



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling: Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Ansökan om slututbetalning

## Hållbar besöksnäring i Vänerskärgården med Kinnekulle

### Din ansökan

Journalnummer  
2019-1168-2

### Uppgifter om fullmakt och sökanden

Organisationsnummer  
8024472782

Namn  
BIOSFÄROMRÅDET VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE

Utdelningsadress  
Mariestads kommun

Postnummer  
54286

Postort  
MARIESTAD

c/o adress  
Mariestads kommun

Telefonnummer - inklusive riktnummer  
0501-755039

Mobilnummer  
0766377056

E-postadress  
helena.torsell@mariestad.se

### Informationskrav

## Har du som stödmottagare en webbplats?

Svar

Ja

## Ange adressen till webbplatsen

Svar

www.vanerkulle.org

## Har du som stödmottagare under tiden för genomförandet av din investering eller ditt projekt tagit fram informations- eller kommunikationsmaterial som innehåller information om någon del av din investering eller ditt projekt?

### Hjälptext

*Om detta är din första ansökan om utbetalning för investeringen eller projektet gäller frågan för tiden från och med det datum då din ansökan om stöd kom in. Om du har sökt utbetalning för investeringen eller projektet tidigare gäller frågan för tiden från och med det datum då du skickade in din förra ansökan om utbetalning.*

Svar

Ja - Skicka in en tydlig kopia av materialet, antingen som en bilaga i denna ansökan eller via post till stödmyndighetens FE-adress

## Uppgifter om utbetalningen

## Är du som stödmottagare skyldig att följa någon av upphandlingslagarna?

### Hjälptext

*Upphandlande myndighet är exempelvis statliga och kommunala myndigheter. Hit hör beslutande församlingar i kommuner och landsting, vissa offentligt styrda organ (t.ex. flertalet kommunala och en del statliga bolag) och sammanslutningar av en eller flera upphandlande myndigheter eller ett eller flera offentligt styrda organ. Även kommunala och statliga aktiebolag omfattas av begreppet upphandlande myndighet. Mer information om offentlig upphandling finns på Upphandlingsmyndighetens webbplats.*

Svar

Ja

## Försäkrar du att din organisation har riktlinjer för användning av direktupphandling?

Svar

Ja

## Försäkrar du att din organisation har dokumenterat upphandlingen och skälen för den vid inköp från 100 000 kronor?

Svar

Ja

## Genomförandet av investeringen eller projektet

Följer investeringen eller projektet ditt beslut om stöd?

### Hjälpstext

*Du ska svara nej här om investeringen eller projektet inte följer villkoren i beslut om stöd. Beskriv vad det är som inte överensstämmer med beslutet.*

### Svar

Ja

Förklara

## Andra sökta och beviljade stöd

Har du beviljats andra stöd för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

### Hjälpstext

*Med andra stöd menar vi dels offentliga pengar från till exempel en kommun, myndighet eller EU, dels privata pengar från till exempel en stiftelse eller fond.*

### Svar

Nej

Har du sökt andra stöd som du ännu inte har fått beviljade för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

### Hjälpstext

*Med andra stöd menar vi dels offentliga pengar från till exempel en kommun, myndighet eller EU, dels privata pengar från till exempel en stiftelse eller fond.*

### Svar

Nej

## Beskrivande uppgifter

Här ska ni kort och konkret beskriva ert projekt.

### Svar

Projektet Hållbar besöksnäring i Vänerskärsgården med Kinnekulle har fokuserat på att öka reseanledningarna för hållbara aktiviteter i Biosfärområdet, vilket omfattar Lidköping- Götene och Mariestads kommunområden. Detta genom att höja nivån på Biosfärleden och genom utbildningstillfällen för besöksnäringens företag i området.

Biosfärleden med sina 138 km sträcker sig mellan Läckö slott, över Kinnekulle till centrala Mariestad. Den bjuder på

en mängd natur- och kulturarvsupplevelser som lyfts fram för besökaren genom bland annat en ny websida och ett nytt skyltprogram. Hemsidan innehåller kartverktyg. Där beskrivs också förslag på delsträckor på tre språk och man kan enkelt finna information om faciliteter och hur man kan ta sig till ledens olika etapper på hållbart sätt med kollektivtrafik.

Hela leden har också inventerats och märkts upp med nya markeringar utifrån Västkuststiftelsens standard. En långsiktig hållbarhet av leden har säkrats i och med att Västkuststiftelsen nu står som huvudman för den samt att kommunerna åtagit sig skötsel av den.

Projektet har också bidragit till affärsutveckling utifrån lederna för att besöksnäringens företag och föreningar lättare ska se nyttan de kan ha av lederna i sin egen verksamhet. Konkret har det skett genom utbildningstillfällen samt genom en ny logotyp som besöksnäringens företagen varit med och tagit fram.

Inom projektet har det också tagits fram en broschyr som tydligt visar hur företag och andra organisationer kan marknadsföra sin del i Biosfärområdet genom texter, bilder och logotyper. Broschyren visar exempel på hur lokala företag och organisationer gör detta idag. Den visar också hur man kan marknadsföra att man finns utmed Biosfärleden - för ökad affärsnytta.

Inom projektet har också tagits fram en kommunikationsstrategi som både stärkt projektet och området, och den har också kommit att ligga till grund för ytterligare projekt och insatser framöver efter det här projektets avslut.

Projektarbetet har innefattat olika kommunikationsinsatser så som bland annat en influencerkampanj. Olika personer anlitas för att vandra utmed Biosfärleden, ta foton och berätta om sina upplevelser i sociala media. Kampanjen fick god spridning.

Det har också spridits inbjudningar till projektets olika aktiviteter samt föredragningar om projektet, till exempel vid 2021 års Biosfärkonferens samt att facebook-kampanjer har genomförts. Projektet har tagit fram en handbok för besöksnäringens företag och föreningar med checklistor för ökad hållbarhet.

Projektets resultat har delats med projektdeltagare och med andra lokalt, nationellt och internationellt i våra nätverk.

## Varför ville ni genomföra projektet?

### Hjälptext

*Beskriv varför ni ville genomföra projektet och vad det skulle leda till.*

### Svar

Innehållet i projektet tog sitt avstamp från en förstudie hösten 2018. Där genomfördes workshops med företag och föreningar som jobbar inom besöksnäringen, samt turistorganisationer. Vi tittade också på erfarenheter från avslutade projekt och hade kontakt med pågående projekt och verksamheter runt omkring oss. Utifrån aktiviteterna i förstudien kom vi fram till att fokusera på Biosfärleden och de besöksnäringens företag och föreningar som finns i dess närhet. Biosfärleden består av en vandringsled och en cykelled som båda går igenom biosfärområdet. Lederna är framtagna i ett tidigare projekt som pågick för nästan tio år sedan.

Inom förstudien identifierades behov så som att utveckla en hållbar besöksnäring i Vänerskärsgården med Kinnekulle. Den skulle bestå av hållbara besöksmål, med utgångspunkt i unika resurser i form av natur och kultur. Vi såg att allt fler aktivt sökte efter hållbara destinationer för sin semester. Flera biosfärområden runt om i världen jobbade redan framgångsrikt med biosfärturism och vi såg en möjlighet att ta ett första steg i samma riktning.

I förstudien identifierades bland annat följande behov

- Det ska vara enkelt att ta sig runt i området till fots och med cykel.
- Det behövs tydlighet i hur man kan ta sig till och från biosfärleden med andra hållbara färdmedel, exempelvis tåg.
- Behov av nav som kan ge den information och service som besökarna efterfrågar.
- Säkerställande av service utmed biosfärleden, exempelvis fungerande toaletter.
- En modell för hur besöksnäringens företagen kan skapa affärsnytta utifrån lederna.

Ett annat syfte med projektet har varit att verka i linje med att "turismnäringens arbete med hållbarhet är en viktig pusselbit för att Sveriges ska klara av att minska landets klimatpåverkan med 63 procent till år 2030". (Källa Eva Östling, VD Visita). Eftersom Biosfärområdet är ett modellområde för hållbar utveckling såg vi att detta projekt skulle

kunna bidra till lokala och konkreta sätt för att jobba i riktning mot de globala målen, och sprida våra erfarenheter till fler.

Vi såg att projektet låg rätt i tiden och vi hade besöksnäringens företag som uttryckt att de ville utveckla befintliga eller nya hållbara produkter och rikta sig till nya målgrupper. Kunskapen om klimatförändringarna och aktivt sökande efter att göra bra och hållbara val ökade. Vi kunde även konstatera att företag var mer och mer medvetna och såg den affärsmässiga nyttan av att jobba med hållbarhet och vill veta mer om hur de kunde göra rent konkret. Intresset från besökarna att vara aktiva på sin semester ökade också.

Biosfärföreningen hade redan ett arbete riktat till näringslivet genom bland annat logotyper för att visa att exempelvis produkter är producerade i ett modellområde för hållbar utveckling. Detta kunde ta ett ytterligare steg för att stärka just besöksnäringen.

Ledningarna i de tre kommunerna som omfattas av projektet ville samarbeta mer när det gällde utveckling inom besöksnäringen.

Dessa är några av komponenterna som gjorde att vi vågade säga att läget var rätt att gräva där vi stod, samtidigt som vi ville ta tillvara på det som hände i vår omvärld. Projektet har byggt på samverkan mellan Destinationsbolaget Läckö Kinnekulle, Mariestads turism och Biosfärföreningen.

## Var genomfördes projektet?

### Svar

Det geografiska området som fått nytta av projektet är Götene, Lidköpings och Mariestads kommunområden. Vi kan även se att aktiviteter i projektet spilt över och nått närliggande kommuner. När vi utvecklat hållbara insatser har vi inte fokuserat på kommungränser. Turismorganisationerna samarbetar med sina kollegor i Skaraborg och samverkan har också skett med fler biosfärområden och Västkoststiftelsen.

## Vad har ni genomfört i projektet?

### Hjälptext

*Här ska ni beskriva vad ni har arbetat med i projektet och vad ni använt pengarna till. Bifoga adress till webbsidor och framtaget material.*

### Svar

Affärsutveckling cykling och vandring

Vi har identifierat nav där det är naturligt för besökaren att söka efter information längs med vandringsleden Biosfärleden: större besöksmål och boendeanläggningar samt platser där besökaren startar eller slutar sin vandringstur. Nio etapper har tagits fram baserat på lagom längd och tillgång till kollektivtrafik. Workshops tillsammans med besöksnäringens företag/föreningarna gav olika reseförslag och paket med vandringsbesökaren i fokus.

Kvalitetssäkring av lederna

Inventering av vandringsleden med fokus på kvalitet, service, hållbarhet och eventuella nya behov. Vandringsleden var i mycket sämre skick än man tidigare trott. Inventeringen dokumenterades i en googlekarta som finns kvar som underlag för arbete med leden framåt. Projektet möjliggjorde att Västkoststiftelsen och Biosfärområdets tre kommuner kunde ingå samverkansavtal för stöttning i arbetet med Biosfärleden nu och framåt. Det innebar bland annat att den nya uppmärkningen av hela Biosfärleden skedde enligt en utarbetad och hållbar metod. Det gavs också chans att skapa serviceplaner och skyltprogram med en egen design i och med att vi tog bort fokus från turistväg (se utökad ansökan, bifogas).

Karta och app

I inledningen av projektet identifierades behov av att utveckla den digitala informationen om leden. En omvärldsanalys ledde inledningsvis inte till optimal, kostnadseffektiv lösning som kunde finansieras och drivas långsiktigt. Samarbetet med Västkoststiftelsen inleddes och vi fick då tillgång till deras digitala kartverktyg som i förlängningen kommer att finnas även som app. Med hänsyn till hållbarhet och kostnadseffektivitet valde vi att inte

trycka kartor utan enbart arbeta digitalt, förutom att vi tog fram PDF-kartor för delsträckorna som kan skrivas ut av den som önskar. Den digitala tjänsten innehåller också reseförslag som vi med anknytning till delsträckorna och de befintliga verksamheterna längs vandringsleden satt samman.

#### Kommunikationsplan

Vi har tagit fram en kommunikationsplan. Planen sätter ramarna för arbetet framåt och definierar målgrupper, kanaler, budskap och uppföljning av resultat.

#### Kommunikation i projektet

I projektet har vi tagit fram:

Foton för att marknadsföra leden.

Skyltar för Biosfärleden.

Markeringar av Biosfärleden.

En influencerkampanj á en dryg månad med 4 olika mikroinfluencers. De hade olika målgrupper i fokus och fick vandra, bo och äta utifrån olika vandringsupplägg som vi tagit fram utifrån vandringsleden. Kommunikationen kopplade vandringsupplevelsen till befintliga besöksnäringens företag längs med leden.

Inbjudningar till besöksnäringen som kommunicerats via mejl, websidor och sociala media.

Facebook-kampanjer med olika teman och målgrupper, för att locka till vandring utmed Biosfärleden.

#### Nätverk, samarbete och kunskap

Vi har utformat och genomfört 6 olika digitala utbildnings/nätverksträffar med varierande innehåll riktade till besöksnäringens företag/föreningar:

En tredelad föreläsningsserie "Lätt att vara Gäst" om värdskap, vad besökaren förväntar sig av ett hållbart besöksmål, information om biosfärområdet och tips om hur man med enkla medel kan bli mer hållbara med mera. Gästföreläsare beskrev hur de arbetar med vandrare som målgrupp i sina verksamheter.

En marknadsföringsinriktad träff med namnet Besökaren marknadsför.

En workshop om paketering med vandraren som målgrupp.

En träff hade fokus på marknadsföring och summering av projektet.

Uppmärksningen innefattade gemensam sträcka med Pilgrimsleden, vilket genererade samverkansaktivitet med Svenska kyrkan med tema hållbarhet.

#### [www.biosfarleden.se](http://www.biosfarleden.se)

All text, bilder till sidan har tagits fram inom projektet. Domänen biosfarleden.se finns hos Biosfärföreningen men pekar vidare till en websida som ägs av Västkuststiftelsen. Detta säkerställer långsiktig kvalitet då webbplatsen bl. a tillhandahåller ett kostsamt kartverktyg.

#### [www.vanerkulle.org](http://www.vanerkulle.org)

Här finns beskrivningar av projektet, det som utförts samt material.

## Vilka har genomfört projektet?

### Svar

Biosfärområde Vänerskärgården med Kinnekulle

Destination Läckö Kinnekulle

Mariestads kommuns turism

Medverkande besöksnäringens företag och föreningar/organisationer.

## Vilka mål har ni haft i projektet?

### Svar

Övergripande målet med projektet har varit att utveckla den hållbara besöksnäringen med dess företag och föreningar. Vänerskärgården med Kinnekulle ska erbjuda klimatsmarta semesteralternativ året om för både långväga gäster och för de som bor lokalt.

Vid projektets slut skulle vi ha uppnått följande:

Affärsutveckling cykling och vandring

- identifierat och utvecklat nav där besökaren startar och slutar sin tur.
- tagit fram minst tre nya reseförslag med paket för cyklister och minst tre nya för vandrare.
- tagit fram information och marknadsföringsmaterial.

#### Kvalitetssäkra lederna

- plan och finansiering för service som exempelvis toaletter och ny typ av service som laddstationer utmed biosfärlederna är framtagna.

#### Turistväg

- tagit fram information och marknadsföringsmaterial.
- undersökt möjligheterna och eventuellt förberett inför en brun-vit skyltning av turistvägen, hela sträckan eller en del.

#### Kommunikation

- tagit fram en kommunikationsplan för destinationen Vänerskärsgården med Kinnekulle.
- kommunikationsaktiviteter enligt aktivitetsplanen.

#### Nätverk, samarbete och kunskap

- minst 30 företag eller föreningar inom besöksnäringen har deltagit och blivit inspirerade att jobba mer med hållbarhet.
- företag har blivit intresserade av att genomgå en certifiering inom Svanen, Swedish Welcome, Green Key eller andra liknande certifieringar.

## Vilka resultat har projektet skapat?

### Svar

- Identifierat och utvecklat 9 stycken nav med skrivna kriterier och som utgår ifrån var besökaren vandrar samt söker information.
- Vi har tagit fram 5 nya reseförslag för vandring.
- Vi har skapat ett skyltprogram och gjort 3 olika former av skyltar där vi skrivit samtliga texter. Vi har också producerat material till den digitala karttjänsten samt skapat 9 olika PDF:er för vandringsledens etapper. Dessa finns på svenska, engelska och tyska.
- Vi har tagit fram en googlekarta som sammanställer befintlig service samt utvecklingsbehov.
- Vi har tagit fram en serviceplan för Biosfärleden
- Ingått samverkan med Väst kuststiftelsen för att säkra framtida drift, underhåll och utveckling av leden, i detta också en ny hemsida för denna.
- Tagit fram en kommunikationsplan för arbetet framåt inom Biosfärområde Vänerskärsgården med Kinnekulle.
- Genomfört fotografering utanför högsäsong
- Genomfört en influenckampanj under en dryg månad med 4 mikroinfluencers.
- Facebookkampanjer om Biosfärleden har genomförts utifrån olika teman och målgrupper.
- Märkt om hela vandringsleden och samtidigt bytt dåliga stolpar.
- Vi har genomfört 5 stycken utbildningar/workshops och en summerande avslutande projektträff där totalt 201 personer deltagit och fått mer kunskap om värdskap, hållbarhet, marknadsföring och paketering. Flera tillfällen har spelats in och funnits tillgängliga digitalt så ett antal personer utanför dessa har också fått del av utbildningarna.
- Certifieringarna som nämnts i målen har blivit utdaterade och nu arbetas främst med Hållbarhetsklivet i området där flera av företagen har anslutit sig eller är på gång att göra det. Vi har dock tagit fram en ny logotyp "stolt del av modellområdet" i samverkan med företagen som har börjat användas.
- Vi har tack vare projektet och influenckampanjen en bildbank med foton som vi och även besöksnäringens företag i Biosfärområdet kan använda framöver.
- En handbok med checklistor har tagits fram för besöksnäringens företag och föreningar att använda, för ökad hållbar utveckling.

## Hur har ni förankrat projektet?

### Hjälptext

*Beskriv hur ni förankrat projektet från projektidén till genomförande.*

### Svar

Projektet har förankrats med alla tre kommunerna samt med alla nätverk och samarbeten som dem samt Biosfärområdet och Destination Läckö-Kinnekulle finns med i. Denna förankring inleddes redan i arbetet med

förstudien som föranledde projektet. Förankringen har skett genom att både före och under projektet informerat om insatserna.

## Beskriv projektets tänkta målgrupp.

### Hjälpstext

*Beskriv vilka målgrupper projektet var tänkt att rikta sig till.*

### Svar

Projektets huvudsakliga målgrupp var besöksnäringens företag.

## Har projektet även gynnat andra målgrupper? Beskriv i så fall vilka och på vilket sätt?

### Hjälpstext

*Beskriv vilka andra målgrupper som projektet har gynnat och på vilket sätt.*

### Svar

Utöver projektets huvudsakliga målgrupp som är besöksnäringens företag har följande målgrupper gynnats:

Besökare i form av utökat utbud och tydligare information.

Andra destinationer som kan ta lärdom av det som genomförts i projektet.

Kommunerna utifrån att de med hjälp av samverkansavtalet med Västkuststiftelsen får stöd i arbetet med vandringsleder.

Företag av vilka projektet genererat inköp av tjänster och produkter.

## Har ni genomfört projektet så som ni skrev i ansökan om stöd?

### Svar

Nej

## Beskriv vad som avviker jämfört med uppgifterna i ansökan.

### Svar

Det har skett några förändringar under projektets gång. När projektet började bestod Biosfärleden av en cykelled som går mestadels på mindre vägar, samt en vandringsled som går genom skog och mark och som på vissa sträckor är gemensam med andra leder. Tidigt i projektet inleddes samarbete med projektet Lake Vänern Grand Tour som låg under Vänersamarbetet ekonomisk förening. Detta eftersom de redan inlett arbete med en cykelled runt hela Vänern. Det arbetet löpte parallellt med vårt projekt men försenades på grund av långa handläggningstider hos Trafikverket. Men utifrån de arbete som redan gjorts där och som var bra på gång släppte vi cykeldelen i detta projekt eftersom det framåt inte skulle kunna synkroniseras. Cykelleden runt Vänern är nu på plats.

För att få en grundläggande bild av vandringsleden så inledde vi projektet med att inventera hela leden tillsammans i projektgruppen. Vi tittade såväl på kvalitet överlag som på service och hade särskilt fokus på hållbarhet och eventuella nya behov. När vi var klara så identifierade vi att vandringsleden var i mycket sämre skick än man tidigare trott och det fanns tydliga behov av ordentliga förbättringar för att leden skulle kunna marknadsföras. Hela inventeringen dokumenterades i en googlekarta som finns kvar som underlag för arbete med leden framåt. Bland annat behövdes en hel ommärkning för att det ska framgå var och hur leden går. Eftersom detta inte fanns i projektplanen från början söktes utökad finansiering för detta, och vi gjorde sedan en omvärldsanalys utifrån ledmarkering och fick då kännedom om Västkuststiftelsen. De hade ett pilotprojekt kring just hållbara längre



vandringsleder som stämde väl överens med det behov och målsättning som vi hade i detta projekt. Senare ledde Västkuststiftelsens pilotprojektet till ett utökat uppdrag för stiftelsen där de ska arbeta med hållbara leder i hela Västra Götaland. Tack vare det kunde Biosfärområdets tre kommuner ingå samverkansavtal med dem för att nu och framåt få stöttning i arbetet med Biosfärleden. Vi kunde därmed i detta projekt märka om hela Biosfärleden enligt en utarbetad och hållbar metod, samt skapa serviceplaner och skyltprogram med en egen design som vi fick möjlighet till tack vare att vi tog bort fokus från turistväg.

Nyidentifierade behov av stora insatser för vandringsleden medförde skiftat fokus. Turistväg kändes hållbarhetsmässigt frånkopplat från projektets övriga aktiviteter. Pandemin medförde oerhört mycket turism via bil. Vi valde därför att i dialog med vårt lokala Leaderkontor utesluta Turistväg som aktivitet för att fokusera mer på vandringsleden. (Se utökad ansökan, bifogas).

I inledningen av projektet identifierades behov av att utveckla den digitala informationen om leden. Vi gjorde en omvärldsanalys utifrån befintliga lösningar men hittade ingen optimal lösning som var kostnadseffektiv och som kunde finansieras och drivas långsiktigt. När samarbetet med Västkuststiftelsen inleddes innebar det att vi fick tillgång till deras digitala kartverktyg som i förlängningen kommer att finnas även som app. Projektet planerade även inledningsvis för en tryckt karta men med hänsyn till hållbarhet och kostnadseffektivitet valde vi att enbart arbeta digitalt förutom att vi tog fram PDF-kartor för delsträckorna som kan skrivas ut. Den digitala tjänsten innehåller också reseförslag som vi med anknytning till delsträckorna och de befintliga verksamheterna längs vandringsleden satt samman.

Certifieringarna som nämnts i målen har blivit utdaterade. Nu arbetas främst med Hållbarhetsklivet där flera av företagen har eller är på väg att ansluta sig.

Pandemin medförde omprioriteringar. Radioreklam ersattes till av influencerskampanj till fördel för hemester. Valet gav också besöksnäringens företag ökad inblick i den trenden och dess möjligheter. Projektet planerade att genomföra en studieresa men vi fann inga möjligheter för att genomföra detta på grund av restriktionerna.

Projektet har förlängts. (Se bilaga).

## Har ni samarbetat med andra i ert projekt?

Svar

Ja

## Ange vilka andra aktörer ni samarbetat med för att nå projektets syfte och mål.

Svar

Biosfärområde Vänerskärgrården med Kinnekulle, Destination Läckö Kinnekulle, Mariestads kommuns turism och medverkande besöksnäringens företag och föreningar/organisationer har samverkat men projektet har också samverkat med flera pågående projekt och verksamheter: Visit Skaraborg, SMaRT hållbara transporter i V6, Längs hela Göta kanal, Lake Vänern Grand Tour-projektet, Platåbergens Geopark, Västkuststiftelsen, Visit Hornborgasjön, Svenska kyrkan, Turistrådet Västsverige.

Anlitade företag för projektets genomförande har med sina tjänster och produkter på sitt sätt också varit med och bidragit till att projektets olika delar genomförts och har tack vare detta inblick i projektets syfte och mål.

## När bedömer ni att projektet ger full effekt?

Svar

inom 2 år

## Hur har ni spridit projektets resultat?

Svar

Projektets resultat har spridits via avslutande träff med medverkande besöksnäringens företag och föreningar. Resultaten har också spridits till biosfärområdets olika nätverk i sociala media och via [www.vanerkulle.org](http://www.vanerkulle.org).

Projektets resultat kommer att fortsätta att spridas efter projektets avslut. Det kommer att ske i linje med den kommunikationsstrategi som tagits fram med hjälp av en marknadsföringsbyrå.

## Hur har ni arbetat för att projektets resultat ska leva vidare efter att projektet avslutats?

### Svar

Den upprustade Biosfärleden lever vidare genom dess nya skick, samt genom nya avtal som säkerställer dess fortsatta kvalitet långsiktigt.

Webbdomänen biosfarleden.se pekar vidare till en webplattform som Västkuststiftelsen tillhandahåller, med dess goda kvalitet på kartverktyg med mera.

Projektresultaten på Biosfärföreningens websida för andra att ta del av.

Broschyren som tagits fram för besöksnäringens företag att ha som hjälp vid marknadsföring är aktuell i minst för några år framöver.

Kommunikationsplanen finns som konkret och tydlig grund för beslut och kommunikativa ageranden kommande år.

Projektets resultat har genererat ett ytterligare steg där Biosfärföreningen vill bygga vidare på resultaten i ett nytt, flerårigt projekt med syfte att stärka lokalområdet - med Biosfärleden som utgångspunkt.

## Vilka erfarenheter har ni fått genom projektet?

### Svar

Mest konkreta erfarenheter är arbetet med hållbar ledutveckling som vi tack vare Västkuststiftelsens pilotprojekt fick mycket kunskap från. De erfarenheterna och kunskaperna kommer vi att arbeta mycket med vidare framåt.

En annan mer utomstående faktor är den pågående pandemi som tog sin början nästan samtidigt som projektet. Att arbeta med den här sortens projekt under pandemin ställde krav på parallella planer, flexibilitet och anpassningar. Aktiviteter har fått genomföras digitalt. Vi kunde samtidigt använda mer tid till att fokusera på kvalitetssäkring av leden på ett sätt som vi kanske inte kunnat göra annars. I och med detta har vi till viss del tvingats in i nya arbetssätt som kommer leva kvar framöver då det ibland till exempel kan passa bättre med en digital träff än en fysisk.

Att arbeta med en influencerkampanj gav nya erfarenheter. Det krävde mer planeringstid än vi trodde från början, men gav samtidigt givande resultat med mycket god spridning. Erfarenheterna från det arbetet kan utgöra en god grund för framtida satsningar på liknande saker.

## Har något gått bättre än planerat?

### Svar

Tack vare samarbetet med Västkuststiftelsen som uppstod tack vare det här projektet så har vi kunnat göra mer arbete med den fysiska leden än som var planerat sedan tidigare. Detta då fokus inledningsvis låg på att marknadsföra en befintlig led, och inte att förbättra den.

En annan sak som vi upplevde positivt var influencerkampanjen då vi fick mycket marknadsföring med hänsyn till spenderad budget.

Det vore fel att säga att projektet gått bättre än väntat på grund av pandemin. Men ett konstaterande kan vara att den nyupprustade Biosfärleden med dess tillhörande websida (med kartverktyg och god hjälp att finna delsträckor kopplade till kollektivtrafik med mera) slumpmässigt hamnade väldigt rätt i tid då allt fler valt att spendera tid i naturen under pandemin.

## Vilka svårigheter eller hinder har ni upplevt under projektets gång?

### Svar

Med hänsyn till pandemin och de enbart digitala träffarna så har vi upplevt svårigheter i att skapa engagemang och även att mer konkret kunna samarbeta med aktörerna. Det har medfört svårigheter med den ideella tiden.

Pandemin gjorde också att det funnits ett stort utbud av digitala utbildningar för målgruppen besöksnäringens företag vilket gjort det än svårare att nå ut. Som en stödåtgärd har en del av de utbildningarna varit avlönade vilket har gjort att företagen prioriterat dem istället för insatser i detta projekt.

Slutligen ska man också ha i åtanke att många besöksnäringens företag haft det ekonomiskt tufft under dessa tider och därmed inte haft fokus på utveckling.

Med detta sagt så ser vi som tidigare nämnt också fördelar med pandemin där saker som inte blivit gjort annars blivit det varför vi inte enbart ser nackdelar.

## Hur fortsätter projektets verksamhet efter projektets slut?

### Svar

Ledutvecklingsarbetet och kvalitetssäkring av Biosfärleden fortsätter tack vare samverkan med Västkuststiftelsen.

Det mer besöksnäringens mässiga tar turistorganisationerna in i sitt arbete framåt, både enskilt och tillsammans.

Kommunikationsstrategin lever vidare då turismorganisationerna och Biosfärföreningen nu har tydliga insatser spikade inför kommande år.

## Vilka rekommendationer skulle ni ge till andra som vill genomföra liknande projekt?

### Svar

Använd gärna verktyg, till exempel Trello, för att enkelt få en översikt över allt som ska genomföras. Ha en mindre intern projektgrupp som tillsammans kan hjälpas åt att hålla ögonen på målet, det vill säga har koll på projektplanen och måluppfyllnad. Men hämta också värdefull kunskap utifrån genom samarbeten med såväl företag som föreningar och andra relevanta aktörer. Slutligen så är ett bra tips att lägga tid på omvärldsanalys och kartläggning - något vi gjorde tack vare pandemin men som alltid är värdefullt.

## Hade projektet genomförts även utan stöd?

### Svar

Nej

## Motivera ditt svar.

### Svar

Nej, ingen av organisationerna har budget att genomföra denna typ av insatser inom sin ordinarie verksamhet. Däremot finns budget att förvalta det som skapas eftersom det ligger inom organisationernas ordinarie uppdrag.

## Har stödet bidragit till att verksamhet finns kvar?

Svar  
Inte alls

**Motivera ditt svar.**

Svar  
Även om projektet bidragit till att stärka besöksnäringens företag ser vi inte att projektet varit avgörande för om enskilda verksamheter finns kvar.

**Vilka effekter har projektet bidragit till? Du kan ange flera.**

Svar  
Ökad kompetens eller lärande, Nya samarbeten eller nätverk, Ny eller innovativ teknik, produkter eller tjänster, En bättre miljö, Ett bättre klimat, Utvecklingen av den lokala landsbygden

## Uppföljning av ideella resurser

**Hade ni med ideella resurser i projektet?**

**Hjälp**text

*Ideella resurser är ideellt arbete eller övriga ideella resurser. Ideellt arbete är arbetsinsatser som projektet inte betalat för. Övriga ideella resurser är till exempel material eller lokaler som projektet inte betalat för.*

Svar  
Ja

Om ni svarat ja på frågan om ideella resurser ska ni svara på följande fyra frågor.

**Beskriv det ideella arbetet.**

**Hjälp**text

*Berätta vad det ideella arbetet bestod av. Ange antal timmar.*

Svar  
Ideella insatser har skett så som nätverksträffar, utbildningar, omvärldsanalys, möten, samtal, kommunikation, medverkan vid temavandring/marknadsföring samt inläsning av projektets material. Vi kunde dessvärre inte genomföra studieresan och fysiska möten på grund av pandemin. Totalt har projektet haft 781 ideella timmar.

**Hur stort blev värdet på det ideella arbete, som ingick i projektet?**

**Hjälp**text

*Ange värdet för det ideella arbetet. Tid för personer över 16 år värderas till 220 kronor per timme. Tid för personer mellan 13-15 år värderas till 50 kronor per timme. Yrkesmän får räkna samma timkostnad som han eller hon har för motsvarande tjänst inom sitt yrkesmässiga arbete.*

Svar

171820

## Beskriv de övriga ideella resurserna.

### Hjälptext

*Det kan till exempel vara en lokal som ni inte betalat hyra för eller byggmaterial som ett företag skänkt.*

### Svar

Övriga ideella resurser är rabatter som besöksnäringens företag gav influencers. Den totala summan för övriga ideella resurser är 9925 kronor.

## Hur stort blev värdet på ideella resurser, som ingick i projektet?

### Svar

181745

## Resultat för sysselsättning och nya företag

Om du inte har något värde att redovisa skriver du "0" i rutan. Om frågan inte är aktuell för projektet skriver du "Ej aktuell" i motiveringen.

## Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för kvinnor?

### Hjälptext

*Nyskapade arbetstillfällen ska vara bestående efter projektets slut. Inkludera även nya arbetstillfällen i form av köpta tjänster. En heltid motsvarar 1720 årsarbetstimmar. Till exempel motsvarar en ny halvtidstjänst 860 timmar. Ange antal.*

### Svar

0

## Motivera ditt svar.

### Svar

Vi kan inte se eller beräkna den effekten nu. Skulle Biosfärleden bli mycket mer trafikerad framöver tack vare projektinsatserna kan sysselsättningen säkerligen öka för en rad besöksnäringens företag i området, på sikt.

## Hur många timmars sysselsättning per år, som är bestående efter projektets slut, har projektet skapat för män?

### Hjälptext

*Nyskapade arbetstillfällen ska vara bestående efter projektets slut. Inkludera även nya arbetstillfällen i form av köpta tjänster. En heltid motsvarar 1720 årsarbetstimmar. Till exempel motsvarar en ny halvtidstjänst 860 timmar. Ange antal.*

Svar  
0

**Motivera ditt svar.**

Svar

Vi kan inte se eller beräkna den effekten nu. Skulle Biosfärleden bli mycket mer trafikerad framöver tack vare projektinsatserna kan sysselsättningen säkerligen öka för en rad besöksnäringens företag i området, på sikt.

**Hur många nya företag har projektet skapat?**

Hjälpstext

*Nyskapade företag är företag, oavsett organisationsform, som startat tack vare projektet.*

Svar  
0

**Motivera ditt svar.**

Svar

Projektet ämnade inte skapa nya företag och så har inte heller skett.

## Resultat för indikatorer definierade av Jordbruksverket

Om du inte har något värde att redovisa skriver du "0" i rutan. Om frågan inte är aktuell för projektet skriver du "Ej aktuell" i motiveringen.

**Hur många nya produkter har projektet skapat?**

Hjälpstext

*Produkter som tillverkas lokalt och som skapas genom projektet. De ska vara nya på marknaden och ge försäljningsintäkter.*

Svar  
0

**Motivera ditt svar.**

Svar

Projektet har tagit fram några produkter som är nya på marknaden och som kan bidra till försäljningsintäkter, fast enbart indirekt:

- En ny logotyp "stolt del av modellområdet för hållbar utveckling" som besöksnäringens företag som agerar hållbart inom Biosfärområdet kan använda. Denna är en kvalitetssymbol, vilken kan generera affärsnytta.

- Det har tagits fram en ny websida [www.biosfarleden.se](http://www.biosfarleden.se). Genom kartverktyget och beskrivna delsträckor kan man finna tips om boenden, mat med mera. Websidan kan användas av företagen i sin marknadsföring oavsett om de till exempel erbjuder boende, matupplevelser eller hållbara aktiviteter så som till exempel att paddla kajak.

- Den nyupprustade Biosfärledens nya markering samt nya skyltar förväntas tillsammans ge ett sådant lyft för Biosfärleden att de kan vara till affärsnytta för besöksnäringens företag.
- En utbildning har tagits fram specifikt för projektet. Denna kan med viss justering användas/säljas i fler sammanhang.

## Hur många nya tjänster har projektet skapat?

### Hjälpstext

*Tjänster som utförs lokalt och som skapas eller tillkommer genom projektet. De ska vara nya på marknaden och ge försäljningsintäkter.*

### Svar

0

## Motivera ditt svar.

### Svar

Det har inte skapats några nya tjänster genom projektet.

## Hur många nya fysiska anläggningar har projektet skapat?

### Hjälpstext

*Byggnad, anläggning, installation, plats i yttre miljö eller liknande som skapas, återställs eller renoveras genom projektet.*

### Svar

19

## Motivera ditt svar.

### Svar

19 st varav 2 start/mål skyltar, 10 etappskyltar, 7 navskyltar.

Det har också bytts ut trästolpar och monterats grindar utmed leden.

## Hur många nya fysiska mötesplatser har projektet skapat?

### Hjälpstext

*Nya mötesplatser som skapas genom projektet. Det kan även vara mötesplatser som varit ur bruk men som återställs och som bedöms fortsätta att existera.*

### Svar

7

## Motivera ditt svar.

**Svar**

Vandringsleden har förnyats och 9 nya delsträckor har skapats, varav 7 av dessa är nya mötesplatser.

**Hur många nya tekniker har projektet infört?****Hjälp text**

*Ny teknik som införs genom projektet. Det kan vara till exempel digital teknik på bio eller kulturhus, bokningstjänster på internet och appar till mobiltelefoner.*

**Svar**

1

**Motivera ditt svar.****Svar**

Den nya websidan [www.biosfarleden.se](http://www.biosfarleden.se) erbjuder nu besökarna dels samlad information men också en karttjänst där man kan beräkna avstånd med mera.

**Hur många nya fritids- och kulturverksamheter har projektet skapat?****Hjälp text**

*Ny bestående verksamhet inom fritid och kultur som skapas genom projektet. Det kan vara till exempel en ungdomsgård, teater och sportaktiviteter.*

**Svar**

0

**Motivera ditt svar.****Svar**

Projektet har inte självt skapat nya bestående fritids- och kulturverksamheter.

**Hur många nya nätverk/samarbetskonstellationer har projektet skapat?****Hjälp text**

*Nya bestående nätverk eller samarbetskonstellationer som skapas genom projektet. Det räcker med två ingående parter.*

**Svar**

5

**Motivera ditt svar.****Svar**



Besöksnäringföretag, föreningar, Destination Läckö Kinnekulle, Mariestads turism och Biosfärföreningen inkl. nytillkomna deltagare + medverkande föredragshållare.

Destination Läckö Kinnekulle, Mariestads turism, Biosfärföreningen och Västkoststiftelsen.

Västkoststiftelsen och Biosfärkommunerna (ej turism hos kommunerna, utan gällande praktisk skötsel av Biosfärleden).

Biosfärföreningen och Svenska kyrkan Mariestad.

Götene kommun och Västkoststiftelsen.

## Hur många nya virtuella mötesplatser har projektet skapat?

### Hjälpstext

*Virtuella mötesplatser som skapas genom projektet. Det kan vara till exempel webbplatser, facebookgrupper och bloggar.*

### Svar

1

### Motivera ditt svar.

### Svar

På [www.biosfarleden.se](http://www.biosfarleden.se) kan vandrare dela sina upplevelser vid Biosfärleden med andra.

## Hur många nya dagsbesökare har projektet skapat?

### Hjälpstext

*Dagsbesökare är besökare som inte övernattar på platsen för besöket. Dagsbesökare mäts per år. I slutrapporteringen ska indikatorn redovisas uppdelat på turister och lokalbefolkning. Som turister räknas besökare från andra kommuner eller länder. Det som projektet skapat ska vara anledningen till dagsbesöket.*

### Svar

0

### Motivera ditt svar.

### Svar

Detta har vi inte möjlighet att mäta.

## Hur många av nya besökare är turister?

### Hjälpstext

*Som turister räknas besökare från andra kommuner eller länder. Det som projektet skapat ska vara anledningen till dagsbesöket.*

### Svar

0

### Motivera ditt svar.

Svar

Detta har vi inte möjlighet att mäta.

### Hur många nya övernattningar (gästnätter) har projektet skapat?

Hjälp~~text~~

*Gästnätter är det antal nätter som turister övernattar som ett resultat av projektet. Du ska mäta antalet gästnätter som projektet beräknas skapa per år. Turisterna kan övernatta på kommersiella boenden så som hotell, pensionat, stugby, vandrarhem eller camping eller på icke-kommersiella boenden så som fri camping, släkt och vänner.*

Svar

0

### Motivera ditt svar.

Svar

Detta har vi inte möjlighet att mäta.

## Publicering av projektet

Vem kan kontaktas vid frågor kring projektets genomförande? \*Här skall du ange en kontaktperson som kan svara för projektets genomförande. Kontaktuppgifterna kan publiceras i en databas öppen för allmänheten.\*

### Ange för- och efternamn

Svar

Sofia Guldbrand

### Ange telefonnummer

Svar

0501-393196

### Ange e-postadress

Svar

sofia.guldbrand@vanerkulle.se

## Utgifter och Finansiering

Här ska du fylla i dina utgifter och finansieringen för din ansökan om utbetalning.

Är du skyldig att redovisa moms för investeringen eller projektet?

Nej

Om du svarat nej eller delvis, motivera ditt svar

Vår verksamhet är ej momspliktig och genom fingervisning från Skatteverket är inte heller detta projekt det.

## Utgifter

Här anger du de utgifter du söker utbetalning för

Kom ihåg att:

- redovisa utgifterna exklusive moms om du som är stödmottagare är momsredovisningskyldig för investeringen eller projektet
- utgifterna ska avse investeringen eller projektet
- fakturadatum och betaldatum får vara tidigast det datum som framgår av ditt beslut om stöd
- utgifterna ska vara betalda senast den dag då du skickar in ansökan om utbetalning
- redovisa en utgift per rad och ange vilken utgiftstyp den tillhör, du ska välja samma utgiftstyp som finns i ditt beslut om stöd
- ange om du fått några kreditfakturor och redovisa beloppet som minusposter
- efter att du lagt till en utgift ska du bifoga underlagen till den utgiften
- 

Tänk på att **inte** redovisa utgifter som du har sökt utbetalning för i en tidigare ansökan om utbetalning.

Om du som stödmottagare är skyldig att följa någon av upphandlingslagarna, ange något av följande alternativ i fältet *Beskrivning* när du registrerar en utgift:

- direktupphandling
- ramavtal från nationell inköpscentral
- övriga avtal och ramavtal, ange även diarienummer
- undantag
- 

Du behöver inte ange något alternativ för utgiftstyperna *Utgifter för personal* och *Indirekta kostnader*.

## Svar

Du har inte lagt till några uppgifter

## Finansiering

Här anger du den finansiering som hittills är inbetald från någon annan till ditt projekt och som du inte har redovisat i en tidigare ansökan om utbetalning. Du ska dock inte redovisa hur mycket pengar du själv går in med eller begär i projektstöd. Du ska inte heller redovisa offentliga resurser under finansiering.

Finansieringen kan bestå av övrig privat finansiering eller övrigt offentligt stöd.

I vissa fall kan det vara aktuellt att redovisa intäkter eller deltagaravgifter, se ditt beslut om stöd.

I vissa fall kan du behöva redovisa intäkter eller deltagaravgifter, se ditt beslut om stöd. Eventuella intäkter eller deltagaravgifter redovisar du som övrig privat finansiering.

Du ska ladda upp underlag för finansieringen till oss på sidan Bilagor.

## Svar

Du har inte lagt till några uppgifter

## Kontaktpersoner

Här fyller du i uppgifter om exempelvis ekonomiansvarig, projektledare eller andra personer som kan svara på frågor om ansökan. Fyll även i dina egna uppgifter om du söker stöd som representant för någon annan. Du kan lägga till högst fyra personer.

## Svar

Du har inte lagt till några uppgifter.

## Bilagor

**Bilagor som du måste skicka in**

**Bilagor som du laddat upp**

6. Annan bilaga

[Ansokan\\_om\\_andring\\_200513\\_inkl.\\_bilaga.pdf \(651.05kB\)](#)

[Bild\\_broschyrens\\_framsida.PNG \(665.24kB\)](#)

[Underskriven\\_ansokan\\_andrat\\_slutdatum.pdf \(541.86kB\)](#)

[Kommunikationsplan\\_print.pdf \(22.51MB\)](#)