



Stödmottagare	Regionförbundet Örebro
Projektname	Bäst i klassen
Projektperiod	1 september 2013 till 30 september 2014
Dnr	13-201

Projektets syfte (se beslut):

Syftet var att stärka Bergslagsleden som en än mer attraktiv vandringsled men också tydliggöra kopplingen till regional naturturism.

I beslutet: "Projektet ska stärka Bergslagsleden som en viktig produkt med fokus på kvalitet och attraktion genom att fokusera på ökat entreprenörskap, ökad tillgänglighet, fler mervärden, marknadsföring samt utvärdering och kvalitetskontrollökar ökar Bergslagsledens turistiska värde för regionen."

Genomförda aktiviteter	Startdatum	Slutdatum
Bokningssystem för leden	2013-11-01	2014-09-30
Att mäta boende längs leden	2013-10-15	2014-09-30
Vandringspaket	2013-11-01	2014-09-30
Webbarbete - översättningar mm	2013-10-15	2014-09-01
QR - koder	2013-12-01	2014-08-01
Fotogalleri	2013-10-01	2014-09-01
Guideverksamhet	2013-11-31	2014-09-17
Färskvatten längs leden	2013-10-15	2014-09-01
Fiske längs leden	2013-11-01	2014-09-01
Konst på leden	2014-03-01	2014-09-30
Marknadsföring Mälardalen	2014-03-01	2014-09-01
Uppföljning och slutredovisning	2013-10-01	2013-12-31
Förstudie Bergslagsleds-klassiker	2014-01-15	2014-09-05
Pressträff	2014-04-15	2014-09-30
Nytt gränssnitt och appliceringar webb	2013-10-01	2014-05-30

Beskrivning av genomförda aktiviteter:

Se bilaga 1

Uppnådda resultat (projektets resultatmål):
Se bilaga 1

På vilket sätt har projektet bidragit till att nå målområdets inriktnings-/etappmål (se Utvecklingsstrategi för Örebroregionen)
"Örebroregionen är känd för ett spännande och omväxlande friluftsliv och en hållbar natur- turism" Vårt arbete med att öka kvalitén och skapa en mer attraktiv vandringsled är ett led i inriktningsmålet.
Etappmålet strävar efter att fördubbla turistbesöken fram till 2015. Här kan vi bara jobba långsiktigt med Bergslagsleden. Med hjälp av projektet har vi skapat en grund som gör att vi på sikt kan rikta insatserna och bättre utvärdera användandet av leden.

Hur har projektet utvecklats jämfört med uppgjord plan (eventuella avvikelser utifrån budget, aktiviteter, syfte och mål)?
 Alla delar i projektet har bearbetats. Eftersom projektet innehåller så pass många olika delar har vissa utvecklats bättre än enligt plan, andra som planerat och några där vi inte nådde ända fram. Ursprungsplanen var tidsmässigt för kort, budgeten i stort sett på plats och syftet har vi levt upp till.

Eventuella sidoeffekter: Markandsundersökningen som genomfördes i Örebro län visar med tydlighet vilken viktig resurs Bergslagsleden är för örebroläningarna. Cirka 50 % av boende i Örebro län har någon gång vandrat på Bergslagsleden, vilket får anses vara en hög siffra. Av dessa är det 48 % som gjort det 2-5 gånger. 17 % fler än 10 gånger. Det visar med tydlighet att leden är en viktig resurs, inte minst ur ett folkhälsoperspektiv.

En likande undersökning gjordes i Mälardalen (ej Stockholmsområdet). 13 % har besökt Bergslagsleden (bra eller dåligt?) Resultaten som rör intresseaspekten visar att fler än tre av tio menar att de skulle kunna tänka sig en resa på tio mil för att uppleva en attraktiv vandring på Bergslagsleden, drygt en av tre menar att de har ett ganska eller stort intresse för vandring/naturupplevelser och tre av tio svarar att de tror att deras intresse för vandringar/naturupplevelser kommer öka över tid. Samtliga dessa resultat kan alltså visa att Bergslagsleden har möjlighet att attrahera betydligt fler personer från Mälardalen jämfört med vad man gjort hittills. Det är kanske här som Bergslagsleden har, förutom örebroläningarna sin målgrupp?

Vilka aktiviteter har genomförts utifrån de genomsyrande perspektiven (se beslut)?
 Projektet har medverkat till ökad mångfald. Genom förbättrad information på främmande språk kan fler ta del av ledens möjligheter. I det lyckade guideprojektet var det övervägande kvinnliga deltagare. Här fanns flera guider som är duktiga på främmande språk. Guideprojektet samlade cirka 20 deltagare. Ur ett ekologiskt hållbart perspektiv är leden en tillgång. Ju fler som använder den, ju fler får en viktig naturkontakt som i sin tur bidrar till en ökad miljömedvetenhet.

Vad händer efter projektperioden? Hur ska projektets resultat implementeras i ordinarie verksamhet? Hur ska verksamheten drivas vidare och finansieras?

Här finns en stor trygghet i projektet. I stort sett alla delprojektet slussas automatisk över i den ordinarie verksamheten. Några kommer att slutföras/invigas under 2015. Det blir alltså en viktig del i den ordinarie verksamheten.

Hur har projektet följts upp?

Det sker kontinuerligt en dialog med ledens entreprenörer men också andra som på ett eller annat sätt är delaktiga. Det ligger i sakens natur eftersom Regionförbundet också är huvudman för leden. En del av innehållet i projektet kommer att avslutas i egen regi under 2015.

Vilka lärdomar (framgångsfaktorer, hinder) har ni dragit i samband med projektgenomförandet? Hur sprids detta vidare till berörda aktörer? Vi har kunna inventera och fått en tätare dialog med entreprenörer längs Bergslagsleden, allt för att samordna och skapa säljbara produkter. Projektet har visat på vikten av att i alla led hålla hög kvalitet när vandringsprodukter ska kunna säljas på en turistisk marknad. Det har varit flera tydliga och praktiska insatser i projektet som i förlängningen stärker leden.

En lärdom kan vara att lägga tidsoptimismen åt sidan och räkna med att ett projekt tar längre tid än man kan tro när olika delar ska genomföras. Många gånger utvecklas projekt och tidramarna förändras.

Hur har det framgått att Regionförbundet medfinansierat projektet? (bifoga broschyrer, fotografier, tidningsurklipp etc.)Eftersom Regionförbundet drivit projektet i alla dess delar har det tydligt framgått att man också finansierat projektet.

Datum	Underskrift av firmatecknare	Namnförtydligande



Bilaga till projektet ” Bergslagsleden -bäst i klassen”

Genomförda aktiviteter samt uppnådda resultat. 1

I denna bilaga ges en kortfattad beskrivning av de olika delarna i projektet. Rubrikerna följer innehållet i projektets ansökan.

Bokningssystem för leden.

Målet: Introducera och förbereda ett gemensamt bokningssystem för leden. Minst 15 besök och 6 förbereder för genomförande.

Här nådde vi inte så långt som vi hoppades på, vi var nog för optimistiska. Bokningssystemet finns och ambitionen kvarstår att kunna använda det för Bergslagsleden. Det krävs mer arbete beträffande hur respektive entreprenör ska ansluta sig men också rättigheter och ersättningar. Örebro- kompaniet har jobbat med idén och förhoppningsvis kan det landa vid ett senare tillfälle. I målet för delprojektet stod att 15 boendeaktörer ska få kännedom om bokningssystemet. Här har vi i stort sett har vi nått det målet. Se vidare bifogad rapport. I sammanhanget har också en inventering gjorts av ledens boendeentreprenörer. Här kan vi i alla fall tillstå att frågan är på G.

Att mäta boende

Målet: Att ta fram en enkät/modell för att mäta ex boendekopplat till leden)

Att mäta boende med koppling till Bergslagsleden är svårt. Här finns gråzoner och det kan vara svårt att ange om ett boende på en anläggning har Bergslagsleden som reseanledning. Tillsammans med ett antal entreprenörer har vi istället kommit överrens om att efter varje säsong skicka ut en digital enkät med frågor som har en mer allmän karaktär. Den går då ut till cirka 30-35 boendeaktörer. [Se bilaga 2](#)

Vandringspaket

Målet: Skapa vandringspaket på mellan 2-5 dagar i Bergslagen – Kilsbergen och Tiveden.

Här försätter vi på den inslagna linjen att få mer samarbete med ledens entreprenörer. Örebro- kompaniet har jobbat med detta delprojekt. Här finns en bra dialog med entreprenörerna. Dock är mognadsprocessen ganska lång men helt klart pågår detta arbete numera kontinuerligt. De förslagen på vandringspaket finns angivna i bilaga.

Webbarbete

Målet: Att utveckla informationen om leden på vår webb.

Det har skett bra utveckling av webben under projektiden. Nu finns det möjligheter att på flera främmande språk ta del av informationen. Ledens entreprenörer har tydligare blivit synliga genom att deras information finns i anslutning till etappbladen. Trygghetslarm och annan utveckling har installerats på appen. Nytt gränssnitt har gjort det möjligt att utan extern hjälp klara visa

uppdateringar. En stor nyhet är att ledens etappblad har kompletterats med terrängkarta i samma utsnitt.

QR-koder

Målet: Snabb och riktig information gas via QR – koder. Hur kan det användas längs leden?

Arbete slutförs 2015 med uppsättning av QR-koder på 17 av etappmålen. Allt grundmaterial är framtaget. Koderna är klara och allt förberett för att placeras ut enligt målsättningen. Vi har dock beslutat att göra det först under våren -15.

Fotogalleri

Målet: Ett färdigt bildarkiv på minst 25 bilder.

Det finns nu en betydligt bättre bildbank över Bergslagsleden. Bilder har tagits i två omgångar. Dels med tema vandrare, vyer mm och dels mer kopplat till etappmål och rastplatser. Det här är bildmaterial som redan har börjat användas i marknadsföringen. Totalt rör det sig om cirka 200 bilder.

Guideverksamhet

Målet: Minst två guider per turistområde.

Det här delprojektet blev verkligen över förvänta. Hopajola, Studieförbundet och Naturskyddsföreningen Örebro har genomfört en mycket gedigen guideutbildning. Vi upptaktsträffen i Ånnaboda kom cirka 25 deltagare, flera var sedan tidigare verksamma guider, andra entreprenörer utefter leden. 20 st. fullföljde utbildningen och kröntes med en särskild guideväst. Det här är en grupp som det finns alla anledning att hålla kontakt med. Flera var duktiga på främmande språk. [Se bilaga 3.](#)



Färskvatten längs leden

Målet: Alla idag befintliga tappställen ses över. Tre nya tappställen iordningställs.

Enligt flera undersökningar är färskvatten det absolut viktigaste att kunna fylla på längs en långvandring. Målet var att få till tre nya tappställen. Nu blev det två, Mogetorp och privat utefter etapp 16.. Alla gamla tappställen vid ex. etappmålen har setts över och en del fått nya skyltar.

Uppskattningsvis är det längs leden 28 mil drygt 20 tappställen.

Fiske längs leden

Målet: ta fram möjligheter och förutsättningar för fiske längs leden.

En rapport "Fiske längs Bergslagsleden" har tagits fram. (Se bilaga) Här anges fiskemöjligheter och kontaktpersoner längs varje etapp. 69 enskilda fiskevatten finns längs leden. Rapporten ger förslag på framtida utvecklingsmöjligheter för fiske längs bergslagsleden vilket var målet med förstudien. [Se bilaga 4.](#)

Land Art Bergslagsleden.

Målet: På två av ledens etapper upprättas konstverk av etablerade konstnärer.

Det är spännande att jobba med kreativa personer. Det här delprojektet utvecklats till en större satsning på ett ställe nämligen på Kilsbergens högsta punkt som ligger i anslutning till Bergslagsleden. Det mesta av arbetet är klart men fortfarande återstår en del som kommer att slutföras under våren och ur den ordinarie budgeten för Bergslagsleden. Stor invigning i maj -2015. Arbetet har utförts av två etablerade konstnärer, Mervi Kiviniemi och Margareta Lindman i nära samarbete med Konstfrämjandet och Örebro kommuns Praktikcentrum. [Se bilaga 5.](#)

Bergslagsledsklassiker

En mindre förstudie har sett på förutsättningarna för att starta upp en form av klassiker som bygger på att klara hela Bergslagsleden under ett år. [Se bilaga 5B](#)

Marknadsföring Mälardalen

Målet: Att annonsera i tidningar i Mälardalen.

Här har vi gjort en offensiv satsning på Tåg i Bergslagen och annonser i 5 tidningar i Mälardalsområdet. [Se bilaga 6.](#)

Pressträff

Målet: Minst 2 pressträffar.

Här har vi gått bet av olika anledningar. Det är inte alldeles enkelt att få till större pressträffar med rikstidningarna som var tanken. Förhoppningsvis kan det ske vid annat tillfälle.

Vildmarksmässa

Målet: deltagande i Vildmarksmässan.

Vildmarksmässan i Älvsjö genomfördes tillsammans med turistdestinationerna som planerat.

Utvärdering kvalitetskontroll

Målet: Ta fram tre modeller för utvärdering och kvalitetskontroll.

Det blev bland annat en satsning på två marknadsundersökningar med hjälp av extern konsult. Den ena i Mälardalsområdet och den andra i Örebro län. Dessutom har det tagits fram underlag till en brukarundersökning som ska praktiskt ska genomföras under våren – sommaren 2015. Förövrigt har projektet medverkat till att vi nu har bättre utvärderingsmodeller för de räknare som sitter upp på Bergslagsleden varje år. Målet var att ta fram tre modeller. Brukarundersökningen och värderingsmodellen för räknaren samt marknadsundersökningarna kan ses som att vi har uppnått målet med delprojektet. [Se bilaga 7.](#)