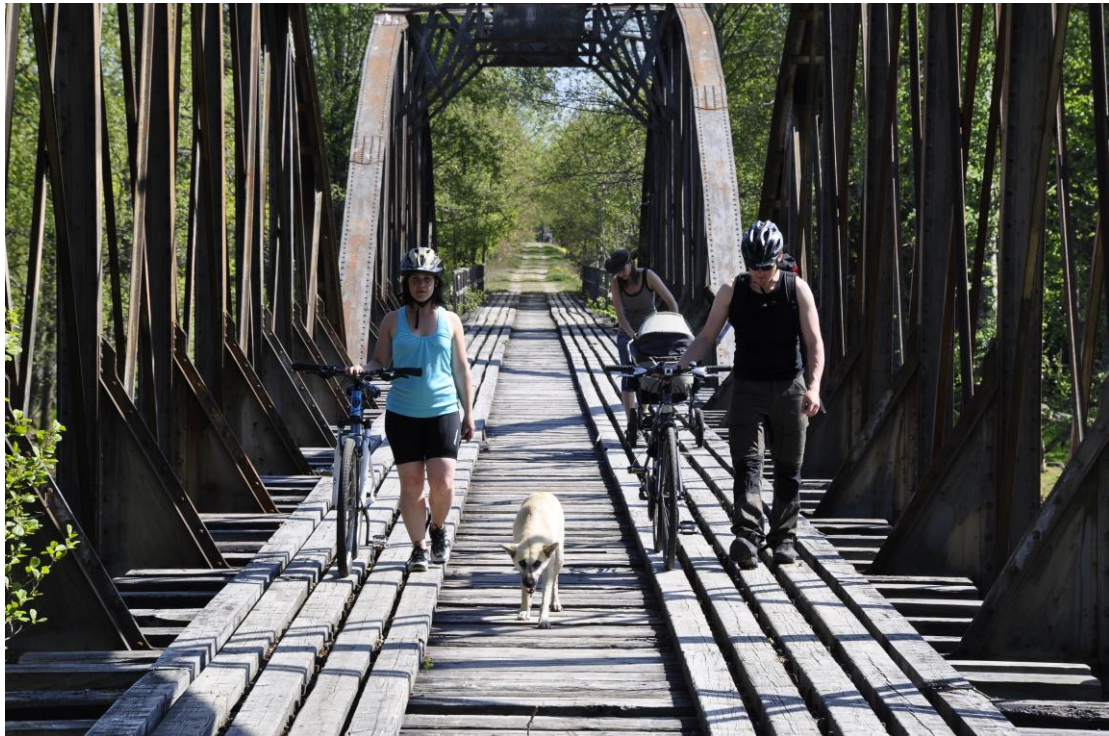


Gysinge – upplevelser i bruksmiljö (del 1)



Projektet bidrog till att rädda de rivningshotade järnvägsbroarna i Gysinge.

Projektägare:	Vi i Gysinge, ideell förening
Projektledare:	Jenny Karlsson
Kommun:	Sandviken
Dnr:	45
Jnr:	2009 6679
Projekttid:	2009-10-21 – 2013-03-31

Beviljade stödmedel:	752 500 kr	Använda stödmedel:	752 500 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	1 515 955 kr
---	--------------

”Innan projektet fanns det inget fungerande samarbete. Nu har entreprenörerna stor insyn i varandras verksamheter och en vilja att arbeta tillsammans för paketering och gemensamma evenemang.”

Jenny Karlsson, projektledare



Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

I Gysinge finns sedan länge etablerade entreprenörer blandat med många nya. Alla har en önskan att öka besökarantalet samt konsumtionen av produkter och tjänster i området. För att lyckas med detta behöver vi samla krafterna och arbeta efter gemensamma riktlinjer och mål. Föreningen ”Vi i Gysinge” strävar efter att uppnå detta med ett leaderprojekt som katalysator till ett framtida kontinuerligt samarbete.

SYFTE

Syftet är att öka besökarantalet till Gysinge samt stärka Gysinges attraktionskraft så att Gysinge blir ett starkt varumärke framöver. Projektet syftar också till att öka servicenivån på orten och bidra till en positiv samhörighetskänsla hos de boende i området.

MÅLGRUPP

Målgruppen är besökare till området samt ortsbor och boende i närområdet.

VERKSAMHETER

- Möten och träffar
- Föreläsningar
- Studiebesök/resor
- Deltagande i mässor
- Arrangering av lokala marknader
- Utveckling av webbsida
- Framställning av material för marknadsföring
- Marknadsföring, bl.a. med hjälp av annonser, broschyrer, kläder och ”give-aways”



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Jenny Karlsson

Första kontakten med Leader

Kom i kontakt med Leader genom Kalle Hedin under en informationsträff i Gysinge.

Leader som metod

Upplever Leader som en stor möjlighet för små bygder att utvecklas.

Leaders betydelse för projektet

Tror att projektet blivit av utan Leader, men i mycket mindre skala.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades. Man uppnådde de flesta avsatta målen samt även mål som man inte ens hade satt. T.ex. ingick man i förhandlingar med kommunen för att få till ett arrende och rädda nedlagda lokaler på flottningsområdet i Gysinge. I stället för att de skulle stå och förfalla eller användas som förråd utvecklade man gemensamma lokaler att nyttja för evenemang. Projektet uppmärksammade de rivningshotade järnvägsbroarna och startade upp räddningsaktionen som till slut lyckades. Riksantikvarieämbetet har nu beslutat att broarna ska rustas upp och finnas kvar.

Innovation

Tycker att projektet blev innovativt! Upplevde att det var svårt att hålla sig till den ursprungliga projektplanen då det hela tiden dök upp nya idéer på vad man kunde göra.

Samverkan och nätverkande

Projektet medförde ny samverkan och nytt nätverkande. Man byggde ett stort nätverk i föreningen ”Vi i Gysinge”, som ökade från 8 till 20 medlemmar under projektiden. Medlemmarna är turismföretagare, organisationer och föreningar i Gysinge. Man fick även ta del av och ingå i NeDa:s turismnätverk och samarbetade vid bl.a. mässor. Har även varit delaktiga i nätverket ”Omställning Gästrikland”.

Ökad affärsmässighet

De befintliga företagarna i Gysinge med omnejd har fått större affärsmöjligheter tack vare evenemangen som skapats i projektet, t.ex. häst med vagn. Det har tillkommit föreningar som anslutit sig till nätverket och kunnat utveckla sin verksamhet bl.a. genom gemensam annonsering, t.ex. brandbilmuseet.

Långsiktighet

I stort sett hela projektet lever kvar. Det arbetas fortfarande aktivt mot målet att utveckla Gysinge som turistort. Effekter som kan ses av projektet idag är: Gysinge – upplevelser i bruksmiljö, del 2. Ett nätverk som byggts upp och som bl.a. har resulterat i att man snabbare kan få kontakt med rätt personer vid olika tillfällen, t.ex. myndighetspersoner. Ett ökat antal återkommande evenemang i Gysinge, som drar många besökare. Ett samarbete mellan aktörer som har ökat väsentligt, man hjälps nu åt och skapar bl.a. gemensamma paketlösningar.



Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året planerar man att fortsätta utveckla flottningsområdet. På sikt är förhoppningen att evenemangen ska generera intäkter och möjliggöra ett fortsatt arbete med att utveckla Gysinge som turistort.

Spridning

Tror att vetskapen om projektet är stor i närområdet (Gysinge och de närliggande orterna). Projektet har genererat mycket publicitet i media och tros därför även vara känt i ett större område. Projektet har utvecklat goda kontakter med media och har både blivit kontaktade och tagit kontakt själva. Har ofta förekommit i webbtv-klipp för lokala radio och tv-stationer. Ett flertal artiklar har skrivits om projektet i Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Gästriklands tidning och de lokala annonsbladen. Har varit med som inslag i Radio Gävleborg och i TV4:s och SVT:s lokala sändningar. Projektet har även omskrivits i Dagens Industri. Projektet har själva spridit information genom pressmeddeladen, medverkan på Företagsmässan i Sandviken, Sala-Heby mässan, Bomässan i Gävle, Vildmarksmässan, Seniormässan i Stockholm och i Uppsala. Har annonserat både lokalt och nationellt. Tagit fram broschyr om Gysinge i samarbete med Sandvikens kommun, som delats ut på mässor, på turistbyråer och till besökare på orten. Tillverkat annonsblad inför evenemang. Informationsträff och minimässa för ortsborna. Projektledarna har hållit ett flertal föredrag om projektet i olika nätverk, t.ex. Rotary, Unga företagare i Gävleborg, Turismnätverket, Järnriket m.fl.

Attitydförändring

Gentemot varandra i föreningen har attityderna förändrats i positiv riktning. Man har lärt känna och uppmärksamma varandra och börjat samarbeta.

Försörjningsmöjligheter

Projektet har bidragit till nya och bevarade försörjningsmöjligheter. Strax innan projektstarten sålde Sandvikens kommun stora delar av bruket till privat ägo. Kommunen har under projekttiden valt att inte satsa vare sig personella eller ekonomiska resurser i turistområdet Gysinge. Tack vare projektet finns nu många arbetstillfällen kvar som annars på grund av kommunens handlande skulle ha försvunnit. T.ex. Brukshandeln, Café Nyfiket, brandbilsmuséet m.fl.

Koppling till andra projekt

Gysinge upplevelser i bruksmiljö, del 2, blev en direkt följd av detta projekt. Kopplingar och samarbeten med projektet "Omställning Gästrikland" och leaderprojektet "Matning av örnar i Färnebofjärdens Nationalpark".

Leaderprojekt

Kan tänka sig att driva leaderprojekt igen om administrationen kan fördelas på ett bättre sätt i projektet.

Övrigt

Tycker att det är en fantastisk möjlighet att få göra sådana här projekt och se vad de kan ge för en liten bygd. Hoppas att Leader lever vidare i området.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Nya försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	1,5
Antal personer som fått del av nya försörjningsmöjligheter	7
Bevarade försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	4
Antal personer som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	4
Nystartade företag	1
Bevarade företag	1
Antal inflyttade permanentboende	3
Antal nya nätverk	1

Nya mötesplatser:

Flottningsområdet, inkl. tre byggnader som var och en utgör en ny mötesplats.

Efterlämnade fysiska resurser:

Broschyr. Logotyp för "Vi i Gysinge". Tygkassar med logotyp. Skyltar för alla evenemang. Banderoller. Mässinredning. Dator. Kopiator. Kamera (som blivit stulen). Påbörjad hemsida www.gysinge.se Bilder. Västar och skjortor med tryck.

Uppnådda mål, kvalitativa

Samarbetsklimat:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Innan projektet fanns inget fungerande samarbete. Nu har entreprenörerna stor insyn i varandras verksamheter och en vilja att arbeta tillsammans för paketering och gemensamma evenemang.

Affärsmässighet/ Entreprenörsanda:	<i>Viss förbättring</i>
Exempel:	Bra utbyte av varandra i projektet. Entreprenörer hjälper varandra med nya idéer om affärsutveckling.

Identitet:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Märker att orsbor och projektdeltagare har blivit stolta över att bo och verka i Gysinge och gärna visar upp sin ort för besökare. Tack vare alla evenemang som projektet skapat kan människor med stolthet säga att det händer mycket i Gysinge.