

Ansökan om utbetalning - lokalt ledd utveckling

Slututbetalning

Övergripande

Ansökan du söker slututbetalning för

2016-4273-15 Ansökan om projektstöd - Natur- och outdoorturism – framtidens besöksnäring på naturens villkor.

Uppgifter om stödmottagare

Person eller Organisationsnummer	8024979141
Namn	Leader Östra Skaraborg LLU
Utdelningsadress	Långgatan 1C
Postnummer	54430
Postort	HJO
c/o adress	
Telefonnummer - inklusive riktnummer	
Mobilnummer	0702460099
E-postadress	jesper.uvesten@leaderostraskaraborg.se

Kontaktpersoner

Om utbetalningen

Är du skyldig att redovisa moms för investeringen eller projektet?

Nej

Motivera ditt svar

Leader Östra Skaraborg, Leader Nordvästra Skaraborg och Leader Närheten är ideella föreningar som ej är momsredovisningsskyldiga.

Informationskrav

Har du som stödmottagare en webbplats?

Svar: Ja

Ange adressen till webbplatsen

Svar: <https://leaderostraskaraborg.se/aktivitet/natur-och-outdoorturism-framtidens-besöksnaring-pa-naturens-villkor/>

Har du som stödmottagare under tiden för genomförandet av din investering eller ditt projekt tagit fram informations- eller kommunikationsmaterial som innehåller information om någon del av din investering eller ditt projekt?

Svar: Ja - Skicka in en tydlig kopia av materialet, antingen som en bilaga i denna ansökan eller via post till stödmyndighetens FE-adress.

OM UTBETALNINGEN

Uppgifter om utbetalningen

Är du som stödmottagare skyldig att följa någon av upphandlingslagarna?

Svar: Ja

Försäkrar du att din organisation har riktlinjer för användning av direktupphandling?

Svar: Ja

Försäkrar du att din organisation har dokumenterat upphandlingen och skälen för den vid inköp från 100 000 kronor?

Svar: Ja

Genomförandet av investeringen eller projektet

Följer investeringen eller projektet ditt beslut om stöd?

Svar: Ja

Andra sökta och beviljade stöd

Har du beviljats andra stöd för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

Har du sökt andra stöd som du ännu inte har fått beviljade för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

Svar: Nej

SLUTREDOVISNING

Beskrivande uppgifter

Här ska ni kort och konkret beskriva ert projekt.

Svar: Projektet har via konkreta insatser utvecklat projektområdets besöksnäring med inriktning natur- och outdoorturism. Utöver affärs- och produktutveckling, nätverksbyggande, samarbeten över regiongränser och kompetenshöjande insatser för deltagare, har projektets dynamik skapat stora resultat som en ren synergieffekt av genomförandet – både utanför den geografiska gränsen för projektområdet samt inom segmentet affärsutveckling.

Projektet har även genomfört produktutveckling och paketering i samverkan med såväl lokala som regionala turistorganisationer och deras planerade insatser, vilket indirekt stärkt Leader som en bra samverkanspartner att koordinera besöksnäringens främjande insatser med.

Varför ville ni genomföra projektet?

Svar: Samtliga leaderområden i samarbetsprojektet har mycket goda erfarenheter av projekt med fokus på besöksnäring utveckling, i synnerhet sportfisketurism. Således finns en naturlig identifiering av naturturismen som en resurs med stor utvecklingspotential och till detta en redan etablerad kunskap vad gäller hållbar affärs- och produktutveckling inom genren.

Sekundärt har natur- och outdoorturism pekats ut som den nischen inom besöksnäringen med allra störst utvecklingspotential inom svensk turism. Såväl Visit Sweden som de regionala turistorganisationerna har ett uttalat direktiv att förädla svensk natur och paketera den för en internationell marknad. Med ett samarbetsprojekt fanns möjligheten att genomföra arbetet sida vid sida med både kommuner och regioner över ett större geografiskt område. Trots detta skulle projektet genomsyras av en gedigen lokal förankring i respektive leaderområde där långsiktighet och fortlevnad av produkterna stärkts ytterligare via samverkan med regioner och kommuner.

Var genomfördes projektet?

Svar: Projektet genomfördes i Leader Östra och Nordvästra Skaraborg samt i Leader Närheten. De två förstnämnda täcker in samtliga kommuner i Skaraborg samt Habo- och Mullsjö. Leader Närheten inkluderar Hammarö, Karlstad, Forshaga, Kil och Grums.

(Vissa samarbeten har dock sträckt sig utanför projektområdet, men har då vidareförvaltats/utvecklats av andra aktörer än projektledaren.)

Vad har ni genomfört i projektet?

Svar: Nätverksträffar och workshops. Produkt- och affärsutveckling samt paketering av produkter av enskilda näringsidkare men ofta i samarbete mellan flera, dvs i företagskluster. Produktion av bild, text och film för både hemsidor samt marknadsföringskampanjer. Visningsresor för internationella samt nationella resebyråer. Initierat och inspirerat till innovationen av solcellsdriven laddstation för husbilar på exklusiva "solitär" platser. Studenter på Karlstad Universitet med överseende av Glava research center har samverkat i framtagandet av elstolpen. Företag har varit på mäsas. Projektet har testat - med hjälp av berörda kommuner - den första tidtabellsbundna båtlinjen på Vänern. Projektet har skapat nya företag och inspirerat befintliga företag att etablera sig i projektområdet. (Projektet hade som plan att genomföra en studieresa i Moseldalen för att träffa representanter för regionens destinationsansvariga och ta del av deras arbete kring infrastrukturen och paketeringen av cykelturismen i området - resan fick ställas in pga covid - 19, viruspandemin.)

Bifogar exempellänk till filmer som spridits via Sociala media, kampanjer och företagets hemsidor (tillsammans med bilder)

<https://www.facebook.com/watch/?v=592850361370787&extid=XDahd54HXwDy7aJe>

<https://www.facebook.com/watch/?v=2646051795668230&extid=EM6MFIMdr1mJGJhx>

<https://www.facebook.com/watch/?v=369481537359600&extid=P300wdqbkfvQgTde>

<https://www.norrqvarn.se/en/old-growth-forest-enclosed-sea/>

<https://www.youtube.com/watch?v=N1H1kzc50nc>

<https://skaraborgsbygden.se/nyheter/skaraborg/ny-battrafik-pa-vanern/>

https://www.facebook.com/search/top/?q=360%20eat%20guide%20experience%20norrqvarn&epa=SEARCH_BOX

<https://backwater.se/>

<https://www.charterfiske.se/boende>

<https://www.cykelaptit.se/project/varmland/>

<https://www.cykelaptit.se/project/1796/>

<https://www.cykelaptit.se/project/skaraborg/>

https://www.facebook.com/search/top/?q=Sweden%20by%20Bike%20glenn%20magnusson&epa=SEARCH_BOX

<https://www.mariestadssjosevice.se/>

Nätverksträffar:

Konferens i Kristinehamn om cykelturism 24 oktober 2018

Nätverksträff och workshop om kajakturism i Karlstad 8 februari 2017

Storgruppsmöte med intressenter angående paddling på Vänern i Skoghall 2016 december

Storgruppsmöte kring vandring och paket i Gullspång i Studieförbundets lokaler 2016 december

Inspirationsföreläsning om outdoor och leaderprojektet för elever på Forshagaakademien

Gruppträff kring jakt i Gullspång

Nätverksträff på Hökensås tillsammans med projekt Outdoor Hökensås, digital marknadsföring 21 november 2017

Deltagande på naturturismkonferens i Karlstad för utvalda företag. 25-26 oktober 2017

Deltagande på mäsas - Kungsträdgården Live, för aktörer från Värmland 19-20 maj 2018

Nätverksträff/inspiration och projektpresentation för Torsönätverket (sökta Leaderprojekt) 11 maj 2017

storgupp Torsönätverket - 23 januari 2017
Nätverksträff Hjo, paketering och naturturism marcus eldh 16 april 2018
itb - besökt resemässa 9-10 mars 2017
Visma sportfiskemässa Holland, Tightlines Vizreisen presenterade paket med Predatorguide och Charterfiske
Visningsresor:
Sommerhaus Schweden - både Värmland och Skaraborg 23 februari 2019
Fishing in Sweden - Skaraborg
Predatorguide - Värmland
Trek Travel - Skaraborg 6-10 augusti 2018
Big Fish Sweden - Skaraborg 17-19 oktober 2019
Cykelaptit - Värmland
trv djurö nationalpark
journalistbesök lönern fisketurism juli 2018
produkter med via TRV och Visit Värmland på Swedish Work shop i hamburg 6-7 maj 2019
kajakpaddling i pre summit adventure - medfinans vv

Vilka har genomfört projektet?

Svar: Leader Östra Skaraborg, Leader Närheten, Leader Nordvästra Skaraborg, plus företag, andra leaderprojekt, regioner, företag, ideella organisationer, föreningar:

Turistrådet Västsverige, Visit Värmland, Visit Småland, Visit Östergötland. Fiskeområde Väneren, Fiskeområde Vättern, HåV - projektet, Outdoorprojektet Hökensås, Vänersamarbetet, Lake Grand Tour Väneren - projektet, Skärgårdsriket Torsö -projektet. Länsstyrelsen Västra Götaland, Länsstyrelsen Värmland, Hushållningssällskapet Skaraborg, Sportfiskeförbundet, Västarvet, Destinationsbolaget Läckö-Kinneulle, Next Skövde, Cykelcentrum Mösseberg/Falköping, Projekt Visit Hornborgasjön, Länsstyrelsen Jönköping, Biosfärområdet Vänerskärgården-Kinneulle, IDA-projektet Visit Värmland, Visit Karlstad.

Vistens Notdragarförening, Friluftsförbundet Karlstad, Karlstad Paddlarklubb, Högsåsens - Narvens ekonomisk förening Tiveden, Naturkraft Tumbleberg, Glava Research Center, Forshagaakademin/KY-utbildning Sportfisketurism, Outdoorfestivalen Skövde, Hökensås Sportfiske, Tiny Treehouse Treesign, First Camp Hökensås/Tidaholm, Cykelaptit, Bosgården Hornborga, Stora Bjurums slott, Grimstorps Gård, Björkhaga Hotell, Charterfiske, Hotell Bellevue, Knistad Herrgård, Hotell Billingeus, Ålska Billingen, Lumber & Karle, Norrvarn Hotell och konferens, Mariestad Sjöservice, Torsö Språkbyrå, Hotell Victoria, Predatorguide, Kultes Gård, Kavelbro Event/Granviks Camping, First Hotell Billingeus, Cykelsemester, Valle Bike Events, Naven Outdoor Experience, Väneroutdoor, Fårgården Åsebol, Otterbergets Camping, Ribbingsfors Herrgård, Sjötorp vandrarhem, Scandic Klarälven, Elite Stadshotell, Eda Outdoor, Nordic Eco Tours, Vänerkajak, Kungskvarnen Borgvik, North Adventure, Värmskogs Vandrarhem, Sävsjö Camping, Dömler Herrgård, Backwater Outdoor, Kvarnåsens Vildmark, Värmlands Camper, Bulten Bike, Fru Gran B&B, Löneren fisketurism, Fishing in Sweden, Sommerhaus Schweden, Anglers World Holidays, Trek Travel, Undens FVO, Tightlines Vizreisen, Big Fish Sweden, Ruds Gård, Ulfstorps Säteri, River C, Scandic City Karlstad, Kajutan Sjötorp, Vänervård, Sweden By Bike, Karlstad Universitet.

Vilka mål har ni haft i projektet?

Svar: Primära mål i projektet har varit 4,5 nya arbetstillfällen, 3 nya företag, 30 företag har aktivt deltagit, 1500 nya gästnätter, 1 ny virtuell mötesplats, 300 personer skall ha utbildats, 3000 nya dagsbesökare, 40 nya produkter och paket säljbara till besökare, 30 nya samarbeten.
De sekundära målen är att involverade företag skall se en ökning vad gäller omsättning och besökare. De samarbeten som projektet skapat skall leva vidare och leverera nya produkter. Besöksantalet gällande natur- och outdoorturism skall öka årligen både vad gäller nationella och internationella gäster samt även dagbesökare och övernattningar.

Vilka resultat har projektet skapat?

Svar: Paket och produkter exempelvis inom vandring, cykel, kajakpaddling och fiske, varav ett stort paket blev nominerat av Visit Sweden i deras 360Experience-kategori. Paketet innehöll guidad vandring, boende, lokalproducerad ekologisk mat och båtresa till Sveriges mest avlägsna nationalpark - Djurö som ligger i Väneren. Se länk: <https://www.norrvarn.se/en/old-growth-forest-enclosed-sea/> Projektet har även genomfört och lanserat den första, snabba linjetrafiken på Väneren m. <https://skaraborgsbygden.se/nyheter/skaraborg/ny-battrafik-pa-vanern/~~>Projektet har skapat grunden till nyetablering av företag samt uppstart av nya företag, byggt affärsdrivna nätverk, skapat marknadsföring,

utbildat, drivit fram nya företag, affärer utanför projektområdet, innovation kopplad till besöksnäring, inspirerat till nya Leaderprojekt knutet till besöksnäring och öppnat nya marknader. Vi har på ett framgångsrikt sätt tagit sportfisketurismen till en hållbar och långsiktigt resursutnyttjande. Bland annat har företaget Predatorguide arrenderat ett av Hökensås Sportfiskes vatten i Tiveden och upplåtit det enbart via paketerat, guidat fiske och på så vis skapat en exklusivitet som idag yttrar sig i att han säljer på rekommendation vilket är unikt. Vidare har projektet skapat paketerade produkter av fiske på Hornborgasjön där fiskeområdet även inkluderar privat vatten. Paketet ägs av en internationell reseoperatör och även här är exklusiviteten avgörande.

(https://www.facebook.com/search/top/?q=Big%20Fish%20Sweden%20the%20swamp&epa=SEARCH_BOX) Tyvärr fick planerade resor ställas in pga av Covid-19 men produkten skall finnas kvar till säsongen 2021. Projektet har även etablerat företag på nya områden, det mest framgångsrika exemplet är en nätverksträff i Karlstad där fokuset var kajakpaddling i besöksnäringen. Eda Outdoor utvecklade sin affär och via namnet Backwater Outdoor etablerade man sig i Karlstad kommun. Flera olika paketvarianter testades, men i slutändan var det påhuggsboknings om 2-4 timmar som fungerade bäst - det vill säga kajakuthyrning på Klarälven och deltat. En produkt som visade sig oerhört solid och än mer attraktiv under 2020 då pandemin slog till. Resultatet beror på att folk hemestrade och swemestrade på ett sätt där timangivna aktiviteter var vägvinnande. Projektet har tagit fram - tillsammans med boendeagentur - idén kring exklusiva husbilsplatser i naturen kopplade till aktivitet. Bland annat utvecklade skogsbruket på Åsarps gård i Falköpings kommun en satsning på sportfisketurism: <https://lonernfisketurism.se/> I samband med detta började man tillsammans med boendeagenturen Sommerhaus Schweden hyra ut en exklusiv husbilsplats med tillgång till båt. Det slog mycket väl ut och inför 2020 planerades för 10 stycken exklusiva husbilsplatser varav 6 stycken var i Värmland. Tyvärr bordlades planerna inför 2020 då Covid-19 spreds under våren. Dock har arbetet fortgått vad gäller de exklusiva platserna iom att vi planerat idén om soldriven laddstolpe vilket ökar på antalet dagar en husbil kan stanna kvar på platsen. Via Visit Värmland fick projektet kontakt med Glava Research Center och under 2019-2020 har två studenter på Karlstads Universitet haft stolpen (utseende/form samt tekniken) som examens arbete. Flera av de samarbeten och produkter som initierats har även varit produktiva utanför det geografiska området som projektet drivs i utan att på något sätt varit resurskrävande i tid eller ekonomi för projektet. Detta arbete har synkats och plockats upp av några av företagen samt regionala besöksnäringorganisationer - i synnerhet Visit Värmland - och på så sätt har ett "gränsöverskridande" arbete varit gynnsamt. Tyngsta resultatet ekonomiskt har skapats utanför projektets fokusområde, men genom samverkan som grundar sig i projektet. Kultes Gård och Predatorguide omsätter idag flermiljonbelopp tillsammans i deras gemensamma affärsidé kring att yrkesfiska, distribuera, förädla och varumärkesbygga kring insjökräftor. innefattar nyanställen

Hur har ni förankrat projektet?

Svar: Projektet föränledes av en förstudie. Förstudien påvisade behov hos företag i projektområdet som identifierats i tidigare projekt med anknytning till besöksnäring med naturen som resurs. Både innan och under projektet har samverkan och förankring skett med kommunala och regionala turistorganisationer. Inom förstudien förankrades projektet med företag, ideella organisationer samt olika typer av föreningar.

Projektet uppbyggdes är i linje med de nationella målen kring naturturism som fanns vid tidpunkten för projektansökan, men som slipades för att passa projektområdets huvudresurser och geografiska placering.

Beskriv projektets tänkta målgrupp.

Svar: Målgruppen är entreprenörer och markägare inom projektområdet som vill utveckla eller förädla en resurs inom segmentet outdoor- och naturturism. Utöver detta även personer/aktörer som vill starta en verksamhet med naturen som bas och då gärna via samarbeten och nätverk. Ytterligare målgrupper som anses vitala för framgång i projektarbetet är de kommunala och regionala turistorganisationerna, andra pågående projekt, internationella och nationella reseoperatörer, men även de naturintresserade aktörer som kan dra nytta av projektets resultat och synergieffekter.

Har projektet även gynnat andra målgrupper? Beskriv i så fall vilka och på vilket sätt?

Svar: Ja, projektet har gynnat studenter på Karlstad Universitet samt utbildning- och forskningsinstitutet Glava Research Center. Projektet har även gynnat företag som inte är besöksnäringrelaterade, exempelvis skogsägare och yrkesfiskare. Projektet har gynnat elever på Forshagaakademien KY-utbildning Sportfisketurism.

Har ni genomfört projektet så som ni skrev i ansökan om stöd?

Svar: Ja

Har ni samarbetat med andra i ert projekt?

Svar: Ja

Ange vilka andra aktörer ni samarbetat med för att nå projektets syfte och mål.

Svar: Samtliga kommuner i projektområdet; 22 till antalet. Turistrådet Västsverige, Visit Värmland, Visit Småland, Visit Östergötland. Fiskeområde Väneren, Fiskeområde Vättern, HåV - projektet, Outdoorprojektet Hökensås, Vänersamarbetet, Lake Grand Tour Väneren - projektet, Skärgårdsriket Torsö -projektet. Länsstyrelsen Västra Götaland, Länsstyrelsen Värmland, Hushållningssällskapet Skaraborg, Sportfiskeförbundet, Västarvet, Destinationsbolaget Läckö-Kinneulle, Next Skövde, Cykelcentrum Mösseberg/Falköping, Projekt Visit Hornborgasjön, Länsstyrelsen Jönköping, Biosfärområdet Vänerskärgården-Kinneulle, IDA-projektet Visit Värmland, Visit Karlstad. Vistens Notdragarförening, Friluftsförbundet Karlstad, Karlstad Paddlarklubb, Högsåsens - Narvens ekonomisk förening Tiveden, Naturkraft Tumleberg, Glava Research Center, Forshagaakademien/KY-utbildning Sportfisketurism, Outdoorfestivalen Skövde,

När bedömer ni att projektet ger full effekt?

Svar: om mer än 2 år

Hur har ni spridit projektets resultat?

Svar: Projektets resultat har spridits genom en Facebooksida, men efter att projektet avslutats kommer även en grafisk slutrapport att tas fram och förmedlas till alla intressenter. Den grafiska rapporten kommer bestå av bilder och ett redaktionellt textmaterial som tagits fram efter projektets slut för att ge en bättre inblick i vad som skett i projektet och hur samarbetet i projektområdet präglade resultat och arbetsmetodik. Vi har även blivit publicerade i LLU:s nyhetsbrev internationellt - European Network for rural development. Publicerade i finsk forskningsrapport, i lokalpress i Skaraborg kring produkter, samt nationellt i samband med nominering på 360degrees hemsida. Kortare texter och bilder om projektet har löpande synts i sociala media och kampanjer, varav flertalet bygger på det film- samt bildmaterial projektet tagit fram.

Hur har ni arbetat för att projektets resultat ska leva vidare efter att projektet avslutats?

Svar: Projektet har via strategiska samarbeten mellan företag kring nya produkter skapat fortlevnad och löpande utveckling. Genom samarbete kan aktörerna tillsammans möta efterfrågan även om den med tiden förändras - det skapar en flexibel produkt. Dock har projektet alltid jobbat emot att ett företag i samarbetena fått "äga" via produktägarskap, där de andra företagen agerar underleverantörer. Projektet har bistått med kontakter och samverkan med lokala/regionala turistorganisationer för att stöd och konsultation skall finnas till hands. men allra viktigast, att paket och produkter lyfts och lanseras på deras prioriterade marknader - här skapas en automatisk fortlevnad även om projektet avslutats. Ett fokus på bra match-making mellan aktörer och företag skapar dynamik, något som även är gynnsamt sett till innovativ affärsutveckling - man har ett levande partnerskap som bygger nytt och bygger om för att anpassa sig. På så vis har projektet skapat långsiktiga, men flexibla lösningar.

Vilka erfarenheter har ni fått genom projektet?

Svar: Ett större projektområde rymmer både möjligheter och risker, något man identifierade innan projektstart. Fundamentet i projektet har således vilat på en erfaren projektledare med bra inblick i de geografiska områdena, en vana att samverka med turistorganisationer och bra insikt i hur naturresursen ser ut och vilken utvecklingspotential den har. I efterhand kan man se en del risker med att knyta upp få företag i större produkter som involverar flera olika paketeringar såvida en av dessa skulle avsluta samarbetet - produkterna är producerade lokalt, att hitta en ny medspelare kan vara svårt. Projektledaren har även varit högst vital för att man skall kunna genomföra det i ett så pass stort område. Här betyder tidigare erfarenheter från projekt inom Leader i kombination med "lokal kännedom" i respektive projektområde väldigt mycket.

Har något gått bättre än planerat?

Svar: Vissa resultat är de facto väldigt stora och var inte på något vis väntade, även om man vill maximera, skapa synergieffekter och lyckas med mer än de initiala målen. Vi har idag - utanför de satta målen - ett samarbete mellan två företagare som genererat nyanställningar och omsättning i miljonklassen inom projektområdets landsbygd. Initiativet var besöksnäring, men en annan typ av affärsmöjlighet identifierades och blev väldigt framgångsrik. Företagarna presenterades via projektet och jobbar fortfarande med besöksnäring, men deras stora samarbete vilar på yrkesfiske efter kräftor, förädling av kräftor och logistik kring transport och vidareförsäljning. Till dags datum är båda företagen inne i en expansiv process, där en av aktörerna förenklat samarbetet genom att helt enkelt hyra in det andra företaget för att få kontinuitet. Projektet vill även lyfta fram hur man profilerat motion - och landsvägscykel i projektområdena, här har man en stor möjlighet till vidareutveckling i framtiden - i synnerhet då pandemin förändrat reseströmmar och man väljer att företa mer kostsamma resor/paket på hemmaplan. Projektet har även tagit fram en vandrings/upplevelse/boende-produkt som blev nominerad i Visit Sweden sponsrade genren 360Experience 2019. Produkten vann inte, men är till dags datum den enda leaderproducerade produkt inom besöksnäringen som nominerats i denna eller liknande genre. Avslutningsvis är innovationen "Exklusiva husbilsplatser" och

portabel laddstolpe - en primär och en sekundärprodukt inom projektet - en fantastisk framgång och ett inspirerande resultat. En visningsresa för tyska reseoperatören Sommerhaus Schweden i Falköpings kommun 2017 resulterade i att en markägare - på uppmaning av reseoperatören och projektledaren - tog bort två av sina husbilsplatser för att skapa en mer exklusiv vistelse för en tysk husbilsgäst: en ensam plats, vid vatten och med en båt utanför. Platsen genererade gästnätter trots att man fördubblat priset och konceptet vidareutvecklades och 2021 kommer ytterligare platser hos berörd aktör tas fram. Ett konkret exempel hur man lyckas behålla intäkter, värna resursen men samtidigt skapa hållbarhet - långsiktighet i alla led. Tillsammans med Sommerhaus Schweden förfinades idén och man letade upp fler platser. Det tyska företaget skulle involvera en stor uthyrare av husbilar i Stockholm och Malmö, agera mellanhand i förmedlingen och samtidigt sälja aktivitetspaket tillsammans med de platser projektledaren hittade i respektive område. En viss marknadsföring i sociala media påbörjades och man hade även journalistbesök på den initiala platsen i Falköpingskommun. Den tyska reseoperatören och boendeförmedlaren ville dock ta konceptet längre för att husbilarna skulle kunna stå längre på dessa exklusiva platser, men hindrades av att det saknades tillgång till el. Projektledare som har haft ett nära samarbete med Visit Värmland dryftade detta med en projektledare inom deras naturturismsatsning och 2019 hittades formen för att ta detta vidare. Världsledande inom solpanel/elförsörjning Glava Research Center tyckte projektet var spännande och lät två studenter som de agerade handledare åt att ta det som examensprojekt - dels designen av laddstolpen med solpaneler och dels hur teknolog skulle utformas. Initialt var projektet, Visit Värmland, Glava research Center, Karlstad Universitet i form av studenterna samt en stor värmländsk turistaktör med i uppstarten. Projektet lever i allra högsta grad och samtliga involverade tror att vi skapat ngt helt "nytt" segment för den växande klientelet husbilscampare. Pandemin kom emellan, men arbetet fortlöper och samtliga aktörer har vidare kontakt efter projektens slut. I Leader Närhetens område hade projektet tidigt en nätverksträff - en av deltagarna valde efter träffen att etablera sig i Karlstad kommun. Flertalet produkter togs fram och man kunde tillsammans skruva på innehåll. Företaget valde att satsa på uthyrning och på sikt har det slagit väldigt väl ut.

Vilka svårigheter eller hinder har ni upplevt under projektets gång?

Svar: Effekterna av Covid-19 blev högst påtagliga även om projektet har stora förhoppningar om att de produkter som inte lagts upp på hemsidor kommer att läggas upp inför säsongen 2021. Att en mycket välplanerad och intressant studieresa ställdes in är givetvis tråkigt vad gäller deltagarnas kompetensutveckling, men resultatmässigt drabbas projektet mer konkret av en del utbliven ideell tid och framförallt det faktum att man inte kunnat aktivera flera produkter och paket. Vi tampades med en utebliven marknad 2020, inställda marknadsföringsinsatser och en utebliven visningsresa. Vissa svårigheter i projektet kan relateras till det geografiska området, även om dess storlek tillfört värden så är projektområdets geografiska omslutning något som är svårt att överbrygga. En annan svårighet är, att om man lokaliserat bra resurser att utveckla i respektive område, kan det vara komplicerat att få rätt personer att nyttja dessa. Det kan helt enkelt vara så att det finns en befintlig kultur av att ta tillvara på exempelvis paddling, vandring och MTB-cykling men att entreprenörskapet saknas. Ofta kan detta knyts till det ideella föreningslivet. Starka krafter för att bevara och utveckla leder är inte samma sak som att vilja nyttja detta mer kommersiellt. En ideell förening är oftast inte rätt aktör för att vara produktägare. På det hela kan det vara en utmaning att hitta rätt person för att inspirera till nyföretagande - även om vi lyckats i projektet - så har det varit svårt i en del kommuner. Sen kan man stöta på den problematik - som i takt med utvecklingen av naturturism i Sverige blivit allt vanligare, och då ofta beroende på hur man kommersialiserar allemansrätten - som uppstår när någon nyföretagare vill paketera och produktifiera kring vandringsleder eller bara i naturen överlag. Exempel som projektet råkade ut för: Projektledaren kom i kontakt med en person som bodde i en mindre by i Värmland. Han var inflyttad från Stockholm men sökte ett mer "off grid-liv" och hade en stor passion vid sidan av sitt arbete för att vandra. Tillsammans med projektledaren slipades på ett bra koncept vg guideade vandringsturer, den lokala bydeföreningen engagerades och ett boende kopplades på. 5 bra och genomtänkta vandringsprodukter paketerades och en enskild firma startades. Projektledaren presenterade företagaren för den regionala besöksnärsorganisationen, deras kanaler kopplades på och projektet involverade vandringsguiden i både nätverksträffar samt mässa. När sedan första "riktiga året" kom - 2018 - då produkterna skulle säljas avslutade nyföretagaren sin verksamhet. Han kände naturligtvis skuld då projektet och företaget jobbat hårt tillsammans, men han ville helt enkelt inte stöta sig med en gruppering av bybor som påvisat missnöje kring att ta ut grupper med vandrare på lederna samt i närområdet. Varför denna misstro och rädsla uppstod är inte helt definierad, men den versionen som luftades handlade om rädsla för nedskräpning och slitage. Om nu detta var enda orsaken är föga troligt, men kontentan var att vandringsföretaget avslutade sin verksamhet innan den riktigt hann påbörjas - och det enkla skälet var att man inte ville stöta sig med folk i byn, man skulle och ville bo där utan det skulle vara dålig stämning. Tråkigt, men vi hittade ingen lösning eller någon konkret dialog för att lösa problemet. Sen kan man vända på detta och påvisa en problematik där någon företagare projektet kom i kontakt med var allt för offensiv sin vilja att ta fram produkter. I detta fall handlade det om guideade grupparrangemang med MTB-cykling, där företagaren planerade att nyttja populära vandringsleder i reservatmiljö. Företagaren kunde påvisa sin rätt att genomföra detta - dvs lagen på sin sida - men projektet kunde ändå få honom att nyttja andra leder för att inte en

situation skulle uppstå. Så ibland handlade det inte bara om att driva fram och utveckla, utan att styra åt rätt håll.

Hur fortsätter projektets verksamhet efter projektets slut?

Svar: Genom de skapade produkterna och de produktiva nätverken lever resultaten vidare även om projektorganisationen avslutas i samband med slutrapporteringen. Projektledaren har efter projektet gått vidare för att jobba på en regional besöksnärlingsorganisation i anslutning till det geografiska området, detta blir en naturlig förlängning av projektets resultat i det området, och ett sätt att nyttja, utveckla och arbeta vidare med produkter, nätverk och samarbeten mellan företag.

En del produkter har inte blommat ut fullskaligt, och framförallt innovationen solpanelsdrivna laddstolpar på exklusiva husbilsplatser kommer växa ytterligare.

En del av de produkter som tagits fram inom cykel och paddling är inne i en levande process där omställningen till den svenska marknaden varit väldigt lyckosam - pandemin till trots. Men trots detta har många av de initiativen och paketeringarna hämmats av pandemin. Jobbet med produktutvecklingen är inte ogjort, men pandemin har bromsat upp utvecklingen och framförallt den internationella marknaden har satts på paus. Dock talar allt för att en ny normalisering av hur folk reser och vad man söker för utbud ligger i linje med vad projektet jobbat fram. Det finns undersökningar av bland annat Kairos Future och Visit Sweden som påvisar att outdoorturism i Skandinavien, och i synnerhet i Sverige, är eftertraktat och de resebyråer som klarat pandemin visar stort intresse för just detta segment. I den grafiska rapporten som produceras efter att projektet avslutats kommer vi lyfta fram de goda exemplen på hur produkter kan leva vidare och passa in i den efterfrågan som både präglas av tidigare trender, men som även skapats i pandemitider. Utöver detta skall den grafiska rapporten visa hur man kan jobba med hållbarhet genom att förädla produkter, sälja lägre volym, men att ta ut mer betalt per gästnatt. På så vis bibehålls inte bara naturresursen, utan även det ekonomiska värdet på produkten - mer exklusivitet, ett högre förädlingsvärde och mindre slitage. Toleransnivå och bärkraft är ledord för hur ett långsiktigt, hållbart resursutnyttjande bör prägla outdoor- och naturturismutveckling. Utöver detta kommer kunskap och kompetens som de involverade ideella föreningarna tillskansat sig i projektet användas för att på ett hållbart och långsiktigt sätt utveckla sin kommersiella sida och på vis fortsätta med produktutvecklingen i området.

Vilka rekommendationer skulle ni ge till andra som vill genomföra liknande projekt?

Svar: Projektet vill lyfta fram vikten av lokal förankring, en flexibel men engagerad styrgrupp och en projektledare med erfarenhet av projektområdet. Att genomföra ett så stort samarbetsprojekt - sett till den geografiska delen - har skapat så många bra resultat, men även varit grogrund till nya reflektioner och tankar kring Leadermetodens styrka samt även de svagheter som åskådliggjorts med ett stort område. Vi kommer därför publicera en större rapport med bilder och analyser kring projektets resultat och sätt att arbeta.

Hade projektet genomförts även utan stöd?

Svar: Nej

Motivera ditt svar.

Svar: Leader Östra Skaraborg kan inte bedriva denna typ av projekt utan projektstöd.

Har stödet bidragit till att verksamhet finns kvar?

Svar: I liten grad

Motivera ditt svar.

Svar: Verksamheten i leaderområdena är inte påverkad direkt av projektet, men projektet har hjälpt till att sätta fokus på segmentet natur- och outdoorturism vilket med stor sannolikhet kommer att påverka arbetet med framtida besöksnärlingsrelaterade projekt.

Vilka effekter har projektet bidragit till? Du kan ange flera.

Svar: Ökad kompetens eller lärande, Nya samarbeten eller nätverk, Ny eller innovativ teknik, produkter eller tjänster, En bättre miljö, Fler jobb, Utvecklingen av den lokala landsbygden

Uppföljning av ideella resurser

Hade ni med ideella resurser i projektet?

Svar: Ja

Beskriv det ideella arbetet.

Svar: Ca 3300 timmar totalt i projektet. och det ideella arbetet består av deltagande på workshops, statistuppdrag vid foto/film, möten, planering, visningsresor, testresor och affärsutveckling.

Den ideella tiden blev något mindre än vad som kalkylerats då Covid-19 pandemin drabbade Sverige. Vissa moment, i synnerhet en studieresa, gick inte att genomföra. Den var tänkt att genomföras i Tyskland i maj 2020 med minst 15 deltagare under 4 dagar.

1100 timmar per leaderområde = 242 000 SEK

Hur stort blev värdet på det ideella arbete, som ingick i projektet?

Svar: 242000

Beskriv de övriga ideella resurserna.

Svar: Ideella resurser består i av lån av lokaler. Exempelvisvis möten i Studieförbundets lokaler, Vuxenskolans lokaler med mera.

5000 SEK totalt = 1666 SEK per Leaderområde

Hur stort blev värdet på ideella resurser, som ingick i projektet?

Svar: 1666

Resultat för sysselsättning och nya företag**Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för kvinnor?**

Svar: 287

Motivera ditt svar.

Svar: Projektet har dels lagt grunden för att nya företag har startat samt utvecklat befintliga företag. Detta har sammantaget lett till nya arbetstillfällen beräknat till 2,3 heltidstjänster för män och 0,5 heltidstjänster för kvinnor totalt för projektet. Per Leaderområde 0,76 heltidstjänster för män och 0,17 heltidstjänster för kvinnor.

Projektet har också skapat underlag för fler timmars sysselsättning, men då covid-19 pandemin bromsade besöksnäringen och de satsningar som var planerade i projektet har dessa ännu inte kunnat realiseras. Dock har vi stora förhoppningar att det kommer att skapa mer sysselsättning ur projektet på längre sikt och då besöksnäringen återhämtat sig.

Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för män?

Svar: 1319

Motivera ditt svar.

Svar: Projektet har dels lagt grunden för att nya företag har startat samt utvecklat befintliga företag. Detta har sammantaget lett till nya arbetstillfällen beräknat till 2,3 heltidstjänster för män och 0,5 heltidstjänster för kvinnor. Per Leaderområde 0,76 heltidstjänster för män och 0,17 heltidstjänster för kvinnor.

Projektet har också skapat underlag för fler timmars sysselsättning, men då covid-19 pandemin bromsade besöksnäringen och de satsningar som var planerade i projektet har dessa ännu inte kunnat realiseras. Dock har vi stora förhoppningar att det kommer att skapa mer sysselsättning ur projektet på längre sikt och då besöksnäringen återhämtat sig.

Hur många nya företag har projektet skapat?

Svar: 2

Motivera ditt svar.

Svar: Kvarnåsen Vildmark, Värmlands Camper, Lönern Fisketurism, Predatorguides mobila del, och sedan måste man nämna att flera företag har utvecklat, nya inriktningar med nya marknader och delar inom det

befintliga företagande. Vi har även skapat ny "geografisk" marknad genom att bistå med hjälp så att verksamheten knoppat av på ett helt nytt ställe tillgång till helt ny målgrupp.

5 företag totalt i projektet. 1,66 per leaderområde avrundas till 2.

Resultat för indikatorer definierade av Jordbruksverket

Hur många nya produkter har projektet skapat?

Svar: 16

Motivera ditt svar.

Svar: Produkter och paket skall egentligen definieras olika, men en produkt kan vara ett säljbart samarbete som inte per definition är ett paket. Det kan vara konceptualisering inom ett nytt område som gör att man öppnar för nya målgrupper, bland annat en form av boende som tilltalar en viss målgrupp. Det är lättare att definiera ett paket, som exempelvis kan vara bokningsbart online. Skulle samverka mellan aktivitetsägare och samtliga boenden i just ett 7-dagars paket med 6 olika boenden ink. lunch och middag och kanske eventuellt spa, räknas som ett enda paket - då ger man inte arbetet för att ta fram det eller produktägaren någon rättvisa. Produkten innehåller de facto 6 olika paketeringar. Men för att vara konkret och logisk har enskilda paket räknats som ett och samverka mellan boende och aktivitet räknats till ett. Och då har projektet utelämnat all de enskilda boendena som exempelvis hyrs av en fiskeguide för att tillhandahålla ett strategiskt läge när man bestämt utgångshamn - denna form är ett ambulerande boendeanternativ, men räknas inte som paket. Projektet har även tagit fram förslag på hur en certifierad cykelled kan paketeras av en gäst - dvs valbara boenden av skilda standard, mervärden och dagsetapper. Arbetet är digert och ger dynamiska möjligheter för att skapa affärer åt många intressenter, men vi räknar det som en dynamisk paketering. I viss mån är detta den moderna och vedertagna modellen för att sälja en led utöver konkreta boende + cykel paket. Alltså på intet sätt en innovation som projektet skapat. Men räknar man produkter - linjetrafiken på Väneren inkluderat - så landar vi på nästan 50 stycken. 48 produkter totalt = 16 per leaderområde.

Hur många nya tjänster har projektet skapat?

Svar: 10

Motivera ditt svar.

Svar: Guidade tjänster, cykelpaket, uthyrning av kajaker, upphämtning och utlämning av paddelutrustning, linjetrafik med båt på Väneren inkluderat 4 stopp samt mervärden med besök på Läckö slott, lunch i Spikens fiskeläger och vandring, vandringpaket under två dagar, inklusive fra-tysk-eng- språkig certifierad guide med båtutrustning till Djurö nationalpark samt 4 rätters meny baserad på närodlat/ekologiskt, fiskepaket med skraddarsydd upplägg vilket innefattar både Skaraborg och Värmland - en ambulerande fiskeresor för engelska gäddfiskare, fiskepaket med internationell reseoperatör med inriktning Italien, tematiska vandringar med guide i Värmländsk vildmark, pilotprojekt som gick skarpt och produktifierades m tyska researrangören Sommerhaus Schweden - exklusiv husbilsplats som sålts skarpt, fiskepaket med boende och guide. 29 tjänster totalt = 9,66 per leaderområde. Avrundas till 10.

Hur många nya fysiska anläggningar har projektet skapat?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Start av boendeanläggningsföretag där ägaren hyr ut en multi-vagn - Värmlands Camper, anlagt en exklusiv husbilsplats vid sjön Lönnern, uthyrningsplats för påhuggsbokning av kajak.

3 anläggningar totalt. 1 per leaderområde.

Hur många nya fysiska mötesplatser har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inte aktuellt

Hur många nya tekniker har projektet infört?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Linjetrafik med fasta tider, laddstolpar, solpaneler, konvertering av båtmotor, påhuggsbokning kajak

3 tekniker totalt, 1 per leaderområde

Hur många nya fritids- och kulturverksamheter har projektet skapat?

Svar: 0

Motivera ditt svar.

Svar: Inte aktuellt

Hur många nya nätverk/samarbetskonstellationer har projektet skapat?

Svar: 11

Motivera ditt svar.

Svar: Det är fler, men eftersom det är svårt att göra en avgränsning i produktifiering i projektet, vilket beror på att några produkter är väldigt stora och innefattar så många aktörer, så väljer projektet att redovisa 34 eftersom de är synnerligen konkreta. Exempelvis redovisas inte linjetrafiken som Sjöexpressen genomförde på Vänern, men här talar vi om samverkan mellan tre olika kommuner, deras interna samverkan för att söka medel i respektive kommun för att riska driften, samverkan mellan Biosfärområdet Läckö Kinnekulle och Leader. Och i slutändan respektive kommuns samverkan med de ansvariga för de fyra olika stoppen. (arrangemang med skylt, tillstånd att lägga till osv.)

34 nätverk totalt i projektet, 11,33 per leaderområde. Avrundas till 11.

Hur många nya virtuella mötesplatser har projektet skapat?

Svar: 1

Motivera ditt svar.

Svar: Två Facebookgrupper; en public och en intern.

2 totalt, 0,66 per leaderområde. Avrundas till 1.

Hur många nya dagsbesökare har projektet skapat?

Svar: 500

Motivera ditt svar.

Svar: Målet var 3000, men dels är det otroligt svårt att räkna antalet besökare och dels så drabbades den internationella marknaden, dvs andelen utländska turister försvann helt det året som vi skulle ha som riktigt startskott vg försäljning. Vi riktade om och hann göra omställningen till nationell marknad på vissa produkter, men den marknadsföringskampanjen (vi hade valt att testa en kampanj i sociala media via en strateg på området och här var våra filmer vitala) uteblev då vi var i ett läge under våren då man inte ville attrahera folk från storstäderna/storstadsmiljöerna pga smittspridning. Vi visste inte hur vi skulle agera under våren - det kändes osäkert och man ville inte skapa "bad will" för involverade boendeanläggningar och aktivitetsföretag. Det positiva i dessa dystra tider var att kajakföretag - i synnerhet ett - hade full uthyrning 2-4 timmars turer hela sommaren mot en närmaknad. Här landade ett stort antal dagsbesökare. Man skall även ta med att linjetrafiken på Vänern var fullbokad 2017 under de datum den genomfördes samt att man körde folk 2018 fast under färre datum. Lågt räknat genererade detta minst 100-150 dagsbesökare 2017.

1500 dagsbesökare totalt. 500 per leaderområde.

Hur många av nya besökare är turister?

Svar: 500

Motivera ditt svar.

Svar: Även svår att få grepp om. Internationell marknad uteblev, men närmaknad och svensk marknad blev mycket större än tidigare. Många valde att resa in till städer och sedan välja aktiviteter med otroligt kort framförhållning; fiske, kajak mm. Så den roll företagen/produkter spelat i denna nya marknad är att vara någon form av mervärde och incitament för att resa. Projektet vill dock inte dra det så långt som att man skapat en reseanledning i detta fall, men att man är delaktig i gästens beslut att välja en specifik destination/område/stad. De gästnätter vi kan koppla till en reseanledning baseras främst på produkter inom fiske och dessa såldes redan 2017-2018-2019.

1500 turister totalt. 500 per leaderområde.

Hur många nya övernattningar (gästnätter) har projektet skapat?

Svar: 333

Motivera ditt svar.

Svar: Med tanke på pandemin är även denna siffra svår att greppa. Dock skall tilläggas att projektet i efterhand har fått ta del av statistik över gästnätter i de kommuner och regioner vi verkat i. Vi följer i mångt och mycket den nedgång som hela nationens gästnattsstatistik påvisar och även om den inhemska marknaden vaknade och Swemester blev ett vedertaget begrepp, så vägde det inte upp den skada pandemin åsamkade. Vi har dock sett positiva siffror vad gäller hur mycket en gäst valde att spendera på några produkter som anses väldigt smala, i synnerhet de skraddarsydda fiskepaketen mot engelska marknaden som innehöll guide varje dag. Här spenderades höga summor per dygn jämfört med snittet inom besöksnäring. Tyvärr blev det ingen säsong 2020, men företaget i detta fall har flyttat sina bokningar till 2021 och kör samma upplägg. Så även om man inte fick det antalet gästnätter man siktade på initialt, så har projektet ändå bidragit till högtäcktsnätter.

1000 övernattningar totalt, 333 per Leaderområde.

Publicering av projektet

Ange för- och efternamn

Svar: Jesper Uvesten

Ange telefonnummer

Svar: 0702-460099

Ange e-postadress

Svar: jesper.uvesten@leaderostraskaraborg.se

Utgifter

Nr	Underlagnr	Fakturanr	Fakturadatum	Betaldatum	Utgiftstyp	Leverantör	Beskrivning	Belopp (kr) **
1	1	14950328832	2020-01-20	2020-01-24	Övriga utgifter	Entercard	Visningsresa för Michael Kleeman	589.33
2	2			2020-02-12	Övriga utgifter	Privat utlägg Jesper	Utlägg för flygbiljetter från Resia	3677.92
3	3	14970332327	2020-02-21	2020-02-23	Övriga utgifter	Entercard / Resia	Flygbiljetter studieresa	1524.00
4	4	M200507	2020-03-20	2020-04-01	Övriga utgifter	Queen Travel	Avbokningskostnader studieresa	2194.56
5	5	192	2020-05-08	2020-05-12	Övriga utgifter	Storycom	Konsultation och produktion marknadsföring	5312.67
6	6			2020-07-24	Utgifter för personal		Lönekostnader samt påslag John jan-juni 2020	49837.03
7	7			2020-07-24	Indirekta kostnader		Indirekta kostnader John jan-juni 2020	7475.55
8	8			2020-10-23	Utgifter för personal		Lönekostnader samt påslag Jesper jan-sep 2020	19727.32
9	9			2020-10-23	Indirekta kostnader		Indirekta kostnader Jesper jan-sep 2020	2959.10
10	10			2020-03-25	Utgifter för personal		Lönekostnader samt påslag Bo jan-juni 2020	356.70
11	11			2020-03-25	Indirekta kostnader		Indirekta kostnader Bo jan-juni 2020	53.51
12	12			2020-03-25	Övriga utgifter		Milersättning Bo. 4 mil á 30 SEK	120.00

****** Inklusiv moms

Summa utgifter inklusive moms: 93827.69 kr

Dina redovisade utgifter har betalningsdatum mellan 2020-01-24 och 2020-10-23

Finansiering

Bilagor

Bifogade bilagor

- Offentlig upphandling: upphandling_slutredovisning.pdf

198208255938