

Efterfrågestyrt



Besökare vid Fallens Dag.

Projektägare:	Destination Älvkarleby ideell förening
Projektledare:	Chatarina Östlund/Josefin Ronnerfors
Kommun:	Älvkarleby
Dnr:	121
Jnr:	2012 6724
Projektid:	2012-10-24 – 2014-09-30

Beviljade stödmedel:	295 733 kr	Använda stödmedel:	283 638 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	600 113 kr
---------------------------------------------	------------

”Vi tycker att projektet lyckades, genom att ha skapat en evenemangskalender och forum för evenemang i Älvkarleby som ger möjlighet för arrangörer att nå ut bredare med sina event och kan bidra till fler samarbeten.”

**Josefin Ronnerfors, projektledare
Sanna Rudling, Destination Älvkarleby**



Verksamhet enligt projektplanen

SYFTE/VERKSAMHET:

Projektet ska genom nätverk och teknik leda till fler arrangemang på landsbygden. På en mindre ort är det idag förenat med en stor ekonomisk risk att boka eller arrangera evenemang med hög profil. Efterfrågestyrt eliminerar den risken. Genom att skapa ett nätverk med teknikstöd för kultur- och nöjesintresserade på orten och låta lokala entreprenörer och arrangörer använda sig av det, bildas en gemensam kundbas som kan ge lokal täckning för fasta kostnader och bli en reseanledning till orten, vilket även gynnar besöksnäringen. Det kommer på längre sikt att förändra synen på landsbygden som en plats man behöver resa ifrån för att få tillgång till kultur och nöjen.

Projektets kommentarer om ev. skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

I den ursprungliga projektplanen angavs ett mål vara kravspecifikation för teknisk lösning. Det togs inte fram någon kravspecifikation för teknisk lösning till projektets slut då man inte ser behov av någon annan teknisk lösning än som redan finns.

Orsaken till detta är att det är svårt att få folk att binda upp sig på lång sikt och att det därför inte hjälper med en avancerad teknisk lösning. Istället har man valt att fokusera på ökat samarbete mellan arrangörerna och utbildning för att få stort nyttjande på den evenemangskalender som tagits fram. Likaså att få en stor grupp av Facebookanvändare till olika sidor där evenemang marknadsförs (t.ex. Romanticsweden.se).



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Josefin Ronnerfors och Sanna Rudling

Första kontakten med Leader

Kom i kontakt med Leader genom projektet ”Säg Ja lite oftare”

Leader som metod

Upplever Leader som mycket bra. Ger möjlighet till större samarbeten och turismutveckling i Älvkarleby.

Leaders betydelse för projektet

Tror inte att det hade varit möjligt att genomföra projektet utan Leader eftersom det kostar mycket både i tid och resurser.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades. Skapandet av en evenemangskalender som forum för evenemang i Älvkarleby ger möjlighet för arrangörer att nå ut bredare med sina event och kan bidra till fler samarbeten.

Innovation

Tycker att projektet blev innovativt. Flera återkommande evenemang som Bröllopets dag och bal bidrar till att Älvkarleby kan bli en ännu starkare reseanledning och ger en möjlighet för arrangörer att ha evenemangen.

Samverkan och nätverkande

Projektet bidrog till nytt nätverkande och samverkan både via sociala medier och genom en evenemangskalender.

Ökad affärsmässighet

Projektet har bidragit till ökade affärsmässiga tjänster genom flera återkommande evenemang; Bröllopets dag, inredningstävling och bal. En bokningssite där man kan boka evenemangen och en evenemangskalender där arrangörer kan synas samt en facebookgrupp där de också kan synas med evenemangen.

Långsiktighet

De återkommande evenemangen arrangeras av de olika anläggningarna. Bland annat kommer det vara en inredningstävling i jul och en ny bal i februari. Bröllopets dag håller på att planeras till 2015. Evenemangskalendern och facebookgruppen sköter sig själva då arrangörerna själva kan lägga upp evenemangen där. Effekter som kan ses av projektet idag är bl.a. planerade evenemang som t.ex. inredningstävlingen. Arrangörer använder sig av Facebookgruppen och evenemangskalendern. Evenemangskalendern är en av de sidor som har flest besökare på hemsidan.

Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året planeras Bröllopets dag 2015. Förhoppning att få fler användare av evenemangskalendern och Facebookgruppen. På sikt hoppas man att alla arrangörer i Älvkarleby använder sig av evenemangskalendern och Facebookgruppen och att det blir fler samarbeten mellan arrangörerna.



Spridning

Föreningen har drivit tre projekt. Kännedomen om de enskilda projekten tros vara mindre än om föreningens verksamhet som helhet. Projektet har förekommit i media ett par gånger, då man själva tog kontakten med media. Bröllopets dag var med i tre olika tidningar. Man uppmärksammades också i lokaltidningen när sommaren var slut på grund av att Älvkarleby hade haft många besökare under sommaren. Projektet har själva spridit information genom Facebook och via medlemmarna i föreningen.

Attitydförändring

Projektet har bidragit till en mer positiv syn på samarrangemang och samarbeten.

Försörjningsmöjligheter

Det finns en diskussion om att ha en gemensam personalresurs för företagare, där man vågar satsa tillsammans istället för enskilt.

Koppling till andra projekt

Projektet har en koppling till leaderprojektet ”Säg ja lite oftare”.

Leaderprojekt

Man kan tänka sig att driva leaderprojekt igen.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Nya försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	0,5
Antal personer som fått del av nya försörjningsmöjligheter	1
Antal nya nätverk	1
Antal nya dagbesök	750
Antal nya gästnätter	50

Nya eller förstärkta varumärken:

Romantic Sweden och Älvkarleby turist- och konferenshotell.

Efterlämnade fysiska resurser:

Evenemangskalender, facebookgrupp "Events i Älvkarleby". Bokningsajt www.bokaromanticsweden.se

Uppnådda mål, kvalitativa

Samarbetsklimat:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Flera arrangemang där man samarbetat och haft t.ex. gemensamt inträde. Arrangörer samarbetar istället för att konkurrera.

Framtidstro:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Det finns en tro på att få fler besökare till orten.

Identitet:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Med den nya facebookgruppen "Events i Älvkarleby" nås fler av vad fler gör, vilket leder till en samlad bild av allt som händer. Människor i bygden identifierar sig med att bo på en liten ort. När man på den lilla orten har flera saker att välja på att göra, känns den mer attraktiv.