

Marknadsföring av Vendelbygden



Besökscentrum i Vendel.

Projektägare:	Samverkan i Vendelbygden, ideell förening
Projektledare:	Stefan Wårdsäter
Kommun:	Tierp
Dnr:	37
Jnr:	2009 3904
Projektid:	2009-05-04 – 2011-08-31

Beviljade stödmedel:	346 500 kr	Använda stödmedel:	291 988 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	365 235 kr
---	------------

”Pulsen har höjts. Man funderar över vad som är möjligt och vad man skulle kunna tjäna pengar på. De som står i begrepp att göra något har fått ”en knuff” när det händer saker runt i kring.”

Stefan Wårdsäter, projektledare

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

Inom en pågående förstudie har ett antal inventeringar och kartläggningar gjorts av Vendelbygdens utvecklingspotential. Resultaten visar att bygden har mycket stora möjligheter att locka många fler besökare som skulle kunna utgöra en grund för försörjning, nya arbetstillfällen och inflyttning av permanentboende. Tierps kommun har på sökandens initiativ tagit beslut om att detaljplanera kommunal mark i Vendelbygden för villabebyggelse. Det som nu behöver göras snarast är att koppla ihop bygdens besöksmål och attraktioner i en gemensam marknadsföring. För att få underlag till marknadsföring som riktar sig till presumtiva inflyttare behövs också en inventering av lediga tomter.

SYFTE

- att locka ännu fler besökare till Vendelbygden, vilket ger nya och bevarade försörjningsmöjligheter
- att väcka intresse för Vendelbygdens kvaliteter som boendemiljö och tydliggöra konkreta möjligheter till inflyttning
- att stimulera de privata entreprenörerna i bygden att våga satsa på produkter som riktar sig speciellt till besökarna

MÅLGRUPPER

- Besökare till Vendelbygden
- Presumtiva inflyttare till Vendelbygden
- Företagare, föreningar och boende i Vendelbygden

VERKSAMHETER

- Förbättring och uppdatering av hemsidan
- Framställning av kalendarium – en enklare trycksak där bygdens alla arrangemang finns beskrivna
- Framställning och uppsättning av evenemangsskyltar
- Framställning och uppsättning av orienteringstavlor
- Tomtinventering – enkät till samtliga Vendelbor
- Annonsering i dagspress och annonsblad
- Bussturer för hugade tomtspekulanter
- Framställning av trycksak om Vendelbygden
- Fortsatt nätverksbyggande och utveckling av idéer
- Möten och resor



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Stefan Wårdsäter

Första kontakten med Leader

Minns inte den allra första kontakten.

Leader som metod

Tycker att Leader är en bra metod, men onödigt omständlig och byråkratisk.

Leaders betydelse för projektet

Är ytterst tveksam till att projektet skulle ha blivit av även utan Leader.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades bra och att det lämnade efter sig bra material för framtiden.

Ökad affärsmässighet

Detta var det tredje leaderprojektet i bygden och åtminstone ett företag har startats där leaderprojekten haft en bidragande effekt till företagets tillkomst. Det nystartade företaget är ett bageri och de produkter som det lämnar efter sig är bröd och åter bröd. (Finns med som kvantitativt mål för projektet Dnr 53 "Förstudie om ökad tillgång till Vendelsjön").

Framtidsutsikter för projektet

Projektet är avslutat. Det som skulle göras har gjorts.

Spridning

Upplever att vetskapen om projektet inte är så stor. Inte många, utom de närmast inblandade, lyckades få kläm på vad Leader egentligen går ut på trots upplysningsmöten och uppsökande information på föreningsmöten etc. Projektet har inte förekommit i media. Man har själva spridit information via flygblad, sociala medier, hemsidor och på möten i föreningslivet.

Försörjningsmöjligheter

Uppger att projektet inte har bidragit till försörjningsmöjligheter direkt, men möjligen indirekt. Projektet var ett marknadsföringsprojekt och effekterna svåra att mäta.

Leaderprojekt

Man kan tänka sig att driva ett Leaderprojekt igen.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Antal nya dagbesök	10
---------------------------	-----------

Nya eller förstärkta varumärken:

”Vendelbygden” förstärkt.

Efterlämnade fysiska resurser:

www.vendel.se Turistbroschyrer med kalendarium för Vendelbygden. Informations- och orienteringstavlor över Vendelbygden.

Uppnådda mål, kvalitativa

Affärsmässighet/ Entreprenörsanda:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	"Pulsen har höjts". Man funderar över vad som är möjligt och vad man skulle kunna tjäna pengar på. De som står i begrepp att göra något har fått "en knuff" när det händer saker runt i kring.

Identitet:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Man har fått en ökad kunskap om bygden.

Attraktionskraft för boende:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Ett pågående arbete med att aktivt marknadsföra bygden ökar attraktionskraften.