

## Livet på landet i Möklinta



Projektet var initiativtagare till återuppliva macken i Möklinta.

|                       |                                 |
|-----------------------|---------------------------------|
| <b>Projektägare:</b>  | Möklintagården, ideell förening |
| <b>Projektledare:</b> | Hannele Hedén                   |
| <b>Kommun:</b>        | Sala                            |
| <b>Dnr:</b>           | 40                              |
| <b>Jnr:</b>           | 2009 5764                       |
| <b>Projektid:</b>     | 2009-09-01 – 2012-09-30         |

|                             |            |                           |            |
|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|
| <b>Beviljade stödmedel:</b> | 805 217 kr | <b>Använda stödmedel:</b> | 805 201 kr |
|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|

|                                             |              |
|---------------------------------------------|--------------|
| <b>Totalt använda resurser i projektet:</b> | 1 336 019 kr |
|---------------------------------------------|--------------|

*”Projektet har bidragit till en positiv utveckling i bygden med en större framtidstro. Det finns en tro på att affären, bensinmacken, skolan m.m. ska kunna finnas kvar och nya idéer på utveckling kommer hela tiden.”*

**Hannele Hedén, projektledare**

## Verksamhet enligt projektplanen

### **BAKGRUND**

Möklinta socken består av en omväxlande skog- och jordbruksbygd. Närheten till Dalälven och Färnebofjärdens Nationalpark erbjuder möjligheter till såväl fiske som andra naturupplevelser. Här finns goda möjligheter till utveckling av turismnäringen, till gagn för livskraften hos det lokala näringslivet.

### **SYFTE**

Syftet är att

- utveckla landsbygdsturismen utifrån Möklintas egna förutsättningar och resurser,
- göra Möklinta mer tillgängligt och attraktivt för nya företag, fler boende och besökande,
- synliggöra och utöka det lokala näringslivet,
- ta vara på och utveckla engagemanget hos Möklintas föreningsliv, inkl. församlingarna,
- utveckla kontakterna med näraliggande orter exempelvis anslutande ridleder och aktiviteter som ansluter till Hovnäs färja,
- utveckla Möklinta som kvalitetsmärke för lokal mat, turism, hantverk och upplevelser genom att skapa en samordningsfunktion för marknadsföring samt utveckling av tjänster och produkter

### **MÅLGRUPP**

Besökare och turister i alla åldrar från Sverige och utlandet

### **VERKSAMHETER**

#### A. Turismaktiviteter

1. Skapa rid- och vandringsleder samt återupplivande av gamla by- och kyrkvägar
2. Boende, mat och turismaktiviteter
  - Inventering av företagare som vill starta eller utveckla sin verksamhet samt inventering av deras behov av stöd från projektet
  - Renovering av överlopsbyggnader med lägen som är strategiska ur turismsynvinkel

#### B. Marknadsföring av turismaktiviteter, samt socknens övriga resurser

1. Inrättande av Bygdecenter
2. Företagsmessa/företagsdag
3. Marknadsföring via Internet, [www.moklinta.se](http://www.moklinta.se), inklusive vidareutveckling av webbplatsen
4. Informationstavla och karta över Möklinta socken

#### C. Förankring av projektet bland Möklintas invånare

1. Information via informationsblad, aktivitetskalender m.m.
2. Evenemang



## Sammanfattning av svar i utvärderingen

*Uppgiftslämnare: Hannele Hedén*

### **Leader som metod**

Tycker att Leader är ett bra sätt att jobba på i och med att man får möjlighet att utveckla en bygd. Tror inte att bygden hade varit så levande som den är idag utan projektet. Upplever att det negativa med Leader är den stora byråkratin. Menar att tiden som gick åt till all redovisning skulle ha behövts till annat arbete med projektet. Tycker även att den långa väntetiden på utbetalningar är ett problem.

### **Leaders betydelse för projektet**

Tror inte att projektet skulle ha blivit av utan Leader. Kanske i så fall som ett mindre projekt, men inte i den omfattning som det blev nu.

### **Genomförande**

Tycker att projektet lyckades och är väldigt nöjd i det stora hela med vad man åstadkommit i projektet. Har fått mycket positiva reaktioner från folk i bygden. Har dock inte hunnit med alla delar som man hade i projektplanen, på grund av sjukskrivning och byte av projektledare. Det som inte hanns med var en folder som beskriver en led kring Storsjön med utmärkta historiska platser och rastplatser. Tanken var att den även skulle översättas till engelska och tyska. Förarbetet är dock gjort och förhoppningen är att det kan slutföras i framtiden. Hemsidan har heller inte översatts till engelska, vilket fanns med som mål i projektplanen.

### **Innovation**

Tycker att projektet blev innovativt i och med nya företagssamarbeten. Man skapade kontakter mellan företag som kunde dra nytta av varandra

### **Samverkan och nätverkande**

Projektet anordnade ”Bygdemässa” i Möklinta bygdegård 2011 och 2012. Företagare och föreningar från Möklinta och närliggande orter fick visa upp sig och skapa kontakt med varandra. Mässorna blev välbesökta, med mellan 200-300 besökare. Gav ett positivt resultat och genererade nya kontakter och mer arbete för de lokala företagarna. Tre företagsträffar har ordnats där man bollat och genomfört idéer. T.ex. har kvinnliga företagare börjat med gemensam marknadsföring.

### **Ökad affärsmässighet**

Projektet var initiativtagare till att återuppliva bensinmacken. Macken lades ned 2008 och projektet kallade till bymöte för att diskutera mackfrågan. Flera var intresserade av att driva macken. En ekonomisk förening bildades i vilken Ortsbefolkningen kunnat köpa andelar. Alla insatser för att få till stånd macken gjordes ideellt. Ortsborna har visat sig mycket köptrogna macken.

Projektet har hjälpt till att bygga upp den lokala livsmedelsaffären, som var nedläggningshotad och hade ett dåligt utbud av varor. Affären tog på projektets inrådan in önskemål från Ortsbefolkningen. Det har resulterat till ett mycket bättre varuutbud och Ortsborna värnar nu om affären och ser på ett annat sätt till att handla för att hjälpa till att bevara den.

Projektet har haft en stöttande och inspirerande roll gentemot företagen och jobbat för att de ska tänka affärsmässigt och värdesätta sitt arbete och sina produkter. Projektet marknadsför alla B&B och besöksmål på hemsidan. Man har stöttat och hjälpt "Forneby Hill Bed & Car" att komma igång och marknadsför deras verksamhet.

## Långsiktighet

Mycket lever kvar efter projektidens slut. Hemsidorna finns kvar och uppdateras kontinuerligt. En av hemsidorna riktas mot lokalbefolkningen [www.viimoklinta.se](http://www.viimoklinta.se) och en riktas mot turismen [www.moklinta.se](http://www.moklinta.se). Macken och affären. Bygdecenter som startades av projektet i maj 2011 har öppnat i princip alla vardagar mellan 9-14. Bygdecentret har blivit en förebild för andra bygdegårdar och man har åkt runt och föreläst om bygdecentret på flera ställen i Sverige. Turistkarta i fickformat. Cykelledskarta. Informationstavla. Midsommarfirande som återupptogs av projektet 2012. Cateringfirma "Möklintagårdens catering och café" startades av projektet 1 sept 2011. Möklintagården äger caféet och har en anställd för att driva det.

Effekter man kan se av projektet idag är en positiv utveckling i bygden med en större framtidstro. Upplever att det finns en tro på att affären, bensinmacken, skolan m.m. ska kunna finnas kvar och att nya idéer på utveckling kommer hela tiden. Menar att engagemanget och viljan att hjälpa till har blivit större i och med projektet. Ungdomar kommer med idéer och drar igång projekt. Förhoppningar finns att ett äldreboende i form av villor runt ett nav (det gamla och nu nedlagda äldreboendet) ska kunna byggas upp i Möklinta. De äldre ordsborna signalerar att de inte vill till det höghusäldreboende som finns i Sala.

## Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året planerar man att återuppta frågan om äldreboendet och söka stöd och finansiering. Planen är att det ska drivas i en ekonomisk förening med villor som säljs som bostadsrätter. Man vill fortsätta utveckla och engagera sig i Möklintaveckan. Det finns förhoppningar att få företagare att starta ett mindre gym i tomma lokaler i Bygdegården.

På sikt hoppas man att ett äldreboende finns klart i Möklinta. Tror att det skulle vara positivt för de äldre, men även för övriga ordsbor och ev. inflyttande eftersom hus skulle frigöras. Det finns en efterfrågan på hus i Möklinta.

## Spridning

Upplever att alla i Möklinta vet om projektet. Ett populärt informationsblad "Möklinta Sockenblad" har gått ut varje kvartal till alla hushåll i Möklinta under projekttiden. Projektet känns till i By i och med samarbeten där och man känner till projektet på Sala företagarcentrum och på kommunal nivå i Sala. I och med föreläsningar om projektet och Bygdecentret genom Bygdegårdarnas riksförbund finns kännedom även i andra delar av Sverige. Bygdegårdarnas riksförbund hade sitt årsmöte i Möklinta med föreningar från hela Sverige. Projektet har funnits med på förstasidan i Bygdegårdarnas riksförbunds tidning ett flertal gånger. Har också funnits med i artiklar i Sala Allenhanda, Västmanlands Nyheter och Västerås tidning ett flertal gånger. Artiklarna har handlat om projektet i sig, macken och återupptagande av midsommarfirandet. Projektet har själva spridit information genom Möklinta Sockenblad och hemsidorna. Man mailade ut lägesrapporter till företag, föreningar, politiker och företagarcentrum i Sala och skickade ut pressreleaser inför evenemang.



## **Attitydförändring**

Upplever att projektet har bidragit till en mer positiv syn och framtidstro bland den allra största delen av ortsbefolkningen. Man vågar satsa mer och har blivit mer villiga att stötta och hjälpa varandra. Man förstår på ett annat sätt vikten av bland annat samarbete och att handla lokalt.

## **Försörjningsmöjligheter**

Cateringfirman ”Möklintagårdens catering och café” startades av projektet 2011. Föreningen Möklintagården äger caféet och har en anställd för att driva det. Projektledaren har nu ett marknadsföringsansvar på Möklintagården och arbetar med bland annat bygdecentret och hemsidorna. Har även projektledarrollen i det nya projektet ”Möklinta kulturarv”. Tre nystartade företag. Forneby Hill Bed & Car, Stjärnbacka Bed & Box och Hallarsbo B&B.

## **Koppling till andra projekt**

”Möklinta kulturarv”, ett kulturprojekt med finansiering från Länsstyrelsen i Västmanland startades som en följd av detta projekt. Möklinta har en stark textilhistoria och i projektet ska den dokumenteras och arkiveras. Det ska även ingå nyproduktion av textilier.

Projektet var initiativtagare och medverkade i planering av vandrings- och cykelledsprojekt tillsammans med bland annat Enåker-Runhällen, By och Östa Camping. Man konsulterade vid planeringen och uppbyggnaden av bensinmacken i Morgongåva.

## **Leaderprojekt**

Kan absolut tänka sig att driva ett leaderprojekt igen.

## **Övrigt**

Önskar mer information om ev. kommande leaderperiod.

## Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Nya försörjningsmöjligheter</b> , uttryckta som helårsarbeten       | <b>3</b>  |
| <b>Antal personer</b> som fått del av nya försörjningsmöjligheter      | <b>8</b>  |
|                                                                        |           |
| <b>Bevarade försörjningsmöjligheter</b> , uttryckta som helårsarbeten  | <b>1</b>  |
| <b>Antal personer</b> som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter | <b>3</b>  |
|                                                                        |           |
| <b>Nystartade företag</b>                                              | <b>4</b>  |
|                                                                        |           |
| <b>Antal nya nätverk</b>                                               | <b>10</b> |

### **Nya eller förstärkta varumärken:**

"Möklinta" har stärkts i turismsammanhang. "Forneby Hill Bed & Car" "Stjärnbacka Bed & Box" och "Hallarsbo B&B".

### **Efterlämnade fysiska resurser:**

Cykelledskartor. Turistkarta. Informationstavlan. Två hemsidor. Bensinmacken.

## Uppnådda mål, kvalitativa

|                         |                                                                                                                                              |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Samarbetsklimat:</b> | <i>Stor förbättring</i>                                                                                                                      |
| <b>Exempel:</b>         | Man har börjat prata med varandra och förstått att man kan dra nytta av varandras verksamheter. Insett värdet av varandra och att samarbeta. |

|                                               |                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Affärsmässighet/<br/>Entreprenörsanda:</b> | <i>Stor förbättring</i>                                                                                             |
| <b>Exempel:</b>                               | Fler har vågat ta tag i saker och fått hjälp och stöttning i sitt företagande från både projektet och dess nätverk. |

|                         |                                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Samhällsservice:</b> | <i>Stor förbättring</i>                                                     |
| <b>Exempel:</b>         | Affären har blivit bättre och fått ett större varuutbud. Mackens tillkomst. |