



Medfinansieras av
Europeiska unionen

Lokal utvecklingsstrategi för *Leader Göta älv och Sävveån*

Lokal utvecklingsstrategi för *Leader Göta älv och Säveån*

Sammanfattning

Leader Göta älv och Säveån är en ny samarbetskonstellation som uppstått ur de tidigare leaderområdena Leader Längs Göta Älv och Göteborgs Insjörike.

I samarbetet ingår nu stora delar av kommunerna Lerum och Alingsås, som tidigare tillhörde Göteborgs Insjörike samt en större del av de landsbygdsområden som hör till kommunerna Trollhättan och Vänersborg tillsammans med Ale och Lilla Edet.

Det är ett område som på många sätt präglas av närheten till stadsområdena Göteborg, Trollhättan, Vänersborg, Alingsås och Lerum. Området präglas av omväxlande naturområden med berg, skogar, sjöar, vattendrag och jordbruksmark. Här finns också en rik kulturhistoria med fornlämningar, gårdar, byar, industriminnen, slott och herresäten.

Strategin fokuserar på de utmaningar och möjligheter som ligger i att främja en långsiktigt hållbar lokal utveckling i detta landsbygdsområde som har så mycket av resurser och potential, men som samtidigt påverkas starkt av närheten till och inflytandet från de omgivande städerna.

Två områden har särskild betydelse i strategin: besöksnäring och hållbar omställning. Båda dessa områden bedöms komma att få en allt större strategisk betydelse för den lokala utvecklingen i området under de närmaste 5–10 åren. Viktiga marknader och målgrupper finns i de närliggande städerna; förutsättningar och tillgångar finns i området.

Vad som behövs för att driva en långsiktigt fungerande utveckling inom dessa sektorer i området är kunskap och kompetens, ett gynnsamt företagsklimat och nya former av samarbeten som kan skapa dynamiska och kreativa nätverk på lokal nivå.

Leader Göta älv och Säveån ska stödja projekt som bidrar till en sådan utveckling. Målet är att stärka området som attraktiv plats, skapa ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande och att gynna en hållbar omställning. Kompetensutveckling, samverkan, kommunikation och företagsutveckling blir viktiga insatsområden för att nå målen och strategins vision om en stadsnära landsbygd i balans och utveckling.

Summary

Leader Göta älv and Sävån is a new collaboration formed by the previous Leader areas Göteborgs Insjörike and Leader Längs Göta Älv . The new partnership includes Ale and Lilla Edet together with large parts of the municipalities of Lerum, Alingsås, Trollhättan and Vänersborg.

It is an area that in many ways is characterized by the closeness to the cities and urban areas of Göteborg, Trollhättan, Vänersborg, Alingsås och Lerum. The area is distinguished by varied nature like hills, forests, lakes, streams and agricultural land. There is also a rich cultural history with ancient monuments, farms, villages, industrial monuments, castles and manors.

The strategy focuses on the challenges and opportunities that lie in promoting a long-term sustainable local development of this rural area, full of resources and potential. At the same time it is strongly influenced by the proximity to, and influence from, the surrounding cities.

Hospitality industry and sustainable change are two important areas in the strategy. Both areas are expected to have an increasing strategic importance for local development in the area over the next 5-10 years. Important markets and target groups are located in the nearby cities; conditions and resources are in the area.

To operate a long-term functional development in these sectors in the area we need knowledge and competence, a favorable business climate and new form of collaborations that can create dynamic and creative networks on a local level.

Leader Göta älv and Sävån will support projects that contribute to such a development. The goal is to strengthen the area as an attractive place, create a good climate for creativity, entrepreneurship and business and to promote a sustainable transformation. Competence development, collaboration, communication and small business investments will be important focus areas for achieving the goals and the strategy's vision of a rural and urban area in balance and development.

Innehåll

Lokal utvecklingsstrategi för <i>Leader Göta älv och Säveån</i>	1
Sammanfattning	1
Summary	2
1 Landsbygdsutveckling genom Leader.....	4
2 Strategins framtagning	4
3 Utvecklingsområdet	8
3.1 Tabell med statistik	8
3.2 Områdesbeskrivning	8
3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter.....	12
4 Mål, insatsområden och indikatorer	16
4.1 Vision.....	16
4.2 Mål	16
4.3 Insatsområden	19
4.4 Indikatorer och målvärden	20
EU:s resultatindikatorer	23
Nationella indikatorer.....	24
Lokala indikatorer	28
5 Genomförande.....	36
5.1 Kommunikation	36
5.2 Urvalsprocess.....	37
5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer	37
5.4 Effekter.....	38
5.5 Hur främjar strategin innovation?	39
5.6 Övergripande principer	40
6 Organisation.....	43
6.1 Partnerskapet och föreningen.....	43
6.2 Föreningens styrelse.....	44
6.3 Drift – den operativa verksamheten	45
7 Uppföljning och utvärdering	47

1 Landsbygdsutveckling genom Leader

Denna strategi bidrar till utveckling av den lokala landsbygden genom Leadermetoden. Lokalsamhället har varit delaktiga i framtagandet och strategin genomförs i samverkan mellan privata, ideella och offentliga aktörer. Leader är ett verktyg för landsbygdsutveckling inom EU och Sverige, därmed bidrar strategin även till den regionala och nationella landsbygdsutvecklingen.

Strategin utgår ifrån det lokala perspektivet där analys av områdets utvecklingsbehov och möjligheter samt samordning med andra handlingsplaner och utvecklingsstrategier i området ligger till grund för strategins mål och insatsområden. Eftersom Leader finansieras av stöd från EU genom Europeiskajordbruksfonden för landsbygdsutveckling är målen i strategin också utformade att rymmas inom målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

Urvalskriterier och processer för projekturval är utformade att stödja strategins mål och insatsområden. På så sätt bidrar alla projekt som prioriteras genom denna strategi både till den lokala utvecklingen av området och till målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

2 Strategins framtagning

Under programperioden 2014-2020 har förutsättningen varit en flerfondslösning där Regional- och Socialfonden finansierade projektidéer jämte Jordbruksfonden. Stödformen ”projektstöd för företag”, främst inom Regionalfonden, har gjort det möjligt för företag att kunna utveckla sin verksamhet med nya kreativa lösningar och/eller nya produkter. Socialfonden har haft fokus på individers utveckling med olika arbetsmarknadsinsatser och syftet med fonden inom Leaders regi var att stödja personer långt från arbetsmarknaden eller öka kompetensutvecklingen för dem som redan har arbete. Socialfondsprojekten har kunnat bidra till nya och intressanta arbetssätt för att hitta lösningar på att få individer i sysselsättning eller kompetensutveckla dem som befinner sig i arbete.

Programperioden 2023-2027 innebär att enbart Jordbruksfonden kommer att finansiera vår verksamhet men de erfarenheter vi har från Social- och Regionalfonden tar vi med oss in i den nya programperioden. Jordbruksverket har understrukit att åtgärder som traditionellt legat inom Social- och Regionalfonden förhoppningsvis också ska gå att finansiera med Jordbruksfonden under programperiod 2023-2027. Erfarenheterna från tidigare programperioder och arbetet med Social- och Regionalfonderna kan bidra till att vi i det fortsatta arbetet kan arbeta vidare med de strukturella förändringar som behövs för att skapa hållbar utveckling på lokal nivå.

De forum som använts vid strategins framtagning är bland andra ett ingående samarbete och erfarenhetsutbyte med andra leaderområden som byggts upp under tidigare programperioder. Dessa har fördjupats under åren och de leaderområden

som verkar inom Västra Götalandsregionen har träffats regelbundet, fysiskt när det varit möjligt men också digitalt. Samarbetet har utnyttat i ett nätverk som heter Leader Västra Götaland, ett stort kontaktnät med flera olika aktörer. Ett annat forum är de många utbildningsinsatser som Jordbruksverket arrangerat under strategiprocessens gång. I samband med dessa insatser har erfarenheter och utbyten delats deltagarna emellan.

En skrivargrupp inom Leader Längs Göta Älv började formeras under senhöst och vinter 2020 då några planeringsmöten genomfördes i avvaktan på besked och tidsplan från Jordbruksverket. Samtal initierades under vintern med grannområdet Göteborgs Insjörike efter indikationer från Jordbruksverket att den administrativa kapaciteten var en viktig faktor för nästa programperiod. De områden som var ”små” utifrån befolkningstäthet och/eller geografisk yta uppmanades att se över huruvida samarbeten med närliggande områden kunde vara aktuellt. Denna beskrivning stämde överens på båda leaderområdena. Samtal med Göteborgs Insjörike pågick under några månader. När det slutligen stod klart att en av Göteborgs Insjörikes medlemskommuner inte skulle ingå i ett samarbete kring Leader nästa programperiod fördjupades samtalen med de kvarvarande kommunerna. Det uttrycktes intentioner och önskemål från Lerum och Alingsås att ansluta sig till den strategiprocess som påbörjats av Leader Längs Göta Älv.

Under perioden juni – september 2021 beslutade kommunerna Lerum, Alingsås och Göteborg om att delta i strategiskrivningen. Trots att beskeden kom så pass sent i processen var utgångspunkten i vårt strategiarbete redan under våren 2021 att kommunerna ville och skulle delta, detta för att kunna arbeta utifrån vårens deadlines som Jordbruksverket satt upp och för beställning av områdets statistikunderlag och för att kunna gå framåt i arbetsprocessen.

En annan påverkansfaktor för strategiframtagningen var omorganiseringen inom Göteborgs Stad som genomfördes vid årsskiftet 2021. Den innebar bl.a. att de tidigare stadsdelsnämnderna försvann, vilket gjorde att samarbetet kring Leader avstannade innan staden kunde formera sitt arbete på nytt. Detta stopp har försvårat kommunikationen kring strategiarbetet med Göteborg precis i den period då vi behövde intensifiera och mobilisera strategiarbetet.

Arbetet med samordning av strategin påbörjades med tre workshops som genomfördes i Leader Längs Göta Älvs medlemskommuner under februari 2021. Samordning och mobilisering har påverkats mycket av Coronapandemin vilket gjort att vi har fått anpassa oss och använda digitala verktyg för att genomföra våra workshoppar. Inbjudan till våra workshops gick ut i flera olika kanaler. De deltagande kommunerna bjöds in och föreningar i området kontaktades bl.a. enligt föreningsförteckningar där sådana fanns tillgängliga.

Våra informella ”Leaderambassadörer” – projektägare i området, LAG-styrelsen och tjänstemän/politiker med flera – uppmanades att sprida inbjudan i sina respektive nätverk. På föreningens hemsida och sociala medier gjordes inlägg om

workshoparna. Leaderområdet delades in i tre delar inför workshoparna – Trollhättan och Vänersborg; Ale och Lilla Edet; Göteborgs stadsdelar som ingick i området. När Lerum och Alingsås bestämde sig för att delta i strategiprocessen fick tjänstepersoner från dessa kommuner ta plats i skrivargruppen tillsammans med en representant för ideell sektor. Det var av största vikt att snabbt kunna inkludera de nytillkomna kommunerna i arbetet för att inte hamna efter i tidschemat. En workshop genomfördes för dessa två kommuner i början av juni månad. Här fick vi hjälp från tjänstemännen i skrivargruppen att sprida inbjudan. Också styrelse och kansli för Göteborgs Insjörike engagerades i att sprida information om workshopen. Deltagarna bestod av tjänstemän, politiker, föreningar, en del småföretagare och andra företagsrepresentanter men även privatpersoner deltog. Sammanlagt lockade våra fyra genomförda workshops ca. 50 deltagare som ville prata utvecklingsmöjligheter av området.

Den SWOT-analys som sammanställdes för Leader Längs Göta Älvs område tillsammans med riktlinjer för det fortsatta arbetet förankrades i en referensgrupp under april månad som bestod av Leader Längs Göta Älvs arbetsutskott. SWOT-analyserna skickades också ut till deltagarna i respektive workshop efter varje genomförande. På vår hemsida lades den samlade SWOT-analysen upp tillsammans med ett första utkast till områdesbeskrivningen. Via sociala medier delades länken och de som önskade kunde lämna synpunkter och inspel på utkastet i ett första skede.

När workshoparna genomförts i alla deltagande kommunerna uppdaterades SWOT-analysen och materialet på hemsidan för intresserade att ta del av. De har fortsatt kunnat komma med synpunkter under processens gång. Den samlade SWOT-analysen för hela det nya området har därefter legat till grund för det fortsatta arbetet med strategiframtagningen.

Efter semestrarna 2021 genomfördes en konferens med skrivargruppen för att koncentrerat kunna fokusera på att arbeta igenom utkastet till strategin. En stor del av detta arbete gick därefter ut till allmänheten och aktörer i området för möjligheter till synpunkter och inspel under en period om fyra veckor. Det var ett sätt att skapa en bred förankring i området, bl.a. fick aktörer som hittills deltagit i arbetet – tillsammans med exempelvis region, länsstyrelse, medlemskommuner, föreningar och företag i området – möjlighet att påverka det fortsatta arbetet. Utkastet förankrades i Leader Längs Göta Älvs styrelse där representanterna fick uppdraget att förmedla arbetet i sina nätverk och tjänstemännen i Alingsås och Lerum förankrade arbetet på sitt håll.

Skrivargruppen har vid strategiarbetet tagit den regionala utvecklingsstrategin (RUS) för Västra Götaland i beaktande. Detta för att förstärka de långsiktiga prioriteringar som RUS:en pekar ut som viktiga – stärka innovationskraften, bygga kompetens, öka inkluderingen och knyta samman Västra Götaland. Agenda 2030 har också legat till grund för strategins framtagande, där har bl.a. hållbarhet stort

fokus genom de globala målen ”Hållbar energi för alla”; ”Hållbar industri, innovationer och infrastruktur”; ”Hållbara städer och samhällen”, ”Hållbar konsumtion och produktion” samt ”Ekosystem och biologisk mångfald”.

Skrivargruppen har även beaktat Länsstyrelsen Västra Götaland omvärldsanalys inför verksamhetsplaneringen 2022 och framåt. Vårt områdes kommunala planer har också tagits i beaktande vid strategiarbetet. De strategiska syften och mål som lyfts fram i vårt arbete kan i vissa fall komplettera och i andra fall förstärka utvecklingsområden som vi ”tagit spjärn emot” i andra utvecklingsplaner och strategier.

Den 11 oktober 2022 fattade Göteborgs kommunstyrelse beslutet om att inte delta i samarbetet med att skapa lokal utveckling tillsammans med Leader Göta älv och Säveån. Det innebär att det geografiska område minskade från 2 424,2 km² till 2 202,9 km² när de norra och östra delarna av Göteborg försvann. Invånarantalet minskade från 135 552 personer till 96 533 vilket också hade påverkan på områdets tilldelade budget. De ändrade förutsättningarna gjorde att utvecklingsstrategin behövde arbetas om och uppdateras med ny statistik och ändrad områdesbeskrivning, det här gjordes under vintern 2022 och strategin skickades återigen in till Jordbruksverket i januari 2023 för att avvakta startbeskedet.

3 Utvecklingsområdet

3.1 Tabell med statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	96 533	
	Storlek i km ²	2 202,9	
	Invånare per km ²	44	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född	13,5 %	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%):	Kvinnor	Män
	<i>0-15 år</i>	10,4	11,1
	<i>16-24 år</i>	4,2	4,9
	<i>25-44 år</i>	12,3	12,5
	<i>45-64 år</i>	12,4	13,3
	<i>65- år</i>	9,5	9,4

3.2 Områdesbeskrivning

Kännetecknande för hela området är att det har tätortsnära landsbygd. Det har en liknande natur, t.ex. många vattensystem och rika kulturbetingade naturmiljöer. Det sammanbindande bandet för landsbygdsområdet är Göta älv och Sävån som löper genom de kulturhistoriskt värdefulla jordbrukslandskapen Götaälvdalen och Sävåns dalgång för att slutligen ha sitt utflöde i havet.

Delar av kulturlandskapen, Vättlefjäll¹, Halle-och Hunneberg² och Risveden³ är Natura 2000-områden respektive naturreservat. Området har i många avseenden gemensam historik, bl.a. industrihistoria, och området har även många gemensamma intressanta miljöer i form av slott, herrgårdar och bruksmiljöer som också stärker den lokala identiteten.

Statens geotekniska institut (SGI) och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) har identifierat 10 riskområden för ras, skred, erosion och översvämning i landet. Göta älv dalen bedöms ha den mest allvarliga riskbilden. Riskerna är kopplade till klimatförändringarna. Utredningen visar att ras, skred, erosion och översvämning kan få mycket allvarliga konsekvenser för människors liv och hälsa, för ekosystem samt för infrastruktur, bebyggelse samt kulturarvet⁴.

Det har skapats och utvecklats en samverkan mellan föreningsliv, kommuner och näringsliv under de senaste två leaderperioderna i områdets norra och sydvästra del (Trollhättan, Vänersborg, Lilla Edet och Ale) samt i området sydöstra del (Alingsås och Lerum). Denna samverkan kan fördjupas och utvecklas, något som bör prioriteras bland annat på grund av att de geografiska gränserna för leaderområdet har förändrats. Ett exempel på ett samverkansprojekt är Lab 190. Det är en plattform för att skapa ett modellområde för hållbar utveckling⁵. Flera olika

offentliga aktörer samverkar för att binda ihop stad och land mellan Hjällbo och Nossebro.

Befolkningsstruktur

Befolkningsmängden i området har ökat med drygt 7 % sedan 2015⁶. Ökningen är högre än riksgenomsnittets dryga 5 %⁷. En av anledningarna till den goda befolkningstillväxten är att det sker en inflyttning till delar av området.

Inflyttningen sker främst i de områden som ligger i anslutning till Göteborg samt i de södra områdena längs den utbyggda dubbelspåriga järnvägen mellan Trollhättan och Göteborg⁸.

Andelen invånare med utländsk bakgrund har ökat från ca 15 % till ca 18 % mellan 2015 och 2020⁹. Det finns dock stora variationer i området, från 8 % till 49 % (år 2020)⁹.

Arbetslöshet

Andelen inskrivna arbetslösa varierade mellan 3,3 % och 18,5 % i området år 2019. Högst andel inskrivna arbetslösa fanns i Lerum Sjövik och Ale centrum¹⁰ medan lägst andel återfanns i Lerum Aspenäs¹⁰. Ungdomsarbetslösheten varierade mellan 3,6 % och 33,3 %¹⁰ i området. Riksgenomsnittet inskrivna arbetslösa var 2019 12 % i Sverige och ungdomsarbetslösheten var ca 17 %.

Näringsliv

Området domineras av små och medelstora företag med inga eller få anställda. Det största antalet finns inom jord- och skogsnäringar samt relaterade verksamheter. Det finns regionala skillnader. I Lilla Edet, Ale, Alingsås och Lerum är koncentrationen av företag störst om man tittar på hela kommunen och inte exkluderar stadskärnan. Där dominerar hantverk, tillverkningsföretag, handel och transport.

Områdets landsbygdsdelar präglas som helhet, med några få undantag, av små jordbruksenheter¹¹. Antalet aktiva lantbrukare, antalet företag och arealen jordbruksmark minskar. En del arealer ligger obrukade och vissa av dem växer igen. Antalet betande djur, i form av nöt och får, har minskat totalt sett i området. Hästverksamheten är dock betydande och det finns både många ridskolor och många uppfödare i området. Många lantbruk har idag en del av sin inkomst från hästnäringen i form av uthyrning av stallplatser, försäljning av foder etc.

Antalet företag i området har legat i det närmaste konstant mellan åren 2014-2020. En viss ökning av antalet ideella föreningar som driver näringsverksamhet kan noteras från 2015 och framåt, liksom att antalet aktieföretag ökar medan övriga företagsformer minskar i motsvarande grad, sannolikt beroende på att kravet på aktiekapitalets storlek vid nyregistrering har sänkts¹².

År 2019 stod Alingsås för 12 % av ansökningarna om designskydd i Västra Götaland, och Ale för 5 %.¹³ Siffrorna tyder på att innovationskraften i område

behöver stärkas. En generell tendens inom innovation i Sverige, är att allt fler patent söks av grupper om fyra eller fler, vilket stärker strategins inriktning mot samverkan. Endast 14 % utgörs av kvinnor.¹³

Infrastruktur

Trollhättans flygplats, E20 och det nya bredare transportstråket mellan Göteborg och Trollhättan med sin fyrfältsväg och dubbelspåriga järnväg ökar möjligheterna att möta efterfrågan av transporter av både människor och gods.

Infrastrukturplanen för Storgöteborg bygger på att huvudvägar som E6, E45, E20 och Rv40 samt järnvägar strålar ut från Göteborgs centrum. Mellan dessa huvudleder bildas ”gröna kilar” med bristfälliga tvärförbindelser mellan ytterområden och kranskommuner.

Regeringens bredbandsmål för år 2020 var att 95 % av alla hushåll och företag skulle ha tillgång till bredband på minst 100 Mbit/s¹⁴. Det målet nåddes bara i en av kommunerna i länet. I Göteborg har 96,5 % av hushållen tillgång till bredband på minst 100 Mbit/s år 2020¹⁵. Skillnaderna på tillgång till bredband är stora i utvecklingsområdet. I Trollhättans kommun har 94,5 % av hushållen tillgång till bredband på minst 100 Mbit/s medan det i Lilla Edet är 67,1 %¹⁵. Övriga kommuner i utvecklingsområdet ligger däremellan¹⁵.

Turism

Naturmiljön präglas av stora skogsområden, med ett flertal vattensystem samt större och mindre sjöar. I norr finns dessutom de två platåbergen Halle- och Hunneberg. Flera områden med särskilt höga natur- och kulturvärden har säkrats i naturreservat och andra typer av naturskydd.

Turismen baseras bland annat på natur- och kulturupplevelser som till exempel vandring, fiske, cykling, bad och museibesök. Flera större vandringsleder går genom området, såsom Gotaleden, Bohusleden, Vildmarksleden och Pilgrimsleden Göta Älv.

Halle- och Hunneberg, Bredfjället, Vättlefjäll, Risveden och Lärjeåns dalgång är några exempel på kända naturområden och naturreservat som lockar besökare. Även vattenvägar och cykelvägar i vackra miljöer är betydelsefulla. Sportfiskare och båtutrustning attraheras till exempel av Göta älv, Anten och Mjörn. I Lilla Edet finns bland annat Sveriges äldsta sluss.

Området innehåller många arkeologiska spår av människor och det finns både stenåldersboplatser, bronsåldersrösen och fornborgar från järnåldern. Det finns även andra kulturhistoriska platser, som till exempel Nääs fabriker, Gräfsnäs slottsruin och slottspark, Thorskogs slott samt Anten-Gräfsnäs smalspårig museijärnväg som är välbesökta turistmål.

Områdets kulturarv synliggörs genom hembygdsföreningar och museer som drivs såväl ideellt som offentligt. Slott, herrgårdar och bevarade bruksmiljöer ligger

naturskönt i området och ger en bild av industrialismens era med de verksamheter som uppstod kring forsar och vattendrag. Speciellt för området är konstrundan ”Konstriket” och ”Insjörikets Mat- och Trädgårdsrunda” som båda startade med hjälp av Leader. Flertalet av genomförda projekt har arbetat med att synliggöra kulturarvet genom att bl.a. skapa gemensam samverkansplattform för bygdegårdar tillsammans med andra turismaktörer.

Föreningsliv

I området finns ett rikt och brett föreningsliv. Den utvecklingsvilja och det lokala engagemang, byggt på delaktighet, som finns i dessa föreningar kommer att vara en viktig dimension i strategin. Under tidigare programperioder har olika typer av föreningar ofta varit initiativtagare, projektägare eller medlemmar i projektens partnerskap. Under pandemin har föreningslivet påverkats på grund av att olika aktiviteter har ställts in. Vad det får för konsekvenser på längre sikt är svårt att säga. I flera föreningar finns en tendens till att färre personer vill engagera sig ideellt och att medelåldern i styrelsen är hög. Här behövs en strukturell förändring för att engagera unga i föreningslivet, annars kan det på längre sikt leda till att föreningar försvinner/dör ut.

Service

Det finns stora skillnader i området. I vissa områden är den lokala servicen väl utbyggd medan den i andra områden minskar. Tendensen är att resurser satsas i de större tätorterna, medan många landsbygdsområden tappar servicefunktioner. Denna utveckling kan bidra till att människor som önskar att bosätta sig på landsbygden inte väljer att göra det, när de inte kan få tillgång till basal service som mataffär, vårdcentral, barnomsorg mm.

Hälsa

Care Need Index (CNI) är ett hjälpmedel som använder socioekonomiska förhållanden för att identifiera risk för ohälsa. SCB tar fram ett anpassat CNI till regioner med flera och det används bland annat som stöd vid beräkning av vårdersättning. CNI bygger på variablerna:

- Ålder över 65 år och ensamstående
- Utlandsfödd (Östeuropa, Asien, Afrika och Sydamerika)
- Arbetslös eller i åtgärd 16–64 år
- Ensamstående förälder med barn 17 år eller yngre
- Person ett år eller äldre som flyttat in i området
- Lågutbildad 25–64 år
- Ålder yngre än fem år

En sammanställning av områdets CNI för 2019, som alltså även blir ett mått på det förväntade vårdbehovet hos befolkningen – visar att folkhälsoläget i stort är gott och att vårdbehovet till övervägande del är lägre än riksgenomsnittet. Det finns dock lokala undantag där vårdbehovet är högre än genomsnittet. En slutsats är att

området som helhet är en attraktiv plats ur folkhälsosynpunkt, men att det kan bli bättre, och att insatser som minskar tendensen till ökande skillnader i folkhälsa inom området bör stödjas.

3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter

Sammanställning och slutsatser av SWOT-analyserna våren 2021.

Området är ett mellanland mellan storstad och landsbygd och detta påverkar demografi, ekonomi, ekologi, arbetsmarknad, kultur mm. Det präglar också såväl behov som utvecklingsmöjligheter. Det finns goda möjligheter för utveckling och förnyelse av de gröna näringarna i området. Upplevelser blir allt viktigare för ekonomin, och i området kan detta kopplas till bland annat besöksnäringen. Området har också stor potential när det gäller att utveckla nya samverkansformer för nya lösningar mellan land och stad. Samtidigt kommer området framöver att få en växande grupp äldre som är friskare och alltmer heterogen än tidigare. Kompetensförsörjningen i området kan förväntas bli god genom närheten till utbildningsutbud och en ökad inflyttning av högutbildad arbetskraft från angränsande städer.

En grund för fortsatt utveckling utifrån denna lägesbeskrivning har lagts under de föregående leaderperioderna. Denna strategi vill fortsätta i samma anda under kommande period och bygga vidare på de positiva insatser, resultat och effekter som hittills uppnåtts.

I de båda föregående leaderområdena har de genomförda projekten i stor utsträckning levt vidare i någon form. Projekten har ofta knutit ihop stad och landsbygd på ett bra sätt och har lyft tätortsnära naturområden genom olika projekt, inte minst genom en satsning på trädgårdar och parker. Flera projekt har också varit kommunöverskridande och gett eko i ett större sammanhang. Vårt att nämna här är projektet med vandringsleden Gotaleden som tillsammans med övriga besöksmål i Västsverige utsågs som ett av 52 trendiga besöksmål att åka till av New York Times under 2020. Även Pilgrimsleden Göta Älv har av Västkuststiftelsen och Turistrådet Västsverige blivit klassad som exportmogen och marknadsförs internationellt. När infrastrukturen längs lederna är på plats har förutsättningar skapats för att utveckla den lokala besöksnäringen kring dessa leder. De genomförda satsningarna på samverkan för aktörer inom exempelvis besöksnäringen är en bra grund för att fortsatt utveckla området framöver.

Näringsliv, infrastruktur

Området ansluter till ett stort upptagningsområde vilket är en styrka när det gäller marknader, demografi och utbildning. Infrastrukturen är god med E6, E20, E45, Rv40, järnvägs- och bussförbindelser, pendeltrafik och närhet till flygplatser.

Befolkningstillväxten i stort är god vilket ger förutsättningar för nyföretagande och innovation. Det finns gott om mark för exploatering och prisläget på lokaler och

mark är generellt sett lägre än i stadsområdena. Näringslivet är aktivt och brett med såväl bruksorter med större företag och andra orter med mycket småföretagande. Det finns också många goda exempel på sammanhållning och samverkan mellan föreningsliv och näringsliv. Överlag upplevs också stöd och kontakter med kommunerna i området som goda. En stärkt samverkan inom vårt geografiska område kan – om den utvecklas väl – göra att det stärks ytterligare mellan dessa sektorer.

Digitaliseringen pågår, men inte i den omfattning som många önskar. En digital utveckling och mognad lokalt kan ses som en stor potential riktad mot såväl närområdets stora städer, som de globala marknaderna.

Men närheten till de stora städerna innebär också utmaningar. Städernas och särskilt Göteborgs dominans gör det ibland svårt att kommunicera och synliggöra vissa områden, varumärken och besöksmål. Vissa delar av området har få ingångsarbeten som inte kräver utbildning/erfarenhet, men man noterar också problem med kompetensbrist och att den kompetens som finns inte matchar behoven. Det finns också orter som upplever ”identitetskris” genom förvandlingsprocessen från bruksort till kranskommun.

Synen på, och möjligheterna till, ett flexibelt och innovativt entreprenörskap behöver förändras. Ett bredare perspektiv på entreprenörskap, olika typer av företagande, till exempel socialt företagande, kooperativ mm. behövs för att inte exkludera någon från möjlighet till näringsverksamhet och försörjning. Olika samhällsutmaningar kräver olika organisationsformer, inte bara traditionellt företagande. Det kan handla om socialt företagande, deltidsföretagande, egenanställning, föreningsdrivna lösningar och mycket mer. Undersökningar visar att vi går alltmer mot ett samhälle där människor är både och – i stället för antingen eller – där man inte längre är arbetslös eller arbetande, utan timanställd, företagare och studerande samtidigt.

Besöksnäring

Även besöksnäringen har gynnsamma förutsättningar med närheten till storstadsområdenas stora marknadspotentialer. Blandningen av sjöar, vattenleder, skog, berg, vandringsleder och naturhistoriskt attraktiva miljöer öppnar för många olika målgrupper. En lång och rik kultur- och industrihistoria bidrar till en stark gemensam identitetskänsla i många delar av området.

Tillgängligheten till besöksmål måste förbättras i vissa delar av området om det ska kunna utvecklas en konkurrenskraftig besöksnäring. Tillgång till gästboenden måste öka på vissa platser, liksom anläggningar som parkeringsplatser, toaletter, cykelvägar, skyltning mm. Det finns en stor möjlighet att vidareutveckla turismen i området.

Avsaknaden av en plan som visar av vem och hur det strategiska arbetet med små och/eller nya besöksmål/turistsatsningar kan drivas, gör att de kompetenser som

finns i området inte alltid hittar varandra. Det ställer stora kunskapskrav på en framtida turistverksamhet och det ger också nya möjligheter till att hitta nya fokusområden. Besöksnäringen kan stärkas genom höjd kompetens hos lokala aktörer. Samarbete mellan olika besöksnäringsaktörer för att knyta ihop dem till större destinationer är en viktig strategisk utmaning.

Av analysen framgår också att det är angeläget att stimulera fortsatta satsningar på nya former av turism av upplevelse-, aktivitets- och kunskapskaraktär där besökaren mer aktivt deltar i tjänsteleveransen. Genom skapandet av specifika program för besökare kan lokala aktörer från landet och staden bättre knytas ihop.

Gröna näringar, stad och land

Landsbygden längs delar av Göta älv, Sävveån och i Alingsås omland är en levande och omväxlande miljö där närheten mellan land och stad ger ovanligt goda möjligheter till naturnära upplevelser och en dynamisk utveckling av gröna näringar på en växande marknad.

Ett strukturellt problem är att en effektiv lokal logistik mellan lokala marknader och landsbygd/närliggande tätorter ofta saknas, vilket försvårar och fördyrar lokal livsmedelsproduktion. Dåliga tvärförbindelser i området bidrar till detta liksom begränsad tillgång till service utanför centralorterna.

Det finns även ett stort kunskapsbehov och anknytning till aktuell forskning, eftersom det ofta handlar om nya tekniker, nya affärsmodeller mm. för att uppnå en långsiktigt hållbar omställning.

De traditionella näringarna på landsbygden avvecklas och antalet betande djur minskar. Det resulterar i minskad biologisk mångfald och minskad attraktivitet. Utifrån internationella erfarenheter av grön stadsutveckling och affärsutveckling kan dessa förhållanden vändas till höginträsanta utvecklingsmöjligheter. Här är innovativt arbete för att utveckla det hållbara brukandet av ekosystemtjänster centralt.

En ökad efterfrågan på genuina upplevelser och ökat intresse för livsmedel och närproducerade produkter gör maten viktig och det tätortsnära läget kan få betydelse då det där finns köpstarka kunder. Detta kräver dock kraftigt utvecklade insatser inom lokal produktion, lokal förädling, klimatsmart logistik och distribution, marknadsföring och positionering gentemot andra regioner med en liknande potential. Samverkan mellan lokala aktörer behöver stärkas och kan ge stora vinster i form av gemensamt erfarenhets- och kunskapsutbyte, nya finansieringsformer mm.

Utvecklingsmöjligheter ligger i att öka och stimulera den lokala livsmedelsproduktionen och skapa samarbeten mellan stad och landsbygd för försäljning av lokalproducerat, utveckla smart logistik och distribution, t.ex. REKO-ringar, andelsjordbruk och liknande nya lokalekonomiska modeller.

Bo och leva

För att uppnå en bra livskvalitet för alla åldersgrupper behöver förutsättningarna för att leva, bo och verka förbättras. Det handlar bland annat om tillgång till olika typer av service, både offentlig och privat, väl fungerande infrastruktur, alternativ i boendet, tillgång till olika former av mötesplatser samt möjligheter till en aktiv fritid och kultur oavsett ålder, kön och intresse. Närhet till natur- och kulturvärden förknippas också ofta med livskvalitet. Genom att lyfta fram det egna kulturarvet och dess historia kan lokalsamhället och identiteten stärkas.

Delar av området lider idag av strukturella svårigheter att ta till vara dessa möjligheter, eftersom de angränsande storstädernas sociokulturella och ekonomiska dominans skapar svårigheter för de stadsnära lokalsamhällena. Kulturarven prioriteras inte, och de lokala ekonomiska och sociala flödena tenderar att styras ut från området och sugas in till storstadsmagneterna.

En god livskvalitet ger stimulans till kreativitet, utvecklingsvilja och egenansvar. Detta är också en av förutsättningarna för att området ska ha en positiv befolkningsutveckling och även möjliggöra en utjämning i åldersstrukturen.

I området finns ett rikt och brett föreningsliv, men den utvecklingsvilja och det lokala engagemang, byggt på delaktighet, som finns i dessa föreningar måste få särskilt stöd i att hitta sin egen profil och roll mellan stad och land.

Att ungdomar flyttar för att skaffa sig en utbildning är positivt, och här är storstädernas rika utbildningsutbud en tillgång för området. Det finns också en tydlig tendens till inflyttning i området, främst i åldersgruppen 30–34 år. Att utveckla och skapa en attraktiv boendemiljö som fångar upp dem som väljer att lämna storstaden, men ändå leva i dess närhet, är viktigt för att långsiktigt behålla de nya familjerna.

Klimatfrågan är bred och kräver förändringar av våra system för boende, transporter samt produktion och konsumtion av varor och tjänster i utvecklingen av en mer klimatsmart ekonomi. Idag är hela området starkt beroende av pendling till storstadsområdena. För att minska CO²-belastningen krävs en rad långsiktiga strukturella förändringar som underlättar för människor att arbeta i eller nära hemmet, och minskar behovet av långa arbetsresor. Innovativ utveckling inom lokal energiproduktion, energiomställning när det gäller bostäder, industri och livsmedelsproduktion är nödvändig för att minska påverkan på klimatet. Produktionen samt omställningen kan komma att bidra till nya jobb och ekonomisk utveckling.

4 Mål, insatsområden och indikatorer

4.1 Vision

”Stadsnära landsbygd i balans och utveckling”

Tillväxten och förtätningen av städerna som omger vårt leaderområde kommer att fortsätta under programperioden. Därför tar visionen sikte på insatser som kan balansera denna utveckling utifrån den omgivande landsbygdens perspektiv, behov och möjligheter. Långsiktiga effekter att eftersträva är att området gynnas av storstadsutvecklingen samtidigt som städerna runt området får tillgång till resurser på ett sätt som gynnar alla parter och aktörer ekonomiskt, ekologiskt, socialt och kulturellt.

4.2 Mål

De workshops som genomfördes resulterade i en behovsanalys som ligger till grund för våra tre mål. I beskrivningen av målen nedan visar vi också på hur kopplingen till övriga strategier och utvecklingsplaner kan bidra till att möjliggöra synergieffekter och stärka delar av dessa planer och strategier.

Mål 1. Stärka området som attraktiv plats

Syftet är att ta tillvara de stora utvecklingsmöjligheter som finns beskrivet i vår SWOT-analys och områdesbeskrivning, för att främja en mer levande och tillgänglig bygd mellan land och stad. Ett exempel på utvecklingsmöjligheter att ta vara på är den ökade inflyttningen av unga familjer till området och en ny ”grön våg” som gör att stadsbor väljer att flytta ut på landsbygden, gärna med lagom pendlingsavstånd. Dessutom finns potential för en stärkt besöksnäring vilket bidrar till en attraktiv plats att bo på. Målet är att skapa ett område som attraherar såväl tillfälliga besökare och turister som permanent boende.

Flödet av människor, varor och tjänster mellan tätorter och landsbygd ska underlättas så att det blir mer balanserat. Det ska bli lättare och mer naturligt för dem som bor i tätorten att besöka området, likaså ska lokala producenter i området lättare kunna nå marknaden i stadsområdena. Att skapa fler och nya typer av lokala mötesplatser för gränsöverskridande och nyskapande möten mellan människor med olika bakgrund kan bidra till målet.

Som nämnts tidigare så är folkhälsotalen varierande i området och skillnaderna har dessutom ökat sedan 2014. För att nå målet att stärka området som attraktiv plats är förbättrad folkhälsa en viktig del, med särskilda insatser i de socioekonomiskt utsatta områdena.



Figur 1: Globala målen 3, 10, 11 Agenda 2030

Mål 2. Skapa ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande

För att företag och goda idéer ska ha möjlighet att utvecklas behövs stimulans och stöttning för entreprenörer och nyföretagare, genom projekt som exempelvis satsar på mötesplatser, utvecklingsnav, Co-working spaces, samarbete och kompetensutveckling samt forskning och innovation (FoI).

Detta är i sin tur en grogrund för nya samarbeten, företag, innovativa produkter och tjänster. Genom att ge ungdomar möjlighet och ansvar att utveckla sina idéer kan deras entreprenöriella tänkande utvecklas och stärkas. Vikten av framtidstro och visioner för en hållbar näringslivsutveckling är också något som lyfts fram i Västra Götalandsregionens utvecklingsstrategi.

Gott om mark för exploatering, generellt billigare lokalhyror jämfört med städerna samt den stadiga befolkningstillväxten lyftes fram som styrkor för området i SWOT-analysen. Det lokala perspektivet är att näringslivet i området är aktivt och brett med så väl större som mindre företag. Samtidigt går det inte att blunda för Göteborgs dominans inom näringslivet och de utmaningar som följer detta faktum. Genom insatser inom ovan nämnda områden kan vi skapa goda förutsättningar för företagande i området och balansera städernas dominans vilket är viktigt för områdets utveckling.



Figur 2: Globala målen 4, 5, 8, 9, 11, 12 Agenda 2030

Mål 3. Gynna en hållbar omställning

En ökning och stimulering av den lokala livsmedelsproduktionen är något som i SWOT-analysen diskuterades fram som en möjlighet. Även om efterfrågan av lokalproducerat har ökat hos både lokalbefolkning och besökare så lyfts logistiken mellan landsbygd och tätorter som en nödvändighet för att få det ekonomiskt hållbart. Att då exempelvis stödja innovativa lösningar för lokal produktion, förädling, klimatsmart när-logistik, marknadsföring, ökad tillgänglighet och konsumtion av varor och tjänster kan vara en viktig väg.

Genom rätt förutsättningar kan nya, innovativa lösningar för miljömässig hållbarhet möta de stora utmaningar inom miljöområdet som vi står inför. Det kan handla om energieffektivisering, satsning på innovationer för förnybar energi,

miljö och klimatsmart byggande. Det kan också handla om initiativ för lokalekonomisk analys för lokal utveckling, sociala ekonomin, cirkulär ekonomi, hållbar affärsutveckling och nya samverkansformer.



Figur 3: Globala målen 7, 9, 11, 12, 13, 15 Agenda 2030

Strategins mål och kopplingar till andra strategier och planer

Målen knyter väl an till Västra Götalandsregionens utvecklingsplan där det övergripande målet är ”Tillsammans gör vi Västra Götaland till ett föredöme för omställning till ett hållbart och konkurrenskraftigt samhälle”. Där definieras delmålen som ”Fossilt oberoende och cirkulärt”, ”Jämnt och öppet” samt ”Robust och sammanhållet”, vilka alla ligger i linje med målen i denna strategi.

Strategins kopplingar till Agenda 2030, de globala målen illustreras med bilder kopplade till våra tre mål.

I medlemskommunernas näringslivsstrategier finns exempelvis uttalade mål att stärka kommunen som en attraktiv plats, samt att tillvarata och attrahera kompetens. Genom att dessa mål även finns med i leaderområdets strategi kan synergieffekter uppnås och problemen angripas från olika håll och av olika aktörer.

De allmänna målen för Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling handlar bland annat om att stödja miljövärd och klimatåtgärder samt att förbättra den socioekonomiska strukturen i landsbygdsområden. Det handlar också om att bidra till begränsning av och anpassning till klimatförändringar, omställning till hållbar energi, skydda den biologiska mångfalden, att stärka ekosystemtjänster samt bevara livsmiljöer och landskap. Ett av de särskilda målen handlar bl.a. om att främja sysselsättning och tillväxt, öka jämställdhet mellan könen, öka den sociala delaktigheten och den lokala utvecklingen på landsbygden, inbegripet bioekonomin och hållbart skogsbruk. Genom våra tre mål kan förutsättningar skapas för att uppfylla dessa mål i den Europeiska Jordbruksfonden för landsbygdsutveckling.

4.3 Insatsområden

Strategin prioriterar fyra insatsområden: Kompetensutveckling, lokal samverkan, kommunikation och företagsutveckling. Samtliga betraktas som väsentliga insatsområden för strategins tre mål. De kan i olika utsträckning bli nödvändiga verktyg för utvecklingen av såväl områdets attraktivitet, näringslivsutveckling och en hållbar omställning. Kunskapsutveckling är strukturellt viktigt, lokal samverkan likaså. Utan offensiva kommunikationsstrategier blir målen svåra att nå. Företagsutveckling måste särskilt kopplas till en hållbar utveckling av olika verksamheter, inte bara rent fysiska och materiella investeringar, utan även ekonomiska satsningar på kommunikation, utbildning, digital infrastruktur.

Kompetensutveckling bidrar till mål 1, 2 och 3

Generellt är kompetens- och kunskapsutveckling ett av strategins viktigaste insatsområden. Det framgår även av SWOT-analysen att det i vissa områden finns brist på kompetens, att kompetensen ibland inte matchar behoven, få ingångsarbeten som inte kräver utbildning samt att kunskapsöverföringen mellan stad och landsbygd är bristfällig. Området har goda möjligheter att dra nytta av det stora utbud av kvalificerad utbildning och forskning som finns såväl inom som utanför universitet och högskolor i de anslutande storstadsområdena. Kompetensutveckling exempelvis inom ekologisk omställning och energiproduktion är några av de viktiga nycklar som behövs för att hänga med i utvecklingen och nå målen inom hållbar omställning. Det är också en förutsättning för att få företag att utvecklas, ge ungdomar ökade möjligheter att komma in i arbetslivet och att uppnå en hållbar näringslivsutveckling. Ska målet – att stärka området som attraktiv plats – uppfyllas behövs kompetensutveckling inom bland annat destinationsutveckling, marknadsföring, digitalisering och sociala frågor.

Lokal samverkan bidrar till mål 1, 2 och 3

Samverkan är en förutsättning för långsiktigt framgångsrik lokal utveckling. En utveckling baserad i lokalsamhället kräver samverkan mellan aktörer i området, kommuner, och/eller angränsande leaderområden. Den bygger på engagemang och medskapande samarbete på lika villkor mellan civilsamhälle, offentlig sektor, näringsliv och/eller FoU samt samverkanslösningar för hållbar omställning – lokalt och regionalt. Förstudier och pilotprojekt är viktiga delar i utvecklingsarbete för att uppnå en strukturell långsiktighet.

När människor med olika kompetenser, erfarenheter och/eller behov möts och arbetar tillsammans mot en gemensam målsättning ökar chansen att lyckas. Risken för stuprörstänk minskar. Administrativa begränsningar som till exempel kommungränser blir inte ett hinder.

Kommunikationsinsatser bidrar till mål 1, 2 och 3

Effektiv och tydlig kommunikation är grunden för all samverkan. Det kan handla om att kommunicera utbudet av tjänster och/eller produkter till potentiella kunder (marknadsföring) men även att kommunicera ett behov till producenter, föreningar,

myndigheter etc. Det är även viktigt att resultat och slutsatser från pilotprojekt, omställningsprojekt m.fl. kommuniceras så att andra kan dra nytta av de erfarenheter projektet har gett.

I SWOT-analysen diskuterades det kring svårigheter att kommunicera och synliggöra vissa områden, varumärken och besöksmål. Samtidigt lyfts närheten till Göteborg – och att det är lätt att få hit besökare – som en styrka. Med effektiv och tydlig kommunikation kan målet att stärka området uppnås, både genom att locka hit fler boende och ett ökat intresse av att besöka området. Samverkan, nätverkande och kommunikation mellan näringsliv, föreningsliv och offentlig sektor är viktiga faktorer för att nå målen kring företagsutveckling och hållbar omställning.

Företagsutveckling bidrar till mål 1, 2 och 3

Långsiktigt syftande investeringar är ett av de viktigaste bidragen till att effektmål nås. I strategin ska insatsområdet företagsutveckling bidra till finansiering av exempelvis utrustning, bygg- och anläggningsprojekt, digitalisering, investeringar i personal, kompetensutveckling, forskningssamarbeten mm. som tydligt kopplar till strategins mål.

Särskild prioritet ska ges de mindre utvecklade delarna av områdets besöksnäring, satsningar inom kultur och fritid, diversifiering av företag i riktning mot hållbar omställning, ökad attraktivitet och innovation, samt service i de områden där lokal service är eftersatt eller saknas.

4.4 Indikatorer och målvärden

Indikatorerna på EU-nivå fokuserar på faktorer som leder till positiv och varaktig förändring. De relaterar till strategins inriktning på effektmål som stödjer områdets geografiska läge mellan land och stad. Kombinationen av nyföretagande, kunskapsutveckling och investeringar i miljöhållbara verksamheter och innovationer behöver styras och samordnas med områdets omgivande storstadsområden. Att mäta antalet "*Miljö- och klimatprojekt*" kommer att ge en bild av hur vi uppfyller våra målvärden som rör miljöhållbarhet och begränsar klimatförändringarna. Indikatorn "*Landsbygdsföretag som får stöd*" kan visa på hur vi når målet att skapa ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande. Genom att använda ortens unika styrkor och möjligheter bidrar aktiva invånare till en hållbar utveckling i området. Det här kan komma att utveckla och förverkliga strategier med utgångspunkt i ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet, genom innovation och med hjälp av digital teknik. Arbetet kommer att utgå från nya initiativ, eller sådana som redan finns, och finansieras av offentliga aktörer, privata aktörer eller både och. Konceptet "smarta landsbygder" syftar till att utveckla kreativa lösningar på lokala utmaningar, genom att använda platsens unika styrkor och möjligheter. Vi mäter dessa insatser genom indikatorn "*Smarta landsbygdsstrategier*".

Även på den nationella nivån ska indikatorerna bidra till att ge ett mått på förändringskraften i områden. Här är förutom näringslivsutveckling även graden av lokal samverkan en viktig faktor för att nå strategins mål. ”Nya mötesplatser” och ”Nya nätverk och samarbeten” indikerar att människor har möjlighet att mötas och, i vissa fall, utveckla nya samarbeten.

”Antal dagsbesökare” indikerar hur väl ett besöksmål lyckas tillgodose sina kunders förväntan vad gäller upplevelse och service. Det visar även hur väl marknadsföringen av området fungerar. Ett ökat antal besökande visar på att området attraherar.

”Nya fritids- och kulturverksamheter” indikerar att utbudet av dessa verksamheter ökar. Det stärker området som attraktiv plats. En aktiv fritid kan också som effekt ge en positiv utveckling av folkhälsan.

Att mäta ”Nya produkter” och ”Nya tjänster” kan ge en indikation på hur vi skapar ett gott klimat för entreprenörskap och företagande i området, men de kan också visa hur vi gynnar en hållbar omställning.

På den lokala nivån är indikatorerna mer specifika, och även här ska de på olika sätt bidra till att ge en bild av effekterna av strategins tre mål. Att mäta deltagandet uppdelat på ålder och kön ger möjlighet till att utvärdera hur arbetet strävar gentemot jämställdhet som är av de tre övergripande principerna. I många fall samspelar och kompletterar indikatorerna varandra. Sammantaget ska de bidra till att ge en så tydlig bild som möjligt av hur strategin bidrar till att utveckla området.

Indikatorerna ”Nya besöksmål”, ”Restaurerade natur- och kulturmiljöer”, ”Nya eller restaurerade leder”, ”Bevarande fritids- och kulturaktivitet” och ”Nya föreningar” visar på att aktiviteter har genomförts i syfte att stärka området som attraktiv plats för boende och/eller besökande. För att kunna starta upp, driva och vidareutveckla olika verksamheter/aktiviteter kan invånare och de som verkar i bygden till exempel behöva kompetensutveckla, samverka, marknadsföra och även i vissa fall genomföra investeringar.

I ett attraktivt område känner sig invånare och verksamma delaktiga i att på olika sätt utveckla sin bygd. Indikatorn ”Antal företag som får stöd” visar på näringslivets delaktighet.

Ungdomar och unga vuxna har en viktig roll i arbetet att stärka området som attraktiv plats. Området ska vara en attraktiv plats för ungdomar och unga vuxna att bo och verka i, men det ska även attrahera besökande i detta åldersspann. För att lyckas här så måste ungdomar och unga vuxna vara delaktiga på olika sätt. Det kan till exempel vara som deltagare i olika projekt och aktiviteter men även som projektledare. Indikatorerna ”Deltagare kvinnor under 25”, ”Deltagare män under 25” samt ”Projekt som drivs av unga” visar på de ungas delaktighet.

För att stärka området som en attraktiv plats så behöver människor mötas i ”nya” konstellationer. Här kommer indikatorn *”Nya nätverk och samarbeten”* kunna peka på att dessa konstellationer uppstår. Indikatorn kan också användas för att visa hur företag och goda idéer kan utvecklas när civilsamhället, offentliga sektorn, näringslivet och/eller FoU samverkar. Indikatorn *”Företag som får stöd”* kommer ytterligare att visa hur man lyckas stimulera kreativitet, entreprenörskap och företagande. Ungdomar och unga vuxna är också här en viktig grupp och vi kommer att mäta *”Deltagare kvinnor under 25”*, *”Deltagare män under 25”* för att visa på gruppens deltagande och engagemang.

I processen när en ny produkt eller tjänst utvecklas görs (ofta) en affärsplan. Indikatorn *”Framtagna affärsplaner”* kommer att visa på hur många initiativ som har tagits för att utveckla potentiella nya varor och tjänster. Indikatorn *”Diversifierade företag”* kommer att visa hur många företag som faktiskt, med hjälp av Leader, har diversifierat sin produktion.

Genom rätt förutsättningar kan nya, innovativa lösningar för miljömässig hållbarhet möta de stora utmaningarna inom klimat- och miljöområdet som vi står inför. Även här måste människor mötas i nya konstellationer. Indikatorn *”Nya nätverk och samarbeten”* kommer att visa på att dessa konstellationer bildas. *”Nya lösningar på miljö- och klimatproblem”* i form av hållbara lokala energi-, mobilitets-, V/A-, avfalls- eller produktionslösningar kommer att behöva utvecklas och testas.

EU:s resultatindikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
1. Stärka området som attraktiv plats	Lokal samverkan	R.40	Smarta landsbygdsstrategier	Antal framtagna strategier för smarta landsbygder.	1
2. Skapa ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande	Kompetensutveckling Lokal samverkan Företagsutveckling	R.39	Landsbyggsföretag som får stöd	Antal företag på landsbygden som söker stöd för att utveckla sin verksamhet. Detta inkluderar alla landsbyggsföretag så länge inte utvecklingen de genomför i projektet eller investeringen rör primärproduktion. Däremot kan företag räknas med som förädlar råvaror.	20
3. Gynna en hållbar omställning	Kompetensutveckling Lokal samverkan Företagsutveckling	R.27	Miljö- och klimatprojekt	Antal projekt som bidrar till mål rörande miljöhållbarhet samt begränsning av och anpassning till klimatförändringar i landsbygdsområden.	7

Nationella indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetens-utveckling Lokal samverkan Kommunikationsinsatser Företagsutveckling	N.05	Nya mötesplatser	Antalet mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. En mötesplats kan vara fysisk i form av en ny eller återställd lokal där olika verksamheter kan äga rum. Till exempel hembygdsgårdar eller övriga samlingslokaler. En mötesplats kan också vara ett digitalt forum om det är begränsat till en tydligt avgränsad målgrupp och det finns sätt att interagera. Till exempel en facebook-grupp. Hemsidor eller bloggar räknas inte.	45
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetens-utveckling Lokal samverkan Kommunikationsinsatser	N.06	Nya fritids- och kulturverksamheter	Antalet fritids- och kulturverksamheter som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. Till exempel kan detta inkludera ungdomsverksamheter, teatergrupper, idrottsföreningar och språkcaféer. Endast antalet olika verksamheter ska räknas. Man ska inte räkna in antalet träffar som de haft eller antalet deltagare som medverkat.	30

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
	Företagsutveckling				
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	N.07	Nya nätverk och samarbeten	Antalet nya och bestående nätverk eller samarbeten som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. För att räknas som nytt ska nätverket eller samarbetet inte ha funnits innan projektets mobilisering och uppstart för det syfte som det nu har. Det behöver ingå minst två aktörer för att räknas som ett nytt nätverk eller samarbete. Endast antalet nätverk ska ingå, inte antalet aktörer i de nätverken	55
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p>	N.08	Nya dagsbesökare	Antalet nya dagsbesökare per år som projektet beräknas ha skapat. Dagsbesökare är besökare som inte övernattar på platsen för besöket. Här handlar det om en uppskattning per år så det gör inget om projektet hinner ta slut innan man har uppmätt ett år med besökarantal. Men det underlättar uppskattningen om man har hunnit mäta besökare under en period.	3 360

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
	Företagsutveckling				
<p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	N.03	Nya produkter	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är produkten/erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för den enskilda organisationen?</p> <p>En fysisk produkt är en vara som man kan köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler.</p> <p>En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.</p>	10
2. Ett gott klimat för kreativitet,	Kompetensutveckling	N.04	Nya tjänster	Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är	15

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>			<p>tjänsten/erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för den enskilda organisationen?</p> <p>En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guidade turer och upplevelser samt teaterföreläsningar.</p> <p>En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och anpassa vid varje försäljning. Till exempel sociala media tjänster, webbdesign eller liknande. Hit räknas även olika streamingtjänster då kunden inte äger materialet utan endast har tillfällig tillgång genom någon form av prenumeration på säljarens villkor.</p>	

Lokala indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	L.01	Deltagare, kvinnor under 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	50
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet,</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p>	L.02	Deltagare, kvinnor över 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	270

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>				
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	L.03	Deltagare, män under 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	50

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	L.04	Deltagare, män över 25 år	En deltagare är en person som medverkar aktivt i projektet och får någon form av utbildning, kompetensutveckling eller liknande.	270
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p> <p>2. Ett gott klimat för kreativitet,</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p>	L.07	Utbildningstillfällen	Antal tillfällen som en utbildning hålls för deltagare. Det kan till exempel vara så att samma utbildning erbjuds vid flera tillfällen till olika grupper av personer, eller att samma grupp av deltagare ses vid flera tillfällen. I båda fallen är det en utbildning som innehåller flera utbildningstillfällen.	300

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	Företagsutveckling				
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikation satsar</p> <p>Företagsutveckling</p>	L.12	Projekt som drivs av unga.	Detta innebär att projektledaren/ledarna är personer under 25 år.	30
<p>1. Stärka området som attraktiv plats</p>	Kompetensutveckling	L.13	Bevarade fritids- och kulturverksamheter	Antal fritids- eller kulturverksamheter som har vidareutvecklats och/eller hade upphört om inte projektet genomförts. Det är alltså inte antalet	40

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
	Lokal samverkan Kommunikation satsar			tillfällen som aktiviteterna genomförs eller antalet deltagare de har som ska räknas här.	
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetens-utveckling Lokal samverkan Kommunikationsinsatser	L.15	Nya föreningar	Antal nya föreningar som tillkommit genom projektet som planeras fortsätta existera efter projektets slut.	3
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetens-utveckling	L.46	Restaurerade natur- och kulturmiljöer	Antal platser som genom projektet har återskapat och/eller bibehållit natur- och kulturvärden.	4

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
	Lokal samverkan Kommunikationsinsatser Företagsutveckling				
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetensutveckling Lokal samverkan Kommunikationsinsatser	L.47	Nya eller restaurerade leder	Ny eller restaurerad sträcka med synliggjorda och tillgängliga vandrings-, cykel-, rid- eller skoterleder.	7
1. Stärka området som attraktiv plats	Kompetensutveckling Lokal samverkan	L.50	Nya besöksmål	En fysisk plats som erbjuder en eller flera besöksanledningar och som tillkommit genom projektet.	8

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
	Kommunikationsinsatser Företagsutveckling				
2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande	Företagsutveckling	L.19	Diversifierade företag	Antal företag som under projektets gång lagt till nya delar i sina företag för att diversifiera sin verksamhet.	20
2. Ett gott klimat för kreativitet, entreprenörskap och företagande	Företagsutveckling	L.20	Framtagna affärsplaner	Antal färdigställda affärsplaner som tagits fram under projektets gång. En affärsplan är en beskrivning av hur en affärsidé kan översättas i ett antal affärs mål, en bedömning av genomförbarheten och en plan för att uppnå målen.	2
2. Ett gott klimat för kreativitet,	Kompetensutveckling	L.22	Företag som får stöd	Antal företag som fått stöd genom projektet. Detta kan vara till exempel icke-ekonomiskt stöd genom rådgivning och utbildning.	50

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
<p>entreprenörskap och företagande</p> <p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>				
<p>3. Gynna en hållbar omställning</p>	<p>Kompetensutveckling</p> <p>Lokal samverkan</p> <p>Kommunikationsinsatser</p> <p>Företagsutveckling</p>	L.38	Nya lösningar på miljö-, klimatproblem	En lösning på miljö- och klimatproblem kan till exempel vara att mobilisera eller skapa metoder för energieffektivisering, vatten- och avloppshantering, avfallshantering eller andra produktionsprocesser.	8

5 Genomförande

5.1 Kommunikation

Leaderföreningen och kansliet arbetar för att ha en aktiv och utvecklande roll i området, där kommunikationen är en avgörande del. För att få till en långsiktig och hållbar lokal utveckling i leaderområdet krävs arbete med att stärka förtroende och tillit och visa på fördelarna med samverkan på lokal nivå. Syftet med kommunikationsinsatserna är att:

- sprida information om verksamheten – Leadermetoden och utvecklingsstrategins syfte och mål görs tillgänglig för att lyfta effekterna av Leaders miljö- och samhällsnytta. Att belysa EU:s roll för den lokala utvecklingen är också en viktig del.
- informera om möjligheten att söka projektstöd till aktörer i området.
- informera samarbetspartners, finansiärer och ”Leaderambassadörer” om vilka projekt som genomförs, resultat av dessa och om särskilda teman/insatser behöver extra insatser.
- lyfta goda exempel för att inspirera aktörer i området, visa på vilka alternativ som finns för finansiering och genomförande av lokala utvecklingsprojekt.
- stärka känslan av tillhörighet i området.

Våra målgrupper är:

- stödsökande
- leaderambassadörer/vidareinformatörer
- samarbetspartners
- allmänhet

Hur når vi våra målgrupper?

- genom att använda existerande nätverk kan en stor del av målgrupperna nås.
- genom kontakter med lokal media sprida kännedom om resultat från genomförda projekt och därigenom visa på goda exempel.
- via föreningens styrelse och partnerskapet kommunicera ut vilka projekt som har blivit godkända, vad Leadermetoden har åstadkommit och när nya utlysningar sker mm. LAG har fortlöpande kontakt med kansliet och får uppdaterad information. LAG har också möjlighet att förmedla kontakter för potentiella projektägare.
- genom lämpliga kanaler, t.ex. sociala medier, hemsidor och kommunernas ordinarie informationskanaler sprida information om utlysningar, pågående projekt och annat som kan vara av intresse. Lämplig kanal styrs av vilken målgrupp som är mottagare för informationsinsatsen.

Kommunikationsinsatser

Under uppstartsprocessen ska en bred spridning ske för att informera om att Leader finns, vad metoden och målen innebär. En lättillgänglig publik version av strategin ska tas fram, i digitalt format och som fysisk trycksak. Den digitala versionen kommer att finnas tillgänglig på föreningens hemsida.

Informationsmöten med blivande ambassadörer som till exempel lokala utvecklingsgrupper, föreningar, företagsnätverk, kommunikatörer i kommuner, projektledare från tidigare projekt, näringslivsutvecklare, fritids- och kulturutvecklare ska genomföras.

Under genomförandet ska kommunikation ske med tänkbara projektägare och huvudmålgrupper. En flexibilitet är nödvändig för att uppnå målen i strategin.

Under slutfasen läggs fokus på att kommunicera de resultat som har uppnåtts inom programmet samt vilka långvariga effekter som arbetet kan ha gett.

Utvärderingar, besöksstatistik i digitala kanaler, pressbevakning, digitala enkäter till stödsökare och projekt samt muntliga uppföljningar är viktiga verktyg i uppföljningen av verksamheten.

5.2 Urvalsprocess

Leaderföreningen har en öppen och icke-diskriminerande urvalsprocess för att prioritera projekt.

Urvalsförfarandet är utformat för att möjliggöra urval av de projekt som kan bidra till att uppfylla målen för strategin. Leaderföreningen prioriterar projekten med hjälp av lokalt utformade urvalskriterier. Ingen enskild sektor; privat, ideell eller offentlig har mer än 49 % av rösterna. Efter prioritering fastställer leaderföreningen stödbeloppet. Jordbruksverket gör slutkontroll av stödberättigande och fattar beslutet som skickas ut till sökande.

5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer

Utöver kommunerna finns det få aktörer i området som driver eller har inflytande i de lokala utvecklingsfrågorna. Företagarföreningar och andra lokala intresseföreningar arbetar mestadels med mycket avgränsade verksamheter och frågor, såväl vad gäller geografi som inriktning. I gengäld är engagemanget desto större på regional nivå, med en rad regionala utvecklingsorgan, samarbeten och nätverk. Även på nationell- och EU-nivå finns flera aktörer som på olika sätt kan bidra i den lokala utvecklingen genom kunskapsspridning, samordning och finansiering.

Strategin har samordnats med Västra Götalandsregionen utvecklingsstrategi (RUS) och de kommunala översiktsplanerna. Behovet av nya former för lokal samverkan mellan civilsamhälle, offentlig sektor och näringsliv är i dessa dokument ett

återkommande tema, liksom samverkan kring klimatutmaningarna och främjandet av ett innovativt näringsliv.

Det är viktigt att i ett tidigt skede involvera aktuella aktörer, till exempel Västra Götalandsregionen, Länsstyrelsen, Västkuststiftelsen, Turistrådet Västsverige m.fl., för att kunna undersöka gemensamma lösningar så att framgångsrika projekt ska kunna fortsätta, för att projekten ska få större genomslagskraft och för att främja synergier istället för parallella satsningar. Tillsammans med dessa aktörer kan, när behov finns, förslag tas fram om hur leaderprojekt t.ex. kan ”skalas upp” med hjälp av regionala utvecklingsmedel eller tas vidare inom andra EU-program.

Lokalt kommer strategin fortlöpande att stämmas av med kommunerna i området. Kommunrepresentanter sitter med i LAG och dess styrelse och kommunerna inbjuds till LAG:s årsmöten. Information om programperiodens insatser och resultat ska också lämnas fortlöpande till kommunerna.

Strategins olika delar kommer att lyftas för olika typer av samarbeten beroende på hur behovet ser ut. Samordning kommer att ske med exempelvis Västra Götalandsregionen, Turistrådet Västsverige, berörda kommunalförbund, och Länsstyrelsen. ELARD / LUS – Lokal Utveckling Sverige – blir områdets forum för att prata med en röst gentemot Jordbruksverket, och andra statliga organ.

Det västsvenska nätverket av leaderområden – Leader Västra Götaland – har redan under framtagningen av strategin utvecklats till ett viktigt samarbetsforum som kommer att få fortsatt betydelse som nätverk för informations-, erfarenhets- och kunskapsutbyte. Här kan även samarbeten kring vissa administrativa tjänster komma att utvecklas.

För att bibehålla och utveckla ett starkt samarbete med föreningsliv och näringsliv lokalt blir företagareföreningar, Coompanion Fyrbodal, studieförbund, RF-SISU och Hela Sverige Ska Leva viktiga samverkanspartner.

Hushållningssällskapet, LRF, livsmedelsföretag, universitet, högskolor och RISE samt Landsbygdsnätverket kan bli viktiga kunskapsparter både för LAG och för enskilda projekt. Leaderkontoret får då en viktig roll som utvecklingskontor som kan ge information och kontakter till allmänheten och projektsökanden.

5.4 Effekter

Att mäta effekter, dvs långsiktiga resultat och strukturella förändringar som uppstår av genomförda leaderprojekt kan vara svårt, någonting som tidigare programperioder visat på. Exempelvis har de långsiktiga resultat som uppstått efter projektavslut inte kunnat räknas med som resultat av projektet. Diskussioner om det här, bl.a. inom leaderområdena och tillsammans med Jordbruksverket har bidragit till att frågan har kommit upp på agendan. I programperioden 2023-2027 kommer det att vara mer prioriterat än tidigare att kunna påvisa effekter av Leadermetoden. Under programperioden 2014-2020 har flera leaderområden

deltagit i projekt där man specifikt tittat på effekter och mervärden som skapas genom Leader. Resultaten av dessa rapporter kommer att ligga till grund för hur vi strategiskt kan inkludera effekter och mervärden vid projektbeslut, projektgenomförande och uppföljning vid och efter projektavslut.

Föreningen Effektfullt har en ledande roll i arbetet med att ta fram en standard för effektmätning och dess medlemmar kommer från offentlig, ideell, privat sektor samt akademien. Genom att inneha ett medlemskap i föreningen får man ta del av rådgivning och utbildningsinsatser ”för att bli ännu vassare i att mäta och visa effekt!”¹⁷

För att komma åt de strukturella förändringar som långsiktigt bidrar till en positiv utveckling av området, krävs personliga möten och kontakter, kommunikation och samarbeten på lokal och regional nivå. De angränsande leaderområdena och i synnerhet de intilliggande storstäderna ska bjudas in till regelbundna avstämningar kring de strukturella utvecklingsfrågorna i området. Samarbetsorgan som kommunalförbunden, Turistrådet Västsverige, Länsstyrelsen i Västra Götaland samt Västra Götalandsregionen ska kontaktas och det aktiva samarbetet utvecklas vidare. Att utbilda projektägare, LAG-styrelsen och andra aktuella aktörer i effekter och mervärden är också någonting som kommer att göras löpande under programperioden.

5.5 Hur främjar strategin innovation?

Strategin ger hög prioritet åt lokala investeringar i kombination med kunskapsutveckling som kan bidra till klimatsmart utveckling och ökad social och ekonomisk hållbarhet på lokal nivå. Det sker främst genom strategins urvalskriterier. Bland annat så visar statistik från Patent- och registreringsverket att Göteborgs kommun står för hela 42 % av Västra Götalandsregionens designansökningar, i kranskommunerna är denna siffra avsevärt lägre.¹⁶ Strategin ska främja nyttjandet av den kunskapsallokering som finns i nära anslutning till vårt område genom de utbildnings- och forskningsresurser som finns bland annat i Göteborg, Trollhättan, Vänersborg, Skara och Borås. Det kan ske genom informationsinsatser och projektsamarbeten, forskningssamarbeten i anslutning till start av nya verksamheter och samarbeten med innovationskluster i Göteborg, Trollhättan etc., för framtagning och utveckling av innovationer inom miljöområdet, energi, livsmedelsproduktion, distribution, transporter, marknadsföring och infrastruktur.

Områdets produktion av varor och tjänster kan utvecklas innovativt med kopplingar till storstadsområdenas behov i form av smarta handelssystem, närlogistik, icke fossilbaserade lokala transporter etc. Allt detta är områden där det redan pågår intensiv forskning och utveckling vid Göteborgs Universitet, Chalmers Tekniska Högskola, Högskolan i Väst, Innovatum, Research Institute of Sweden, Sveriges Landsbruksuniversitet etc. Alla dessa aktörer finns nära området och

några har redan forskningsprojekt, testbäddar etc. igång i området. Genom lokal samverkan kan dessa resurser och samarbeten skalas upp.

Innovationer för att främja byggande och attraktiva boendemiljöer kan utvecklas inom nya arbetssätt och organisationsformer som byggemenskaper, kooperativa företag och alternativa finansieringsformer för byggande genom crowd-funding, Eko-banken, Mikrofonden Väst.

Resurser som finns för rådgivning kring innovation och affärsutveckling ska främjas och tillgängliggöras. Strategins betoning på gränsöverskridande möten i den lokala kontexten är också en viktig faktor för att stimulera innovativa miljöer, liksom innovativa företagsformer, samarbeten och möten, vilket visat sig vara en viktig faktor i innovationsprocessen.

5.6 Övergripande principer

Övergripande principer

De tre övergripande principerna hållbar utveckling, likabehandling och icke-diskriminering samt jämställdhet mellan kvinnor och män ska genomsyra arbetet med strategin och vara närvarande i framtagande, genomförande och utvärderingsfas.

Inkludering

Forskning har visat på att en maskulinitetsnorm råder på landsbygden och en av frågorna som LAG måste ta sig an i arbetet med genomförandet är hur man kan kommunicera för att bredda bilden av någon som bor och verkar på landsbygden, exempelvis genom att fundera på vilka som syns på de bilder som används och att reflektera över vilka kanaler och formuleringar som används vid kommunikationsinsatser. Vi behöver också fundera på vad ledord som ”tillsammans” innebär och hur vi kan samlas och arbetar kring det. Det är också viktigt hur styrelsens och kansliets representation ser ut och hur deras kunskaper är i frågor om inkludering, det är viktigt att ta hänsyn till dessa frågor vid rekryteringstillfällen till både styrelse och kansli.

Vid framtagandet av strategin utsågs en skrivargrupp och en ”referens-/förankringsgrupp”. Skrivargruppen utsågs med tanke på bredden av erfarenheter från nuvarande och tidigare arbeten, bland annat inom privat, ideell och offentlig sektor och den geografiska spridningen med representation av alla deltagande kommuner i det nya leaderområdet. Skrivargruppen har också bred kompetens från arbete med landsbygdsutveckling, näringslivs- och företagsutveckling, turismfrågor, inom sociala frågor och sysselsättning. De tre övergripande principerna har också ingått i skrivargruppens kompetens och inför strategiarbetet gjordes en genomgång av hur principerna inkluderats på de olika nivåerna, från de globala målen för Agenda 2030 ner till Västra Götalandsregionens utvecklingsplan och medlemskommunernas översiktsplaner och strategier. En djupdykning i de

övergripande principerna gav riktlinjer för det fortsatta arbetet och skrivargruppen fick något att ”ta spjärn mot” vid framtagandet av utvecklingsstrategin.

Det genomfördes fyra workshoppar där inbjudningar gick ut via sociala medier, hemsida och de upparbetade nätverk som finns inom styrelsen och leaderkontoret, bl. a. tidigare och nuvarande projektägare, föreningar, företag och offentliga institutioner. Styrelsen har representation från de tre sektorerna och bidrog med olika erfarenheter, variation i åldrar och geografisk spridning då området har skiftande förutsättningar med allt från storstadsnära landsbygd – genom närheten till större städer och tätorter som Göteborg, Trollhättan, Vänersborg, Lerum och Alingsås – till mer utpräglade landsbygdsområden däremellan. Styrelsen medlemmar uppmanades att aktivt sprida inbjudan i sina nätverk vilket bidrog till en bred spridning och förankring.

Under den framtagande fasen och i förankringsprocessen lades stor tankeverksamhet på hur man underlättar för så många människor som möjligt att göra sina röster hörda i de workshoppar som skulle genomföras, givet förutsättningarna med rådande pandemirestriktioner och digitala workshoppar som upplevdes som en försvårande omständighet. Det kan bland annat vara svårt att skapa den tillit och trygghet som krävs för att människor ska kunna uttrycka sina åsikter och vara frispråkiga inför främlingar då man sitter framför en skärm. Det fysiska mötet är här svårt att ersätta och vi arbetade aktivt för att få alla som deltog att känna sig inkluderade i samtalen som blev. Ett av målen med workshopparna var den SWOT-analys som skulle ligga till grund för strategins riktning och varje del av analysen genomfördes i mindre diskussionsrum för en gemensam sammanfattning efteråt. Mindre grupper brukar bidra till att deltagandet i den här typen av aktiviteter ökar.

Det faktum att mötet var digitalt kan ha bidragit till att områdets digitalt ”omogna” invånare uteslöts, något som är svårt att komma till rätta med och för att kringgå detta hinder bifogades tydliga manualer till mötesverktyget med inbjudan och möteslänk. Den som ansåg sig ha större behov av hjälp kunde också inför mötet få ytterligare support. En annan effekt av att ha digitala workshoppar kan å andra sidan ha underlättat deltagandet avsevärt då man inte har behövt transportera sig någonstans för att delta. Strävan efter att ha relativt korta workshoppar på två timmar, förlagda mellan kl. 16-18, kan ha ökat möjligheten till deltagande. Att eliminera resorna bidrog också till minskade koldioxidutsläpp vilket varit positivt ur miljösynpunkt.

Det framarbetade utkastet på strategin gick ut på en inspels- och synpunktsrunda sommaren 2021, innan strategin skulle skickas till Jordbruksverket. Här kunde den som önskade lämna feedback på resultatet då utkastet fanns tillgängligt för allmänheten att ta del av på hemsida och sociala medier. Utskicket gick också ut till bland andra bygdegårdsföreningar, näringsliv, besöksnäringens aktörer och näringslivsutvecklare, Hela Sverige ska leva, regionen, aktörer inom

integrationsprojekt, idrottsföreningar, scouterna – flertalet av aktörerna som specifikt hade deltagit i workshoparna.

Likabehandling och icke-diskriminering

Målet i strategin är att lika rättigheter, skyldigheter och möjligheter ska gälla för alla i området oavsett kön, könsidentitet eller -uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning och ålder. Arbetet med att genomföra strategin utifrån målet om likabehandling och icke-diskriminering ska genomsyra både kansliets arbete och LAG-styrelsens beslutsfattande. Den övergripande principen finner stöd inom EU samt svensk lagstiftning genom diskrimineringslagen.

Alla individer ska bemötas och behandlas likvärdigt. Kansliet har en viktig roll i att stötta potentiella projektägare. Genom att ta fram checklistor och stödjande dokument ska kansliet kunna vägleda potentiella projektägare att ta hänsyn till hur olika personers och gruppers villkor i området påverkas vid utformningen av projekt. Kansliet och LAG-styrelsen kommer att få utbildning inom detta område för att kunna stödja och vägleda sökanden och projektägare i planering och genomförande av sitt projekt. Uppföljning kommer att göras löpande under programperioden för att kunna justera och förändra arbetssätt där vi ser att behovet finns. Vid avslut av programperioden och dess slutrapportering kommer statistik och resultat att inhämtas för att dra slutsatser inför framtida arbete.

Jämställdhet mellan kvinnor och män

Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter. Kvinnor och män i vårt leaderområde ska ha samma makt att kunna påverka och forma samhället och sina egna liv. De ska ha möjlighet att söka och delta i projekt och aktiviteter på lika villkor. Att se människors olikheter som en tillgång, kan fungera som ett verktyg som effektiviserar arbetet för en hållbar tillväxt. Uppföljning av statistik på könsfördelning utifrån vilka som söker projektstöd, vilka som genomför projekt och hur deltagandet i projekten ser ut, kommer att genomföras löpande. Detta för att kunna göra extra insatser där det behövs för att öka jämställdheten. Också inom fältet jämställdhet mellan kvinnor och män kommer statistik och resultat att inhämtas vid avslutandet av programperioden för att dra slutsatser inför framtida arbete.

Hållbar utveckling

Målet för en hållbar utveckling är att tillgodose behoven hos nuvarande generationer utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillgodose sina behov. Målet är övergripande inom EU men också globalt genom FN. En hållbar utveckling bygger på tre dimensioner: det sociala, miljön och ekonomin. Den innefattar en god social sammanhållning där grundläggande mänskliga rättigheter uppfylls, att naturresurserna brukas utan att förbrukas och att motverka fattigdom utan att påverka social eller ekologisk hållbarhet negativt. I den framtagande fasen har möten i stor utsträckning skett digitalt, enligt beskrivningen

ovan, vilket har varit positivt för miljön. Att utvecklingsstrategin genomsyras av hållbar utveckling framgår i strategins vision, mål och insatsområden.

Våra indikatorer som valts ut för att säkerställa genomförandet av strategin är till hjälp för att mäta, kontrollera och styra arbetet gentemot dessa övergripande principer. LAG-styrelsen och kansliet kommer att få utbildning som kommer att ske återkommande under programperioden. Detta för att kunskapsnivån ska hållas på en god nivå, att nya ledamöter och ny personal också får tillräcklig kunskap som bidrar till att projektansökningarna genomsyras av principerna. Utvärdering och analys av programperioden kommer att ske vid uppföljningen av strategins effekter för att dra slutsatser som kan komma ligga till grund för framtida arbete med hållbar utveckling i området.

6 Organisation

6.1 Partnerskapet och föreningen

Vi särskiljer här på partnerskapet som ligger bakom framtagandet av strategin och det partnerskap som kommer att få i uppdrag att genomföra strategin under programperioden. Det är inte en självklarhet att det är exakt samma aktörer som ingår i dessa grupper. Flera av de som deltagit i strategiprocessen ser vi som naturliga medlemmar i själva föreningen men kanske inte företrädevis ingår i ett mer formerat partnerskap som har huvudansvaret att genomföra strategin i området.

Leader Göta älv och Sävån är en sammanslagning av Leader Längs Göta Älv och två kommuner från Göteborgs Insjörike. Området inkluderar kommunerna Vänersborg, Trollhättan, Lilla Edet, Ale, Alingsås och Lerum. Utöver kommunerna kommer föreningen att bestå av representanter från privat och ideell sektor.

Leaderföreningen kommer att drivas som en ideell förening och medlemmarna i föreningen utgör den lokala aktionsgruppen (LAG). Det är av stor vikt att medlemmarna har god förankring i området samt är boende och verksamma i hela det geografiska området. Föreningens medlemmar kommer att bjudas in till årsmöte en gång per år samt kommer att ha möjlighet att sitta med i LAG:s styrelse.

Vår skrivargrupp har haft representation från offentlig, privat och ideell sektor samt kanslipersonal. Flera av dessa har tidigare erfarenhet av att skriva utvecklingsstrategi för ett leaderområde, gruppmedlemmarna har en geografisk spridning och representeras både av forna Leader Längs Göta Älv och Göteborgs Insjörike.

Samtliga kommuner har tillsammans med ideell och privat sektor haft inblick i strategiarbetet. Antingen genom en aktiv roll i skrivargruppen, som representant i

referensgruppen eller haft möjlighet att lämna synpunkter då utkast till strategin var ute på inspels- och synpunktsrunda. Andra organisationer som varit delaktiga i strategins framtagande och som ställer sig bakom den är Coompanion Fyrbodal, Västkuststiftelsen, Hela Sverige ska leva, RF-SISU Västra Götaland och Västra Götalandsregionen. Arbetet med att uppfylla målen i strategin ska även förankras med bland andra Turistrådet Västsverige, lokala turistorganisationer, Länsstyrelsen Västra Götaland, lokala företagarföreningar, samhällsföreningar, hembygdsföreningar med flera.

6.2 Föreningens styrelse

Leadermetodens principer ska vara ledande i LAG-styrelsens arbete och utgångspunkt för verksamheten. Den lokala strategin har tagits fram för att möta områdets utmaningar och stödja de utvecklingsmöjligheter som framkommit i SWOT-analysen. Arbetet kommer att utgå från ett underifrånperspektiv, de lokala initiativ som uppstår tas tillvara och de som beslutar om insatserna är lokala representanter som känner området bäst. Denna lokala aktionsgrupp "LAG" är de som implementerar strategin och utgör partnerskapet som skapats utifrån de representerade sektorerna tillsammans med andra intressenter och aktörer i området. Leadermetoden syftar till att främja innovationer för att exempelvis hitta nya tänkesätt och lösningar på de samhällsutmaningar vi står inför. Genom att främja Leadermetodens integrerande insatser på det ekonomiska, sociala, kulturella och miljömässiga planet kan detta bidra till lösningar som skapar en större helhet kring innovationer. Nätverk och samarbete är ledorden som kan borga för förändring och positiv inverkan på samhällets utveckling och dessa ska genomsyra arbetet inom och mellan projekt, mellan olika aktörer eller områden lokalt, regionalt, nationellt och transnationellt.

LAG-styrelsens utformning

Styrelsens ledamöter kommer att bestå av representanter för privat, ideell och offentlig sektor från leaderområdet. Genom att ledamöterna utses utifrån de lokala förutsättningar som finns i området så säkerställer det att den lokala förankringen finns med vid prioritering av projektidéer. En styrelse med bred kompetens kommer att vara den styrande ambitionen vid nomineringar och val inför årsmötet. LAG-styrelsen skall vara en aktiv, representativ grupp som tillför kunskap utifrån sitt kompetensområde och strategins helhet.

LAG-styrelsen ska rekryteras utifrån följande kriterier:

1. Kön, jämn fördelning
2. Ålder, representativ spridning
3. Geografisk spridning i området
4. Kompetens
5. Sektor; offentlig, ideell, privat

Adjungerande ledamöter kommer inte att ha fasta platser i LAG-styrelsen, i stället ska det gå att adjungera ledamöter vid behov, om särskild kompetens behövs inför prioriteringsbeslut och denna kompetens saknas eller behöver förstärkas bland ordinarie ledamöter.

Föreningens stadgar kommer att dra upp riktlinjer för hur LAG-styrelsens ledamöter fördelas enligt de tre sektorerna.

Arbetsutskott

Ett arbetsutskott (AU) som representerar området geografiskt och utifrån de tre sektorerna väljs för att vara beredningsorgan för LAG-styrelsen. AU går tillsammans med kansliets personal igenom ärenden inför styrelsemöten. AU kan få delegering att fatta beslut om exempelvis paraplyprojekt om sådana drivs av LAG. AU är också ansvarigt för personalen på kansliet.

Valberedning

Valberedning med en representant från varje kommun och som också har representation i de tre sektorerna kommer att ta fram förslag på styrelseledamöter och presentera dessa inför årsmötet. Kommunerna utser de offentliga representanterna. Ledamöterna tillsätts enligt gängse föreningsregler, hälften tillsätts vartannat år genom om- eller nyval på årsmötet för att säkerställa kompetens och kontinuitet i styrelsearbetet. Det är viktigt att valberedningen är aktiv och innehar rätt kompetens för att nominera lämpliga representanter till LAG-styrelsen. Valberedningen kommer därför att utbildas regelbundet efter varje årsmöte. Den ska besitta kunskap om utvecklingsstrategin, föreningens stadgar samt LAG-styrelsens arbetssätt. För att säkerställa en jämn könsfördelning kommer valberedningen att ta fram två nomineringar, en kvinna och en man till varje plats vid tillsättandet av LAG-styrelsen.

En ny förening kommer att bildas inför starten av programperioden 2023-2027 eftersom det geografiska området förändrats jämfört med tidigare programperiod.

6.3 Drift – den operativa verksamheten

Administrativ kapacitet och kansliets arbete

Kansliet skall ha tillräcklig kapacitet att genomföra strategin. I början av programperioden kommer uppsökande och kontaktskapande verksamhet att kräva stora informationsinsatser. Att stödja sökanden i ansökningsförfarandet är viktigt och avgörande för LAG-styrelsens prioritering av projekten. Det behöver också finnas kapacitet att göra extra insatser om det visar sig att många av de projekt som inkommer inte uppfyller strategins mål eller insatsområden på ett tillfredsställande sätt.

Kansliets personal skall ha kompetens som speglar de teman/insatsområden som prioriteras i strategin, såsom besöksnäring, övrigt näringsliv, lokal miljö, ekosystem och lokal utveckling. Andra viktiga kompetensområden är

projektledning, informationsspridning, ekonomi och likviditetsplanering samt god kännedom om olika organisationsformer för att driva olika typer av verksamhet. Kanslipersonalen kommer löpande att genomgå kompetensutvecklande insatser där behov finns. Nätverkande med andra leaderområden har visat sig avgörande för att effektivisera arbetssätt, utbyta erfarenheter och bolla idéer. Detta är något som kommer att fortgå under programperioden.

Kansliet skall vid behov kunna stödja sökandens arbete från idé fram till en komplett ansökan.Handledningen ska även omfatta att ge projektägare kunskap så att projekten redovisas på ett korrekt och tillfredsställande sätt.

Enligt Jordbruksverket så ska kansliet bemannas med minst 1,5 heltidstjänst fördelat på två personer för att kansliet ska kunna genomföra LAG:s uppdrag. Detta kan lösas genom anställd personal men vid behov kan det även innebära att föreningen köper in tjänster för att kunna uppfylla strategin. Det kan exempelvis handla om handläggning vid arbetsintensiva perioder eller vid sjukskrivningar, vid utvärderingar kan också extra resurser behövas. Leaderkontoren sinsemellan kan också dela på resurser i form av projektledare som arbetar med paraplyprojekt med liknande tema. Det är i slutändan tilldelad driftsbudget som styr driftsbudgetens utformning.

Kvalitetssäkring

Regelbunden uppföljning kommer att ske löpande. Dels med projektägarna för att säkerställa att de ligger i linje med projektplaner och uppsatta mål. LAG-styrelsen kommer att inhämta löpande information om projektens utveckling och utvärdering för att vid behov kunna justera projektplaner, ekonomi och liknande. Även ekonomin och likviditetsplanering kommer att följas upp regelbundet. Jordbruksverket har årlig tillsyn av föreningens verksamhet vilket borgar för att kvalitetssäkring av drift, genomförande och att målvärden följs upp löpande.

Rutiner kansli och LAG-styrelsen

Styrelsen är ansvarig för strategins genomförande och att verksamheten drivs på ett bra och tillfredsställande sätt. LAG-styrelsen fattar projektbeslut och andra avgörande beslut. Ett arbetsutskott (AU) bereder ärenden till LAG-styrelsen och är ansvarig för kansliets personal. Förhållandet och ansvarsfördelningen mellan LAG-styrelsen, AU och kansliet regleras i ett lednings- och styrningsdokument.

Kansliet är ansvarig för den löpande driften och att ta fram beslutsunderlag och förse LAG-styrelsen med information så att de kan fatta beslut och fullgöra sitt uppdrag på ett tillfredsställande sätt.

7 Uppföljning och utvärdering

Att utvärdera det strategiska arbetet under programperiodens gång är en självklar del av utvecklingsstrategin. Detta skapar förutsättningar för LAG att styra om vid behov och att hålla de strategiska målen realistiska och mätbara. Det kan också bidra till att hålla visionen levande och förankrad bland områdets aktörer.

Utvärdering av arbetet är exempelvis användbart för att visa vad projektens insatser resulterar i – för samarbetsparter, offentliga finansiärer och andra aktörer. Vid uppstarten av programperioden planeras ”före-mätningar” att göras av vissa, särskilt intressanta indikatorer, detta för att ha ett utgångsvärde för att jämföra resultaten med under arbetets gång. De kan också användas för att mäta långtgående effekter efter programavslut. Vilka resultat som ska mätas på en mer djupgående nivå kommer att tas fram vid uppstartsfasen och här kan arbetet leda till att ytterligare datainsamling identifieras, som bedöms vara av vikt för utvärderings- och uppföljningsarbetet.

LAG-styrelsens roll

Styrelsen har det övergripande ansvaret för att uppföljning och utvärdering sker på ett tillfredsställande sätt. LAG-styrelsen kommer aktivt att ta till sig information om hur de pågående projekten fortlöper. De lokala ledamöterna är viktiga informationskanaler med sin lokalkännedom. LAG-styrelsens ledamöter kommer att få en bred utbildning och fortlöpande kompetensutveckling om strategins mål och insatsområden. Utrymme ska ges för reflektion och lärande.

Fortlöpande uppföljning av pågående projekt

Kansliet kommer att ha löpande kontakt med projekten för att stämma av hur de arbetar mot målen i strategin, vilka resultat valda insatsområden har fått, samt projektens ekonomiska status. Vissa indikatorer kommer att samlas in fortlöpande under projektperioden för att användas som mått på hur projekten fortskrider. Vid rapportering till LAG-styrelsen så kan åtgärder komma att föreslås för de projekt som riskerar att inte uppfylla sina mål. Exempelvis stödjande insatser för att öka möjligheten till måloppfyllelse hos projekten men också vid fortsatta arbetet med informationsinsatser i ansökningsprocessen för att tydligare styra arbetet mot strategins mål.

Projektledarträffar för utbildning och stöttning i ansöknings- och genomförandeprocessen kommer också att genomföras löpande under programperioden. Att sammanföra projekten för erfarenhetsutbyten och kunskapsspridning dem emellan är också någonting som visat sig vara utvecklande och lärorikt för projektägare och -deltagare samt LAG-styrelsen. Dessa skapar mervärden och synergieffekter – oftast oförutsedda samarbeten kan stärka den lokala förankringen i området och bidra till oväntade ”ringar på vattnet”.

Årlig uppföljning av avslutade projekt

En gång per år gör kansliet en kvalitetsuppföljning av avslutade projekt för att se huruvida de har nått uppsatta mål och resultat, vilka effekter projektet har haft efter projektslutet och vilka långsiktiga mervärden som skapats. Uppföljningen kan ske genom intervjufrågor via telefon, besök eller enkätfrågor, digitalt eller per post.

Även den fortsatta utvecklingen av avslutade projekt ska följas upp och rapporteras för att kunna analysera långtgående resultat och effekter av projekten. Uppföljning av resultat är också viktigt för att kunna anpassa arbetssättet under programperioden och göra specifika insatser där behov uppstår.

Vi kommer under programperioden också att genomföra de aktiviteter som Jordbruksverket fastställt, såsom den årliga resultatrapporten till Jordbruksverket. I samband med rapporteringen kommer det att genomföras aktiviteter för att följa upp målen och se över eventuella justeringar.

Den nationella leaderträffen som genomförs varje år kommer också att erbjuda viktiga erfarenhetsutbyten. Jordbruksverket kommer under 2025 att genomföra en nationell aktivitet för lärande och utveckling som kan ligga till grund för kunskaper och erfarenheter, användbara i uppföljnings- och utvärderingsprocessen.

Noter och referenser

1. Vättlefjäll naturreservat

[Besöksmål | Länsstyrelsen Västra Götaland \(lansstyrelsen.se\)](#)

2. Halle- och Hunneberg

[Besöksmål | Länsstyrelsen Västra Götaland \(lansstyrelsen.se\)](#)

3. Risveden

[Besöksmål | Länsstyrelsen Västra Götaland \(lansstyrelsen.se\)](#)

4. Riskområden för ras, skred, erosion och översvämning – MSB

[https://www.msb.se/siteassets/dokument/om-msb/vart-](https://www.msb.se/siteassets/dokument/om-msb/vart-uppdrag/regeringsuppdrag/2021/ru-riskomraden.pdf)

[uppdrag/regeringsuppdrag/2021/ru-riskomraden.pdf](https://www.msb.se/siteassets/dokument/om-msb/vart-uppdrag/regeringsuppdrag/2021/ru-riskomraden.pdf)

5. Lab190

<https://lov.g.se/lab190/>

6. Befolkningsmängd 2015-2020 fördelat på ålderskategorier RegSO-områden

https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_BE_BE0101_BE0101Y/FolkmDesoAldKonN/table/tableViewLayout2/

<https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/110737>

7. Befolkningsmängd totalt 2015-2020 i riket

https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_BE_BE0101_BE0101Y/FolkmDesoAldKonN/table/tableViewLayout1/

<https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/110738>

8. Flyttmönster kopplad till SCB

https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_AA_AA0003_AA0003C/IntGr2RegSO/table/tableViewLayout2/#

<https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/110739>

9. Antal personer med utländsk bakgrund på RegSO

<https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/132642>

10. Andel förvärvsarbetande, andel av de förvärvsarbetande som är företagare samt inskrivna arbetslösa 2015-2019

<https://www.statistikdatabasen.scb.se/sq/110775>

11. Storleksfördelning på jordbruksföretag kommunvis

<https://statistik.sjv.se/PXWeb/sq/5ccbd4f2-d1dc-47dd-99af-1acb3061c27f>

12. Bolagsverket

<https://bolagsverket.se/om/oss/verksamhet/lagandringar/aktuella-lagandringar-1.2314>

13. Patent- och registreringsverket – statistikårsbok 2019

https://www.prv.se/globalassets/dokument/statistik/statistikarsbok_2019.pdf

14. Sverige helt uppkopplat 2025 – en bredbandsstrategi

<https://www.regeringen.se/4b00e7/contentassets/a1a50c6a306544e28ebaf4f4aa29a74e/sverige-helt-uppkopplat-2025-slutlig.pdf>

15. Bredbandsläget i Västra Götaland

[https://alfresco-offentlig.vgregion.se/alfresco/service/vgr/storage/node/content/workspace/SpacesStore/a59e2ab5-7b5e-4508-b80d-62fcc9a8938b/pts-bredband-2020-vastra-gotalands-lan_V%c3%a4stra%20G%c3%b6talands%20l%c3%a4n.pdf?a=false&guest=true](https://alfresco-offentlig.vgregion.se/alfresco/service/vgr/storage/node/content/workspace/SpacesStore/a59e2ab5-7b5e-4508-b80d-62fcc9a8938b/pts-bredband-2020-vastra-gotalands-<u>lan_V%c3%a4stra%20G%c3%b6talands%20l%c3%a4n.pdf?a=false&guest=true</u>)

16. Patent- och registreringsverket PRV – statistikårsbok 2019

https://www.prv.se/globalassets/dokument/statistik/statistikarsbok_2019.pdf

17. Effektfullt

<https://effektfullt.se>

Övrigt referensmaterial

Agenda 2030 – FN:s hållbarhetsmål

Regional utvecklingsstrategi för Västra Götaland 2021-2030

CNI och ohälsotal på kommunnivå 2014 och 2019 (SCB)

VGR analys 2020:21 Demografi i Västra Götalandsregionen

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNGEwOTViZDctZjFlZi00OTY4LTgxMDAtZjNjMDljOWMwNTBhIiwidCI6ImZjNjJhMjU1LTQyMjAtNDdlNC05YjVhLTQxOGVIZTMxZGE1ZiIsImMiOjh9>

2021-11 Länsstyrelsens omvärldsanalys 2021

<https://www.lansstyrelsen.se/download/18.4adf753a1791c8ec45514734/1621492347774/2021-11-LST-omvarldsanalys-2021.pdf>

Kommunala översikts- och utvecklingsplaner

Myndigheten för delaktighet

<https://www.mfd.se/verktyg/stod-for-att-framja-en-aktiv-fritid/aktiv-fritid--varfor-och-hur/>

Naturskyddsföreningen

<https://www.naturskyddsforeningen.se/artiklar/biologisk-mangfald-en-overlevnadsfraga/>