og sentrale grøntområder
- Grunnfinansiering til Helgeland Museum for å utvikle det kommunale bygget Ranheimbrygga til museum
- Sikring, restaurering og gjenåpning av kommunens Fotefar mot Nord-prosjekt, Nordlands Avis
- Sikring av krigsbunkersene for bruk i formidling/museumsvirksomhet
- Universell tilrettelegging og bærekraftige løsninger over alt, så langt det er mulig.
- Avklaring av hva som skal skje med den gamle fergekaia.

Hemnes kommune er f.o.m. 2024 inne i et nytt omstillingsprosjekt for å sikre og øke antall arbeidsplasser i kommunen. Basert på analyser og en omfattende innspills-prosess, er følgende innsatsområder foreslått for å skape vekst gjennom det ekstraordinære omstillingsarbeidet:

1. **Industriutvikling** – satse på etablering av grønn og bærekraftig industri
2. **Nyskaping i eksisterende næringsliv** – satse på utvikling og vekst i etablerte og nye bedrifter

3. **Opplevelsesnæringen** – satse på veks og samarbeid i eksisterende og nye opplevelsesaktører
4. **Hemnes som attraktivt bosted** – styrke infrastruktur for trivsel og økt bosetting
5. **Attraktivitet for næringsliv** – satse på næringsvennlig kommune

Da Kommunestyret i juni 2024 godkjente «[Omstillingsplan 2024-2029 for nyskaping og vekst i arbeids- og næringsliv i Hemnes](#)», vedtok de samtidig disse innsatsområdene. Innsatsområdene er også tatt med i forslaget til Kommuneplanens samfunnsdel. Prioritering av opplevelsesnæringen og attraktivt bosted, er som vi har sett i stor grad i tråd med nasjonale og regionale føringer. Det at omstillingsarbeidet har fokus på dette, åpner opp for at midler derfra kan finansiere mulighetsstudier, og bidra til å sikre et godt grunnlag for ønsket utvikling. Også dette mulighetsrommet krever at kommunen har tilstrekkelig med personalressurser for å kunne følge opp.

Kommunen har de siste tiårene bidratt til stedsutvikling på Hemnesberget gjennom å ta eierskap i prosjekt i samarbeid med lokale lag og foreninger, støttet av bl.a. Nordland Fylke og eksterne bidragsytere som banker og stiftelser. Slik er bl.a. promenaden og Samvirkelagsbakken blitt realisert. Kommunen har også støttet gode tiltak som Lapphella Kulturarena, Mologalleriet og Remi Ketil, samt forskjønnning via midler til Hemnesberget Tettstedsutvalg og festivalene. Samhandling med frivilligheten ønskes mer formalisert i ny Frivilligstrategi som kommer i 2026.

Kommunen kan bidra med støtte til utredninger, bl.a. gjennom omstillingsprosjektet hvor opplevelsesnæringen er ett av innsatsområdene.

6 KULTURARVEN SOM ATTRAKSJON

Hvordan kan vi forvalte kulturarven slik at den blir en ressurs, og hva har Hemnesberget av unik kulturarv?

Innspill fra forskningsprosjektet Ruvival, i regi av TØI og Institutt for by- og regionsplanlegging.

I 2020 ble nye nasjonale mål i kulturmiljøpolitikken vedtatt:

- 1) alle skal ha mulighet til å engasjere seg og ta ansvar for kulturmiljø;
- 2) kulturmiljø skal bidra til bærekraftig utvikling gjennom helhetlig samfunnsplanlegging
- 3) et mangfold av kulturmiljø skal tas vare på som grunnlag for kunnskap, opplevelse og bruk.

Kommunene har en nøkkelrolle i å skape engasjement (mål 1) ved å styrke medvirkning og samhandling; og i å legge til rette for at kulturmiljøer tas i bruk (mål 2) og tas vare på (mål 3) gjennom arealplanlegging, byggesaksbehandling og finansielle virkemidler som for eksempel tilskuddsordninger og fritak for eiendomsskatt. Regjeringen stiller også tydelige krav til kommunene om ivaretagelse og bruk av kulturmiljøer som ressurs i bærekraftig samfunnsplanlegging og verdiskaping.

Dette var bakgrunnen for forskningsprosjektet RUVIVAL, som skal levere kunnskap og verktøy for å engasjere sivilsamfunnet, forbedre samarbeidsprosesser, evaluere sosioøkonomiske konsekvenser av gjenbruk av kulturarven, samt synliggjøre implikasjonene for bærekraftig utvikling.

RUVIVAL er et samarbeidsprosjekt mellom forskningsorganisasjoner og aktører som er involvert i forvaltningen av kulturminner. Sistnevnte omfatter offentlige etater og sivile organisasjoner.

RUVIVAL-prosjektet bygger på kunnskap med utgangspunkt i tre kulturmiljøer. Et av disse er

Lapphella på Hemnesberget som ligger i Hemnes kommune og i Okstindan Natur- og Kulturpark. Hemnesberget var en gang et av de største handelsstedene og båtbyggerområdene i Nord-Norge. Vannkanten her består av typiske brygger og naust, som i dag er delvis fylt med ny kulturell aktivitet og som lokalsamfunnet ønsker å gjenbruke i enda større grad. Ønskene er å både bevare båtbyggertradisjoner, formidle stedets kulturhistorie og skape spennende og engasjerende arenaer og attraksjoner for både fastboende og besøkende. At gjenbruk av dette kulturmiljøet allerede var kommet godt i gang allerede ved oppstarten av RUVIVAL, var et viktig kriterium for å velge Lapphella/Hemnesberget som studieområde i prosjektet.



Hemnesberget har en interessant historie, og stedet er som nevnt rikt på overleverte kulturmiljøer fra tidligere generasjoners arbeid og virksomheter. Gjennom arbeidet med RUVIVAL har vi fått et klart bilde av at dette har skapt en sterk lokal identitet, som også har utløst et omfattende engasjement for både å ta vare på og gjenbruke kulturmiljøene. Vi har erfart at frivillige i lokalsamfunnet har nedlagt utallige dugnadstimer for å realisere ulike gjenbruks- og fornyelsesprosjekter, og at både offentlig forvaltning og private virksomheter i stor grad har bidratt med ressurser og kompetanse. Gitt de ovenfor nevnte formålene for RUVIVAL, fremstår derfor Lapphella/Hemnesberget som en svært aktuell case å formidle lærdommer fra i dette forskningsprosjektet.

Forskning på kulturmiljøfeltet tyder på at det å fremme 'vern gjennom bruk' er fornuftig, ettersom gjenbruk av kulturmiljøer kan bidra til å tilfredsstille samfunnsbehov, skape positive effekter for velferd og ha positive virkninger på dimensjoner som er viktige for bærekraft – fra både økonomisk, sosialt, kulturelt og miljømessig perspektiv. Gjenbruk av kulturmiljøer kan brukes aktivt i stedsutvikling for å øke bolyst og trivsel og styrke

stedets attraktivitet som bo- og/eller besøkssted. Ved å bruke kulturmiljøer kan man skape sosiale og inkluderende møteplasser, utvide tjeneste-, rekreasjons- og kulturtilbud, fremme engasjement, bygge opp lokal identitet og fellesskapsfølelse, øke interessen for kulturhistoriske verdier og tradisjoner, og bidra til å skape ringvirkninger i form av inntekter og sysselsetning. Miljømessig kan gjenbruk av kulturmiljøer bidra til å bruke ressurser mer effektivt og redusere avfall og utslipp.

Disse effektene er basert på gjennomgang av litteratur og case- studier og mange studier som kartlegger kulturmiljøers verdi, er kvalitative. Men det finnes også eksempler der kvantitative analyser er brukt. I Norge har slike analyser i Sandefjord, Oslo og Fredrikstad (Gamlebyen) vist at verneverdier har en positiv innvirkning på eiendomsprisene. Og en spørreundersøkelse blant et representativt utvalg av befolkningen i Skandinavia viste at kulturminner og kulturmiljøer har gjort det attraktivt å bosette seg for 46, 25 og 33 prosent av respondentene i henholdsvis Danmark, Norge og Sverige.

Gjenbruksprosjekter er unike, men vi ser at noen faktorer går igjen i vellykkede gjenbruksprosesser. Blant disse finner vi frivillig engasjement, samarbeid, tilgang til finansielle og menneskelig ressurser, politiske prioritering og formidling om kulturmiljøets verdier. Frivilliges og ildsjelers arbeidsinnsats bidrar til både bruk og vern av kulturmiljøene – både ved å tilby aktiviteter og etablere virksomheter der driften kan bli profesjonalisert etter hvert og ved å ta ansvar for vedlikehold og administrative oppgaver. Samtidig ser vi at frivilliges kapasitet ofte er sprengt, og at man sliter med å rekruttere nye medlemmer – noe som kan gjøre gjenbruksprosjekter sårbare. Finansielle og menneskelig ressurser bidrar til å skape kontinuitet i tilbud og formidlingsarbeid, men slike ressurser er ofte knappe. I tillegg er kulturmiljøpolitiske mål ikke tilstrekkelig fulgt opp i veiledningsmateriale.

Oppsummerende kan vi si at forskning viser at det er gode grunner til å satse på bruk av kulturminner og kulturmiljøer. Frivilliges arbeidsinnsats og ildsjeler spiller en nøkkelrolle som fortjener annerkjennelse,

og som man bør bygge videre på – ikke minst fordi disse bidragene også fremmer tilhørighet og skaper arenaer der mennesker treffes. Men dette engasjement bør ikke tas for gitt, slik det fremgår i de nåværende kulturmiljøpolitiske målene. Tildeling av ressurser er også avgjørende for å støtte og bygge på det frivillige engasjementet som allerede finnes og sikre at gjenbruksprosjekter lykkes og dermed bidrar til at kulturmiljøer vernes og brukes aktivt i å skape en bærekraftig steds- og samfunnsutvikling.

Hemnes kommunes Kulturminneplan (vedtas i 2025) fremhever bl.a. følgende Kulturminner på Hemnesberget:

- Lapphella, Per Smed Stua, Gunvorhuset, kirkebuene og bryggene m/ flere hus i området
- Torget og gjenreisningsbebyggelse i sentrumsområdet
- Krestiankiosken / Christiankiosken
- Parken
- Kirken, prestegården og kirkegården
- Gammelskolen, gammelgymmen og Olsenhågen
- Henriksengården (hvor Fru Karlsens Kafé er i dag)
- Nordlands Avis
- Ranheimbrygga (Henriksenbrygga), Industrikaia og Strandpromenaden
- Præstengbrygga og de andre bryggene i Odden
- Førkrigshus både på Odden og øst i sentrum, samt mellomkrigsvillaer langs Sørlandsveien, (bl.a. Myhrerhuset) og bebyggelse fra krigen i Svenskbyen og Burmaveien

Les mer om Ruvival-prosjektet [her](#).

Snart publiseres en nyttig veileder for gjenbruk av kulturmiljøer.

[Se her for opprinnelig artikkel med referanseliste.](#)

7 LOKALSAMFUNNET - ILDSJELEER, LAG OG FORENINGER SOM RESSURS

Det er stor aktivitet i frivillige lag og foreninger på Hemnesberget, og det legges ned utallige timer med dugnad for fellesskapet. Hemnesberget Tettstedsutvalg har på tampen av 2024 intervjuet ildsjeler og ressurspersoner i styre og stell i en rekke foreninger på Hemnesberget for å få en bedre forståelse for hva frivillige har bidratt med, hva de ønsker seg for tettstedet og om de har konkrete planer framover som gagnar både bolyst og attraktivitet for tilreisende.

[Intervjuene](#) viser at tettstedet har flere foreninger som har som formål bl.a. å bidra med trivselstiltak, forskjønning og aktivitet, drift av marinaene, ivaretagelse av båtbyggerhistorie, bygningsmiljø og forsamlingshus, formidling av lokalhistorie, musikk- og kunstopplevelser og tilrettelegging av festivaler av flere slag.

Det er et sterkt ønske om å legge til rette for bedre trivsel både for egne innbyggere og tilreisende!

Flere foreninger oppgir at de, for å finansiere aktivitet, restaurering og nybygging, har fått ekstern støtte, bl.a. fra banker, stiftelser, kulturminnefondet, lokalavisen, tippemidler, grasrotandel og sponsorer. I tillegg har Huskestua bruktbutikk bidratt med midler til flere andre foreninger lokalt. Også Hemnes kommune støtter flere foreninger, både gjennom årlige overføringer av kulturmidler, idrettsmidler og midler til tettstedsutvalget, men også med støtte til konkrete utbyggingstiltak og andre prosjekter. Til sammen gir dette drivkraft til å opprettholde og utvikle mange tilbud på tettstedet!

LAG OG FORENINGER SOM ER INTERVJUET (stiftelsesår)

Hemnes Historielag	(1990)
Hemnesberget Vel	(2005)
Hemnes Båt og sportsfiskeforening	(1945)
Juvika Vel	(2009)
Hemnesjazz	(1993)
Jul på Berget	(2017)
Hemnes Båtbyggerhistoriske Forening	(2016)
Lapphellas Venner	(1982)
Hemnes Idrettslag	(1921)
Allhusets Venner	(2005)
Huskestua	(2021)
Foreldreutvalget Hemnes Sentralskole	
Hemnes mannskor	(1944)
F.B.A. Free Bikers Alliance	(2023)
Hemnes Menighetsråd	(tidl. 1800)
Ungdomsklubben på Hemnesberget	

I tillegg finnes flere andre lag og foreninger på Hemnesberget, bl.a.

Lions Club Hemnesberget (1963)
Hemnes Kunstforening (2022)
Hemnes Dykkerklubb (1982)



Nedenfor følger en oppsummering av noe av det som lokale lag og foreninger har bidratt med i.f.m. bolyst- og reiselivstiltak på Hemnesberget (ikke utfyllende liste):

- etablert småbåthavn og gjestehavn med tank-mulighet og bobilparkering
- etablert småbåthavn og flytekai i Juvika, anlagt vei og sti til skipsvrak
- drifter tre store, årlige festivaler, i tillegg til utallige konserter
- bygd og drifter Båstua i marinaen – wc/dusj/kjøkken for bobil og båter
- bygd Ring of Fire – arkitekttegna bål plass i sentrum
- bygd Samvirkelagsbakken – byrom og utescene
- bygd og drifter jazzklubben Jernvaren, som øvings-, møte- og konsertlokale
- bygd arkitekttegnede sittegrupper med takoverbygg til havneanlegget ved moloen
- opparbeidet Husmorsnippen-park og andre uteplasser med parkbenker
- bygd og drifter Dalanstua – køte med grillmulighet
- restaurert og drifter fiskeskøyta Remi Ketil, blikkfang i marinaen, avholdt skipperkurs, arrangert sjøaspirantprogram for barn, tilbyr transport og fjordturer for mange forskjellige grupper
- vedlikeholder og drifter Arturskøtet, med bl.a. kurs i båtbyggingsteknikker for barn og voksne
- bygd og drifter Lapphella Kulturarena
- forskønner rundt Kirkebuene på Lapphella
- restaurert Gunnvorhuset på Lapphella
- overtatt ansvaret for Krestiankiosken på Torget
- bygd opp og drifter Mologalleriet med kunstutstillinger
- investert i tråkkemaskin, holder lysløypa åpen
- bygd og drifter klubbhus ved fotballbanen
- påbegynt Frisbeegolfbane
- drifter Dalanstua – grillkøte/nærturmål
- arrangerer kamper mot regionale klubber, trekker folk
- vedlikehold av Allhuset og området rundt (Aula og Idrettshall)
- bidrag til vedlikehold i bl.a. Parken, Nordlands Avis, boder til festivaler

- drifter Huskestua bruktbutikk, trekkplaster som bidrar til penger til lag og foreninger
- arrangerer hyggekvelder på omsorgssenteret hvor forskjellige lag og foreninger bidrar med underholdning
- samler inn lokalhistorie som gis ut i blad og bøker
- generell forskjønnelse, beplantning og vanning over hele Hemnesberget/Juvika
- «Trollstien» i Bulia – for de yngste
- Hemnesnatta for konfirmanter i distriktet, og andre arrangement i kirka og på menighetshuset
- trygg arena og ungdomstreff for hele kommunen på Ungdomsklubben

Ønsket utvikling

På spørsmål om ønsket utvikling for Hemnesberget kommer det opp alt fra variert overnatting, bedre offentlig kommunikasjon på land og til vanns, bedre parkering og flere infotavler, til konkrete tiltak som torgplass og turistinfo i Krestiankiosken, handicaptilrettelagte fiskeplasser, skulpturer, kajakhus, badebadstue, badeflate med stupetårn, park i strandsonen ved Åsfjæra, camping i Juvika, flere bobilplasser, og tilbud om båt- og fisketurer. Det er også et ønske å aktivere mange flere målgrupper som er lite aktive i dag, bl.a. gjennom nye fritidstilbud og enda bedre musikktilbud. Samarbeid med kommunen, med hverandre, med andre miljø, og med et potensielt Båtmuseum trekkes fram, samt viktigheten av inkludering og rekruttering av nye innbyggere, yngre krefter og ungdom. Det er et ønske om å legge til rette for bedre trivsel både for egne innbyggere og tilreisende!

Kommunen abonnerer på [Tilskuddsportalen.no](#), og oppfordrer lag og foreninger til å bruke den mer aktivt for å innhente enda mer støtte til gode tiltak!

8 UKRAINERE OG ANDRE INNVANDRERGRUPPER SOM RESSURS

På spørsmål om hvilke konkrete tiltak lag og foreninger jobber med som de tror kan være interessante også i reiselivssammenheng, kom det fram mange spennende prosjekt:

- Badebadstue
- Fiskeplass tilrettelagt for bevegelseshemmede
- Historiske vandringer / musikkvandringer
- Beplantning og utvikling av Husmorsnippen
- Forskjønning rundt Krestiankiosken
- Musikkcruise og musikkaktiviteter i samarbeid med andre aktiviteter/aktører
- Tilbud om «hastekonserten» på bestilling innen 48 timer
- Dykketurer, festivalturer og bedriftsturer med Remi Ketil
- Utrede muligheten for et fartøyvernsenter på Sund, et båtbyggerspels og en båtbyggerfestival
- Fremme Umesamisk miljø på Lapphella
- Kunstprosjekt som formidler lokalhistorie og identitet
- Presentere gammelt orgel i kirka som attraksjon
- Ferdigstilling av frisbeegolfbanen, etablere stisykkellarena, skitrekke på Dalan, flere turløyper
- Lage et kaffehjørne på Huskestua
- Tilrettelegging for reiseliv med skilting og parkering samt organisert båt- og kajakkutleie.
- Aktivitet for å trekke medlemmer i Free Bikers Alliance, fra hele verden, til Hemnes
- Stille opp med innsats i bygging av hvilebuer på Hundneshåjen og Ramflåget
- Lage isbane i Juvika
- Etablere badstue og helårs bading i Juvika, og utrede mulighet for camping og sanitæranlegg
- Kurs i lefsebaking, vev eller andre håndverkstradisjoner, for å dra aktivitet ut gjennom sommeren

I tillegg til lag og foreninger, er det mange enkeltpersoner og næringsaktører som bidrar med attraktive tilbud som er mer eller mindre åpne for besøk fra lokalbefolkning og turister:

Kråkeslottet – hvor innehaver Anne-Lise Larsen bl.a. selger egenproduserte produkter og klær, samt suvenirartikler

Kvitnes Systue – hvor syerske Bente Lill Kvitnes selger egenproduserte klær

Fru Karlsens Kafe – kafé og restaurant ved Ranheimbrygga, som også arrangerer pub og konserter

Mileperlen – hvor kunstner Yvonne Rosten har galleri og kafélokaler (lite aktivitet pr. i dag, men planlegger nye tiltak).

Umesamisk Ressurssenter Hemnesberget, hvor kunstner Jørn Rivojen Langseth har anlagt park i hagen for formidling om det samiske

Thomas Sundebäck som har restaurert og åpnet opp de gamle bryggene i Odden, og satt opp infokilt om innspilling av Knut Hamsuns film på "Markens Grødes Plass".

Tanken Arkitektur - som har bidratt til at sentrum av Hemnesberget har fått attraktive og kreative bygg og installasjoner.

Det er mange som ønsker å øke besøk til plassen og fremme "landsby"preget

Reiselivsbransjen er en arbeidsintensiv bransje som også kan tilby jobber til folk som ikke snakker norsk eller er ufaglærte, særlig ved etablering av hotell og restauranttilbud. På Hemnesberget kunne dette vært kjærkomne arbeidsplasser for noen av de mange flyktningene som er bosatt på tettstedet og som vi ønsker at skal velge å bli boende her hos oss.

Flyktningetjenesten i Hemnes gjennomførte i november 2024 en spørreundersøkelse rettet mot flyktninger bosatt på Hemnesberget, og her svarte 23 respondenter fra Ukraina, Syria og Palestina i alderen 22 – 66. Hele 40% av disse oppga at de kunne tenke seg å starte opp egen bedrift på Hemnesberget, bl.a. renholdsfirma, matlevering, badstuer/spa, sykkelkafé og matbutikk. På spørsmål om interessen for å jobbe i reiselivet, hvor svaralternativene var delt inn i åtte forskjellige jobber, så de 23 respondentene tilsammen 45 muligheter. Flest (9 stk) var interessert i jobb som kokk eller kjøkkenassistent, tett etterfulgt av henholdsvis aktivitetstilbyder, resepsjonist, vaktmester, guide, ledelse & administrasjon og servitør/bartender (3 stk). Hele 74% oppga at det å ha en jobb var den viktigste faktoren for å velge å bli på Hemnesberget!

61% av respondentene oppga at naturen på Hemnesberget var det de likte best, mens 33% framhevet de snille menneskene, og andre trakk fram stillheten. Hvis de skulle vise fram noe til venner som ikke kjente Hemnesberget fra før, ville over halvparten tatt dem med på fjelltur, 1/3 ville vist dem promenaden, mens 1/4 ville tatt dem med på fisketur. Kafétilbudet ble også framhevet. For å bli et mer attraktivt sted ville respondentene ha bygd badstue på vannet, hatt utleie av sjøtransport, flere butikker, kaféer og kjøpesenter, flere idrettsarrangement, samt fergeforbindelse og busstilbud i helgene.

40% av respondentene er selv med i organisert fritidstilbud, og hele 8 personer svarte at de gjerne kunne tenke seg å starte opp en aktivitet som de selv liker å drive med. Helt konkret kom det forslag om å undervise i trommespill og fotball. Uten

unntak svarte alle at de gjerne ville være med på frivilligarbeid/dugnad sammen med andre for å gjøre Hemnesberget til et mer attraktivt sted. Her kunne over halvparten tenke seg å bidra med hagearbeid, planting og pynting, mens 1/3 kunne tenke seg annet praktisk arbeid som snekring, maling, arbeid med motorer o.l. En tredjedel kunne også tenke seg å bidra med kaffekoking, baking, servering, salg eller vakthold på arrangement. Rundt 20% var interessert i å bidra med administrativt arbeid, eller som trener for et idrettslag.

Med tanke på utfordringer rundt fraflytting og rekruttering, bør Hemnes gripe fatt i det mulighetsrommet som kommer fram i denne undersøkelsen, før den enorme ressursen som våre nye landsmenn utgjør, forsvinner til mer urbane strøk. Ved å inkludere denne gruppen i lokalt frivilligarbeid og samtidig gi bistand til næringsutvikling, kan vi oppnå god integrering, utvikling og bolyst, og ha arbeidskraft til nye aktører som etter hvert ønsker å etablere reiselivsbedrifter på stedet.



Irina er en av våre nye innbyggere som har stilt opp i og for lokalsamfunnet.

Foto: F. Milochau

9 REISELIVSINFRASTRUKTUR SOM KILDE TIL BOLYST – HELE LIVET

Høsten 2024 ble det foretatt intervjuer med ansatte i barnehagen, skolen og omsorgssenteret på Hemnesberget, med fokus på hvilke effekter en eventuell destinasjons- og reiselivsutvikling kan gi for dem? Svarene viser at det kan være flere gode synergier i en slik utvikling.

På spørsmål om de i dag bruker noen eksterne tilbud på Hemnesberget og i Hemnes, svarer barnehagen at de hyppig bruker turområder og diverse tilrettelagte områder i gåavstand. Dalanstua brukes særlig på vinteren. Barna liker godt å dra på ulike steder på Hemnesberget, og er gjerne i moloen for å se på båter. Biblioteket er lite egnet for barnehagen slik det er i dag, mens det derimot brukes hyppig av skolen.

Skolen er også flink til å bruke naturen i nærområdet, og skulle gjerne vært på andre turmål i kommunen (f.eks. Rabothytta), men dette begrenses pga. kostnader med buss. Omsorgssenteret er avhengig av pårørende for at beboerne skal komme seg ut, og er derfor avhengig av at lokale tilbud «kommer til dem», slik som f.eks. hyggekveldene i regi av lag og foreninger.

På spørsmål om hvordan en etablering av f.eks. et båtmuseum, en tilrettelagt bunkers og tilrettelagte lokaler i Nordlands Avis, kunne gagne dem, svarer barnehagen at slike arenaer vil gi mulighet til spennende utflukter hvor ungene blir kjent med stedets identitet og historie på en levende måte. Både barnehagen og skolen ser for seg at de kunne ha samarbeidet med museet om f.eks. kunstprosjekter som handler om båt og lokalhistorie, og stilt ut resultatet på museet. Slik kan man bygge stolthet og kunnskap helt fra de er små, knytte ungene mer til stedet og skape bolyst og «tilbakelyst».

Skolen er også veldig positiv til å kunne lage egne stedsbaserte undervisningsopplegg knytta til museum og steder på Hemnesberget. Det å kunne ha noe av undervisningen utenfor skolen vil kunne gi motivasjon og ny kunnskap, og ikke minst bidra til å gjøre undervisningen mer praktisk. Bunkersen har tidligere vært brukt slik, men må oppgraderes

før videre bruk. Skolen ser for seg at de kunne lagt til rette med valgfag/arbeidslivsfag som innebærer «båtbygging» og/eller «turistvert», og kanskje også bidratt til å drifte kaféen på museet sammen med andre. God lokalkunnskap vil kunne bidra til at ungdommen en dag kan få sommerjobb som turistverter på hjemstedet.

Omsorgssenteret trenger skyss for å kunne ta i bruk nye lokale tilbud, men kunne kanskje funnet løsninger på det (f.eks. Gullruten...), eller man kunne hatt et «ambulerende museum» hvor utstillinger eller deler av utstillinger også ble vist på omsorgssenteret.

”Skolen er veldig positiv til å kunne lage egne stedsbaserte undervisningsopplegg knytta til museum og steder på Hemnesberget”.

På spørsmål om etablering av et hotell ville kunne gagne dem, ser barnehagen begrensa med muligheter, men kanskje kunne de også der ha bidratt med utstillinger? Skolen reflekterer over at det kanskje ville være vel så bra med en campingplass, siden det er lavere terskel for å drive dette enn et hotell, og siden en campingplass og dens anlegg (lekeplass, samlingslokale) vil kunne brukes av innbyggerne også, samt at det kanskje kunne vært kombinert med en leirskole. Uansett vil en overnattingsbedrift kunne gi elevene mulighet for utplassering og arbeidserfaring, samt bidra til å gi elevene et blikk utover i verden i møtet med gjester fra fjern og nær.

På spørsmål om det er noe annet de savner eller «har bruk for» på Hemnesberget, nevner barnehagen spesielt lekeplasser i sentrum og at Parken har et stort potensial til å bli mer attraktiv for alle, også turister. Skolen ønsker seg en tuftepark.

For øvrig nevner barnehagen at de gjerne samarbeider enda tettere med andre institusjoner og næringslivet, både med kreative prosjekter hvor de lager kunst av restmaterialer/ gjenbruk, men også for kunnskapsheving slik det bl.a. ble gjort gjennom Sjøaspirantprogrammet. Skolen framhever også Sjøaspirantprogrammet som et vellykket samarbeidsprosjekt, med sterk lokal identitet. Skolen samarbeider allerede i dag med Kunstforeningen om utstilling på mologalleriet, og har også hatt utstilling på Jernvaren. De ser at dette kunne vært gjort i større grad, også med f.eks. forestillinger på lokale arenaer. Gjennom strandryddeprosjekt bidrar skolen til å holde tettstedet fint. Dette bidrar til stolthet og tilhørighet og lærer ungene om bærekraft og miljø, noe som er viktig å være bevisst i forhold til økt ferdsel lokalt.

Både barnehagen og skolen framhever at økt turisme og potensielt økt antall arbeidsplasser vil kunne gi økt antall unger inn i barnehage/skole, mens omsorgssenteret påpekte at det vil kunne gi økt trykk på helsetjenestene, potensielt utfordringer for hjemmesykepleien hvis det blir mange biler, og kanskje også tappe helsesektoren for folk, samtidig som det kanskje blir lettere å få tak i vikarer hvis stedet får økt attraktivitet.



Mologalleriet mars 2025: Utstilling av barnekunst i samarbeid med Hemnes og Korgen Sentralskole.

Hemnes kommune ble i slutten av 2024 pilotkommune i Nordland Fylke, med fokus på samarbeid næringsliv/skole. Arbeidet som gjøres i prosjektet vil kunne støtte opp under ønsket utvikling, også innen reiselivet.

Lokalsamfunnet kan på mange måter bidra til å oppfylle målene om mer praktisk læring i skolen, ref. [Stortingsmelding 34](#) (2023 - 2024) «En mer praktisk skole – bedre læring, motivasjon og trivsel på 5. – 10. trinn»

10 HEMNESBERGETS POTENSIAL OG VERDI SETT FRA EKSISTERENDE REISELIVSAKTØRER I OMRÅDET

Okstindan natur- og kulturpark har gjennomført seks intervjuer med utvalgte reiselivsaktører for å høre hva Hemnesberget kan bety for utviklinga på Helgeland, og hva som trengs for å komme dit. Gjennom dialog med to serveringsbedrifter på Hemnesberget, to øvrige reiselivsbedrifter i Hemnes og to overnattingsbedrifter langs E6 på Helgeland, ser vi at Hemnesberget oppfattes som et sted med vakker natur og atmosfære, en liten «kystby», et mini Henningsvær.

Til tross for en slik positiv oppfatning, anbefaler de eksterne bedriftene i liten grad sine kunder å dra til Hemnesberget, og savner kunnskap og info om hva som finnes av aktivitet og tilbud på stedet.

Bedriftene har ofte direkte kontakt med kundene og anbefaler kvalitetsopplevelser i hele distriktet, uten tanke på kommunegrenser. For å anbefale, må man kunne stole på at tilbudet er tilgjengelig og åpent. Det nevnes at både tilbud, markedsføring og et godt

mottaksapparat i stor grad mangler, og at parkering, skilt og kart er viktige basisvarer som må på plass.

Begge de lokale reiselivsbedriftene ønsker å bidra med opplevelsestilbud i tillegg til bespising, men begge er i startfasen og må først og fremst konsentrere seg om å utvikle sine egne tilbud.

En av de eksterne aktørene har vurdert mulige utviklingsprosjekt på Hemnesberget, uten å gå videre med det, men de ønsker fortsatt å se på muligheter for diverse samarbeid som kan forsterke både Hemnesberget og egen bedrift.

Når det gjelder troen på framtiden, setter de mer etablerte bedriftene sin lit bl.a. til Menon-rapporten og håper at flyplassen, svak krone og varmen i Europa vil trekke turister nordover. Noen er derimot i tvil om politikere og ressurspersoner forstår hvor verdiskapingen skjer og hva som skal til.



Foto: F. Milochau

[Ring of Fire](#)

11 UTVIKLINGSSAMARBEID MED NYE NÆRINGSAKTØRER

Okstindan natur- og kulturpark har gjennomført intervjuer med fire «nye» næringsaktører med tilknytning til Hemnesberget: Seeplastic, Akvagroup, Planktonic og Fortescue.

Formålet var bl.a. å høre hvilke tilbud de ønsker hvis de etablerer seg på/ved Hemnesberget, og hva de eventuelt konkret kan bidra med av både innsats og midler. I forkant av intervjuene fikk respondentene oversendt utdraget fra Jenny Larsens PhD, som vist på de neste sidene.

Overnattingsstilbud både for ansatte og besøkende etterlyses av tre av fire aktører. For besøkende vil overnattingstilbudet måtte ha et hotellpreg eller lignende, mens for ansatte kan det være en enklere standard. Det framheves at det pr. i dag ikke er lett å ta med gjester eller kunder til Hemnesberget, og en aktør opplyser at all overnatting foregår på Mo.

Mulig samarbeid om overnatting eller boliger for egne arbeidere er nevnt av flere.

Fokus på egen drift begrenser mulighetene for å være med å «dra lasset» når det gjelder stedsutvikling, men samtidig bidrar aktørene gjennom egen drift til å opprettholde tilbud av ulik karakter på og nær Hemnesberget. Omfanget vil naturligvis avhenge av hvem det er snakk om, men alle næringsaktørene snakker om viktigheten av å bidra til lag og lokale foreninger. Flere av bedriftene har kultur for å være med på lokale trivselstiltak og har gjort mye for lokalsamfunnene der de er etablert. De fleste sier at de har muskler til å bidra, og framhever bl.a. tiltak for bolyst, støtte til idrettslag, kultur, trivselstiltak og andre ting som bygger samfunnet rundt.

Overnattings-
tilbud
både for ansatte
og besøkende
etterlyses av tre
av
fire aktører.



”Flere av bedriftene har kultur for å være med på lokale trivselstiltak og har gjort mye for lokalsamfunnene der de er etablert”.

Foto: F. Milochau

[Samvirkelagsbakken](#)

Av Jenny Kjempei Larsen forsker ved Senter for industriell Forretningsutvikling (SIF) / Nord Universitet

Se [her](#) for referanseliste

Denne introduksjonen er basert på en phd-avhandling¹ som har sett nærmere på hvordan aktører i perifere regioner tar del i og utvikler omgivelsene sine og er ment som et blikk utenfra og en inspirasjon til hvordan slike dynamikker kan bidra til både nærings- og samfunnsutvikling i utkantsområder og på Hemnesberget.

Perifere regioner, altså områder utenfor urbane sentrum², beskrives ofte med fokus på trekk som hemmer utvikling. Faktorer som spredt befolkning og høye utflyttingsrater³, begrensede kommunikasjoner, begrenset tilgang på tjenestetilbud, virkemidler og kunnskapsleverandører, er eksempler på slike aspekter som kan påvirke entreprenørskap, bedriftsaktiviteter og næringsutvikling i perifere regioner⁴.

Samtidig – og i kontrast til mer negativt ladede beskrivelser – er det også studier som finner positive aspekter ved næringsaktivitet og -interaksjon i perifere regioner. Sterke sosiale nettverk, følelser av tilhørighet⁵, kombinert med unike, lokale ressurser som kan skape forretningsmuligheter for bedrifter og entreprenører⁶, er faktorer som kan hjelpe aktører overvinne utfordringer i perifere områder⁷. Dette illustrerer også behovet for å studere de spesifikke kontekstene eller omgivelsene (det kan være seg geografiske, sosiale, institusjonelle og/eller historiske⁸), som påvirker bedrifter og entreprenører i perifere områder.

De siste årene har erkjennelsen av omgivelsene der næringsaktivitet finner sted blitt satt i sentrum for entreprenørskapsforskningen⁹. Her anses kontekst som viktig fordi det påvirker bedrifter og entreprenører¹⁰, og ved også å se næringsaktører som aktive deltakere i sine omgivelser¹¹, fremheves et samspill mellom disse, noe som er særlig viktig i perifere områder¹².

Larsens avhandling¹³ baserer seg på kvalitative casestudier av aktører relatert til oppdrettsnæringa i perifere områder i Midt- og Nord-Norge. Denne næringa har opplevd en sterk økonomisk vekst de siste årene, og kan også sies å ha klart å overkomme noen av de utfordringene som gjerne er assosiert med det å utvikle suksessfulle bedrifter i periferien. Gjennom fire forskningsartikler, studerer avhandlinga ulike dynamikker mellom aktørene og deres omgivelser. Funn med særlig relevans for denne rapporten presenteres her.

En av artiklene undersøker hvordan et entreprenørielt økosystem kan utvikle seg i periferien over tid, gjennom å studere individer og deres handlekraft¹⁴. Gjennom fire faser over omtrent 50 år, der å få på plass ulike byggesteiner slik som infrastruktur og bedriftsstøttefunksjoner har stått i fokus, viser denne studien blant annet hvordan handlekraften to entreprenører utøvde, ble en katalysator for utviklingen av et livskraftig og innovativt økosystem. Entreprenørenes intensjoner og handlinger var understøttet av en kombinasjon av to ulike logikker: en entreprenøriell markedslogikk og en samfunnslogikk (det vil si, intensjoner både om å forfølge forretningsmuligheter og utvikle lokalsamfunnet). Disse har i stor grad vedvart over tid blant flere aktører i lokalsamfunnet. Studien foreslår at tilstedeværelsen av denne tosidige logikken¹⁵ og aktørenes handlinger, har bidratt til å skape og transformere omgivelsene over tid, noe som igjen har styrket både utviklingen av lokalsamfunnet og næringsaktiviteten på stedet.

En annen artikkel¹⁶ ser nærmere på samspillet mellom bedrifter og de perifere stedene de opererer i. For det første finner studien at bedriftene aktivt engasjerer seg i og utvikler stedene sine. Dette skjer gjennom utvikling av sosiale (for eksempel støtte til lokale initiativ, rekruttering), infrastrukturelle (for eksempel involvering i husbygging, utvikling av næringsareal og kontorfellesskap) og næringsmessige (for eksempel bruk av lokale leverandører, ansvar for tjenester lokalt), dimensjoner. Gjennom slike tiltak drar bedriftene både nytte av ressursene på stedet, i tillegg til å utvikle dem¹⁷. For det andre

viser studien at bedriftenes engasjementer med stedene bunner i en opplevd gjensidig avhengighet mellom bedrift og sted. Gjennom bedriftenes forankring i omgivelsene, bidrar de til en gjensidig utvikling av og ivaretagelse av bedriftene og stedene¹⁸.

Fra et fugleperspektiv på de ulike dynamikkene som avhandlingen har sett nærmere på, foreslås det som ett av hovedfunnene at måten de studerte bedriftene tar del i og utvikler omgivelsene sine, viser at handlingene og intensjonene deres er tett knyttet til og i noen grad underordnet «sted». Det var for eksempel tilknytningen til deres perifere, stedlige omgivelser¹⁹ som påvirket hvordan aktører tok del i leverandørindustriutvikling sammen med andre bedrifter, hvordan de bidro til bolyst, og hvordan de engasjerte seg i radikalt nye forretningsmodeller.

Avhandlingen foreslår også noen spesifikke implikasjoner for bedrifter og beslutningstakere. For bedrifter understrekes spesielt viktigheten av å etablere sterke bånd. Små og mellomstore bedrifter, spesielt, bør søke samarbeid med ulike aktører for

å overkomme utfordringer de møter. Entreprenører og bedrifter kan også ta roller som endringsagenter i lokalsamfunn gjennom strategisk engasjement i samfunnsinitiativer. Ved å ta ansvar for slike elementer kan bedrifter sikre tilgang til kritiske ressurser, noe som kan styrke deres konkurranseevne over tid, spesielt i perifere områder hvor utfordringene kan være mer uttalte.

For beslutningstakere foreslås det at politikkutforming tar de ulike, lokale forholdene i betraktning, noe som krever tett samarbeid mellom beslutningstakere, bedrifter, entreprenører, virkemiddelapparat, frivillige organisasjoner og andre. Selv om behovene i ulike perifere regioner vil variere, bør beslutningstakere ta en aktiv rolle, særlig når det kommer til infrastrukturtiltak og når det kommer til å fasilitere dialog og samarbeid på tvers av nivåer og mellom ulike interessenter. Beslutningstakere bør også anerkjenne det gjensidig forsterkende forholdet mellom nærings- og samfunnsutvikling, slik at en tilrettelegger for et balansert og inkluderende utviklingsarbeid.

”Beslutningstakere bør anerkjenne det gjensidig forsterkende forholdet mellom nærings- og samfunnsutvikling, slik at en tilrettelegger for et balansert og inkluderende utviklingsarbeid”



Oldervika Næringspark tiltrekker seg nye bedrifter.

12 ET UTVALG MUSEALE MULIGHETSROM

RANHEIMBRYGGA SOM BÅTMUSEUM OG KULTURELT SAMLINGSSTED

Bakgrunn:

I 1997 kjøpte Hemnes kommune Ranheimbrygga på Hemnesberget fra handelsmann og båtbygger Snorre Ranheim. Brygga er satt opp tidlig på 50-tallet, og i 1980 kjøpte Snorre den med mål om å bevare minner fra kystkulturen på Hemnesberget. Hans rike samling av gjenstander inngikk i kjøpet, og i ettertid ble også Einar Hortmanns samling av båtmotorer flyttet dit.

Siden 2004 har Ranheimbrygga vært innlemmet i Helgeland Museum, som har ansvaret for å drifte alle de kommunale museumsbyggene i Hemnes. Da Snorre solgte brygga til kommunen, sikret han seg bruksrett til de isolerte lokalene i 1. etasjen, så lenge han levde. Dette hadde han glede av så og si helt fram til han gikk bort i 2021, 97 år gammel.

Helgeland Museum har etter oppdrag fra Hemnes kommune levert arkitektskisse (Fragment) og renoveringsrapport for Ranheimbrygga

Helgeland Museums forslag til oppstart av Ranheimbrygge-prosjektet

Helgeland Museum har etter oppdrag fra Hemnes kommune levert arkitektskisse og renoveringsrapport for Ranheimbrygga, slik at bygget kan bli en fullverdig kultur- og museumsarena for kommunen.

Helgeland Museum mener det kan være en fornuftig strategi å gjøre prosjektet i flere trinn, og ser finansiering av hele prosjektet som et langsiktig men oppnåelig mål. Førstetrinner å sikre bygningsmassen og legge til rette for at hele bygge kan brukes for

publikumsaktiviteter. Det betyr, sanitære anlegg, universell tilgang og rømningsveier. Ca. en tredjedel av bygget vil være utbygd for helårsbruk, og resten av bryggen vil fortsatt være brukbar til visning av tradisjonsbåter og for arrangement om sommeren. Ranheimbrygga kan da tas i bruk og testes, mens museet jobber med videre finansiering og utvikling av innholdet til båtmuseet.

Museet flyttet samlingen og tømte bygget høsten 2024. Alt av gjenstander er satt på lager. Kommunen jobber nå med å sikre fundamentet for bygget og dette arbeidet blir startet opp våren 2025.

Helgeland Museum trenger et startstilskudd til prosjektet fra Hemnes kommune for å kunne søke videre midler. Hvis kommunen ønsker å satse på realisering av museet, vil Helgeland Museum jobbe videre med Byggetrinn 1, dvs. renovere inngangsparti, resepsjon, nye toaletter, kontor og cafe, sikre universell tilgang med heis til alle etasjer og rømningsveier. 250m2 på hver etasje vil da være uisolert og med åpen plass som kan benyttes i sesongen til konsert, møter, cafe, formidling og arrangement.

Ønsket er å starte opp byggeprosjektet snarest mulig, slik at trinn 1 kan gjennomføres med åpning sommeren 2026. I 2026 er det 100 år siden Leif Eriksson Vikingskipet ble bygget i Hemnes. Bygget kunne åpne med en markering av utstilling om denne hendelsen. Arbeidet med å lage utstillingen er satt i gang i Helgeland Museum. Innholdet produseres av Ann Kristin Klausen, forsker i Helgeland Museum.

Helgeland Museum ønsker å være pådriver for å finne ytterligere ekstern finansiering. For å lykkes med det er det viktig å kunne vise til at kommunen støtter prosjektet og har lagt inn en grunnfinansiering. Museet ser for seg enkel drift ved åpning, med gode arrangement og samtidig spennende midlertidige utstillinger og workshops sammen med befolkningen og andre aktører. Gjennom utprøving, tilstedeværelse og etablering av samarbeidsprosjekter planlegger museet å kunne utvikle og finansiere byggetrinn 2 og 3. Dette skaper aktivitet i sentrum

av Hemnesberget, mens arbeidet med produksjon og finansiering for å skape et båtmuseum fortsetter.

Hovedprosjekt/Byggetrinn 3 er et fullverdig museumsbygg som vil omhandle båt- og kystkultur og gi rom for bred kulturell aktivitet ved anlegget. Mulig samlokalisering med Vitensenter Nordland, bibliotek og båtbyggingsverksted blir undersøkt. Åpning kan potensielt bli i 2029.

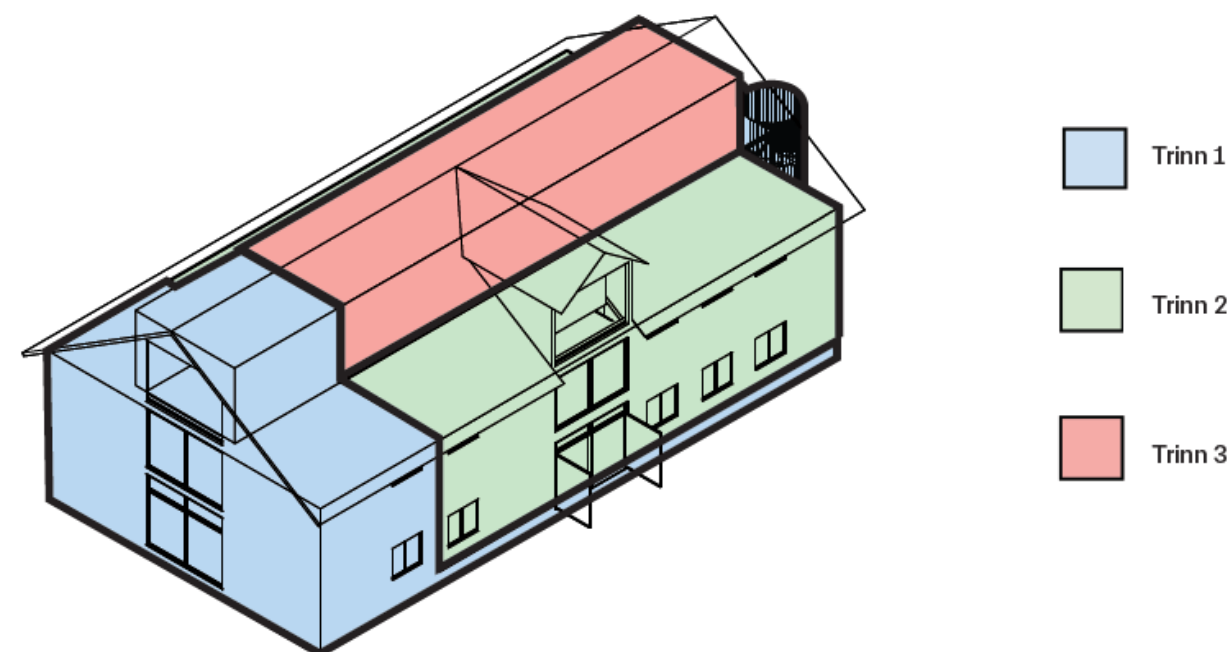
I 2026 er det 100 år siden en kopi av Leif Eriksons vikingskip ble bygget i Leirskardalen og fraktet til Hemnesberget, før det la ut på tur sørover til Bergen og over Atlanteren til Amerika. Historien om kaptein Gerhard Folgerø og hans mannskaps farefulle ferd i åpen båt over Atlanteren, har nasjonal og internasjonal interesse.

Ønsket fremdriftsplan:

- Juni 2025: Hemnes kommune bevilger bruk av kr. 3 mill. i 2025 og 3 mill. i 2026 for å etablere et båtmuseum.
- Juni 2025, etter at kommunen har vedtatt bidrag til båtmuseet: Helgeland Museum går ut med anbud for forprosjekt og konkurransegrunnlag for totalentreprise.
- August (18.august søknadsfrist): Helgeland Museum sender søknader til Sparebankstiftelsen Helgeland, stiftelsen Uni, for tilskudd trinn 1.
- September 2025: Restaurering av fundamentet til Ranheimbrygga ferdigstilles av Hemnes kommune.
- November 2025: byggestart trinn 1.
- Kontinuerlig: Kommunen samarbeider med Helgeland Museum og lokale lag og foreninger for å få til aktivitet i tilknytning til museet i 2026, slik skissert i intervjuene, bl.a. turer med fiskeskøyta Remi Ketil, historisk vandring o.l.

Se [Fragments skisseprosjekt](#) for Ranheimbrygga, og [kostnadsoverslag](#) for de forskjellige fasene.

Byggetrinn 1 forprosjekt i blå farge, fullverdig museum grønn og rød farge





10 HISTORISKE GRUNNER TIL Å REALISERE ET BÅTMUSEUM PÅ HEMNESBERGET

- Båtbyggertradisjonene er så viktige for identiteten til Hemnes at de er hedret gjennom en båtklammer i kommunevåpenet
- Klinktradisjonen ved bruk av båtklammer er siden 2021 på Unescos liste over immateriell kulturarv, noe som gir gode profileringsmuligheter.
- Vikingskipmodellen Leif Erikson Viking Ship ble bygd i Leirskardalen og seilte i 1926 fra Hemnesberget til USA hvor den nå er utstilt – båthistorie i verdensklasse!

- Hemnesberget er senter i det fjordsystemet hvor det er bygd flest båter i Norge sett under ett. Det anslås at det er bygd over 300.000 store og små båter i Hemnes siden 1850
- Det var på det meste flere enn hundre båtbyggerier rundt om i hele Hemnes. Av skøytebyggerier var det ca. 40, hvorav 25 var på Hemnesberget/Sund.

- Lofotfiskerne var i veldig stor grad avhengige av båter fra Hemnes, og Hemnes bidro således i mange århundrer til et fiske som var svært viktig for både lokal og nasjonal økonomi
- Båtbyggerne fra Hemnes ledet an i innovasjonen som førte til dagens Nordlandsbåt og i moderniseringa av fiskeflåten
- Den båtindustrien som etter hvert utviklet seg, førte til at nye faggrupper fant sammen i et nytt faglig fellesskap og var grunnlaget for at Hemnesberget på en naturlig måte fikk et "industricluster"

- Hemnesberget hadde lenge to av Norges største fritidsbåtprodusenter og er viden kjent for sine lange båttradisjoner og sin spisskompetanse
- Det er fremdeles båtskøt, brygger og båter fra flere tidsepoker i bruk av båtbyggere og ildsjeler på Hemnesberget – en levende historie som fortjener å foredles gjennom spennende informasjon og bevaring gjennom bruk!



Foto: Kristoffer Møllevik / Visit Helgeland

NORDLANDS AVIS – HEMNES KOMMUNES «FOTEFAR MOT NORD»-PROSJEKT

En av Nordlands eldste aviser, [Nordlands Avis](#), ble startet på Hemnesberget i 1893 og lagt ned i 1978. Lokalene og maskinene står i dag tilnærmet likt slik de sto den dagen avisa ble lagt ned. Lokalene tilhører Boligstiftelsen i Hemnes, leies ut til Hemnes kommune og har som kommunens [Fotefar mot nord](#)-prosjekt, vært tilgjengelige for publikum på henvendelse til kommunen eller Helgeland Museum, selv om museet ikke har noe formelt ansvar for driften.

Det har vært gjennomført befaringer (april 2022) og noe sårt tiltrengt opprydding/vedlikehold (juni 2023), hvor bl.a. museumsfaglig kompetanse fra Trykkerimuseet Fjeld-Ljom har bidratt. Dette har vært finansiert av Helgeland Museum og Hemnes kommune. Det hevdes at Nordlands Avis, på linje med Fjeld-Ljom, er unik i Europeisk sammenheng pga. at de holder til i opprinnelige lokaler. Se bl.a. FSK-sak [106/2021](#) og [26/2023](#), samt vedlagt [rapport fra siste oppussing av Nordlands Avis i juni 2023](#).

Det finnes en bevegelse innen den kreative næringen som bruker gamle trykkteknikker for nye

produksjoner, og denne type lokaler kan skape en kreativ tilnærming og styrking av grafisk og kunstnerisk fagmiljø, både fjernt og nært. Med riktig forvaltning kan avislokalene, utstyret og avisas historie potensielt øke attraksjonsverdien for Hemnes og Hemnesberget og således være en viktig del av pågående stedsutvikling. Dette kan også bidra til næringsutvikling gjennom økt besøk for andre aktører på Hemnesberget. Fotefar-mot-nord prosjektet revitaliseres i disse dager av Nordland Fylkeskommune, med ny profil og økt synlighet.

Hva kreves for å realisere en første fase i et attraktivt tilbud ifm Nordlands Avis:

1) Kommunen må ta stilling til eierskapet til lokalene, utrede de viktigste vedlikeholdstiltakene og mulighetene for aktiv bruk, samt finne finansiering internt og eksternt. Ett forslag er i første omgang å foreta en enkel oppussing av lokalene og tilrettelegge for formidling, slik at de kan brukes som base for kommunens kulturansvarlige og kreative aktører, og at man derigjennom kan sikre tilstedeværelse og forutsigbare åpningstider.

2) Kommunen og Helgeland Museum må vurdere om Nordlands Avis går inn i en ny museumsavtale

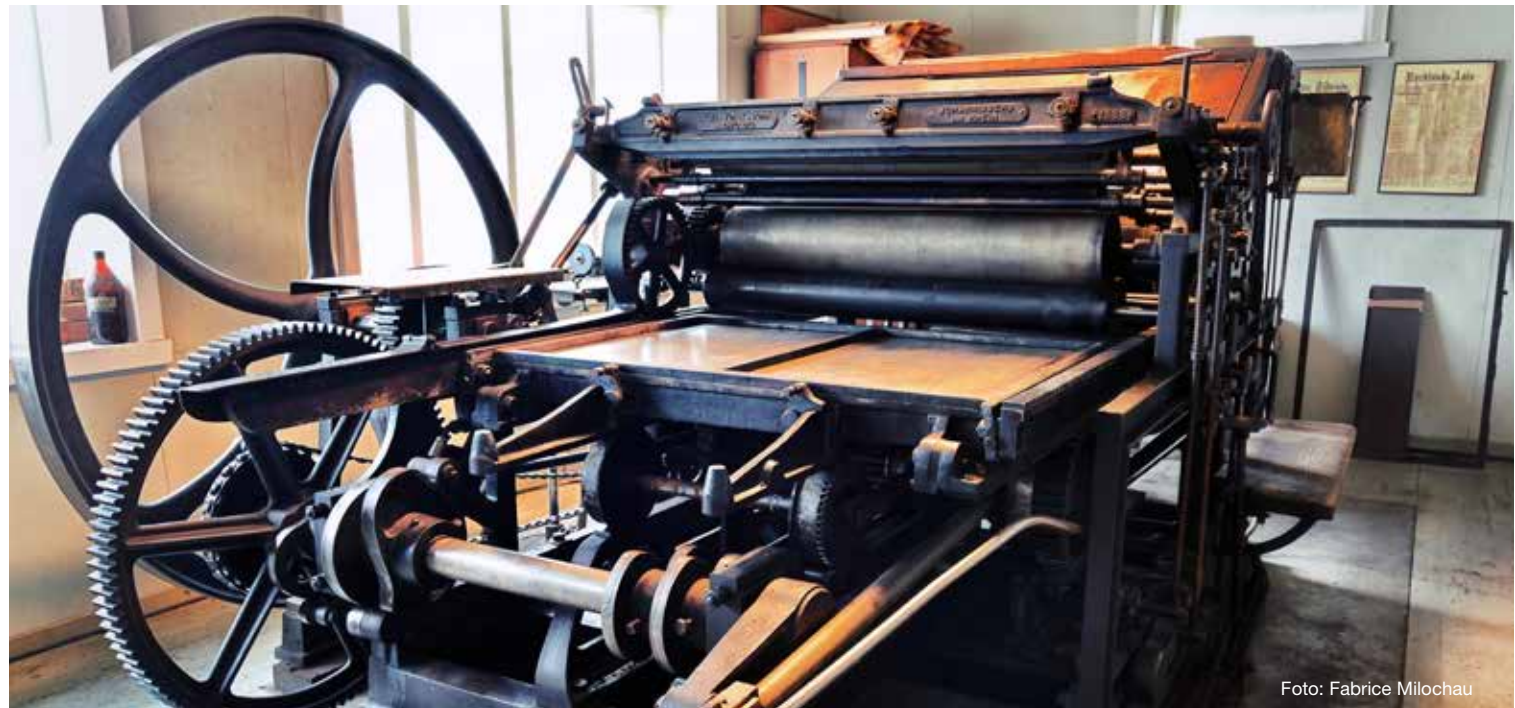


Foto: Fabrice Milochau

KRIGSBUNKERSER I SENTRUM AV HEMNESBERGET

I Odden, godt skjult under en knaus med utsikt til Præstengbrygga og fjorden, og med nødutgang midt i et boligfelt, ligger en 80m2 stor bunkers fra andre verdenskrig. Den ble bygd for tyskerne av polske fanger. Hemnes sentralskole har ryddet i bunkersen og den har tidligere sporadisk vært brukt til formidling. Sikringsarbeid er påkrevd, og bunkersen er nå stengt av Hemnes kommune.

Hemnes kommune har festekontrakt med Opplysningsvesenets Fond (nå Allstad) vedrørende bunkersen. I 2019 ble det gjennomført en befaring for å kartlegge hva som kreves for å sikre bunkersen slik at man kan legge til rette for opplevelser og kommersiell bruk. Det ble innhentet priser og estimert at det ville bli rundt 300.000 kroner for nødvendige tiltak. Dette vil bli noe dyrere i dag, og må utredes på nytt.

I desember 2024 tildelte den polske stat en æresmedalje til avdøde Aud Valla for hennes arbeid med å hjelpe polske krigsfanger å rømme fra Hemnesberget under 2. verdenskrig. Dette er unikt i Norge og er en av flere ting som kunne vært formidlet

i Bunkersen hvis den ble satt i stand og lagt inn under f.eks. Helgeland Museum som et besøkstilbud på Hemnesberget. Annen formidling kan omhandle [angrepet på Hemnesberget i mai 1940](#) og senkingen av MS Nord-Norge, som er lokalisert på 280 m dyp noen hundre meter utenfor Præstengbrygga. Bunkersen bør sees i sammenheng med et eventuelt museumstilbud i Ranheimbrygga, og være en del av en tilrettelagt opplevelse hvor også båtmuseum og Nordlands Avis kan inngå, noe som vil øke attraksjonsverdien av tilbudet og på en god måte dekke store deler av Hemnesbergets historie. Også to andre krigsbunkerser ligger i umiddelbar nærhet til Ranheimbrygga, og kunne f.eks. blitt omgjort til escape-room med tema «2. verdenskrig» og/eller som unik overnattingsenhet (privat eie).

Hva kreves for å realisere en første fase i et attraktivt tilbud ifm bunkersen:

1) Hvis bunkersene skal kunne brukes kommersielt, bør det inngås avtaler med Allstad og private eiere, og utredes nye kostnadsoverslag som grunnlag for søknader om finansiering ifm istandsetting.

2) Kommunen må etablere en avtale om drifting og markedsføring av tilbudet



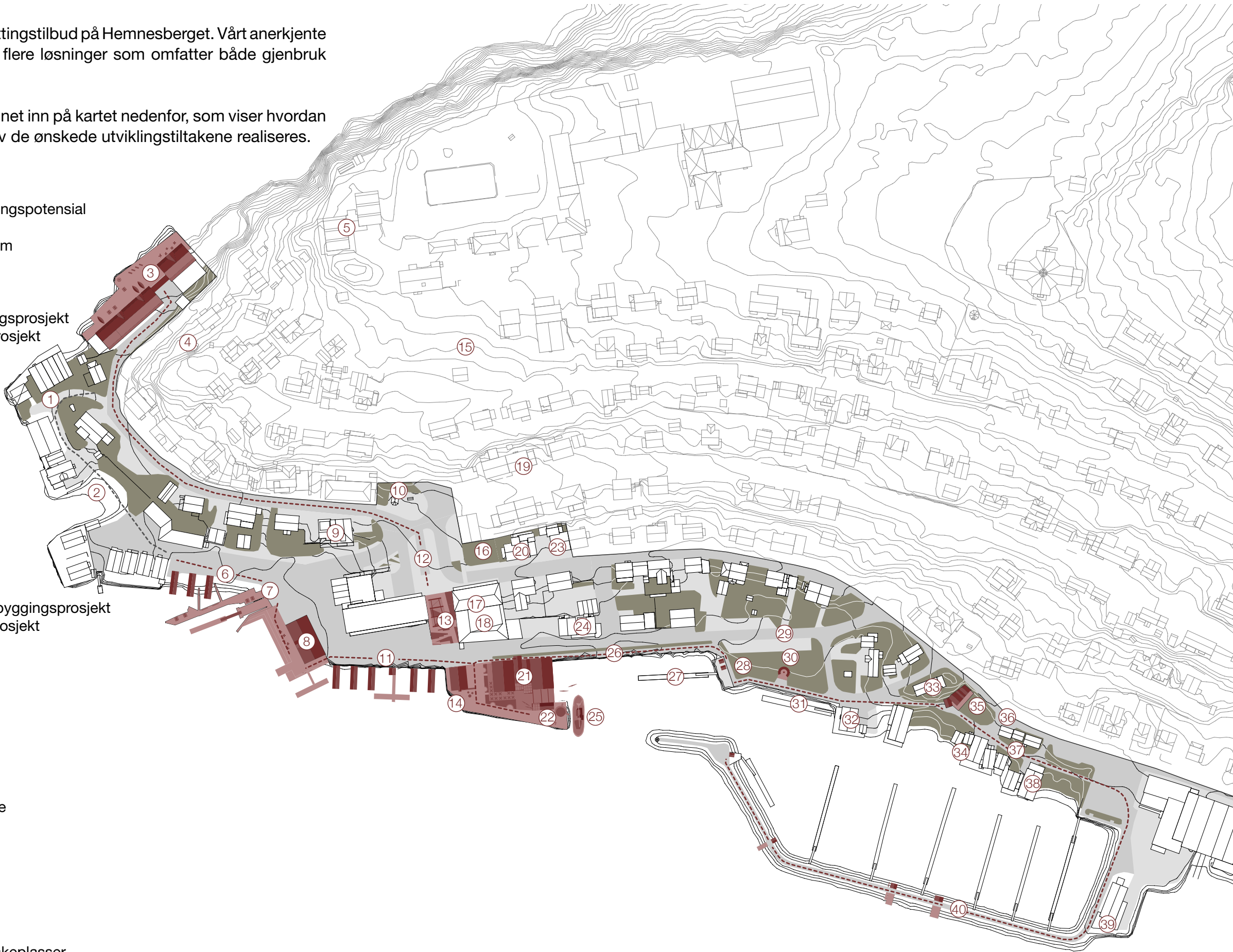
Foto: Marit Valla

13 ARKITEKTONISKE MULIGHETSROM FOR HOTELL I SENTRUM AV HEMNESBERGET

Det finnes flere mulige løsninger for å etablere overnattingstilbud på Hemnesberget. Vårt anerkjente lokale arkitektkontor [Tanken Arkitektur](#) har skissert flere løsninger som omfatter både gjenbruk (regenerativt) og nybygg.

Løsningene presenteres på sidene 36 til 48, og er tegnet inn på kartet nedenfor, som viser hvordan vannfronten på Hemnesberget kan se ut hvis flere av de ønskede utviklingstiltakene realiseres.

1. «Markens Grødes plass» - privat museum med utviklingspotensial
2. Åsfjæra – badeplass/bålplass - under utvikling
3. Præstengbrygga – potensielt regenerativt prosjekt som hotell- og konferansebrygge
4. Bunkersen – potensielt museumsprosjekt
5. Olsenhågen
6. Sjøhus – overnatting, 8-12 rom – potensielt nybyggingsprosjekt
7. Tidligere fergekai som offentlig byrom – potensielt prosjekt
8. Ranheimbrygga – museumsprosjekt under utvikling
9. Fru Karlsen – servering
10. Krestiankiosken
11. Sjøhus – overnatting, 8-12 rom – potensielt nybyggingsprosjekt
12. Torget – under utvikling
13. Samvirkelagsbakken – offentlig byrom
14. Dykkarbrygga – klubbhus og forsamlingslokale
15. Park
16. Husmorsneppen
17. Coop Prix
18. Jernvaren – jazzklubb
19. Kråkeslottet - butikk
20. Nordlands Avis – museumsprosjekt under utvikling
21. Samvirkelagsbrygga – hotell, 35 rom – potensielt nybyggingsprosjekt
22. Tanken – offentlig byrom/utsiktspunkt – potensielt prosjekt
23. Huskestua – bruktbutikk
24. Serverings/cafélokaler
25. Remi Ketil – båtopplevelser
26. Havnepromenaden
27. Gjestebrygge
28. Hemnesbenken – offentlig benk med tak
29. Oppstillingsplass bobil
30. Ring of fire – offentlig bålplass
31. Gjestebrygge
32. Båstua – servicebygg, klubbhus og forsamlingslokale
33. Per-Smedstua – museumsbygg
34. Kirkebua – museumsbygg
35. Lapphella kulturarena – scenebygg med offentlig wc
36. Gunnvorhuset
37. Isakhuset
38. Roghellskøtet
39. Rasteplass med benker og offentlig wc
40. Hemnesberget molo - offentlig byrom, Mologalleri, fiskeplasser



PRÆSTENGBRYGGA
-REGENERATIVT HOTELL I ODDEN MED UNIK
BÅTBYGGER- OG KRIGSHISTORIE

Bryggene og tomta er til salgs, og en [mulighetsstudie for Præstengbrygga](#) som hotell og museum er tilgjengelig, med salgsprospekt og detaljer om eksisterende bygningsmasse. I ny arealplan, foreslås tomta og bygningene avsatt til «Flerbruksformål» (kombinert bebyggelse og anleggsformål - nåværende).

Typologi: Hotell – transformasjon av eksisterende brygge
Areal: BTA 2 370 m² + lager
Rom og fasiliteter: 50 hotellrom, restaurant, kjøkken, konferanserom, administrasjon og støttefunksjoner
Status: Utredning / Programskisse
Sted: Hemnesberget

Historikk
Præstengbrygga har i lang tid vært et kjent og verdsatt landemerke på Hemnesberget. Firmaet Præsteng var omsetningsleddet for de beste båtsmedene i regionen og hadde allerede mange år før krigen en brygge i Kabelvåg og ei brygge på Hemnesberget. Under krigen ble brygga, så vel som hele sentrum, nærmest totalskadd. Det var ved Præstengkaia Hurtigruta D/S Nordnorge ble skutt i senk den 10. mai 1940, og først i 2021 ble skipet lokalisert på 280 meters dyp. Den historien kan du lese [her](#).
Dagens brygge ble oppført mellom 1949 og 1950, og pionertiden med å videreføre kunnskapen fra klinkbygde båter til fiberarmert plast startet i underetasjen på Præstengbrygga i 1966. Etter at den siste næringsaktiviteten opphørte i 2014, har bygget stått mer eller mindre tomt.

Eiendommens plassering
Eiendommens plassering er enestående, ytterst på Odden i Hemnesberget, med spektakulære utsikts- og solforhold mot den naturskjønne og maritime Ranfjorden. Bygningene, som vender mot nordvest, ligger i et miljø preget av stor naturskjønnhet og direkte kontakt med fjorden.

Bygningsmassens mulighetsrom
Eiendommen består av to brygger og et omfattende kaianlegg, med gode uteområder tilknyttet bygget. Til tross for at bygningsmassen er i god teknisk stand, er store deler av arealet uisolert, og mangler både sanitærinstallasjoner, moderne elektriske systemer og ventilasjon. En fremtidig bruksendring vil derfor kreve omfattende oppgraderinger til dagens tekniske standard (TEK17), men på grunn av byggets historiske og kulturelle verdi kan det vurderes å søke om unntak fra enkelte av de nåværende kravene.

I denne mulighetsstudien har vi undersøkt hvordan bygningsmassen kan transformeres til et hotellkompleks, som bevarer de historiske elementene, samtidig som det ivaretar moderne hotellfunksjoner.

Bryggenes organisering
Den større brygga er delt opp på følgende måte:

- **Underetasje:** Foaje, resepsjon, bar, restaurant, kjøkken, garderobe med toaletter, konferansefasiliteter og nødvendige støttefunksjoner.
- **Første etasje:** Hotellrom og administrasjon.
- **Andre etasje:** Hotellrom, black box med teleskopamfi og utstillingsarealer.
- **Tredje etasje:** Større hotellrom.

Den mindre brygga er organisert slik

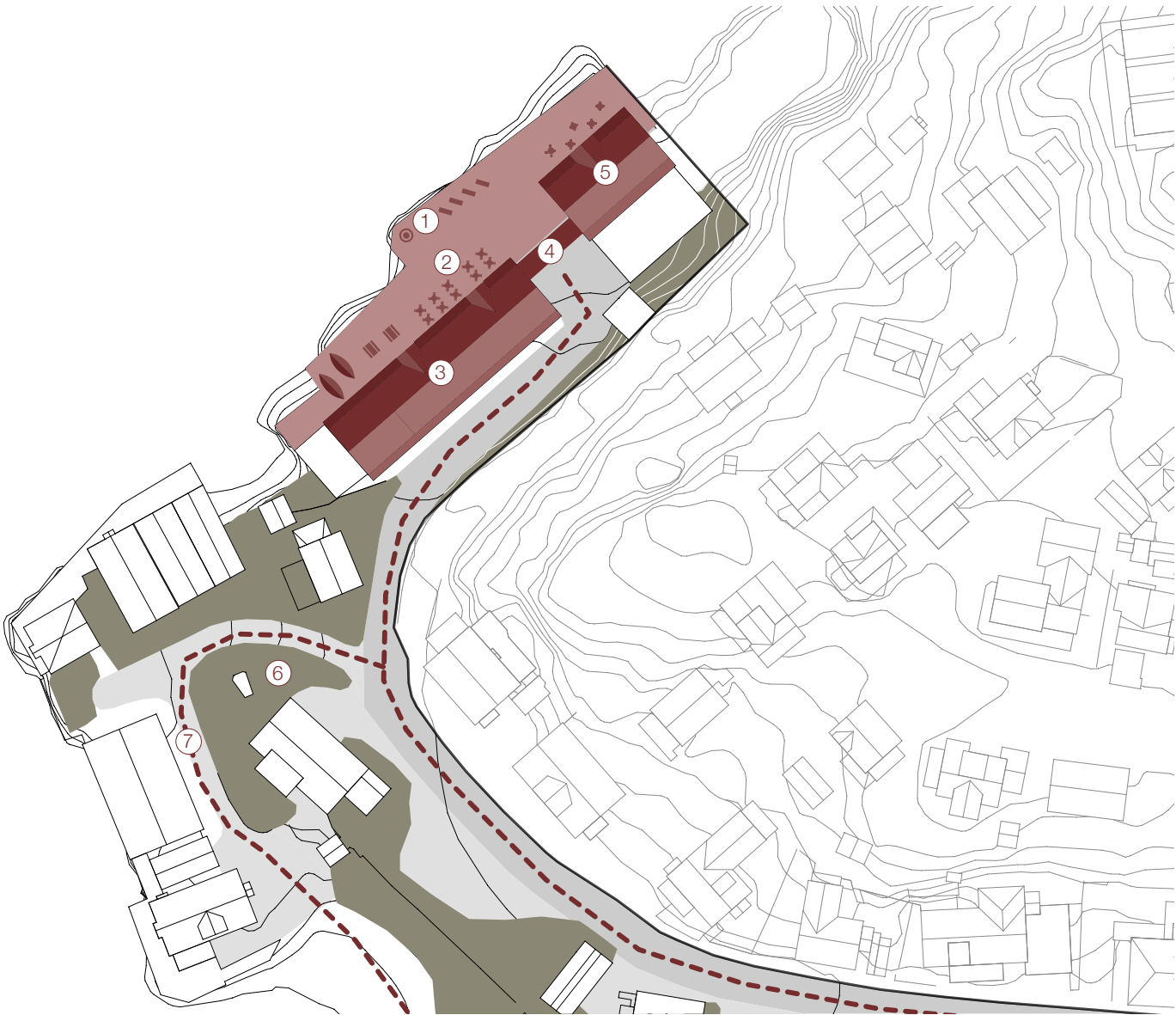
- **Underetasje:** Hotellrom og støttefunksjoner.
- **Første etasje:** Hotellrom.
- **Andre etasje:** Hotellrom og lager.

Begge byggene vil inneholde heis, hovedtrapp og nødtrapper for rømning. For å sikre at hotellet fungerer som et sammenhengende anlegg, og for å gi både gjester og ansatte en praktisk ferdsel tørrskodd mellom de ulike funksjonene, vil en glassbro forbinde de to bygningene.

Situasjonsplan Præstengbrygga

1. Brygge/ aktivitetsflate
2. Uteservering
3. Hotell, restaurant, konferanse
4. Glassbro
5. Hotell
6. Markens Grøde plass
7. Havnepromenaden

Præstengbrygga
er til salgs for ca 4,3
mill., med
selveiærtomt og
dypvannskai!



Arkitektonisk tilnærming:

Tanken arkitektur sin designfilosofi er å integrere den eksisterende bygningsmassen på en måte som fremhever de iboende arkitektoniske kvalitetene til bryggene. Dette inkluderer en tydelig referanse til byggets historiske betydning, med særlig fokus på båtbyggertradisjonen, krigshistorien og materialbruk. Utformingen av hotellet vil gi et arkitektonisk uttrykk som både ærer denne tradisjonen og løfter frem bryggens opprinnelige estetikk.

Bygningene vil ha en museal kvalitet, som kan bidra til å gjøre Præstengbrygga til Helgelands neste kulturelle fyrtårn, med et hotell som ikke bare fungerer som et oppholdssted, men også som et formidlingspunkt for lokalhistorie og maritime tradisjoner.

Uteområder og offentlig tilgjengelighet:

Hotelllets uteoppholdsareal vil være nøye tilpasset både byggets funksjon og behovene til hotellets gjester. I tillegg legges det opp til at uteområdet kan åpnes for offentligheten, og bli et viktig møtepunkt for både innbyggere og besøkende. Her vil det være plass til uteservering, fiskeplasser, utstillinger og aktiviteter, som kan formidle båtbyggertradisjonene og det maritime livets viktige plass i regionens kulturarv.



Illustrasjon/ Tanken Arkitektur

**SAMVIRKELAGSBRYGGA –
NYBYGD HOTELL PÅ TOMTA TIL TIDLIGERE
BRYGGER, SUPPLERT MED SJØHUS**

Tomtene festes av Hemnes kommune. I ny arealplan, foreslås de avsatt til ”sentrumsområde”, mens arealene i vann foreslås avsatt til formålet ”bruk og vern av sjø og vassdrag med tilhørende strandsone”.

Typologi: Hotell og sjøhus – Nybygg
Areal: Bruttoareal (BTA) 1380 m² + 8 sjøhus med BTA 36 m²
Fasiliteter: 35 hotellrom, 8 sjøhus, restaurant, kjøkken, konferanserom, administrasjon og støttefunksjoner
Status: Utredning / Programskisse
Sted: Hemnesberget

Historikk Samvirkelagskaia
Hemnes Samvirkelag var i god vekst med sitt nybygg i 1927, etter at storbrannen i 1923 tok lagets forretningsbygg. Samvirkelagsbrygge nr 1 kom opp i denne perioden med brygge nummer to temmelig rask etter den første. Vi vet ikke eksakt byggeår. Ikke lenge etter krigen startet kommunen arbeidene med muren øst for bryggene, og fikk etablert fyllingen innenfor. I mange år var kaia en viktig del når tusenvis av båter skulle skipes ut i travle vårmåneder. Vinteren 1969-70 var kald og i forbindelse med utsettelsen av en større skøyte hos Kåre Hansen, ble ferga brukt for å skjære ut råk. Den løsnet et stort isflak som fikk god fart mot Hemnesberget pga. kraftig østavind og utstrøm. Flaket traff den ikoniske Andersenbrygga som ble helt borte og Samvirkelagskaia som ble sterkt ramponert. Tidlig i 1972 var de innledende arbeidene i gang med den nye betongkaia i regi av Hemnes kommune. Samvirkelagsbryggene og kaia ble ikke vedlikeholdt. Etter hvert begynte kaipålene å svikte, brygga ble temmelig skjev, «salrygget» og farlig. Permitteringer hos båtprodusentene i de vanskelige 80-årene gjorde stor arbeidsledighet. Kommunen fikk drahjelp av Statens sysselsettingsmidler, og dermed besluttet man seg for at pengene kunne brukes til riving av de to bryggene.

Eiendommens plassering:
Eiendommen ligger sentralt i sentrum av Hemnesberget, omgitt av naturskjønne og maritime omgivelser, med direkte tilknytning til Hemnesbassenget. Den nåværende kaia består av Dykkerbrygga, Dieseltanken og fungerer som båt plass for Remi Ketil. I tillegg betjener den en drivstoffpumpe for små og mellomstore båter, en funksjon som i mulighetsstudien foreslås flyttet til et annet område. Tomten har en sørvendt beliggenhet, og tilbyr gode solforhold samt utsikt over fjorden. Den ligger som en naturlig del av havnepromenaden, i umiddelbar nærhet til Ranheimbrygga (utredes som museum), Samvirkelagsbakken (utescene), Jernvaren (scene/jazzklubb), havneparken, Ring of fire (bålplass), Båstua, Lapphella og marinaen.

Byggets organisering:
Den nye bygningsmassen består av to brygger som er forbundet i første etasje, og hotellet er utformet som en moderne nyfortolkning av de bryggene som tidligere stod på eiendommen. Kaia er videreutviklet med funksjoner som parkering, sykkelparkering, uteservering, bygg for lagring av kajaker og annet utstyr, samt utsett for kajakk, badeplass, og parkanlegg med møblering og vegetasjon. Dieseltanken blir oppgradert og tilgjengeliggjort med en utvendig trapp, som et offentlig utsiktspunkt med benk og nytt tak. Her vurderes det også å utvikle tanken som et hoppetårn i forbindelse med badeplassen.

- Hotellbygget er delt opp på følgende måte:**
- **Første etasje:** Foaje, resepsjon, bar, restaurant, kjøkken, garderobe med toaletter, nødvendige støttefunksjoner, hotellrom og administrasjon.
 - **Andre etasje:** Hotellrom.
 - **Tredje etasje:** Hotellrom.
 - **Fjerde etasje:** Hotellrom.

En sentral del av konseptet er å aktivere vannfronten og tilbakeføre bryggene langs fjorden med ny bebyggelse.

Sjøhus
Somen del av hotellprosjektet vil nye sjøhus etableres mellom Dykkerbrygga og Ranheimbrygga, samt på den nedlagte fergekaia. Sjøhusene representerer en moderne tolkning av naustene, og er planlagt som rorbuer med eget kjøkken, bad, oppholdsrom og soverom. De er delvis plassert på land og delvis på søyler, og stikker ut over vannflaten med en spektakulær utsikt og umiddelbar kontakt med sjøen. Sjøhusene får balkonger på forsiden, og vil gi muligheter for både bading og fiske. Det er foreslått en badstue med tilhørende flytekai, som kan fungere som gjestebrygge, badeplass og et offentlig byrom.

Sjøhusene vil fungere som en naturlig forlengelse av havnepromenaden, og i et byplanperspektiv vil de være med på å aktivere vannfronten på Hemnesberget. Dette skaper en helhetlig opplevelse for både hotellgjester, lokalbefolkning og besøkende, som knytter sammen de nye hotellfasilitetene, museet med det offentlige byrom.

Det er gjennomført geotekniske vurderinger av eiendommen hvor sjøhusene er planlagt.

I mulighetsstudien av Helgeland, peker Menon Economics på fire områder som må utvikles for å utløse potensialet for sterk vekst i reiselivet.

- Overnattingskapasiteten må økes markant
- Hele regionen må tas i bruk
- Det må utvikles tydelige og godt sammensatte opplevelsespakker
- Det må bli langt enklere å flytte seg rundt i regionen



Illustrasjon/ Tanken Arkitektur

Arkitektonisk tilnærming:

Uttryksmessig søker Tanken Arkitektur å integrere de nye bygningsmassene i et arkitektonisk grep som fremhever de historiske kvalitetene som de opprinnelige bryggene hadde. Designet fokuserer på å trekke frem elementer som konstruksjonsteknikker, byggemetoder og fargebruk, som har preget stedet. Med utgangspunkt i Hemnesbergets krigshistorie og båtbyggertradisjoner, vil hotellet få museale kvaliteter som en del av opplevelsen.

Uteområder og offentlig tilgjengelighet:

Hotellets uteområder vil bli utviklet for å møte både funksjonelle behov og tilby en arkitektonisk ramme som reflekterer de maritime tradisjonene. Samtidig legges det opp til at uteområdene også skal fungere som et offentlig rom, åpent for både innbyggere og besøkende. Fokus på det maritime livet og tradisjonen vil være en viktig del av utformingen, og uteområdet vil kunne romme aktiviteter som bading, fiske og båtliv, og vil fungere som en naturlig utvidelse av det offentlige byrommet på Hemnesberget.



Illustrasjon/ Tanken Arkitektur



Ferske tall
fra Visit Helgeland:
Helgeland hadde en vekst
på hele 11 prosent i
kommersielle overnattinger per
februar 2025 – mye takket være
flere utenlandske besøkende.
Samtidig har kurs- og
konferansemarkedet skutt
i været med en økning
på 60 prosent.

Illustrasjon/ Tanken Arkitektur

Situasjonsplan Samvirkelagsbrygga

1. Sjøhus – Overnatting, 8-12 rom

2. Ferjeleia Park– Offentlig byrom

3. Ranheimbrygga – Museum

4. Badstu

5. Stupetårn

6. Badeplattform

7. Havnepromenaden

8. Torget

9. Samvirkelagsbakken – Offentlig byrom

10. Dykkarbrygga – Forsamling
11. Sykkelparkering

12. Uteservering

13. Brygge/ aktivitetsflate

14. Samvirkelagsbrygga – Hotell, 35 rom

15. Uteservering under tak

16. Badetrapp

17. Utleie vannsport

18. Tanken stupetårn/utkikkstårn

19. Remi Ketil



Torget - Situasjonsplan Asplan Viak

Detaljregulering for Torget på Hemnesberget ble vedtatt i september 2018 i KST-sak 48/18, se sak [her](#).

Asplan Viak lagde i årsskiftet 2018/2019 en landskapsplan for Torget. Dette ble gjort på oppdrag fra kommunen i forbindelse med arbeidet i Samvirkelagsbakken (se illustrasjon). Foruten at Samvirkelagsbakken er ferdigstilt, er det kun utbedring av Husmorsneppen (1), i regi av en dugnadsgjeng fra Hemnesberget Vel, som er påbegynt.



14 HVORFOR OG HVORDAN

HVORFOR UTVIKLE HEMNESBERGET TIL EN DESTINASJON OG HVORFOR ER TIDEN MODEN NÅ?

- reiselivsutvikling er samfunnsutvikling og bidrar til attraktivitet for bosetting, tilflytting og nye arbeidsplasser, noe som trengs for å motvirke dagens utfordringer i Hemnes
- utvikling av reiselivsnæringa er en viktig satsing nasjonalt, regionalt og lokalt
- reiselivsnæringa er arbeidsintensiv, og bidrar med stor direkte og indirekte verdiskapning
- Hemnes er omstillingskommune og har ekstern finansiering for å jobbe fram nye og eksisterende næringer som bidrar til økt antall arbeidsplasser
- seks kommuner, inkludert Hemnes, har jobbet fram en Masterplan for reisemålsutvikling på Nord- Helgeland, og starter i 2025 på fasen «Fra ord til handling»
- ny storflyplass ved Mo i Rana i 2027 gir tilgang til flere markeder og økt trykk av tilreisende som trenger overnatting, opplevelser og tilrettelegging
- Helgeland er i vinden og kan bli «det nye Lofoten» men det kreves forvaltning for å unngå ulempene og hente ut gevinst, og det krever at hele regionen jobber sammen og bidrar til utvikling
- kultur og naturturister etterspør det autentiske, og ønsker å bli kjent med lokalbefolkning, lokal kultur og historie. Her har Hemnesberget mye å by på hvis det legges til rette og kommersialiseres
- innbyggerne på Hemnesberget gir uttrykk for at de selv ønsker økt satsing på reiseliv, og de har en lang historie som vertskap for tilreisende
- det er mange aktive lag og foreninger på Hemnesberget som legger til rette tilbud som bidrar til opplevelser og hvor noe kan kommersialiseres og bidra til arbeidsplasser
- Hemnesberget har allerede et renommé som «kulturlandsby» og har i tillegg mye spennende lokalhistorie som er viktig i Norgessammenheng og som kan formidles på spennende måter gjennom eksisterende historiske kulturmiljø
- Hemnesberget har en unik og vakker plassering midt på Helgeland, midt i fjordsystemet omringet av turvennlige fjell, under en time fra tre av byene på Helgeland og deres opplevelsestilbud
- Hemnesberget er forholdsvis lett tilgjengelig og ligger kun 40 min unna ny flyplass, 10 min fra E6, 15 min fra jernbanestasjon og har flere marinaer og dypvannskai
- Internasjonale trender er så sterke, og etterspørselen etter Nord-Norge så stor, at vi vil få økt trafikk om vi satser på turisme eller ikke. Potensialet for lønnsom vekst for reiselivsbedriftene og på lokalbefolkningens premisser, tas best ut om vi styrer turisttrafikken mot konsentrerte satsinger.



Lapphella - Foto: Marit Valla

HVORDAN KOMME I GANG MED Å UTVIKLE HEMNESBERGET TIL EN DESTINASJON

Basert på dagens situasjon og funn i denne studien, anbefales følgende tiltak for å komme igang med å utvikle Hemnesberget til en destinasjon:

1) Innvilge 3 mill. i 2025 + 3 mill. i 2026 for å realisere fase 1 i Ranheimbrygga som båtmuseum og samlingssted for lokalbefolkning og turister på Hemnesberget. Slik kan Helgeland Museum starte sitt arbeid med å skaffe ytterligere finansiering, og prosjektet kan bli en motor og en motivator for videre utvikling. Hvis dette er avklart i juni 2025, vil museet åpne dørene sommeren 2026 med en 100-års-utstilling om Leif Eriksson Viking Ship sin ferd fra Hemnesberget til USA, noe som kan skape blest om museet.

Avklare eierforhold rundt Nordlands Avis med Boligstiftelsen og utrede kostnader og muligheter for aktiv bruk av lokalene. Jobbe sammen med Fjell Ljom med utredning av et Norsk Pressemuseum. Skaffe finansiering.

Avklare eierforhold rundt Bunkersen med Allstad og utrede kostnader og muligheter for aktiv bruk av lokalene i.f.m formidling av krigshistorie og opplevelser. Se på muligheten for at bunkersen også kan brukes som tilfluktsrom. Skaffe finansiering.

Hvis disse tre tilbudene løftes fram og realiseres fram mot åpning av flyplass i 2027, vil det være opplevelsesmuligheter for både individuelle og grupper på Hemnesberget. Det vil også være mer attraktivt å etablere andre opplevelsestilbud som kan sys sammen til pakker, og det vil vise eventuelle investorer at stedet har en vilje og evne til å ta imot besøkende, og at behovet for overnatting er reelt.

2) Realisere noen lavthengende frukter som viser at «vi er i gang», gjennom å finne gode prosjekter som kan finansieres av de 400.000 kronene som er avsatt til Sentrumsplan Hemnesberget for 2025, ref KST-sak 74/2023.

3) Søke Omstillingsprosjektet om støtte til å utarbeide en lokal plan for reisemålsutvikling og besøksforvaltning på Hemnesberget, sammen med profesjonelle aktører innen reiselivet og i samarbeid med lokalbefolkningen og lokalt næringsliv. Denne bør være basert på forutsetningene som allerede er lagt i masterplan for reiseliv på Nord-Helgeland, bl.a. med ekstra fokus på tilrettelegging for alle, bærekraft og regenerativt reiseliv, slik at dette blir fortrinn. Arbeidet bør starte opp høsten 2025 og det bør lages en kommunikasjonsplan for god involvering og begeistring.

4) Okstindan natur- og kulturpark, samt ansatte innen næring, kultur, omstilling og TEK må jobbe målrettet sammen med lokale lag og foreninger for å sikre at gode initiativ med stor dugnadsandel og stor samfunns- og reiselivsinteresse lar seg realisere så smidig som mulig, samt bistå i søknadsarbeid og sikre god ekstern finansiering.

5) Politisk nivå, samt ansatte innen næring, omstilling og TEK må jobbe målrettet sammen med nye næringsaktører og lokalt næringsliv og gründere for å sikre ønskede etableringer og involvering og støtte i.f.t lokalsamfunnsutvikling.

6) Med tanke på Nordland Fylkes ønske om en regenerativ utvikling av reiselivet, bør mulige ledige bygg på Hemnesberget som egner seg for reiselivsutvikling kartlegges og synliggjøres for et stort og målrettet publikum/investorer nasjonalt og internasjonalt.

Dette gjør vi gjennom å sikre videre deltagelse i Venture North slik at kommunen har tilgang til portalen venturenorth.no hvor det våren 2025 startes opp en satsing på reiselivsinfrastruktur, og hvor prosjektet vil bidra til å lete etter mulige investorer. Omstillingsprosjektet bør søkes om en deling av relevante kostnader for deltagelse.

7)

Kommunen må prioritere å utrede og å budsjettere med nødvendig infrastruktur for god sentrums- og reiselivsutvikling, bl.a. utbedring av torget, parkeringsplasser og skilting.

8)

Det må jobbes sammen med barnehage, skole og voksenopplæring om å bygge lokalkunnskap og stolthet. Tilby befaringer og kurs i formidling og vertskap for ungdom og voksne som etter hvert kan jobbe innen reiselivet lokalt.

9)

Det må jobbes målrettet og profesjonelt med merkevarebygging av Hemnesberget og Hemnes, gjennom historiefortelling, kreativitet og synlighet via VisitHelgeland.com og deres markedsapparat. Kunnskapsparken Helgeland sitt prosjekt [Reiseliv Helgeland](#) bør også involveres.

10)

Det må lages en transportanalyse for intern transport i Hemnes, og også ses på muligheter for å bedre tilgjengelighet fra både flyplass og togstasjon til og fra Hemnesberget. Busstilbudet til/fra Hemnesberget forsterkes i forslaget til ny ruteplan fra Nordland fylkeskommune som er på høring våren 2025.

11)

Kommunen, næringslivet og lag og foreninger bør bidra aktivt til å utvikle og markedsføre tilbud i de øvrige bygdene og tettstedene i Hemnes. Det må også samarbeides med aktører i regionen, bl.a. Bardal, Utskarpen, Yttervik og Mo i Rana, hvor Ranfjorden er ferdselsåren og båt er framkomstmiddelet.

Skaperglede
mellom smul
sjø
og evig snø

I tillegg I tillegg til punktene på side 51 og 52, gjelder følgende for reisemålsutvikling i hele Hemnes

- Sikre at framtidig planverk tar høyde for ønsket steds- og reisemålsutvikling:
- Kommuneplanens samfunnsdel – I utkastet som legges fram til vedtak i mai 2025, er satsing på vekst og samarbeid i eksisterende og nye opplevelsesaktører, ett av fire viktige innsatsområder.
- Kommuneplanens arealstrategi – I utkastet som legges fram til vedtak i mai 2025 står det bl.a. at arealplanlegging og utbygging skal ta hensyn til kulturmiljøer og kulturverdier.
- Arealplanen – I arealplanen, som vedtas innen utgangen av 2025, må det tas høyde for at reguleringsformål er i tråd med ønsket utvikling, og at infrastruktur som parkeringsplasser hensyntas. Forslag til flere parkeringsplasser på Hemnesberget er allerede lagt inn i planen.
- Kulturminneplan (vedtas i 2025)
- Plan for kultur (oppstart høsten 2025)
- Næringsplan (oppstart høsten 2025)
- Temaplan for næringsareal (oppstart 2026)
- Sikre at kommunen og regionen Nord-Helgeland blir bærekraftsmerket i samarbeid med Reisemålsutviklingsprosjektet Nord Helgeland. Dette oppnår vi gjennom god oppfølging hvor de som jobber med næring, utvikling og tekniske tjenester i kommunen samarbeider godt med Reisemålsledelsen og nyansatt prosjektleder.

- Bli satt på reiselivskartet og styrke reiselivsnæringa i Hemnes gjennom å ha nok menneskelige ressurser til å følge opp prosjekter og strategier i Masterplanen for Nord-Helgeland i samarbeid med Visit Helgeland og Reisemålsledelsen. Her spiller også Okstindan natur- og kulturpark en viktig rolle gjennom kunnskap fra bedriftsnettverket OppHemnes, matnettverket som pågår nå og drift av websiden [visitokstindan.com](#)
- Jobbe aktivt opp mot investorer i samarbeid med Venture North, Visit Helgeland og Reisemålsledelsen.

- Jobbet tett med Visit Helgeland, [Kunnskapsparken Helgeland](#) og andre om profesjonalisering innen historiefortelling, formidling og markedsføring.
- Benytte muligheten både kommunen og aktører i Hemnes har til å hente ut midler til gode utredningstiltak gjennom Omstillingsprosjekt for næring, hvor også stedsutvikling og reiselivsutvikling er prioriterte innsatsområder.
- Vurdere om det kan etableres drivhus som kan forsyne bl.a. reiselivet i Hemnes og regionen med kortreist grønt, forutsatt at det blir etableringer i Hemnes som medfører overskuddsvarme.



Foto: Marit Valla

Regenerativt reiseliv

Når vi forsterker de positive sosiale og økonomiske ringvirkningene fra turismen, skaper vi et «regenerativt reiseliv». Et reiseliv som sørger for åpne dører, varme hus og lys i vinduene. Nytt liv i gamle bygg og ny aktivitet på gamle arbeidsplasser. På den måten bidrar reiselivet og turismen til ikke bare å bevare, men også å forbedre stedene turistene besøker, slik at de som bor og driver der kan bygge opp reisemålet og omgivelsene rundt.

Det er dette vi kaller «reiselivets tryllestøv», for det faller ikke bare på én bedrift og det løfter ikke bare én båt. Det sprer seg i hele lokalsamfunnet, og skaper gode heimplasser samtidig som det skaper gode reisemål.

For et godt sted å besøke,
er også et godt sted å bo.

