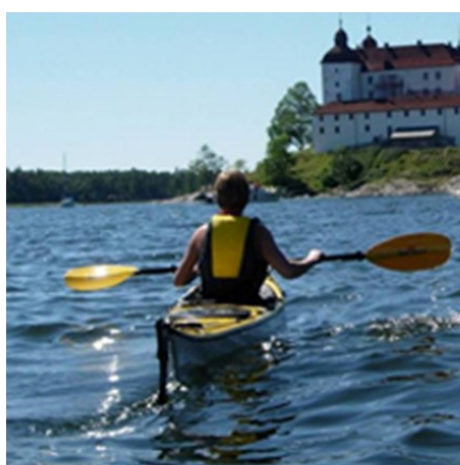




PROJEKT EKOTURISMDESTINATION VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE

Slutrapport



Rapport 2012:3

BIOSFÄROMRÅDE VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE
Charlotte Backman, Hushållningssällskapet, 2012



Projekt Ekoturismdestination 2009-2012

Projektledare: Ove Ringsby, Biosfärkontoret

Författare: Charlotte Backman, Hushållningssällskapet

Layout: Johanna Olsson, Biosfärkontoret

Foto: Biosfärkontoret om inget annat anges

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING.....	4
BAKGRUND.....	4
ÅTGÄRDER OCH RESULTAT.....	5
Delmål 1.....	5
Delmål 2.....	7
Delmål 3.....	9
Delmål 4.....	10
Delmål 5.....	13
EFFEKTER AV PROJEKTET.....	16
VIKTIGA LÄRDOMAR.....	17
TANKAR OM FRAMTIDEN.....	19

Bilagor finns i separata dokument

INLEDNING

Denna slutrapport av projektet Ekoturistdestination Vänerskärgården med Kinnekulle beskriver de aktiviteter som genomförts i projektet och sammanfattar resultat och erfarenheter. Förhoppningen är att rapporten kan ligga till grund för fortsatta satsningar inom hållbar turism, både i Biosfärområdet och på andra håll.

Slutrapporten bygger på intervjuer och enkäter med projektägare, projektgruppens deltagare och företagen som deltagit i projektets företagarnätverk. Som underlag har den ursprungliga projektplanen och även följeforskarrapport för projektet använts.

Slutrapporten inleds med en kort bakgrund till projektet. Därefter presenteras resultatet av de aktiviteter som genomförts i projektet följt av en diskussion kring vilka effekter projektet har haft. Rapporten avslutas med de viktigaste lärdomarna från projektet och tankar om framtiden. Sist återfinns en sammanställning av det material som producerats inom ramen för projektet.

BAKGRUND

Projektet har sin utgångspunkt i arbetet med att bilda ett biosfärområde inom Götene, Lidköpings och Mariestads kommuner. En del i det arbetet var kopplat till framtagning av en regional landskapsstrategi, som genomfördes 2006-2007. Biosfärkandidatområdet (Biosfärområdet godkändes 2010 och var dessförinnan Biosfärkandidatområde) och Länsstyrelsen tog tillsammans med lokala föreningar och besöksnäring, samt berörda statliga och regionala myndigheter fram ett underlag, som visar att det finns goda möjligheter och intressen för en hållbar utveckling av den lokala besöksnäringen.

Arbetet gick sedan vidare med att Biosfärkandidatområdet under 2008-2009 tillsammans med Trafikverket (dåvarande Vägverket och Banverket), Västtrafik, Götene kommun, Lidköpings kommun, Mariestads kommun, Destination Läckö-Kinnekulle, Vänermuseet, Västra Götalandsregionen och Länsstyrelsen i Västra Götaland utarbetade projektet Ekoturistdestination Vänerskärgården med Kinnekulle. Projektet har haft en total budget på ca 6,5 miljoner kronor inklusive eget arbete.

Projektet har ägts av Biosfärområde Vänerskärgården med Kinnekulle och samtliga aktörer ovan som deltog i projektutvecklingen har också deltagit i projektets genomförande. Projektet har pågått under tiden juli 2009-december 2012 och finansieras av landsbygdsprogrammet, Västra Götalandsregionen (miljönämnden, kulturnämnden och regionutvecklingsnämnden), Tillväxt Skaraborg, Götene kommun, Lidköpings kommun, Mariestads kommun, Biosfärområdet, Trafikverket samt genom insatt tid av alla deltagare i projektet.

Visionen för projektet var *”att Vänerskärgården med Kinnekulle till 2012 utvecklas till en destination för människor som vill besöka och uppleva värden i landskapet, som vill resa med tåg och buss till och inom området och som vill ha möjlighet att komplettera dessa färd sätt med att cykla, paddla, vandra och rida.”*

AKTIVITETER OCH RESULTAT

Projektet har genomförts utifrån 5 delprojekt, med ett antal aktiviteter knutna till respektive delprojekt. Totalt kan det konstateras att de flesta av de planerade aktiviteterna i projektet har genomförts, även om vissa korrigeringar och anpassningar gjorts. Detta är naturligt utifrån den långa tid som gått sedan projektplanen ursprungligen formulerades.

Här följer en sammanställning av resultaten av de aktiviteter som genomförts inom respektive delprojekt. Först görs en presentation av respektive aktivitet och därefter en summering av erfarenheter från respektive delprojekt.

Delprojekt 1

Fler besökare ska kunna resa kollektivt till och inom området

Samarbete kollektivtrafik-turistbyråer – träffar mellan turistbyråpersonal och Västtrafiks personal genomfördes i början av projektet, men har inte fått någon fortsättning. Västtrafik prioriterar kontaktvägen med kommunernas trafikplanerare. Det finns idag inga utvecklade kontaktytor mellan turistorganisationerna och Västtrafik, men båda turistorganisationerna upplever att de har god kontakt med de kommunala trafikplanerarna.

Västtrafiks hemsida – Västtrafik planerade för att lägga in information om besöksmål på sin hemsida och översätta dem till engelska, men detta har inte genomförts. De gjorde ett försök med naturreservat tillsammans med Länsstyrelsen, men detta fick inte önskat resultat och därför valde man att inte gå vidare med arbetet.

Turistbyråernas hemsidor – turistbyråerna har utvecklat sin information om kollektivtrafik på två sätt. Dels finns generell information om att resa kollektivt på turistbyråernas hemsidor, dels finns en särskild information upplagd om närmaste hållplats för respektive besöksmål/anläggning.

Utbildning för beställare – workshops har genomförts i respektive kommun med politiker som beställer kollektivtrafik, kommunala trafikplanerare och representanter för turistorganisationer. Detta blev bra, konkreta möten som gärna får fortsätta framöver.



Fakta och argument för kollektivtrafik – fakta om antal hushåll som saknar bil i storstadsregioner har tagits fram, men inga underlag har kopplats till specifika besöksmål i området.

PLUS-hållplatser (tillgänglighetsanpassade hållplatser) – i projektplanen ingick byggnation av två PLUS-hållplatser, men resultatet blir en ombyggd hållplats. Hållplatserna till Läckö, Spiken, Sjötorp och Mariestad har utvärderats. Hållplatsen till Läckö Slott byggs om inom ramen för projektet. Trafikverket bygger själva om tågstationen i Mariestad.

Test av sommartrafik på helger till Brommö – tre extraturer sattes in på lördag resp. söndag från Mariestad till Laxhall på Torsö och detta har testats under tre säsonger. Inför den sista säsongen gjordes också en extra marknadsföringsinsats lokalt och busslinjen fick namnet Skärgårdsbussen, vilket uppfattades positivt. Det har dock totalt varit låga resandetal och turen kommer inte att fortsätta efter projektet. En anledning är naturligtvis att det vädermässigt varit dåliga somrar. Man har inte heller lyckats nå en turistic målgrupp. Det krävs en omfattande informationskampanj kopplat till denna typ av satsning och frågan är om underlaget är tillräckligt. Det finns också en praktisk aspekt, då Brommö är ett resmål dit man behöver ha med relativt mycket egen packning och då väljer man den egna bilen istället för bussen. En positiv effekt har varit att ungdomar i skärgården har fått en ytterligare möjlighet att ta sig till staden.



Paket bygger på kollektivtrafik – vid utveckling av paket har alla paket anpassats till tidtabeller för att besökaren ska kunna välja tåg eller buss och även lösningar för transpor-

Sammanfattning av erfarenheter från delprojektet:

- Projektet har satt fokus på kollektivtrafik och turism och ökat förståelsen hos projektets parter för både möjligheter och problem. Projektet har t.ex. gett insikt kring hur långsiktiga dessa frågor är i planerings-/utvecklingsperspektiv.
- Informationsmaterial till besökare om kollektivtrafik har förbättrats genom projektet och vid utveckling av paketerbjudanden har utgångspunkten för dessa varit att det ska vara möjligt för besökaren att komma med kollektivtrafik.



Foto: Stefan Svensson



Dock är det fortfarande i dagsläget en liten andel besökare som reser kollektivt till och inom området.

- Projektet har lidit av att Västtrafiks representant har haft stora problem med att få legitimitet i den egna organisationen. Det är dock positivt inför framtiden att det inom Västra Götalandsregionens kollektivtrafiksekretariat nu finns en person med ansvar för kollektivtrafik och turism.
- Turistbyråpersonal och boendeanläggningar upplever fortfarande frågor kring kollektivtrafik som de får från besökare som svåra och krångliga, det kan gälla allt från tider och rutter till priser och betalning.
- Utifrån projektets erfarenheter känns det realistiskt med en utbyggnad av kollektivtrafiken med turistisk bas på landsbygden. I första hand får man jobba med att utnyttja det som redan finns och fokusera på att det ska vara lätt att få information och att köpa biljetter. Däremot kan det vara intressant att titta vidare på småskaliga lösningar, som till exempel ökad flexibilitet i närtrafik.

Delprojekt 2

Utveckla cykel och vandringsleder

Anlägga och skylta cykelled Mariestad-Lidköping – en ca 65 km lång cykelled har anlagts och skyltats upp för sträckan Mariestad-Lidköping. Sträckan är anpassad så att det ska gå att anpassa önskad cykelsträcka genom att kombinera cykelturen med tåg. Vid dragning har man också valt en sträckning som minimerar driftsbehovet för att säkra en långsiktig lösning. Ca 25 markägare/vägsamfälligheter berörs av cykelleden.

Anlägga och skylta vandringsled Mariestad-Lidköping – en ca 75 km lång vandringsled har anlagts mellan Mariestad och Lidköping. Genom samarbete med pilgrimsprojektet i Lidköping kommer biosfärleden att utökas från Lidköping till Läckö Slott och då har en ca 120 km sammanhängande led skapats. Diskussion om en fortsättning från Mariestad till Laxhall på Torsö pågår. Ca 60 markägare berörs av vandringsleden.

Etablera cykeluthyrning – kontakter har tagits inom projektet med cykeluthyrare och idag finns möjlighet till cykeluthyrning vid de tre entréerna till Biosfärområdet: Mariestad, Hällekis och Lidköping. Dessutom finns det ett antal boendeanläggningar i ekoturistnätverket som hyr ut cyklar och inom ramen för ett annat projekt har cykeluthyrning på Kållandsö etablerats. Dock finns ännu inte möjlighet till envägsuthyrning, dvs att cykla en sträcka och sedan lämna cykel på en annan plats än uthyrningsplatsen. Försök med detta kommer att göras under våren 2013 inom ramen för ett cykelpaket mellan Lidköping och Mariestad av tre aktörer i ekoturistnätverket.

Invigning av leder – i maj 2012 genomfördes ett invigningsarrangemang kopplat till den nya cykelleden. Någon övrig insats för att skapa intresse för lederna har inte gjorts. Turistbyråerna upplever inte att det finns någon större kännedom om dem, varken lokalt eller bland turister. Dock arbetar några av aktörerna i ekoturistnätverket under hösten 2012 med att skapa cykel- och vandringspaket kring lederna och det kan öka kännedomen och möjliggöra marknadsföring framöver.



Sammanfattning av erfarenheter från delprojektet:

- Det är imponerande att på tre år ha lyckats etablera 65 km cykelled och 75 km vandringsled. Till exempel har ca 85 markägaravtal tecknats.
- Etablerandet av cykel- och vandringsled har tagit stora resurser i anspråk från projektledaren. En erfarenhet här är att det krävs större resurser avsatta för förarbetet till lederna och detta skulle med fördel kunna skiljas från projektledarrollen.
- Lederna stod klara först under våren/sommaren 2012. Det innebär att det inom ramen för projektet inte har gått att jobba med marknadsföringen av lederna, utan detta måste göras efter projektet. Biosfärlederna är i dag relativt okända och fortsatt marknadsföring och även arbete med paketering krävs för att de ska användas.
- En nyckelfråga både för generell marknadsföring och för att kunna utveckla cykelpaket är möjligheten att ta med cykel på tåg, eftersom biosfärleden är byggd utifrån möjligheten till kombination med Kinnekulletåget. Denna fråga har funnits på agendan sedan projektet utvecklades, men inte kommit närmare en lösning (???). Det är dock positivt att frågan nu nämns som prioriterad av Västra Götalandsregionens kollektivtrafiksektariat.
- Det är positivt med samarbete mellan projektet och dragning av pilgrimsleder. Detta har resulterat i samdragning av leder samt även överenskommelser kring gemensam drift.
- Det är också mycket positivt att man inom ramen för projektet hunnit med tanke kring fortsatt arbete kring vandrings- och cykelleder.

Delprojekt 3

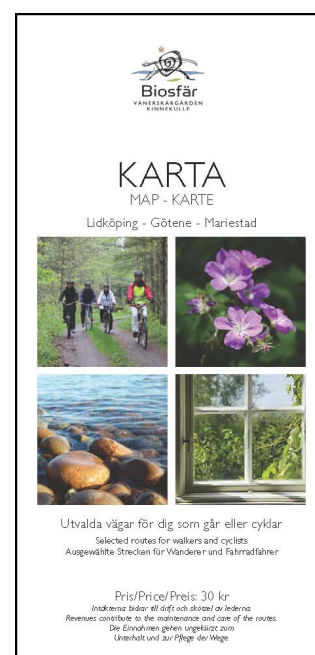
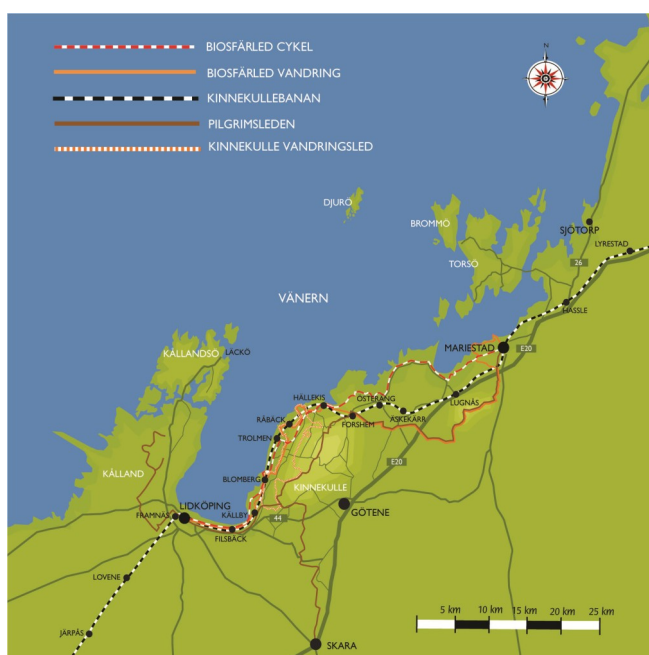
Utveckla skyltning och kartor i området kopplat till vandring och cykling

Utarbeta skyltprogram – ett skyltprogram har utarbetats delvis i samråd med Länsstyrelsen när det gäller vandringsleder. Programmet innefattar information om typ av skyltar, färger och symboler. Även ett skyltprogram för cykelleden finns framtaget.

Cykel- och vandringsledskartor – en ny cykel- och vandringsledskarta har tagit fram och tryckts i 6000 exemplar. Den säljs till besökare för 30 kr/st. via turistorganisationerna och turistaktörer och avkastningen av kartan tillsammans med annonsintäkter ska gå till framtida skötsel och underhåll av lederna. Även en webb-version av kartan har arbetats fram under hösten 2012. Diskussion pågår också om att integrerade de nya lederna med portalen Skaraborgsleder.

Skyltning vid stationer och hållplatser – skyltning mellan kollektivtrafik och leder har genomförts genom att skyltar satts upp på 4 stationer utmed Kinnekullebanan samt i en båthamn. Det finns dock ingen gjord hänvisning från vandrings- respektive cykellederna till närmaste station. Frågan kring skyltning har varit långdragen på grund av diskussion om framtida skötsel och har därför genomförts i mindre omfattning än planerat.

Entréer – tre entréer till Biosfärområdet skulle utvecklas inom projektet för att synliggöra projektet. Tanken var att det skulle göras i anslutning till järnvägsstationer och vara visuellt väl synliga och skapa intresse för Biosfärområdet och ekoturismdestinationen. Även här har det varit långa diskussioner om placering, framtida skötsel mm och resultatet har enbart blivit tre skyltar som presenterar biosfär och ekoturistföretagen och som är placerade vid tågstationerna i Mariestad, Hällekis och Lidköping.





Sammanfattning av erfarenheter från delprojektet:

- Det har varit långa processer kring skyltfrågor och det berör många aktörer. Framtida skötsel är en fråga som måste lösas tidigt i processen för att de inte ska bromsa arbetet.
- Entréerna till Biosfärområdet har inte blivit tydligt markerade och resultatet inte så synligt och visuellt som tanken var. Det skalades ner utifrån att det krävdes för stora resurser att sköta dem i framtiden.
- Samarbetet kring kartmaterial kunde varit bättre mellan projektet och turistorganisationerna. Det hade också varit en fördel att använda sig av Lantmäteriets kartor som underlag. Nu är baskartorna framtagna via kommunerna och detta har varit mycket tidskrävande och slutresultaten är inte helt tillfredsställande. Den nya cykel- och vandringsledskartan är dock en viktig produkt för att kunna synliggöra de nya lederna. Det är viktigt att skapa sig utrymme framöver för att kunna nyproducera kartan och även utveckla den, både i tryckt och digital form.

Delprojekt 4

Utveckla nya ekoturistiska produkter och kvalitetssäkra verksamheten

Affärsmodell för drift och underhåll – en modell för drift och underhåll av lederna har utvecklats i projektet. Biosfärföreningen har ansvar för drift och underhåll och kommer att utföra en årlig översyn med en entreprenör kompletterat med volontärer som utför ytterligare två översyner. Finansieringen bygger på annonsintäkter och försäljningsintäkter på kartan. Kommunerna har lagt en garanti i botten. En pusselbit i

underhållsarbetet är också att turistbyråerna har en lista på ansvarig för olika vandringsleder, så att de kan rapportera vidare synpunkter som kommer från besökarna.

Guideverksamhet – en guideutbildning i studiecirkelform har genomförts i samarbete med Studieförbundet Vuxenskolan. Utbildningen bestod av 8 träffar som innehöll natur- och kulturkunskap, kunskap om biosfär och guideteknik och avslutades med uppguidning och diplomeringscerimonier av de som godkändes.



Totalt diplomerades 16 guider efter utbildningen och dessa återfinns på ekoturismportalen. Biosfärkontoret kommer att anordna årliga träffar för guiderna.

Produktanalyser – tanken med denna projektaktivitet var att ta fram underlag som visade på potential för nya produkter och sprida dessa till befintliga företag och även sådana som vill starta verksamheter. Här har någon input getts kring cykeluthyrning och naturguidning, men annars har inga åtgärder genomförts specifikt inom denna åtgärd.

Lokal biosfärdiplomering – i projektplanen fanns en plan att utveckla en modell för en lokal biosfärdiplomering. Eftersom Västsvenska Turistrådet parallellt har drivit ett arbete med hållbar besöksnäring som innehåller en modell för diplomering, valde projektet att inte i detta skede utveckla en egen modell. Därför blev insatsen istället etablerande av ett ekoturistnätverk som bygger på grundläggande kunskap om ekoturism, individuella miljöplaner för turistföretagen och överenskommelse mellan biosfärkontor och turistföretag baserade på ett antal hållbarhets- och kvalitetskriterier. Företagen i nätverket har också erbjudits individuell rådgivning. Fortsättningsvis kommer turistorganisationerna att sammankalla företagen till två nätverksträffar årligen och överenskommelserna kommer att tecknas om vartannat år. Arbetet med ekoturistnätverket finns sammanställt i en särskild rapport.

Information om Naturens Bästa - inom projektet har två stycken två-dagars grundutbildningar i ekoturism/Naturens Bästa genomförts för totalt ca 30 företag, men ännu har inget företag påbörjat en diplomering.

Nya produkter och paket – inom ramen för arbetet med ekoturistnätverket har också företagen fått stöd i utveckling av paket. Det har resulterat i ca 15 paket som bygger på vandring, paddling, cykling eller ridning. De senast tillkomna paketen har utvecklats av tre boendeanläggningar i samarbete och erbjuder cykling och vandring på biosfärlederna. Än så länge har företagen haft en blygsam försäljning av paketen. Nästa steg för paketen är att de behöver bli bokningsbara via nätet.



Sammanfattning av erfarenheter från delprojektet:

- Det är mycket positivt att man inom ramen för projektet har arbetat fram en skötsel- och underhållsmodell så att ledernas framtid säkras. Det är bra och handfasta modeller med en kombination av professionella och ideella krafter och t.ex. Lidköpings kommun använder nu denna som grund i andra vandringsledsprojekt.
- Guideutbildningen genererade ett stort intresse. Tyvärr har det inte varit så stort nyttjande hittills. Guidningar behöver arbetas in i paket och de är en viktig beståndsdel i kommande utveckling av produkter för affärsresenärer.
- Företagsnätverket har fungerat bra och merparten av företagen upplever att nätverket bidragit till utveckling av deras företag. Det finns en viss oro inför framtid och fortlevnad. Det finns också en uppfattning att man borde varit ännu mer noggrann vid valet av företag till nätverket för att säkerställa att det finns olika typer av verksamheter och att företagen också har en geografisk närhet till varandra för att möjliggöra paketering.
- Eftersom Naturens Bästa är den enda formella märkningen av ekoturism i Sverige idag vore det önskvärt med några medlemmar i Naturens Bästa inom Biosfärområdet.
- Projektet har resulterat i att ca 15 nya paket har utvecklats. Även om det än så länge har varit en blygsam försäljning av paketen har de haft andra effekter. Arbetet med paketen blev ett mycket konkret sätt att förhålla sig till hållbarhetsfrågor. Det har också lett till en produktutveckling hos företagen och nya samarbeten mellan företagen. Paketen är också ett sätt att marknadsföra upplevelser i området. Dock krävs en marknadsföringsinsats kopplat till paketen framöver och här behöver företagen och turistorganisationerna samverka för att nå resultat. Ett första steg är att företagen behöver göra sina paket bokningsbara på nätet.

Informationsstrategi – en informationsstrategi för projektet togs fram inledningsvis och har använts sporadiskt.

Koppling till befintlig marknadsföring – turistorganisationerna har lyft fram ekoturism i befintliga marknadsföringskanaler. Detta har handlat om webbsidor, magasin, guider och kartor, Facebook samt muntlig information och exponering av trycksaker via turistbyråerna. I Mariestad har en extra insats gjorts för att marknadsföra Skärgårdsbussen. Destination Läckö-Kinnebille bearbetade NLT så att en artikel kom med i turistbilagan och man har också marknadsfört och arrangerat en ekologisk bröllopsmessa.

Marknads- och målgruppsanalys – detta arbete görs under hösten 2012 och kommer att kunna användas som underlag för kommande marknadsföringsinsatser.

Varumärkesplattform – mitt i projektet genomfördes ett par workshops, där projektgruppen diskuterade vad man menade med ekoturismdestination och vad som behövde genomföras för att man skulle kunna marknadsföra detta på ett trovärdigt sätt. Detta var en första del i en värdegrund, men arbetet ledde inte vidare. Dock har någon deltagande aktör använt detta i sin egen organisation.

PR-strategi – kontakt med media har under projektet skett vid specifika aktiviteter, men någon långsiktig PR-strategi har inte utvecklats.

Göteborgare utan bil – en punktinsats gjordes där ett 90-tal körsångare åkte med Kinnekulletåget till Göteborg och genomförde en flash-mob i Nordstan där också ca 4000 foldrar delades ut. En film har spridits på Youtube. Tyvärr resulterade aktiviteten inte i någon mediabevakning i Göteborg. Den mest positiva effekten av aktiviteten var att alla körsångarna lärde sig mer om Biosfärområdet och därmed blir goda ambassadörer.



Broschyr till Kinnekulletåget – denna broschyr ersattes med en film, som är publicerad på Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=vLUT7NKF8vo&feature=youtu.be>) och länkad från ekoturismportalen, på Biosfärområdets hemsida och på Västtrafiks hemsida.

Biosfärområdet som utbildningslokal – Vänermuseum har under hösten 2012 arbetat med årskurs 6 på tre skolor kring hållbar livsstil: Ullervads skola, Ljungsbackens skola och Östbyskolan. Först anordnades en temadag på respektive skola med tema "Hållbar utveckling med ingång från fisk och fiske" och sedan gjorde klasserna ett gemensamt besök på Vänermuseum. Inför besöket på Vänermuseum fick eleverna i uppgift att måla/fotografera/rita sin omgivning och presentera den i en kort text. Dessa presenterade eleverna för varandra följt av en diskussion kring elevernas vardag.



Nationell konferens – under hösten 2012 genomfördes en tvådagars konferens med ca 40 deltagare för att presentera resultaten av projektet. Presentationen av olika delar i projektet blandades med en exkursion i området och besök hos några av turistaktörerna som deltagit i ekoturistnätverket. Resultat av projektet har också spridits vid studiebesök, t.ex. har en grupp från Biosfärområdet Kristianstad Vattenrike besökt området.

Stöd till aktörer i deras marknadsföring – de turistaktörer som ingått i ekoturistnätverket har fått enskild rådgivning kring marknadsföringsfrågor. Detta har också diskuterats vid nätverksträffar i nätverket, t.ex. genom besök av länderansvariga från Västsvenska Turistrådet som presenterade olika marknader och via besök av en brittisk researrangör.

Ekoturismportal – under arbetet med ekoturistnätverket tydliggjordes ett behov av att kunna samla och sprida information om ekoturism. Detta ledde till att de två turistorganisationerna tillsammans utvecklade en webbportal om ekoturism. Portalen har under perioden maj-dec 2011 haft 2218 besökare, varav 1440 unika. Under perioden jan-okt 2012 har antalet besökare varit 2711, varav 1726 unika. Den populäraste sidan är informationen om att resa med Kinnekulletåget. Siffrorna är inte speciellt höga, men man ska



komma ihåg att någon speciell marknadsföring inte gjorts. Portalen förvaltas framöver varannat år av turistorganisationerna. Denna aktivitet var inte planerad i projektplanen, men har varit viktig för projektets synlighet.

Sammanfattning av erfarenheter från delprojektet:

- Kommunikationen mellan biosfärkontoret och turistorganisationerna kunde varit bättre och just kring marknadsföringsaktiviteter hade det behövts ett tätare samarbete.
- En osäkerhet kring värdegrunden för projektet har följt med under hela projektiden och det har orsakat problem när det gäller marknadsföringsarbetet. Eftersom inte varumärkesarbete och målgruppsanalys genomförts har man inte haft någon gemensam grund för marknadsföringsåtgärder.
- Ekoturismportalen är den tydligaste nya kanalen och den fanns inte ens med i projektet från början! Arbetet med portalen gjorde att man började jobba med innehållsfrågan, vilket tydliggjorde vad som menas med ekoturism. Det har också varit ett viktigt verktyg för ekoturistnätverket, eftersom man den vägen samlar information om både aktörer och paket. Turistorganisationerna har också på ett bra sätt använt befintliga kanaler för att marknadsföra ekoturism i Biosfärområdet.
- Ett strategiskt ställningstagande har varit att styra om så mycket som möjligt av producerat material till elektronisk information istället för tryckt. Dels har detta gjorts utifrån ett miljöperspektiv, dels utifrån att besökarna till större och större del använder elektronisk information.
- Det var bra att testa en flash-mob som en ny typ av aktivitet inom pilotprojektet Göteborgare utan bil, men för att uppnå effekt hade det behövt placeras i ett sammanhang. Nu blev det för mycket av en engångs-aktivitet, som hade behövt kompletteras med ytterligare aktiviteter för att någon effekt skulle uppnås.
- Biosfärområdet är fortfarande relativt okänt bland besökare. Turistorganisationerna får enstaka förfrågningar som kan kopplas till Biosfärområdet eller ekoturism, men märker inte av någon ökning på området. Däremot finns det ett generellt ökande intresse kring typiska ekoturistaktiviteter såsom vandring, cykling, paddling, fiske och matturism som utgör en framtida potential. Biosfärkontoret har dock märkt av en ökning av förfrågningar om studiebesök till området och då används den infrastruktur som projektet byggt upp.
- Projektet kunde generellt ha jobbat mer med marknadsföringsaktiviteter. Ytterligare resurser framförallt i form av specialistkompetens hade behövt tillföras. Samtidigt måste det påpekas att det inte går att marknadsföra något utan att produkterna finns och projektet har till stor del handlat om produktutveckling. Nu har marknadsföringen, förutom utvecklingen av ekoturismportalen, främst handlat om spridning i befintliga kanaler såsom projektdeltagarnas hemsidor och presentation på befintliga möten kompletterat med kontakt med media i samband med specifika aktiviteter. Denna har generellt varit god, även om projektdeltagarna har haft väldigt olika aktivitetsnivå när det gäller spridning.

EFFEKTER AV PROJEKTET

Projektet har lett till en ökad kunskap och medvetenhet om Biosfärområdets värdegrund ”hållbar samhällsutveckling”, ekoturism och hållbarhetsfrågor kopplat till turism. De som deltagit i projektet har utvecklat/blivit stärkta i sin förståelse för att det finns utvecklingsmöjlighet i hållbar turism. Till exempel har projektet bidragit till att turism förts upp på agendan inom Trafikverket och i den nu pågående studien kring Kinnekullebanan finns t.ex. turism med som en del. Och de tre kommunerna har med utgångspunkt i projektet valt att gå vidare genom att finansiera en processledare i två år inom Exportmogen destination (läs mer nedan under Tankar om framtiden).

Genom den praktiska ansatsen med genomförande av ett stort antal aktiviteter har ett antal konkreta arbetssätt utvecklats och testats. Detta ger en viktig kunskap och erfarenhet för fortsatt arbete och gör också projektet synligt.

Merparten av företagen som deltagit i ekoturismnätverket uppger att projektet har bidragit till att de utvecklat sina verksamheter.



Exempel på vad projektet gett företagen

- större hänsyn till miljön
- större kontaktnät
- ökad målgrupp
- stärkta i övertygelsen om miljötank
- fått hjälp att forma mål/inriktningar för framtiden
- ökad kunskap och medvetenhet om hållbarhet
- tankar kring gemensam marknadsföring
- utbyte av idéer
- kunskap om varandras verksamheter
- fått hjälp att formulera och sätta ord på sitt miljöarbete
- mer aktivt miljötank
- ifrågasätter var varor kommer ifrån
- sett över priser och fått stöd för att höja priser som förbättrat lönsamheten
- synlighet
- känna oss trygga i det vi gör
- vår miljösansning syns på papper och dokumenteras

När det gäller effekter på gästnätter, antal sysselsatta i besöksnäringen och turistisk omsättning är det omöjligt att göra en direkt koppling till ett specifikt projekt. Rent generellt kan det konstateras att antalet gästnätter för anläggningar (hotell, stugbyar, vandrarhem) i de tre kommunerna under perioden 2008-2011 har ökat med ca 7200 gästnätter, vilket motsvarar en ökning med 6 procent. Någon generell mätning av sysselsättning eller turistisk omsättning är inte gjord för området.

Företagen i ekoturismnätverket har också fått frågor kring företagets utveckling under perioden. 15 av de 19 nuvarande företagen i nätverket har svarat (ett av företagen har dock tillkommit senaste året i nätverket och känner därför att det inte är relevant att svara på frågorna). Merparten av företagen visar en positiv utveckling av sin verksamhet.



Foto: Elinor Bengtsson/SkaraborgsBild

Utveckling inom verksamheten

- 10 av 14 företag har ökat antalet gäster under projektperioden
- 9 av 14 företag har ökat sin omsättning under projektperioden
- 8 av 14 har ökat sin lönsamhet under projektperioden
- 6 av 14 har ökad sysselsättning i sin verksamhet, 1 företag har minskad sysselsättning
- 1 nytt företag har bildats och ett företag har istället för att läggas ner köpts upp av en annan aktör i nätverket
- 12 av 14 företag har fått positiv uppmärksamhet från besökare för sin ekosatsning
- 12 av 14 företag anser att projektet har bidragit till att de utvecklat sina verksamheter

VIKTIGA LÄRDOMAR

En viktig del i ett stort och långt projekt som detta är att utvärdera framgångsfaktorer och även vad som kunde gjorts annorlunda. Det är input som kan tas med i kommande projekt och utvecklingsarbete.

Framgångsfaktorer

Det breda samarbetet mellan offentliga aktörer har varit en unik grund för projektet och en förutsättning för att kunna ta sig an större, strategiska frågor. Det samarbete som nu byggts upp mellan tre kommuner, två turistorganisationer och ett antal regionala aktörer ger en god möjlighet för fortsatt strategiskt utvecklingsarbete.

Generellt har det operativa arbetet i projektet fungerat väl. Utveckling av cykelled lyfts fram av flera aktörer som en särskilt lyckad aktivitet. Den har på ett konkret sätt länkat samman området och ger förutsättningar för framtida produktutveckling.

Företagsnätverket har varit en viktig del i projektet. Det har skapat en förankring för projektet i näringen och det har blivit en konkret tillämpning av ekoturism. Företagen har uppskattat arbetssättet där nätverksträffar blandades med individuell rådgivning. Arbetssättet som har utvecklats, kan ligga till grund för en utbyggnad och utveckling av nätverket. Det är mycket positivt att så stor andel av företagen anser att projektet har bidragit till deras utveckling.

För Biosfärområdet har projektet varit betydelsefullt, då det blivit en pusselbit som fyller Biosfärområdet med innehåll och gör det mer konkret och handfast. Det har också inneburit att kontaktytor har skapats mellan Biosfärområdet och nya aktörer som man inte arbetat tillsammans med tidigare. Biosfärområdet har å andra sidan varit viktigt för projektet, eftersom det ger projektet ett sammanhang och en långsiktighet.



Foto: Nils Axelsson SkaraborgsBild



Vad kunde man gjort annorlunda?

Deltagarna i projektet tycker framförallt att projektet har haft för lite fokus på strategiska frågor. Det har hela tiden saknats en gemensam värdegrund och det har funnits osäkerhet kring roller och kring begreppet ekoturismdestination. Den projektidé som formulerades i projektplanen har inte känts förankrad i projektgruppen. Detta kan bero på att det tog lång tid från projektutveckling till projektets godkännande och igångsättning och personer hann bytas ut på vägen. Därför skulle det behövts mer fokus på strategiska frågor under projektets gång. Då hade också den fulla potentialen i den brett sammansatta projektgruppen ha kunnat utnyttjas bättre. En lärdom för

kommande projekt är därför att avsätta resurser och formulera aktiviteter samt att bygga upp organisationen och säkerställa kompetensen för strategiskt arbete. En annan lärdom är att ett projekt som pågår under tre och ett halvt år hade haft nytta av en deltidsvärdering, där man kunde gjort omprioriteringar utifrån förändringar som skett och förankrat detta med projektets finansiärer.

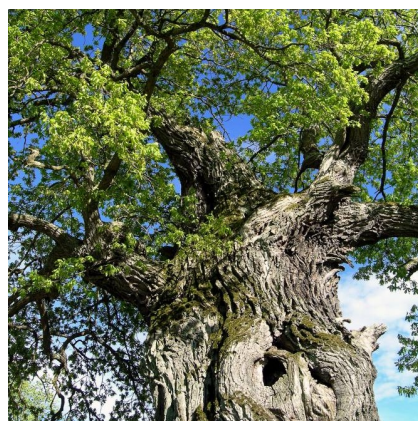
Det kunde ha varit en bättre integration mellan turistorganisationernas befintliga arbete och projektet. Då kunde mer synergier ha uppnåtts och kompetensen bland de deltagande organisationerna kunde ha använts på ett bättre sätt.

Generellt kunde projektet stuckit ut hakan lite mer, och varit lite kaxigare. Det breda samarbetet och inriktningen på hållbar turism kopplat till en destination gör projektet unikt och det kunde varit värt en större synlighet.

TANKAR OM FRAMTIDEN

Projektet har visat att det tar lång tid att utveckla nya samarbeten och verksamhet med ny inriktning. Även om projektet pågått i tre och ett halvt år kvarstår mycket arbete. En grund har lagts att bygga vidare på, men för att dra full nytta av det arbete som gjorts inom projektet kvarstår mycket arbete. Det är viktigt att det finns en förståelse för detta bland projektets parter. Samtidigt måste det framhållas att projektet har varit lyckosamt och har åstadkommit mycket praktiska resultat och det är absolut ingen självklarhet.

Under projektet har en diskussion förts om hur arbetet kan gå vidare efter projektens slut. Under hösten 2011 genomförde de två turistorganisationerna därför en förstudie kring Biosfärområdet som exportmogen destination (utifrån att Svensk Turism har antagit en målsättning att omsättningen i besöksnäringen ska fördubblas till 2020 och en av strategierna för det är att utveckla 20 nya, exportmogna destinationer). När projektet avslutas i december 2012 har de tre kommunerna beslutat att fortsätta arbetet med att utveckla Biosfärområdet till en hållbar, exportmogen turistdestination och har avsatt medel för i första hand en två-årig satsning. Detta ger en konkret möjlighet till fortsatt utvecklingsarbete. Här finns det möjlighet att ta med sig och arbeta vidare med de tankar som förs fram om framtiden nedan.



Några av tankarna som lyfts fram kring framtiden av projektets deltagare är:

- Det är viktigt att säkra en fortlevnad för och en utbyggnad av ekoturistnätverket. Här behöver man diskutera hur ekoturistnätverket kan fasas in i den kommande satsningen på exportmogen destination. Det är också viktigt att företagen i nätverket träffas kontinuerligt och att en utvärdering återkommande görs av deltagarna utifrån kriterierna för nätverket för att behålla trovärdigheten.
- Det behövs ett arbete kring identitet och värdegrund för destinationen att botten i för att känna sig trygg i det arbete som görs och i marknadsföringen. Idag upplevs en viss oro kring hur besökare ska uppleva resultaten och att trovärdigheten ska påverkas negativt.
- Mycket av marknadsföringsarbetet återstår kring de produkter som utvecklats i projektet.
- Det finns ett behov att utveckla kvaliteten i upplevelser och skapa mer spetsprodukter som bygger på kvaliteterna i landskapet.
- Biosfärområdet lockar till sig olika grupper av studieresor i en ökande omfattning och därför krävs utveckling av produkter för affärsresenärer. Detta kan också bidra till en satsning året runt, vilket företagen efterfrågar.
- Projektet har lagt grunden för ett brett samarbete som går att bygga vidare på. Det är en potential att utnyttja vidare framåt.
- Det har pågått andra projekt parallellt t.ex. kring paddling och ridning och det är viktigt att fasa samman dessa delar till en helhet framöver.

Projekt Ekoturismdestination delfinansieras av följande aktörer:



BILAGOR – Finns att ladda ner på www.vanerkulle.se

Urval av dokument och rapporter som producerats i projektet

1. Kollektivtrafik

- 1.1 Rapport Workshop Västtrafik – Kommunledning – Turismverksamhet.
- 1.2 Handlingar. Plushållplats Läckö
- 1.3 Rapport marknadsföringsinsatser skärgårdsbussen 2012

2. Cykel och vandringsleder

- 2.1 Cykelled sammanfattning
- 2.2 Skylt o åtgärdsprogram Cykelled
- 2.3 Idéskiss cykelled Lidköping- Läckö
- 2.4 Idéskisser cykelled Mariestad – Sjötorp resp. Mariestad - Torsö
- 2.5 Skötsel och underhåll vandringsled
- 2.6 Överenskommelse markägare exempel
- 2.7 Överenskommelse. Tillsyn och drift
- 2.8 Program invigning leder

Vandringsledskarta, både tryckt och elektronisk www.ekotur.se

3. Företags- och produktutveckling

- 3.1 Lista över medverkande företag Nätverket Gröna företag
- 3.2 Överenskommelse företag
- 3.3 Exempel Miljöplan företag.
- 3.4 Slutdokumentation ekoturismnätverk 2010-11

Presentation av företag och paket finns på ekoturismportalen, <http://www.vastsverige.com/sv/ekoturism-vanerskargarden-kinnekulle/>

4. Information och marknadsföring

- 4.1 Exempel Skyltning Entré Hällekis
- 4.2 Exempel skylt station Råbäck
- 4.3 Projektets informationsstrategi
- 4.4 Marknads o målgruppsanalys
- 4.5 Rapport pilotprojekt I Göteborgare utan bil
- 4.6 Rapport skolprojekt (Pilotprojekt 3)
- 4.7 Rapport Nationell konferens

Film med information om Kinnekulletåget, <http://youtu.be/vLUT7NKF8vo>

Ekoturismportalen, <http://www.vastsverige.com/sv/ekoturism-vanerskargarden-kinnekulle/>

5. Utvärdering och uppföljning

- 5.1 Rapport följeforsning



■ BIOSFÄROMRÅDE VÄNERSKÄRGÅRDEN MED KINNEKULLE

■ Biosfärkontoret, Box 77, 542 21 Mariestad

■ info@vanerkulle.se, www.vanerkulle.se

