

# Ansökan om utbetalning - lokalt ledd utveckling

## Slututbetalning

Du kan bara få stöd för godkända utgifter som uppstår efter att din ansökan om stöd kommit in till oss. Spara alla underlag för utgifterna i original såsom fakturor och betalningsbevis. Du kan läsa mer om stödet och vilka utgifter du kan få stöd för på Jordbruksverkets webbplats, [www.jordbruksverket.se/stod](http://www.jordbruksverket.se/stod).

### Övergripande

#### Ansökan du söker slututbetalning för

---

2016-4003-24 Ansökan om projektstöd - Outdoor Hökensås

#### Uppgifter om stödmottagare

---

<b>Person eller Organisationsnummer</b>	2120001728
<b>Namn</b>	HJO KOMMUN
<b>Utdelningsadress</b>	-
<b>Postnummer</b>	54481
<b>Postort</b>	HJO
<b>c/o adress</b>	
<b>Telefonnummer - inklusive riktnummer</b>	0503-35234
<b>Mobilnummer</b>	0708445382
<b>E-postadress</b>	<a href="mailto:martin.carlsson@hjo.se">martin.carlsson@hjo.se</a>

### Kontaktpersoner

#### Kontaktperson Lotta Persson

---

<b>Namn</b>	Lotta Persson
<b>Utdelningsadress</b>	Bangatan 1 B
<b>c/o adress</b>	Kulturkvarteret Pedagogien
<b>Postnummer</b>	54430
<b>Postort</b>	Hjo
<b>Telefonnummer</b>	050335009
<b>E-postadress</b>	<a href="mailto:lotta.persson@hjo.se">lotta.persson@hjo.se</a>
<b>Ansvarsområde</b>	Turismansvarig Hjo kommun

#### Kontaktperson Sofia Paldanius

---

<b>Namn</b>	Sofia Paldanius
<b>Utdelningsadress</b>	Narvavägen 10A
<b>Postnummer</b>	55448
<b>Postort</b>	Jönköping
<b>Land</b>	Sverige
<b>Telefonnummer</b>	0736940620
<b>E-postadress</b>	sofia_paldanius@hotmail.com
<b>Ansvarsområde</b>	Projektledare

## Om utbetalningen

**Är du skyldig att redovisa moms för investeringen, projektet eller etableringen?**

Ja

### Informationskrav

---

**Har du som stödmottagare en webbplats?**

**Svar:** Ja

**Ange adressen till webbplatsen**

**Svar:** [https://hjo.se/Kultur\\_turism\\_fritid/friluftsliv-och-motion/outdoor-hokensas/](https://hjo.se/Kultur_turism_fritid/friluftsliv-och-motion/outdoor-hokensas/)

## 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:** Inte aktuellt

**Försäkrar du att din organisation har dokumenterat skälen för direktupphandlingarna?**

**Svar:** Inte aktuellt

**Har du köpt in varor eller tjänster av samma slag i din övriga verksamhet som du redovisar i din ansökan om utbetalning?**

**Svar:** Nej

**Har du ansökt eller blivit beviljat undantag från kravet på betalningsbevis?**

**Svar:** Ja, jag intygar att alla fakturor som redovisas i denna ansökan om utbetalning är betalda när jag skickar in min ansökan om utbetalning

### 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 Outdoor Hökensås uppdrag är att inventera, kartlägga och analysera naturturismen inom Hökensåsområdet samt tillgängliggöra Hökensåsbygden på ett professionellt sätt.

**Varför ville ni genomföra projektet?**

**Svar:** Samordning och nätverk inom Hökensåsbygden saknas idag. Ingen nulägesanalys finns som beskriver vad Hökensåsbygden totalt erbjuder inom outdoor, ej heller finns något gemensamt marknadsföringsmaterial med fokus på outdoor. Detta innebär att det är svårt för de enskilda företagen och kommunerna att marknadsföra området som ett attraktivt naturområde, samt svårt för gästen att hitta till Hökensåsbygden och hitta aktiviteter i området.

**Var genomfördes projektet?**

**Svar:** I hela Habo, Hjo, Mullsjö och Tidaholms kommuner

**Vad har ni genomfört i projektet?**

**Svar:** 1 Inventering och kartläggning ~ ~ Besök med intervjuer av alla ägare till naturturismföretag som velat vara med. 52 besök har gjorts. Vid varje möte har samma frågor ställts. ~ 2 Enkäter ~ ~ Enkäter har fyllts i av besökare hos åtta av de 31 outdoorföretagen i området. Det ger inte heltäckande bild men dock trender, tendenser och kvalitativa synpunkter och kommentarer (se bilaga enkätsammanställning). Totalt har 60 besökare svarat på enkäterna. ~ ~ 2 Nätverksträffar ~ ~ Under projekttiden har det varit 4 nätverksträffar med ca 30-40 besökare per träff. I nätverket har det ingått naturturismaktörer och mat- och boendeaktörer. Under nätverksträffarna har det berättats om projektet och det har givits möjligheter till frågor, diskussion och nätverkande. Dessutom har varje träff haft ett fortbildningsinslag med föreläsare. Chrille Petersson har pratat om digital närvaro, Marcus Eldh om produktutveckling, Johan Delfalk om paketering och prissättning och Ing-Marie Nilsson om hållbarhet och Swedish Welcomes affärsmetod. ~ ~ 3 Kompetensutveckling och coachning ~ ~ De mest aktiva aktörerna har utnyttjat resurserna som projektet har tipsat om i form av hjälp med digital marknadsföring, följt med till externa utbildningar och fått tips och råd för att söka bidrag eller ta kontakt med länsstyrelse eller lokalt turistråd. ~ ~ 4 Tryckt karta ~ ~ En tryckt Outdoorkarta över hela Hökensåsområdet har producerats och börjat användas under sommaren 2018. Den är den första i sitt slag genom att den visar hela området gemensamt samt att alla outdooraktiviteter finns med. Kartan trycktes i 16 000 exemplar och finns hos turistinformationer, infopoints och aktörer i de fyra kommunerna. ~ ~ 5 Digital karta och plattform ~ ~ Tack vare pengar över i budgeten och en tidig efterfrågan hos både besökare, aktörer och styrande personer i kommunerna, blev även en digital karta möjlig. Kartan ligger under adressen outdoorhokensas.se Den digitala kartan har många fördelar; Den är sökbar, föränderlig, går att navigera efter i mobil enhet och planera rutt efter hemma vid datorn och den uppdateras regelbundet av ansvariga inom respektive kommun. Det har kartlagts tidigt under projektet att dom flesta planerar sin semester hemma vid datorn. ~ ~ 6 Logotype ~ ~ En logotype för Outdoor Hökensås har tagits fram för att knyta ihop och marknadsföra de båda kartorna. ~ ~ 7 Arbetsgrupp ~ ~ Fyra privata och en ideell aktör har lagt ner tid på arbetet i projektets arbetsgrupp tillsammans med projektledare och en tjänsteman från varje kommun med koppling till turism eller fritid. Arbetsgruppen har träffats 6 gånger under projektets gång och haft kontakt och tillsammans dragit upp riktlinjer för kartor och projektets riktning. ~ ~ 8 Cykelallians ~ ~ Det har bildats en ideell cykelallians med representanter från hela området och engagemang från Häradsallmanningen. Cykelalliansen vill utveckla främst MTB i området som en naturturismaktivitet. Nästa steg är fler leder i de fyra kommunerna och en utvecklad service runt omkring. På sikt är målet att knyta ihop dessa leder till en gemensam MTB-destination. ~ ~ 9 Nya samarbeten ~ ~ Nätverkande under projektet har genererat flera nya paketylösningar till exempel så har

Hökensås golfklubb skapat golf- och fiskepaket tillsammans med Hökensås Sportfiske och ett golf- och vinpaket tillsammans med Vincontoret. Dessutom har Pilgrimsleden fått en liten avstickare till Hökensås Golfklubb. ~10 Analys~En omfattande analys av området har tagits fram. Analysen innehåller kartläggning av den befintliga naturturismen, en SWOT-analys över naturturismen i området, en målgruppsanalys, omvärldsanalys samt diskussion och konkreta förslag på hur det går att jobba vidare för att utveckla naturturismen i Hökensåsområdet. ~11 Förankring~Projektet har marknadsförts internt och externt med hjälp av nyhetsbrev, nätverksträffar, tidningsartiklar och informationsmöten med olika grupper, till exempel kommunchefer, ideella föreningar och företagsnätverk. Förankringsmöte har hållits.

### **Vilka har genomfört projektet?**

**Svar:** Projektledare tillsammans med arbetsgruppen bestående av representanter från de 4 kommunerna, näringslivet och den ideella sektorn

### **Vilka mål har ni haft i projektet?**

**Svar:** Outdoor Hökensås mål på kort sikt är och har varit;

- Att kompetensutveckla besöksnäringens företag på landsbygden inom det geografiska området Hökensås.
- En ökad samverkan mellan besöksnäringens företag för att gynna deras verksamhet.
- Att tillgängliggöra Hökensåsbygden för besökaren på ett professionellt och hållbart sätt.

Långsiktiga mål för Outdoor Hökensås är;

- Att öka turismomsättningen i området Hökensås.
- Att öka antalet gästnätter.

### **Vilka resultat har projektet skapat?**

**Svar:** De kortsiktiga målen har uppfyllts genom

- Ett nytt nätverk med föreningar och företag inom friluftsliv, mat och boende som har tagit del av projektet och helhetstänket i Hökensåsområdet samt erbjudits föreläsningar av kunniga personer i branschen och getts möjlighet att skapa nya kontakter med närliggande företag. Flera nya samarbeten/paketlösningar företag emellan har skapats i projektet.
- En tryckt karta över hela området, en produkt som tidigare inte funnits. Även en digital variant har producerats. På dessa kartor finns identifierade och inventerade naturturismföretag, naturreservat, badplatser, fiskesjöar, leder, infopoints samt service i form av boende, matställen och caféer.
- Under sommaren lanserades plattformen outdoorhokensas.se som är ett föränderligt digitalt komplement till den tryckta kartan med flera olika kartmöjligheter, en destinationsbeskrivning och möjlighet att använda vid såväl planering som navigering på plats. Samma aktörer finns med på denna karta men förutom adress och telefonnummer så finns även hemsida, mailadress, en bild och en kort beskrivning av varje aktör. Övan nämnda punkter (nya paketlösningar och kartor) tillsammans med aktörernas medvetenhet och nyvunna kunskaper om marknadsföring, naturturism, paketering och prissättning kommer tillgängliggöra området på ett professionellt och hållbart sätt. Projektledare för projektet har också funnits till hands för att hjälpa till med kontaktförmedling inom nätverket och till turistorganisationerna Smålands Turism och Turistrådet Västsverige.

Förslag för hur naturturismaktörer och kommunpolitiker och tjänstemän kan jobba vidare för att uppnå dom långsiktiga målen finns beskrivet i analysen och är väl förankrat hos såväl entreprenörer som politiker och tjänstemän.

### **Hur har ni förankrat projektet?**

**Svar:** Genom förankringsmöte med politiker och tjänstemän från alla 4 kommuner, genom nätverksträffar med naturturismföretagarna, regelbundna mail/nyhetsbrev till naturturismaktörerna, boendeanläggningar och andra turistföretagare i området, genom befintliga kanaler tex kommunala hemsidor och lokal media

### **Beskriv projektets tänkta målgrupp.**

**Svar:** • Aktivitetsföretag/reseanledningar som arbetar med fokus på outdoor inom det geografiska området Hökensås.

- Boendeanläggningar, restauranger och caféer inom det geografiska området Hökensås.
- Markägare och föreningar inom det geografiska området Hökensås.

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

**Svar:** Lokalinvärdare som kan använda kartan, turister som får en tydligare och mer professionell åskådliggörning av Hökensåsområdet, Mountainbikealliansen som har bildats tack vare projektet, mountainbikecyklister som nu får fler leder att cykla på. Tjänstemän och politiker i de fyra kommunerna som fått mer utbyte av varandra genom nya samarbeten.

**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:** Naturturismaktörer i Habo, Hjo, Mullsjö och Tidaholms kommuner

Studieförbund

Hembygdsföreningar

Länsstyrelsen

Turistrådet Västsverige

Smålands Turism

John Zafaradls Leader-projekt

Kommunerna

Sweden Mountainbike

**När bedömer ni att projektet ger full effekt?**

**Svar:** om mer än 2 år

**Hur har ni spridit projektets resultat?**

**Svar:** Analys skickad till politiker och tjänstemän, naturturismaktörerna, boendeaktörer, mataktörer, lokal media i de fyra kommunerna. Via kommunernas webbsidor.

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

**Svar:** Arbetsgruppen som sitter på stora kunskaper kommer leva vidare och hålla resultaten levande. Ansvariga har utsetts för att uppdatera den digitala kartan.

**Vilka erfarenheter har ni fått genom projektet?**

**Svar:** Intressanta lärdomar är att Hökensåsområdet har oerhört mycket att erbjuda och att det finns många aktörer i området men att stor del av aktörerna har naturturism endast som en bisyssla och då är det svårare att marknadsföra och tillgängliggöra Hökensåsbygden på ett professionellt sätt.

Intressanta erfarenheter är att direktmarknadsföring verkligen fungerar och att paketering och digital marknadsföring kan göra enorm skillnad.

Fler iakttagelser och slutsatser liksom förbättringsåtgärder presenteras i analysen.

**Har något gått bättre än planerat?**

**Svar:** Förankringen och mottagandet har gått över förväntan

Mountainbikealliansen som bildats och nu är aktiv

Den digitala kartan var inte med från början men rymdes inom budgeten och kommer komma till stor användning.

**Vilka svårigheter eller hinder har ni upplevt under projektets gång?**

**Svar:** Det har varit svårt att få tag i en del aktörer samt att få folk att nappa på projektet från början. Lång uppstartstid, en lärdom inför framtiden att inte söka för korta projekt.

**Hur fortsätter projektets verksamhet efter projektets slut?**

**Svar:** Arbetsgruppen fortsätter jobba med Outdoor i området och kommuncheferna har ett möte i januari där de ska diskutera samverkansformer för fortsättningen. Naturturismaktörerna fortsätter att samarbeta i olika kluster. Mountainbikealliansen lever vidare för utveckling av cykling i området.

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

**Svar:** Att det tar tid att sätta sig in i ett nytt projekt, en lärdom inför framtiden att inte söka för korta projekt. Delredovisning är viktigt.

**Hade projektet genomförts även utan stöd?**

**Svar:** Nej

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Finns inte resurser för ett så djupgående och omfattande arbete inom ett specifikt område inom ramen för kommuners budget.

**Har stödet bidragit till att verksamhet finns kvar?**

**Svar:** I hög grad

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Arbetsgruppen fortsätter  
Mountainbikeallians lever vidare  
Samarbetet mellan aktörerna  
Digital karta  
Tryckt karta  
Kommunchefernas samverkan mellan de fyra kommunerna lever vidare

**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, Utvecklingen av den lokala landsbygden

**Uppföljning av ideella resurser**

---

**Hade ni med ideella resurser i projektet?**

**Svar:** Ja

**Beskriv det ideella arbetet.**

**Svar:** Allt som aktörerna och arbetsgruppen bidragit med i form av nätverkan, arbetsgruppsmöten, nätverksträffar etc

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

**Svar:** 268180

**Beskriv de övriga ideella resurserna.**

**Svar:** Ej aktuellt

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

**Svar:** 0

**Resultat för sysselsättning och nya företag**

---

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

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Än så länge ingen ny tjänst som har en direkt koppling till projektet men detta är bara början och projektet kommer ge frukt om några år. Hittills har det handlat om kartläggning och kunskapsnivåhöjning. Nya jobb och företag kommer skapas när aktörerna vågar använda sin nyvunna kunskap.

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

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Än så länge ingen ny tjänst som har en direkt koppling till projektet men detta är bara början och projektet kommer ge frukt om några år. Hittills har det handlat om kartläggning och kunskapsnivåhöjning. Nya jobb och företag kommer skapas när aktörerna vågar använda sin nyvunna kunskap.

**Hur många nya företag har projektet skapat?****Svar:** 0**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Än så länge ingen ny tjänst som har en direkt koppling till projektet men detta är bara början och projektet kommer ge frukt om några år. Hittills har det handlat om kartläggning och kunskapsnivåhöjning. Nya jobb och företag kommer skapas när aktörerna vågar använda sin nyvunna kunskap.

**Resultat för indikatorer definierade av Jordbruksverket**

---

**Hur många nya produkter har projektet skapat?****Svar:** 2**Motivera ditt svar.**

**Svar:** En fysisk karta över Hökensåsområdet som tillgängliggör området och naturturismen samt mat och boende för besökaren erhålls hos turistinformationerna i alla kommuner samt hos vissa aktörer. En analys över området med förbättringsåtgärder som är tillämpningsbara av såväl privata aktörer som kommunerna. Har skickats ut till berörda aktörer och politiker och tjänstemän.

**Hur många nya tjänster har projektet skapat?****Svar:** 0**Motivera ditt svar.****Svar:** ej aktuellt**Hur många nya fysiska anläggningar har projektet skapat?****Svar:** 0**Motivera ditt svar.****Svar:** ej aktuellt**Hur många nya fysiska mötesplatser har projektet skapat?****Svar:** 0**Motivera ditt svar.****Svar:** ej aktuellt**Hur många nya tekniker har projektet infört?****Svar:** 1**Motivera ditt svar.****Svar:** Digital karta via webbapp <https://www.outdoorhokensas.se>**Hur många nya fritids- och kulturverksamheter har projektet skapat?****Svar:** 0**Motivera ditt svar.****Svar:** Ej aktuellt**Hur många nya nätverk/samarbetskonstellationer har projektet skapat?****Svar:** 5**Motivera ditt svar.**

**Svar:** 1. Stort nätverk för alla naturturismaktörer  
2. En arbetsgrupp har bildats som kommer leva vidare efter projekttidens slut  
3. Kommuncheferna i de fyra kommunerna har bildat en samverkansgrupp som kommer leva vidare efter projektets slut  
4. En Mountainbikeallians har bildats som kommer leva vidare efter projektets slut

5. Flera samarbeten mellan aktörerna där dom paketerar sina tjänster och produkter, t ex Hökensås GK tillsammans med Hökensås Sportfiske och Vincontoret i Tidaholm.

**Hur många nya virtuella mötesplatser har projektet skapat?**

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Ej aktuellt

**Hur många nya dagsbesökare har projektet skapat?**

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Den tryckta kartan blev klar i somras och webbsidan outdoorhokensas.se har nyligen tagits i bruk och analysen är förankrad i november. Det är nu arbetet mot turisterna börjar så effekterna av projektet på antalet besökare syns inte än.

**Hur många av nya besökare är turister?**

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Den tryckta kartan blev klar i somras och webbsidan outdoorhokensas.se har nyligen tagits i bruk och analysen är förankrad i november. Det är nu arbetet mot turisterna börjar så effekterna av projektet på antalet besökare syns inte än.

**Hur många nya övernattningar (gästnätter) har projektet skapat?**

**Svar:** 0

**Motivera ditt svar.**

**Svar:** Den tryckta kartan blev klar i somras och webbsidan outdoorhokensas.se har nyligen tagits i bruk och analysen är förankrad i november. Det är nu arbetet mot turisterna börjar så effekterna av projektet på antalet besökare syns inte än.

**Publicering av projektet**

---

**Ange för- och efternamn**

**Svar:** Lotta Persson

**Ange telefonnummer**

**Svar:** 0503 35009

**Ange e-postadress**

**Svar:** lotta.persson@hjo.se

**Utgifter**

Nr	Underlagnr	Fakturanr	Fakturadatum	Betaldatum	Utgiftstyp	Leverantör	Beskrivning	Belopp (kr) **
1	1	414	2017-11-30	2017-12-20	Övriga utgifter	Sprint Works	Föreläsare Nätverksträff 2 Outdoor Hökensås 21/11 2017	10000.00
2	2	1141	2017-12-03	2018-01-02	Övriga utgifter	Schultz group	Present till föreläsare Nätverksträff 2	230.00
3	3	43731801	2017-12-14	2018-01-15	Övriga utgifter	Nordic Camping & Resorts	Fika nätverksträff 2 + 2 st närvarolistor	1885.00
4	4	44	2018-03-07	2018-03-17	Övriga utgifter	Nohrbergs Bageri & Konditori	Fika Arbetsgruppsmöte 5 + anteckningar mötet	257.13
5	5	44838005	2018-04-23	2018-05-23	Övriga utgifter	Nordic Camping & Resort	Fika möte nytt MTB-nätverk + anteckningar	1205.42
6	6	3398	2018-04-23	2018-05-12	Övriga utgifter	Hotel Bellevue	Lokalhyra+fika Nätverksträff 3 + närvarolista	6440.00



7	7	127	2018-06-12	2018-07-12	Övriga utgifter	Fredrika form och illustration	Illustration och form för karta Hökensåsområdet	45500.00
8	8	128	2018-06-12	2018-07-12	Övriga utgifter	Fredrika Form och Illustration	Formgivning av logotype Outdoor Hökensås	6000.00
9	9	1516515	2018-06-21	2018-07-21	Övriga utgifter	Taberg Media Group	Tryck av karta för Hökensåsområdet	19760.00
10	10	380	2018-06-28	2018-07-28	Övriga utgifter	Turistsupport i Sverige AB	Digital plattform outdoorhokensas.se	81400.00
11	11	20514	2018-09-26	2018-10-26	Övriga utgifter	Lustfyllt i Munkaskog	Lokalhyra+Fika Nätverksträff 4 + närvarolista	2939.00
12	12	1168	2018-10-14	2018-11-14	Övriga utgifter	Schultz Group	Presenter till föreläsare Nätverksträff 4	714.00
13	13	4199	2018-11-24	2018-12-04	Övriga utgifter	Hotel Bellevue	Lokalhyra+fika Förankringsmöte + närvarolista	4062.50
14	14		2018-12-07	2018-12-14	Övriga utgifter	Landhs konditori Mullsjö	Fika Arbetsgruppsmöte 6 + mötesanteckningar	212.50
15	15			2018-12-21	Utgifter för personal	Sofia Paldanius	Lön projektledare sammanställning+anställningsbevis+lönescpec dec2017-dec2018	164357.00
16	16			2018-12-21	Utgifter för personal		Arbetsgivaravgifter 42,68% av lönen	70148.00
17	17			2018-12-21	Indirekta kostnader		15% av lön+arbetsgivaravgifter	35176.00
18	18			2018-12-21	Övriga utgifter	Sofia Paldanius	Körjournaler	10455.00

\*\* Exklusive moms

**Summa utgifter exklusive moms: 460741.55 kr**

**Dina redovisade utgifter har betaldatum mellan 2017-12-20 och 2018-12-21**

## Finansiering

## Bilagor

197903165061