

Leaderleder



Ledbeskrivningar för vandring, cykel och kanot finns nu presenterade i ett digitalt kartsystem.

Projektägare:	Leader Nedre Dalälven, ideell förening
Projektledare:	Kalle Hedin
Kommuner:	Hela området
Dnr:	131
Jnr:	2013 1444
Projekttid:	2013-01-05 – 2014-12-31

Beviljade stödmedel:	600 000 kr	Använda stödmedel:	600 000 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	643 398 kr
---	------------

”Ett stigande intresse för friluftsturism och ledssystem samt en markant ökning av den digitala närvaron gör att projektet ligger rätt i tiden. Förutom ledssystemet har projektet skapat ett mervärde till redan befintliga affärsmässiga produkter och har även bidragit till 15 nya upplevelsepaket och 4 andra nya tjänster.”

Kalle Hedin, projektledare
Cecilia Wallinder, projektmedarbetare

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

Runt om i Europa och även i Sverige sker en stark ökning av intresset för turism baserad på friluftaktiviteter som cykling, vandring och kanotning. Olika intressen, initiativ och projekt har tidigare utvecklat sådana leder i området. En stor utmaning har varit att underhålla de leder som startats, troligen för att det saknats ett tydligt entreprenörskapsperspektiv. Med ett entreprenörorienterat utvecklingsarbete och bättre marknadsföring kan dessa leder gå från att vara en naturtillgång, som nyttjas av några få till att bli en turistisk attraktion och till nytta för många.

PROJEKTBESKRIVNING

Projektet ska inventera och ta tillvara ledbeskrivningar och de insatser som gjorts genom åren. Även beskrivningar av nya och kompletterande leder ska kunna göras bl.a. för att knyta ihop olika delar av det geografiska området. Fokus ska ligga på att paketera och marknadsföra utvalda delar av lederna i kombination med det som våra entreprenörer kan erbjuda besökarna. Utgångspunkten ska alltid vara att turistföretag gynnas. En positiv bieffekt blir att bygderna som berörs blir mer attraktiva även för dem som redan bor där. Utbudet marknadsförs i första hand digitalt, så att alla aktörer som önskar är välkomna att ta in det på sina hemsidor och andra Internetplattformar.

MÅL

- Alla nio kommuner som ingår i leaderområdet ska beröras av ledsystem. Med leder avses vandrings-, kanot- och cykelleder.
- Minst fyra mer sammanhängande leder ska marknadsföras på hemsidor.
- Minst 10 företag och organisationer, som kan erbjuda kost, logi och aktiviteter engageras i projektet med sikte att ha bokningsbara paket med utgångspunkt från lederna vid projekttidens utgång.
- Minst sex lokala nätverk engageras i projektet.

Ambitionen är att projektet inom fem år ska medverka till minst 10 000 nya turister som använder lederna och 2 000 nya gästnätter vid turismanläggningar med anknytning till lederna.

Projektets kommentarer om ev. skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

Ett färdigt material har inte kunnat läggas ut på webben under projekttiden. Detta till följd av flera orsaker:

- Det planerade samarbetet med högskolan i Gävle kunde inte implementeras, vilket försenade det operativa arbetet.
- Färre digitala koordinater på befintliga leder än beräknat fanns färdiga att lyfta in i systemet.
- Det har varit en större utmaning än väntat att hitta människor som velat ge sig ut i ledspåren för att samla in nödvändiga data.



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Kalle Hedin och Cecilia Wallinder

Första kontakten med Leader

Projektet är initierat och ägt av LAG.

Leader som metod

Upplever att metoden är utmärkt för nätverksprojekt där man vill samla många som drar åt samma håll. Tycker dessvärre att Leader med åren blivit successivt mer byråkratiskt med en administration som tar tid från det man vill jobba med.

Leaders betydelse för projektet

Tror inte att projektet hade blivit av i samma omfattning utan Leader.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades. Det digitala verktyget för att presentera ledsystemen är på plats och fylls med mer information allt eftersom.

Innovation

Tycker att projektet blev innovativt, i och med det helt nya digitala kartsystemet.

Samverkan och nätverkande

Ett flertal nytillskott till det redan befintliga nätverket tillkom under projektet.

Ökad affärsmässighet

Projektet har framförallt skapat ett mervärde till redan befintliga affärsmässiga tjänster och produkter men har även bidragit till 15 nya upplevelsepaket och 4 andra nya tjänster förutom ledsystemet.

Långsiktighet

Projektet lever kvar genom att verktyget fylls på med kompletterande information allt eftersom och har integrerats i arbetet med webbportalen www.nedredalalven.se De bokningsbara produkterna lever vidare hos entreprenörerna. Effekter som kan ses av projektet idag är antalet besök och antalet klick i det digitala kartsystemet som finns på www.nedredalalven.se

Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året räknar man med att få in ett flertal nya leder och ledbeskrivningar till databasen. De befintliga funktionerna i systemet ska finslipas och förbättras. På sikt är förhoppningen att alla befintliga leder i området, väl beskrivna med foton och länkar till olika faciliteter i anslutning till lederna, är inlagda i ledsystemet på www.nedredalalven.se Man hoppas även att ett antal nya leder har iordningsställts av närings- eller föreningsliv och blivit inlagda.

Spridning

Vetskapen om projektet är än så länge betydligt större i närområdet jämfört med utanför närområdet. Projektet har spridit information via sociala medier, nyhetsbrev, mässor, Landsbygdsriksdagen samt under mötesverksamhet och genom personliga möten.



Attitydförändring

Intresset för det färdiga systemet har visat sig vara mer efterfrågat än man trott.

Försörjningsmöjligheter

Man ser en kraftig ökning av intresset för vandrings- cykel och kanotleder och systemet tros bidra till ökad besöksnäring när lederna tillgängliggörs online. Menar att det är för tidigt att mäta hur projektet bidragit till ökade försörjningsmöjligheter.

Koppling till andra projekt

Projektet har nätverkat och samarbetat med ett flertal andra leaderprojekt.

Leaderprojekt

Kan absolut tänka sig att driva ett leaderprojekt igen. Hoppas dock att byråkratin minskar i kommande programperiod.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Antal nya nätverk	4
Antal nya tjänster	19

Nya marknader:
Friluftsturister, nationellt och internationellt, som är intresserade av att vandra, cykla och paddla.
Efterlämnade fysiska resurser:
GPS-navigatörer. Digitalt kartsystem över leder. GPX-filer. Bildbank. Faktainsamlingsmall för leder. Resultat från researcharbete.

Uppnådda mål, kvalitativa

Affärsmässighet/ Entreprenörsanda:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Deltagarna har blivit bättre på att våga ta betalt för service. Affärsmässig samverkan för bättre lösningar för kunden.

Framtidstro:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Ett stigande intresse för friluftsturism och ledssystem samt en markant ökning av den digitala närvaron gör att projektet ligger rätt i tiden.

Identitet:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Många känner stolthet över sina leder och vill gärna marknadsföra dessa och visa upp för besökare.