
Slutrapport

Projekt Destination Rönne å och Ringsjön

Innehållsförteckning

1	Inledning	3
2	Sammanfattning av projektet	4
2.1	Projektnamn	4
2.2	Projektidé	4
2.3	LEADER-område	4
2.4	Sökande och projektägare	4
2.5	Tid för genomförande	4
2.6	Beskrivning av projektet	4
2.6.1	Bakgrund	4
2.6.2	Syfte	5
2.6.3	Mål och effekter	5
2.6.4	Organisation	6
2.6.5	Målgrupp	7
3	Genomförande	8
3.1	Aktiviteter	8
3.1.1	Aktivitet: Uppstart av projektet samt inledande strategiarbete	8
3.1.2	Aktivitet: Etablera digital plattform för kommunikation och marknadsföring	9
3.1.3	Aktivitet: Nätverksarbete	10
3.1.4	Aktivitet: Utveckla ett gemensamt hållbarhetskoncept för aktörer i området	11
3.1.5	Aktiviteter: Fototävling med flera kringevenemang	13
3.1.6	Aktivitet. Skyltning av besöksplatser	14
3.1.7	Aktivitet: Långsiktig drift, organisation, förvaltning	14
3.1.8	Aktivitet: Studieresa och studiebesök	15
3.2	Samverkan	16
3.3	Kommunikation	16
3.4	Framgångsfaktorer	17
3.5	Avvikelse	18
4	Resultat	18

4.1	Måluppfyllelse	18
4.2	Projektidéns relevans	19
4.3	Förväntningar på projektet	19
4.4	Effekter	19
4.5	Spridning av projektresultat	19
5	Slutsatser	19
5.1	Potential och vilja för fortsatt utveckling	19
5.1.1	Transparens och inkluderande	20
5.1.2	Hållbarhet	20
5.1.3	Kommunikation och marknadsföring	20
5.2	Utveckling av besöksplatser	20
6	Budget	20
7	Bilagor	21
7.1	Hållbarhetskoncept	21
7.2	Rapport studieresa ARK56	21
7.3	Rapport studiebesök Klippan, Åstorp, Ängelholm	21
7.4	Rapport studiebesök Eslöv, Hörby, Höör	21
7.5	Projektets ekonomiska resultat	21

1 Inledning

Rönne å är en av Skånes största åar och sträcker sig från Ringsjön till Skälderviken och knyter därmed samman kommunerna Hörby, Höör, Eslöv, Klippan, Åstorp och Ängelholm. Det är ett viktigt vatten för flera olika fiskarter, framför allt atlantlax, ål och öring. Idag finns tre kraftverk, som utgör vandringshinder i ån. De hindrar vandrande fisk från att simma uppströms och nå fram till Ringsjön. I naturvårdsprojektet Rönne å arbetar Klippans kommun med att kraftverken ska rivas ut och att Rönne å inom några år ska vara en fritt flödande å. Rönne-å-projektet finansieras av EU via Life, Världsnaturfonden WWF, Klippans kommun, Naturvårdsverket, Naturskyddsföreningens miljöfond, Eslövs kommun, Hörby kommun, Höörs kommun, Åstorps kommun och Ängelholms kommun. Naturvårdsåtgärderna ger goda förutsättningar för naturturism längs ån, då åns naturliga flöde gynnar både fiskebeståndet och framkomligheten i ån. Det öppnar upp möjligheten för en utveckling av naturturismen i Rönne å och Ringsjön.

Med utgångspunkt i detta initierades samverkan mellan de sex kommunerna utmed Rönne å och Ringsjön för att utveckla naturturismen. Medel söktes från LEADER för att ta fram en förstudie för att undersöka hur en hållbar naturturism kan utvecklas i Rönne å och Ringsjön. Projektet (2019-2022) finansieras med stöd av LEADER Nordvästra Skåne med Öresund och Europeiska havs- och fiskerifonden samt de sex medverkande kommunerna. Resultatet i förstudien är att det finns en stor potential för att utveckla en hållbar naturturism i Rönne å och Ringsjön.

I samband med att förstudien avslutas inleds projekt Destination Rönne å och Ringsjön (2022-2024). Syftet är att ta vara på den nya kunskapen som kommer genom förstudien. Syftet är även att ta vara på engagemanget och viljan att hålla farten uppe och på så sätt snabbare nå målet att utveckla en ny destination för natur och friluftsliv. Projektet syftar till att skapa ökad affärsnytta och nya möjligheter för den lokala besöksnäringen, öka attraktionskraften för landsbygden samt främja ett fortsatt och långsiktigt samarbete mellan deltagande kommuner och Familjen Helsingborg. Projektet finansieras med stöd av LEADER Nordvästra Skåne med Öresund och Europeiska Jordbruksfonden för Landsbygdsutveckling, de sex medverkande kommunerna och Familjen Helsingborg.

2 Sammanfattning av projektet

2.1 Projektnamn

Projekt Destination Rönne å och Ringsjön.

2.2 Projektidé

Projektidén är att utveckla en destination för naturturism och upplevelser längs med Rönne å och runt Ringsjön, hela vägen från Ringsjön till Skälderviken.

2.3 LEADER-område

LEADER Nordvästra Skåne med Öresund. Projektet får medel från Europeiska Jordbruksfonden för landsbygdsutveckling. Journalnummer 2021-3875 på Jordbruksverket.

2.4 Sökande och projektägare

De sex kommunerna vid Rönne å och Ringsjön: Eslöv, Hörby, Höör, Klippan, Åstorp och Ängelholms kommuner står bakom LEADER-ansökan. Ansökan sker via Ängelholms kommun som är projektägare. Medfinansier till projektet är Familjen Helsingborg.

2.5 Tid för genomförande

15 mars 2022 – 30 mars 2024.

2.6 Beskrivning av projektet

2.6.1 Bakgrund

Rönne å är en av Skånes största åar och sträcker sig från Ringsjön till Skälderviken och knyter därmed samman kommunerna Hörby, Höör, Eslöv, Klippan, Åstorp och Ängelholm. Det är ett viktigt vatten för flera olika fiskarter, framför allt atlantlax, ål och öring. Idag finns tre kraftverk, som utgör vandringshinder i ån. De hindrar vandrande fisk från att simma uppströms och nå fram till Ringsjön. I naturvårdsprojektet Rönne å arbetar Klippans kommun med att kraftverken ska rivas ut och att Rönne å inom några år ska vara en fritt flödande å. Rönne-å-projektet finansieras av EU via Life, Världsnaturfonden WWF, Klippans kommun, Naturvårdsverket, Naturskyddsföreningens miljöfond, Eslövs kommun, Hörby kommun, Höörs kommun, Åstorps kommun och Ängelholms kommun. Naturvårdsåtgärderna ger goda förutsättningar för naturturism längs ån, då åns naturliga flöde gynnar både fiskebeståndet och framkomligheten i ån. Det öppnar upp möjligheten för en utveckling av naturturismen i Rönne å och Ringsjön.

Med utgångspunkt i detta initierades samverkan mellan de sex kommunerna utmed Rönne å och Ringsjön för att utveckla naturturismen. Medel söktes från LEADER för att ta fram en förstudie för att undersöka hur en hållbar naturturism kan utvecklas i Rönne å och Ringsjön. Projektet (2019-2022) finansieras med stöd av LEADER Nordvästra Skåne med Öresund och Europeiska havs- och fiskerifonden samt de sex medverkande kommunerna. Resultatet i förstudien är att det finns en stor potential för att utveckla en hållbar naturturism i Rönne å och Ringsjön.

2.6.2 Syfte

Syftet med projekt Destination Rönne å och Ringsjön är att ta vara på den nya kunskapen som kommer genom förstudien, men även att ta vara på engagemanget och viljan att hålla farten uppe och på så sätt snabbare nå målet att utveckla en ny destination för natur och friluftsliv. Projektet syftar till att skapa ökad affärsnytta och nya möjligheter för den lokala besöksnäringen, öka attraktionskraften för landsbygden samt främja ett fortsatt och långsiktigt samarbete mellan deltagande kommuner och Familjen Helsingborg.

2.6.3 Mål och effekter

Leveransmål - mål kopplade till projektets aktiviteter:

- Utveckla en digital plattform/webbplats för att synliggöra och utveckla en ny destination: Destination Rönne å och Ringsjön.
- Ta fram en ny design för gemensam marknadsföring av destinationen, digitalt, i skyltar och andra informationsinsatser och kampanjer.
- Utveckla nätverk mellan kommuner, besöksnäring och föreningslivet som bidrar i utvecklingen av den nya destinationen.
- Identifierade besöksplatser ska tydliggöras med skyltar.
- Utveckla en plan för hur destinationen ska drivas, utvecklas och förvaltas långsiktigt.
- Genomföra en fototävling för amatörfotografer.
- Arrangera en större fotoutställning kopplat till fototävlingen.
- Öka kunskap om natur och friluftsliv samt turism genom föreläsningar både för deltagande och för allmänheten.

Förväntade effekter:

- Ökad kännedom om Rönne å och Ringsjön som besöksdestination.
- Stärkt varumärke för deltagande kommuner.
- Stärkt samverkan mellan deltagande kommuner som bidrar till regional utveckling.

- Synergieffekter för befintliga besöksmål, näringsidkare och föreningar inom området/destinationen.
- Ökad tillgänglighet till och kunskap om natur och upplevelser i området för både invånare och besökare.
- Ökad kunskap om allemansrätten bland invånare och besökare.
- Fler möjligheter till pedagogisk utbildning kring natur och hållbarhet för barn och unga, exempelvis skolklasser.
- Fler besökare och fler gästnätter i området.
- Ökat företagande på landsbygden som skapar fler arbetstillfällen, säsongförlängning av besöksnäringen och bättre rekreativsmöjligheter för invånaren.

Långsiktiga mål:

- Det långsiktiga målet är att Rönne å och Ringsjön ska vara ett hållbart besöksmål som attraherar såväl fritidsfiskare som naturintresserade både lokalt och globalt.
- Destinationen ska bli Skandinaviens självklara fiskedestination.
- Destination Rönne å och Ringsjön ska bidra till livskvalitet för invånarna i området och attrahera nya besökare och boenden i våra sex kommuner.
- Den nya destinationen ska bidra till ökade kunskaper bland invånare och besökare om natur, allemansrätt och hållbarhet.
- Destination Rönne å och Ringsjön ska öka engagemanget för natur och hållbarhet samt bidra till förbättrad folkhälsa bland lokalbefolkningen.
- En utvecklad samverkan mellan sex skånska kommuner bidrar till fortsatt samarbete med nya innovationer och gemensamt framtidsarbete.
- Projektet ska "sänka trösklar" och skapa goda förutsättningar för nya företagsetableringar samt bidra till att stärka och utveckla befintliga företag inom destinationen. Fler företag ska etableras.

2.6.4 Organisation

Styrgrupp politisk: Representation från samtliga kommuner bestående av KSO och vice KSO eller oppositionsråd samt kommundirektörer alternativt ersättande chefer med beslutsmandat inom, turism/destinationsutveckling/näringsliv/kommunikation, planeringschef Ängelholm med uppdrag att bland annat samordna styrgrupperna, miljöstrateg från Klippans kommun som är projektledare för naturvårdsprojektet i Klippan, VD för Ängelholms Näringsliv och projektledare destinationsutvecklingsprojektet.

Styrgrupp tjänstepersoner: Representation från samtliga kommuner bestående av kommundirektörer alternativt ersättande chefer med beslutsmandat inom, turism/destinationsutveckling/näringsliv/kommunikation, planeringschef Ängelholm med uppdrag att bland annat samordna styrgrupperna, miljöstrateg från Klippans kommun som är projektledare för naturvårdsprojektet i Klippan, VD för Ängelholms Näringsliv och projektledare destinationsutvecklingsprojektet.

Projektgrupp: Destinationsutvecklare/-ansvariga alt näringslivsutvecklare/-strateger i projektets deltagande kommuner, miljöstrateg från Klippans kommun som är projektledare för naturvårdsprojektet i Klippan, samt projektledare och projektkoordinator för destinationsutvecklingsprojektet.

Tematiska arbetsgrupper och fokusgrupper: Kommunmedarbetare med kompetens inom exempelvis natur- och vattenvård, friluftsliv, folkhälsa, ekologisk hållbarhet, kommunikation med flera verksamhetsområden. Även föreningar, företag, verksamheter och enskilda med kunskap inom, eller intresse för, olika områden och teman involveras.

Projektledare på heltid samt projektkoordinator på halvtid.

2.6.5 Målgrupp

Primär målgrupp för projektet är aktörer inom besöksnäringen, från ideell, privat och offentlig sektor med koppling till natur, friluftsliv, kultur och hållbarhet. Målgruppen är främst företag, markägare och föreningar verksamma i området.

Sekundär målgrupp är besökare och lokalbefolkning i området som erbjuds att få ta del av utvecklingen av en ny destination samt kan ta del av samlad information om de erbjudanden till aktiviteter och upplevelser som redan finns.

Medarbetare inom de sex kommunerna är en viktig målgrupp. De bidrar med kompetens på olika sätt. Målet är också att projektets olika mötesplatser och nätverk ska inspirera till nya former av samverkan mellan fler verksamheter i projektkommunerna.

Även politiker och andra beslutsfattare är en viktig målgrupp för att skapa engagemang och långsiktighet i destinationsarbetet.

3 Genomförande

3.1 Aktiviteter

Följande aktiviteter har tillsammans med projektgruppen planerats och genomförts under projekttiden:

3.1.1 Aktivitet: Uppstart av projektet samt inledande strategiarbete

Projektledare Malin Tan och projektkoordinator Emma Gullmander anställdes till projektet. En detaljerad projektplan och en kommunikationsplan skapades i ett inledande skede utifrån analys av resultat av förstudien. Även en förenklad projektbeskrivning togs fram och presenterades på möten i kommunerna som ett led att förankra det nya projektet på bred front inom de sex kommunorganisationerna. Styrgruppsmedlemmar såväl som projektgruppsmedlemmar och kommunikatörer bjöds i ett första skede in till uppstartsmötena. Uppstartsmöten genomfördes även separat med projektgrupp där gruppen enades om mötesstruktur, mötesetik och arbetssättet framåt.

Ett flertal digitala träffar arrangerades för allmänheten med syfte att informera att den nya projektperioden är inledd och vad den innefattar. Ett *advisory board* startades för att fånga in kunskap och erfarenheter men även eventuell kritik och farhågor med projektet. Efter två genomförda möten med svalt intresse beslutades att lägga *advisory board* åt sidan tills vidare.

Fokusgrupper bildades under projektets första tid med syfte att djupdyka i de aktiviteter som projektplanen innehöll. Därigenom skapades en medvetenhet om projektet, en delaktighet i att planera och genomföra aktiviteterna och en kunskapsöverföring som ledde fram till processplaner och tidsplaner för aktiviteterna. I fokusgrupperna fanns deltagare från kommunernas organisationer, företag, föreningar och/eller allmänhet beroende på aktivitetens utformning.

Möten initierades, och har under projekttiden genomförts löpande, med LEADER-projekten Söderåsen 2.0 och LED-utveckling MittSkåne samt Länsstyrelsen Skåne, Region Skåne, företagarföreningen MittSkåne med flera.

I uppstarten ingick att ta fram en strategisk kommunikationsplattform. Kommunikationsplattformen syftar till att vara grunden i arbetet med varumärket Destination Rönne å och Ringsjön. Genom upphandlad byrå Garbergs i Malmö AB genomfördes i workshopmodell, med representation från alla sex kommuner, en målgruppsidentifiering och framtagande av strategisk kommunikationsplattform.

Plattformen tog sin grund i målgruppsidentifieringen och innefattar vision, kärnvärden, kommunikationsmålgrupp, huvud-/delbudskap och tonalitet men även grafiska element som logotyp, symbol, färger, typografi och dekorelement. Tillsammans med designexempel för produktion av presentationer, trycksaker och digitalt material samlades allt i en grafisk manual som utgör kommunikationsplattformen för varumärket Destination Rönne å och Ringsjön. Mallar för presentationer, affischer etc togs fram och har använts vid kommunikation under projektiden. Även en design/layout av karta för framtida produktion av kartmaterial har köpts in under projektiden.

3.1.2 Aktivitet: Etablera digital plattform för kommunikation och marknadsföring

Soderasen.com, visitmittskane.se och engelholm.com är befintliga destinationswebbplatser som de sex kommunerna använder sig av för destinationsmarknadsföring. Syftet med etableringen av en ny digital plattform för destination Rönne å och Ringsjön var inte att ersätta eller konkurrera ut de befintliga, utan istället komplettera de befintliga. En behovsanalys genomfördes med syfte att undersöka vilken typ av digital plattform som kompletterar. Det framkom att en aktivitetsbaserad webbplats med digital interaktiv karta kompletterar det befintliga utbudet. Leverantören Outdoor Map AB upphandlades för leverans av tillgänglighetsanpassad webbplats enligt WCAG 2.0 och en digital interaktiv karta.

Webbplatsen www.ronnearingsjon.se lanserades i mars 2023. Webbplatsen är uppbyggd kring den digitala interaktiva kartan *Naturkartan* där en digital kartguide för destination Rönne å och Ringsjön byggdes upp. Projektledare och koordinatör lade in 700 platser, leder och verksamheter i kartguiden under vintern 2022/-23. Webbplatsen är skapad utifrån den strategiska kommunikationsplattformen och den grafiska manual som har tagits fram.

Kartguiden för Rönne å och Ringsjön går även att finna i den kostnadsfria nedladdningsbara appen *Naturkartan* som finns för Android och iOS. Naturkartans app har 300 000 aktiva användare och när kartguiden för Destination Rönne å och Ringsjön fylldes med verksamheter, platser och leder, gjordes destinationen synlig för dessa app-användare. Kartguiden för Rönne å och Ringsjön går också att finna på Outdoor Map AB:s egen webbplats www.naturkartan.se med ca 2,5 miljoner besökare årligen.

Statistik för digitala kartguiden *Destination Rönne å och Ringsjön* mars-dec 2023 visar:

- 112 500 sidvisningar totalt för platser, leder och verksamheter på Destination Rönne å och Ringsjön har gjorts på webbplatserna www.naturkartan.se, www.ronnearingsjon.se eller appen *Naturkartan* under tidsperioden.
- 18 500 av totala antalet sidvisningar har gjorts på webbplatsen www.ronnearingsjon.se

Som jämförelse kan nämnas att en kommun som skapar en egen kartguide i Outdoor Map ABs verktyg *Naturkartan* i genomsnitt har 10 000 sidvisningar under det första året efter lansering.

I samband med att den digitala kartan byggdes upp 2022/-23 arrangerades digitala träffar för företag, verksamheter och föreningar som hade intresse av att veta mer om arbetet med den digitala kommunikationsplattformen och möjligheten att kostnadsfritt få synas på kartan.

Den digitala kartguiden ger möjlighet att paketera verksamheter och besöksmål genom att lägga dem som relaterade verksamheter men också genom att skapa miniguider och turförslag. Ett aktivt arbete med detta har gjort att en stor mängd paket har skapats. Verksamheter har involverats i arbetet med att lägga upp sina verksamheter och även sina samarbeten med andra aktörer.

I den digitala kartguiden för destinationen kopplas verksamheter samman med sitt Google place ID vilket gör att öppettider, bilder etc i kartguiden uppdateras när verksamheten själv uppdaterar sin företagsprofil på Google. Det i sin tur leder till att den administrativa bördan blir förhållandevis låg för den som ansvarar för kartan. Webbplatsens övriga innehåll är framtaget för att hålla över längre tid.

Ett bildpaket med 20 bilder, en film och ett antal reels för marknadsföring i sociala kanaler köptes in. Inköpet föregicks av en enkät som skickades till projektgruppens medlemmar och kommunikatörer för att undersöka vilken typ av bildmotiv det fanns behov av och vilka platser som var lämpliga för fotograferingen. Bilderna och filmerna köptes in med villkor att de kan användas fritt av tredje part för både redaktionellt och kommersiellt användande. Det kompletta bildpaketet är distribuerat till kommunerna.

3.1.3 Aktivitet: Nätverksarbete

Två företagsnätverk har etablerats under projektiden: *Nätverk för en ännu mer hållbar kanotturism* och *Nätverk med tema marknadsföring*.

Nätverk för en ännu mer hållbar kanotturism.

- Deltagare: kanotuthyrare, kommunrepresentanter med ansvar inom fritid/friluftsliv/destinationsutveckling, föreningar, markägare m fl.
- Syfte: identifiera behov och arbeta med åtgärder för ökad hållbarhet.
- Mötesfrekvens: 6 träffar under 2023. En inventering av hela sträckan Rönne å har genomförts. Platsbesök med Länsstyrelsen är genomfört i skyddat område med syfte att klargöra hur passage får öppnas för kanot om gren/träd blockerar. Svenska kanotförbundet har gästtat och berättat om sitt hållbarhetsarbete samt om organisationen med *Friluftsråd* vilket är etablerat vid Immeln.

Nätverk med tema marknadsföring.

- Deltagare: företag, föreningar m fl med intresse av marknadsföring och kommunanställda inom kommunikation/friluftsliv/destinationsutveckling/näringsliv. Inbjudan skickas till alla som har visat intresse av förstudie eller pågående projekt, ca 400 kontakter.
- Syfte: utbilda och inspirera inom marknadsföring, få företag att samverka, uppmärksamma att aktivt hållbarhetsarbete ökar affärsnyttan och lockar målgrupper samt utbilda inom hållbarhet.
- Mötesfrekvens: 17 träffar, ca 150 deltagare fördelade över träffarna. Till exempel inom introduktion i kartguiden på *Naturkartan*, utbildning i hur hållbarhetsarbetet stärker varumärket, hur en verksamhet kan dra nytta av att vara en del av en större destination och hur det kan kommuniceras på egen webbplats och i egna sociala kanaler.
Under november 2023 genomfördes tre utbildningar med föredragshållare Marcus Eldh WildSweden inriktade på "Storytelling", "Paketering", "Optimera din hemsida". Antal deltagare 120.

3.1.4 Aktivitet: Utveckla ett gemensamt hållbarhetskoncept för aktörer i området

För att tydliggöra projektets fokus på hållbarhet har ett gemensamt hållbarhetskoncept tagits fram tillsammans med alla deltagande aktörer både offentlig, privat och ideellt. Se bilaga 7.1. Hållbarheten är en trovärdighetsfråga och är en viktig del i att stärka destinationens varumärke. Arbetet har skett med hjälp av omvärldsbevakning, analys, fokusgrupper och gemensamma workshops.

2022 april-nov. Med utgångspunkt i andra destinationers hållbarhetsarbete genomfördes en omvärldsanalys. Bland annat analyserades ARK56 (Blekinge skärgård), Hållbarhetsklivet (hållbar turism i Västsverige), Tourism in Skåne – för företag, Båstad turism, Smålands turism, Dalslands Turism, Dalslands kanal och Höga kusten strategi 2032.

2022 maj. I samarbete med hållbarhetsenheten i Ängelholms kommun togs sedan en tids- och processplan fram för att säkerställa att konceptet framarbetas på önskvärdt sätt. Målsättningen med processen var att få in en bredd av kompetens och erfarenhet samt att skapa ett engagemang. Processplanen förankrades med samtliga kommuner genom informationsmöten och digitala träffar.

2022 sept-nov. Som nästa steg bildades en arbetsgrupp med personer från de sex kommunernas organisationer. Medverkande var destinationsutvecklare, hållbarhetsansvariga, kommunikatörer med flera. Syftet med det var att ta vara på den kompetens som finns inom organisationerna, förankra att arbetet med destinationen och dess hållbarhetskoncept pågår samt skapa en samhörighet därkring. Målsättningen var att enas om innehållet i konceptet – ett ramverk – samt att utifrån ramverket utforma frågeställningar att ta upp på workshops med allmänhet, företag, föreningar med intresse för natur och hållbarhetsfrågor.

2022 dec. Utifrån ramverket och de frågeställningar som arbetats fram togs en digital enkät fram. Enkäten skickades till ca 400 mottagare som på något sätt har visat intresse för projektet eller för förstudien. De svarande visade stort engagemang i frågorna. Respondenterna var anonyma men fick uppge vilken kommun de har sin verksamhet i samt om de representerar ett företag eller en förening alt lämna ett frisvar. Alla sex kommuner uppgavs bland enkätsvaren. Ca 60 % representerade förening, 30 % företag och resten företrädde sig själva. En av frågorna handlade om vad företag och föreningar kan behöva för stöd för att utvecklas i sitt arbete. Frågan hade svarsalternativ med möjlighet till frisvar. Samtliga svarande hade kryssat i att det behövs utbildningar samt tydliga riktlinjer. Två andra dominerande svar var certifieringar samt företagsnätverk.

2023 jan-mars. Två workshops genomfördes i hybridform, dvs deltagare bjöds in att närvara fysiskt men hade även möjlighet att medverka digitalt. Workshop 1 arrangerades i Ängelholm och workshop 2 i Höör. Inbjudan att medverka skickades till ca 400 mottagare som alla har visat intresse för projektet eller för förstudien. Det inkom 43 respektive 32 anmälningar till de två workshoppen. Personer från Ängelholms kommuns Hållbarhetsenhet höll i arrangemanget och hade förberett en metodik utifrån de frågeställningar som hade tagits fram. Syftet med workshops var att samla in erfarenhet och kunskap samt att enas om viktiga fokusområden som verksamheter och kommunerna kan arbeta med för att tillsammans skapa en hållbar destination. Syftet var även att skapa ett engagemang för hållbarhetsfrågor. Inför workshoppen gjordes ett utskick till massmedia vilket resulterade i information i Nordvästra Skånes Tidningar.

2023 april-sept. Nätverksträffar på temat hållbarhet arrangerades digitalt med fokus på hur ett aktivt hållbarhetsarbete kan öka affärsnyttan. Under träffarna samlades ytterligare kunskap och tankar in från deltagarna.

2024 jan. Workshops, enkätsvar, ramverk och dialoger under nätverksträffar resulterade i ett hållbarhetskoncept. Hållbarhetskonceptet består av tre delar:

1. *Introduktion* till varför det är viktigt att arbeta med hållbarhetsfrågor.
2. *Tre checklistor* för verksamheter att arbeta utifrån. Listorna är indelade i ekologisk hållbarhet, social hållbarhet och ekonomisk hållbarhet.
3. *Uppförandekod* för besökare på Destination Rönne å och Ringsjön.

2024 jan. Hållbarhetskonceptet publicerades digitalt på destinationens webbplats och kommunicerades genom kanaler i sociala medier.

3.1.5 Aktiviteter: Fototävling med flera kringevenemang

En naturfototävling för amatörfotografer arrangerades under försommaren 2023. Tävlingsnamn "Med kärlek till vatten" togs fram i samarbete med fotoklubbar och fotointresserade. Villkoren för medverkan arbetades fram tillsammans med kommunikatörer i de sex kommunerna, fotoklubbar och professionella fotografer. 165 tävlingsbidrag skickades in under tävlingsperioden. En jury valde ut 20 utställningsbilder och sex av dessa utsågs till vinnare av presentkort på övernattnings och middag för två personer i någon av de sex kommunerna. I juryn fanns naturfotograf Stina Deurell samt fyra representanter totalt från föreningarna Eslövs fotoklubb och BioFoto Sverige.

Ett dokument med riktlinjer för att fotografera hållbart i naturen togs fram genom en workshop tillsammans med naturfotoföreningen BioFoto Sverige. Deltagare i tävlingen fick via tävlingsvillkoren ta del av riktlinjerna.

Under tävlingsperioden arrangerades en bildvisningskväll i Eslöv med naturfotograf Stina Deurell. Kvällen lockade 43 deltagare. Ytterligare en bildvisningskväll var inplanerad i Klippan men fick ställas in med kort varsel.

Under samma period arrangerades även två workshops tillsammans med naturfotoföreningen BioFoto Sverige. Den första hölls vid Stockamöllan, Eslövs kommun, med 32 deltagare och den andra vid Tomarps Kungsgård, Åstorps kommun, med 38 deltagare.

Utställningen med 20 bilder hängde i de sex kommunerna samtidigt med öppningsdatum 15/9. Lokalerna var Eslövs bibliotek, Hörby bibliotek, Höör

Medborgarcenter, Klippans bibliotek, Arena Åstorp och ÄHLM Market. Utställningarna hängde upp i 6-12 veckor och lockade närmare 8 000 besökare. Under utställningsperioden arrangerades vernissager, bildvisningskvällar, föredrag, fotoworkshops mm i de olika kommunerna. Arrangemangen lockade ca 300 deltagare.

De tävlande fick i samband med att de lämnade bidrag till tävlingen medge att de hade läst och accepterat villkoren för tävlingen. I villkoren står att inskickade bidrag får användas fritt av tredje part för information av Destination Rönne å och Ringsjön. Tävlingsdeltagarnas medgivanden och bilderna är distribuerade till kommunernas kommunikatörer.

Fototävlingen, kringarrangemangen och utställningarna marknadsfördes i sociala kanalerna Facebook, Instagram och LinkedIn samt genom digitala och fysiska möten med företag, föreningar och andra intresserade. Affischer sattes upp runt om i kommunerna. Även pressmeddelanden skickades ut, vilka resulterade i reportage i massmedia och radiointervjuer i Sveriges Radio.

Webbplatsen www.medkarlektillvatten.se låg upp från maj 2023 till januari 2024. Den innehöll ett digitalt fotogalleri med alla inskickade bidrag, information om projektet, utställningen, tävlingsvillkoren samt riktlinjerna för hållbar fotografering.

3.1.6 Aktivitet. Skyltning av besöksplatser

Med utgångspunkt i resultatet av förstudien genomfördes ett arbete med skyltning av besöksplatser och verksamheter. En behovsanalys bland destinationsutvecklarna/näringslivsansvariga i projektgruppen samt med verksamheter på destinationen tydliggjorde att en mindre modell av skylt som kan sättas upp på fler platser var önskvärt. Skyltarna togs fram i formatet 8x16 cm i materialen plåt (för att kunna fästas på ex fasader) och som klistermärke (för glasrutor). Utformningen/designen av skyltar gjordes med den framtagna grafiska profilen som grund. Skyltarna distribuerades till projektgruppen och till verksamheter under sommaren 2023. På skyltarna finns en QR-kod som leder till www.ronnearingsjon.se där det finns information om destinationen och platsen för skylten, men även kontaktuppgifter för felanmälan och feedback.

3.1.7 Aktivitet: Långsiktig drift, organisation, förvaltning

Ett förslag på framtida drift och organisation av destination och naturturism i Rönne å och Ringsjön är framtagna av planeringschef Lena Åström, Ängelholms kommun, och miljöstrateg Tord Andersson, Klippans kommun. Förslaget kommer att presenteras på det politiska styrgruppsmötet den 15 februari 2024. När LEADER-

projekt avslutas är tanken att det ska övergå i ordinarie drift. Den framtida driften föreslås att delas in i två etapper:

Etapp 1: Fr o m 1 april 2024 till dess att kraftverken är rivna, ån är återställd, besökscentra/besöksnoder är på plats.

Etapp 2: Från dess att kraftverken är rivna, ån är återställd, besökscentra/besöksnoder är på plats och framåt.

Etapp 1: Destination Rönne å och Ringsjön

Ett nätverk med en representant från varje kommun skapas för att arbeta vidare med destinationsutveckling. Parallellt skapas en arbetsgrupp som får i uppdrag att ta fram en utredning avseende former för och finansiering av långsiktig drift av utveckling av naturturismen i Rönne å och Ringsjön.

Etapp 2: Långsiktig drift och organisation naturturism Rönne å och Ringsjön

En samordnare koordinerar allt arbete avseende utveckling av naturturism i Rönne å och Ringsjön. Formerna, till exempel i form av bolag eller förening, och finansiering för den långsiktiga utvecklingen sker utifrån resultatet av den utredning som tas fram av arbetsgruppen.

3.1.8 Aktivitet: Studieresa och studiebesök

2023 aug studieresa. För att få kunskap om hur andra destinationer har lyckats med sin utveckling genomfördes en studieresa till ARK56 i Blekinge skärgård under två dagar. Medlemmar från projektgruppen och styrgrupper bjöds in att delta. Kvarvarande platser erbjöds andra personer med relaterade arbetsuppgifter i kommunernas organisationer. 24 personer deltog på studieresan. Med hjälp av Simone Wenzel, projektledare ARK56, planerades ett program med platsbesök och företagsbesök. Bilaga 7.2.

2023 okt studiebesök. Två heldagar med studiebesök på temat "Lär känna din destination" har genomförts. Studiebesöken gjordes i kommunerna Klippan, Åstorp och Ängelholm 17/10 med 24 deltagare samt i kommunerna Eslöv, Hörby och Höör 23/10 med 31 deltagare. Projektgruppens medlemmar gjorde programmen för dagarna. Inbjudan skickades till styrgrupper, företag, föreningar och andra som har visat intresse för projektet. Bland de medverkande under dagarna fanns representation av tjänstepersoner och politiker från kommunorganisationerna samt föreningar, företag och enskilda. Studiebesöken gav deltagarna möjlighet att lära om platser och verksamheter, nätverka och lära av varandra. Bilaga 7.3 och 7.4.

Under studiebesöken besöktes följande platser och verksamheter: Tomarps Kungsgård, Tingvalla, Forsmöllan, Norrehus, Turistbåten Laxen, Konditor&, Kanotcentralen, Stockamöllan industrimuseum, Ormanäs, Björks fisk, Jägersbo Camping, Fulltofta gårdsbryggeri, Storkhägnet, Vidablick.

3.2 Samverkan

Samverkan mellan olika intressenter har varit en viktig del i projektet. Det har skett genom möten, enskilda besök och samtal, föreläsningar, workshops, studiebesök och studieresa.

Samverkan mellan kommunernas organisationer såväl som företag, föreningar och andra intressenter har även utvecklats genom arbetsgrupper och fokusgrupper på olika teman. Till exempel genom arbetet med strategisk och digital kommunikationsplattform samt arbetet med hållbarhetskonceptet, arrangerande av fototävling och fotoutställning mm.

Den goda samverkan mellan projektgrupp och styrgrupper med representation från de sex medverkande kommunerna har varit betydelsefull för planeringen av det fortsatta arbetet med att utveckla Destination Rönne å och Ringsjön.

3.3 Kommunikation

Projektsidor skapades på kommunernas hemsidor och projektinformation lades upp på kommunernas intranät.

Projektet har fått medial uppmärksamhet genom ett aktivt arbete med pressmeddelanden och information till media om projektet och dess aktiviteter. Det har resulterat i ett flertal artiklar i dagspress både tryckt och digitalt samt rörliga inslag på SVT och radiointervjuer för Sveriges Radio.

Ett systematiskt arbete med inbjudningar till möten och utbildningar med mera har genomförts under projektiden. Inför varje månadskifte har den kommande månadens aktiviteter sammanställts och skickats ut tillsammans med formulär för anmälan. Utskickarna har gjorts digitalt till styrgruppens och projektgruppens medlemmar, företag, föreningar, andra LEADER-projekt med flera som har visat intresse för projektet och/eller förstudien, cirka 400 mottagare.

Tidigt under projektperioden sattes konton upp i sociala kanaler:

- Facebook: start april 2022, *Destination Rönne å och Ringsjön*
Målgrupp: intresserade av projektet
Syfte: visa projektets aktiviteter

- LinkedIn: start okt 2022, *Destination Rönne å och Ringsjön*
Målgrupp: Företag
Syfte: visa utvecklingsmöjligheter för företagare
- Instagram: start mars 2023, *@ronnearingsjon*
Målgrupp: intresserade av destinationen
Syfte: visa bilder från destinationen, locka till besök, skapa uppmärksamhet kring naturen
- Youtube: start okt 2022, *Naturturism Rönne å och Ringsjön*
Syfte: samla allt rörligt material på en tillgänglig plattform

Under mars 2023 lanserades destinationens webbplats med digital karta www.ronnearingsjon.se. På webbplatsen användes även kalendarium där verksamheters arrangemang publicerades, nyheter för att informera om aktuella händelser, artiklar om exempelvis allemansrätt och hållbarhet.

Under fototävlingen på 2023 skapades en webbplats på adressen www.medkarlektillvatten.se. På webbplatsen fanns information om tävlingen, tävlingsvillkor, utställningen som planerades, LEADER-projektet samt ett digitalt fotogalleri där samtliga inskickade bidrag publicerades.

Nätverksträffar och workshops har genomförts digitalt och fysiskt på olika teman för att engagera och informera om det pågående arbetet. Träffarna har även varit ett bra sätt att hämta kunskap och information från verksamheter på destinationen. Träffarna har också lett till dialoger och erfarenhetsutbyten mellan verksamheter.

3.4 Framgångsfaktorer

Sex kommuner i samverkan ger en kraft framåt och har varit en framgångsfaktor för projektet. Den tydliga projektplanen tillsammans med den relevanta och realistiska budgeten har varit avgörande för att nå målen.

En viktig del i projektet var att snabbt kunna fortsätta att arbeta med de nätverk som hade byggts upp under förstudien. För att kunna arbeta med nätverken behövdes en struktur skapas där kontaktuppgifter kunde behandlas på ett säkert sätt och utskick med inbjudningar kunde göras på ett professionellt och relevant sätt. Ängelholms kommun tillhandahöll en digital plattform för ändamålet och under projektperioden har nätverket utvecklats till det dubbla, ca 400 kontakter, som under projektiden regelbundet har erhållit information och inbjudningar till möten.

En framgångsfaktor var att projektet låg nära i tid till förstudien och att det engagemang och den vilja som etablerades under förstudien inte hann svalna. När

de första träffarna för att berätta om projektplanen arrangerades fanns ett intresse att få reda på fortsättningen, vad som skulle hända efter förstudien.

En annan faktor för framgång har varit möjligheten att komplettera fysiska möten med digitala träffar och hybridmöten. Det har gjort det möjligt att på ett effektivt sätt hålla möten och utbildningar trots att destinationen sträcker sig över ett stort geografiskt område.

Ytterligare en viktig del har varit att projektet har inneburit konkreta processer med tydliga resultat som direkt har gynnat verksamheter på destinationen. Till exempel involverades många verksamheter i arbetet med att ta fram hållbarhetskonceptet. Processen resulterade i tre konkreta checklistor som företag kan använda för att utvecklas i sitt hållbarhetsarbete. Ett annat exempel är den digitala kommunikationsplattformen med destinationens webbplats som tydliggör att det pågår ett arbete med en destination. Plattformen har gett verksamheter ytterligare en marknadsföringskanal.

En framgångsfaktor för att uppnå kännedom om projektet och att skapa engagemang har varit det kontinuerliga arbetet med att sprida information om projektet och dess aktiviteter. I detta har en bredd av digitala kanaler i kombination med träffar och möten använts som forum.

3.5 Avvikelser

På grund av en försenad uppstart av projektet ansöktes om en förlängning av projekttiden med tre månader till mars 2024. Förlängningen beviljades. Studieresan kortades ner från tre dagar till två dagar för att göra det möjligt för fler att avsätta tid för resan. Några av de budgeterade stormötena genomfördes istället som hybrid-möten eller helt digitalt. Skyltarna lades om till en större upplaga av mindre skyltar som bedömdes bättre täcka det behov som fanns. Utställningen efter fototävlingen var projekterad att genomföras som en vandringsutställning. Istället hängde utställningen uppe i alla sex kommuner samtidigt under hösten.

4 Resultat

4.1 Måluppfyllelse

Målet har varit att arbeta med projektiden att utveckla en destination för naturturism och upplevelser längs med Rönne å och runt Ringsjön. Inom projektet har ett aktivt arbete bedrivits för ökad samverkan, varumärkeskommunikation, företagsutveckling, ökad besöksnäring, utveckling inom hållbarhet mm. Projektet

har byggt vidare med utvecklingen av en destination med goda förutsättningar för ett fortsatt arbete.

4.2 Projektidéns relevans

Projektet har haft en stor relevans och är av stor vikt för fortsatt arbete med att utveckla Destination Rönne å och Ringsjön.

4.3 Förväntningar på projektet

Projektet har uppfyllt satta förväntningar.

4.4 Effekter

Projektet har bidragit till ökad samverkan, erfarenhetsutbyte, engagemang och inspiration.

4.5 Spridning av projektresultat

Rapporter finns sammanställda för studieresa, studiebesök samt hur arbetet med hållbarhetskonceptet har gått till. Dessa tillsammans med denna slutrapport och information om projektet finns på kommunernas webbplatser och intranät.

Ett digitalt informationsutskick med sammanställda resultatet skickas till de 400 kontakterna som har visat intresse under projektiden.

Media har uppmärksammats på projektet och dess aktiviteter och nätverksträffar har arrangerats.

5 Slutsatser

5.1 Potential och vilja för fortsatt utveckling

Det finns en stark vilja att fortsätta att utveckla en destination längs med Rönne å och runt Ringsjön. Destinationen bjuder på en bredd av upplevelser som passar många olika målgrupper. På destinationen finns därigenom potential att utveckla paketering och samverkan ytterligare för att utveckla besöksnäringen och verksamheter. Destinationens bredd av verksamheter som relaterar till varandra ger företagare inom besöksnäringen möjlighet att utveckla sina verksamheter tillsammans med andra.

Där utöver har följande slutsatser dragits:

5.1.1 Transparens och inkluderande

Tillgängligheten av information för intressenter har spelat stor roll i arbetet med förankring och inkluderande. Projektet har uppfattat att täta intervall av kortare informationsträffar i hybrid-form har uppskattats.

5.1.2 Hållbarhet

Det finns en stor medvetenhet kring hållbarhetsfrågor i verksamheter. Några av de önskemål som har lyfts för en utveckling inom hållbarhetsfrågorna är konkreta verktyg för utveckling som utbildningar, nätverksträffar och möjligheter till diplomering och certifiering.

5.1.3 Kommunikation och marknadsföring

Kommunikation och marknadsföring är viktigt för att skapa kännedom om en destination och locka besökare. Den digitala plattformen med webbplats, karta och sociala kanaler är viktiga faktorer för att konkretisera att det finns en destination. Plattformen har även gett enskilda verksamheter möjlighet att marknadsföra sig, vilket har uppskattats. Skyltarna som har tagits fram under projektiden ger verksamheter en möjlighet att visa att de är en del av destinationen, vilket skapar samhörighet. Skyltarna fyller också en viktig funktion i varumärkesarbetet då de tydliggör destinationen för besökare och kan förenkla besöket och höja upplevelsen för dem.

5.2 Utveckling av besöksplatser

En slutsats i förstudien är att fysiska åtgärder, ett besökscentrum och besöksnoder i varje kommun, bör genomföras i området vid Rönne å och Ringsjön. Ett förslag till LEADER-ansökan håller därför på att tas fram, för att genomföra det som förstudien kom fram till. Ambitionen är att ett besökscentrum ska etableras i Klippans kommun samt att en besöksnod ska skapas i varje kommun. Därutöver avses området tillgängliggöras och knyts samman för att skapa en helhet genom enhetlig skyltning vid besökscentrumet och besöksnoderna. För att underlätta möjligheten att besöka området avses besöksnoderna tillgänglighetsanpassas på en rimlig nivå och räddningsstolpar sättas upp vid besökscentrumet och besöksnoderna.

6 Budget

Projektet har genomförts inom ramarna för budgeten, se bilaga 7.5 för projektets ekonomiska resultat. 4 788 ideella h till ett värde av 220 kr/h är inrapporterade till LEADER, budgeterat antal 4 000 h.

7 Bilagor

7.1 Hållbarhetskoncept

7.2 Rapport studieresa ARK56

7.3 Rapport studiebesök Klippan, Åstorp, Ängelholm

7.4 Rapport studiebesök Eslöv, Hörby, Höör

7.5 Projektets ekonomiska resultat