



UTVECKLINGSPLAN FÖR STÄRKT SERVICE KRING LEDERNA

Solanderleden Ideell förening • September 2023



Innehåll

Sammanfattning	3
Del 1. Resultatet	6
Bo, äta och göra	6
Behov av stöd och insatser – för stärkt service kring lederna	8
Förslag på stöd och insatser – för att stärka servicen kring lederna	12
Del 2. Projektet SSKL 2022	14
Bakgrund	14
FAKTA	17
Bilaga: Sammanfattning av intervjuer	19
Enkät svar	19
Djupintervjuer	20
Sammanfattade intervjuer med egna reflektioner	20
Bilaga: Medverkande vid seminarier	24
Bilaga: Marknadsundersökning – Stärkt service kring lederna	32
Källor	38

Foto omslag

Porträtt av Jonas Gejke samt Sebastian Gröndal: Fredrik Broman.

Övriga foton: Privata.



Sammanfattning

Solanderleden ideell förening presenterar här en plan för framtida utveckling av service kring lederna i Norrbottens kustland med fokus på Solanderledens behov men med bäring även på hela kustregionens landsbygd och dess föreningar, företag och nystartare. Bakgrunden är att det behövs fler och utvecklade service vad gäller boende, mat och aktiviteter i anslutning till Solanderleden. Främst för att leden ska kunna bli en reseanledning för nationell och internationell turism men också för ökad tillgänglighet och service för lokalbefolkningen samt som ett led i landsbygdsutvecklingen. Planen har arbetats fram som en process inom projektet Stärkt Service kring lederna (SSKL 2022) finansierat av EU Leader Spira Mare 2020 samt EU landsbygdsfonden. Uppdraget har genomförts av externa företag i samråd med föreningens styrelse. Projektet har genomförts under perioden augusti 2022 – september 2023. De externa aktiviteterna, seminarierna och undersökningen genomfördes under perioden mars-juli 2023.

Projektets mål och resultat utgörs av denna utvecklingsplan. En plan för utveckling av service inom temaområdena Bo, Äta och Göra vid främst Solanderleden men också inom hela kustregionens/Leaderområdets sex kommuner där behovet är likartat. Därför har arbetet skett i samverkan med andra aktörer i regionen såsom Skridfinnarleden, Bottenvikens skärgård och kust samt Swedish Lapland Visitors Board AB.

Syftet med planen är att fånga, identifiera och presentera vilka behov av stöd och insatser som finns för att utveckla service i anslutning till eller kring lederna i Norrbottens kustland. Tanken har varit att resultatet ska bilda underlag till ett andra projektsteg med konkreta insatser inom boende, mat och upplevelser riktade till nya aktörer i Solanderledens närhet. Eventuellt, vid behov i samverkan med andra ledaktörer i Norrbottens kustland. Det är dock behovet av service längs Solanderleden som varit och framlides ska utgöra huvudsyftet med processen.

För att få fram underlag till planen har tre olika inspirationsseminarier genomförts på temat bo, äta samt göra, följt av en digital undersökning av målgruppens behov av stöd och insatser samt fem djupintervjuer av personer (från företag föreningar och privatpersoner med utvecklingsplaner) i målområdet. I underlaget ingår även presentationer av de föreläsare/inspiratörer som ingått i seminariernas program, dokumentation av deltagardialoger samt projektteamets tidigare men färsk erfarenheter från tex UTLINK projektet, samverkan Pite älvdal, externa seminarier på temat ledutveckling, synpunkter i dialog med projektets samverkanspartners (se källor) och nära kontakter såsom destinationsutvecklare samt erfarenheter från arbetet med Solanderleden.

Resultatet av projektet visar att det finns ett antal aktörer, föreningar, företag och privatpersoner som har planer eller groende idéer om att satsa på boende, mat och/eller aktiviteter. Flest inom boende. Några i anslutning till Solanderleden men även i angränsande kommuner. De behov av stöd och insatser som framkommit har delats upp i fem kategorier oavsett produkt:

1. Rådgivning.
2. Kunskapsinhämtning, kontakter och inspiration via studieresor.
3. Nätverk/nätverksträffar.
4. Stöd för produktutveckling, tematisering och berättelser.
5. Finansieringsstöd.

De områden som man sedan vill ha stöd eller insatser inom kan vara dels för sin produkt eller tjänst inom boende, mat och måltidsupplevelser och/eller aktiviteter och upplevelser inom natur och kulturmiljöer, dels inom text berättande/Storytelling, hållbarhet eller marknad.

Projektet har utmynnat i ett underlag till SSKL steg 2, för att utveckla och stärka servicen kring lederna i Norrbottens kustland. Ett projekt där utvecklingsstöd i form av tjänster erbjuds till företag, föreningar och nystartare kombinerat med en satsning på målgruppens eller produkternas berättelser, teman och historik. Det kan handla om att undersöka, beskriva och synliggöra en plats (där deltagaren har sin verksamhet eller idé) natur- och kulturhistoria. Det kan även vara nutidsteman hämtat från miljö och region som också kan profilera och skapa mervärde till deltagarnas erbjudanden. Fler serviceutbud med profilerande teman och berättelser skapar i sin tur underlag för ”Den berättande leden” som föreningen arbetar med parallellt i separat tidigare och framtida processer.

Genomgående för de inspirerande företagsberättelserna har varit hur viktig tematiseringen kring natur och lokal kultur varit. Flera deltagare uttrycker behov av att få hjälp med historik, beskrivning av natur och kulturvärden som kan återges i produkternas signum, form, uttryck och kommunikation. Det kan då handla om att ”lyfta” en gårds historia, skogen, älven, lokala växter, äldre sägner och historier, lokal mat etc. Men även att plocka fram modernare företeelser såsom en film eller bok vars handling utspelar sig på platsen.

De olika projektinsatserna kan i sin tur delas in i olika metoder. Några handlar om direkt slussning till andra aktörer som erbjuder stöd text rådgivning inom starta eget, inom finansiering, kvalitetssäkring, hållbarhetscertifiering, marknadsföring. Andra insatser genomförs internt i form av studieresor, skräddarsydd behovsstyrd rådgivning, konkreta workshops och kurser, nätverksträffar och kontaktförmedling samt inventering, tematisering och synliggörande av berättelser (natur- och kulturvärden).

Solanderleden har allt sedan starten utgått från det lokala perspektivet. Ett organiskt arbete i många steg där föreningen, byaföreningar, företag och lokala aktörer kring leden samverkar och bidrar till dess utveckling. De insatser som föreslås här ska på samma sätt utgå från deltagarna/målgruppens efterfrågan, behov och förutsättningar.

Mer information om Solanderleden, om projektet och föreningens arbete hittas på www.solanderleden.se.



Del 1. Resultatet

Bo, äta och göra

När projektet och de tre inspirationsseminarierna planerades var utgångspunkten att det behövs stärkt service kring lederna inom boende, aktiviteter och upplevelser (göra) samt Mat och måltidsupplevelser. Genom kontakter och förfrågningar under arbetet med UTLINK-planen samt inom Solanderleden Ideell föreningsarbete har planer och intresse av att starta upp verksamhet visats från olika nya och befintliga aktörer. Genom att bjuda in brett i kustområdets landsbygd till tre olika seminarier inom temat bo, äta och göra, så var förhoppningen att samla de aktörer och personer som har planer på produkter inom något eller några av dessa serviceteman. Tanken att inom Leader-områdets sex kommuner samverka mot gemensamma mål har här varit bärande. Totalt lockade seminarierna ett sextiototal deltagare, varav fyrtiotal unika intressenter inom något av temana bo, äta eller göra och sex s.k. draghjälpare från tex destinationsbolagen. Seminarierna engagerade därtill totalt tolv föreläsare och arrangörer som alla på ett eller annat sätt tillgodogör sig delar av innehållet i sin verksamhet. Kontakterna som skapas mellan dessa och deltagarna spelar en viktig kontaktskapande roll i processen.

Det finns en utförlig presentation av Inspirationsseminariernas innehåll i planens bilagor.

Mer boende – Fler besökare. 15 mars, Örnvik, Luleå

Ett heldagsseminarium med 32 deltagare utöver arrangörer och föredragshållare. De flesta från kommunerna Luleå, Piteå samt Älvsbyn men även någon från Boden och Haparanda. Detta var det seminarium som rönste störst intresse. Bland deltagarna fanns befintliga företag som vill utveckla sitt koncept med boende samt byaföreningar och privatpersoner som är på väg eller vill satsa på turistlogi i en eller annan form. Seminariet lockade även representanter från destinationer och andra draghjälpare vilket är gynnsamt för framtida samverkan och tillfälle att förmedla landsbygdsföretagens och vandringsturismens frågor.

Tre goda förebilder föreläste om sina företag. Jonas Gejke från Aurora Safari Camp/ The Outpost i Råne älvdal, Inga Johansson, Torpet Bernäs B&B, Piteå kommun och Forest Ecoretreat och Fishermens Ecoretreat /Guide Natura i Piteå kommun. Dessa kompletterades med föredrag om turistmarknaden av Swedish Lapland, om hållbar service och företagande av Guide Natura och om att starta företag av Nyföretagarcentrum Nord. Hansi Gelter, Guide Natura tillika ordförande i Solanderleden Ideell förening ledde seminariet och gav deltagarna en helhetsbild över såväl vandrarnas behov som företagandets möjligheter och komplexitet. I tre olika dialoggrupper bollades frågor kring möjligheter, hinder och behov av framtida stöd som deltagarna upplevde. En summering av seminariet visar att det finns ett intresse av att utveckla boendialternativ i kustområdet och att man ser vandringsturismen som

en potential för sommarhalvårets besökare och som en säsongsförlängande möjlighet. Vikten av att satsa på hållbarhet och att skapa goda relationer och samverka med andra företag var en viktig slutsats av både föredrag och dialoger.

Aktiviteter och Upplevelser. 23 maj, Rosfors Herrgård

Till detta halvdagsseminarium anmälde sig femton deltagare, de flesta nystartande privatpersoner och föreningar med planer eller företag med boende som vill utveckla upplevelser. Deltagarna mötte två olika guide/aktivitetsföretagare. Luleå Archipelago adventure och Guide natura som tillsammans gav en bild över hur efterfrågan ser ut och vad man ska tänka på om företagare och guide. Hur kan man som aktivitetsföretag förmedla hållbarhet, var ett av medskicken. Jössgården belägen några km från Solanderleden berättar om hur anläggningen tänker kring att erbjuda gästerna egna aktiviteter och samarbeten med externa aktivitetsföretag. Swedish Lapland Visitors Board berättade om marknaden, om synlighet i sociala medier och om besöksnäringens strategier i regionen. Rosfors Herrgård ligger i anslutning till Solanderleden. Herrgårdens ägare berättade om sitt nyliga övertagande, om planerna för framtiden och om vikten av att lyfta trakten och husets kulturhistoria. Man samarbetar redan med guideföretag och med byaföreningen för att profilera och bredda verksamheten. Hansi Gelter ledde även detta seminarium med utblickar till ledturism och vandrars efterfrågan kring aktiviteter. Seminariet avslutades med en unik genomgång och guidning av Hansi Gelter på temat fågelliv där deltagarna fick konstruktiva tips och råd kring hur man kan planera och genomföra en lyckad guidad promenad i naturen.

Mat och Måltidsupplevelser. Heldagseminarium 31 maj på Meldersteins herrgård, Råneå

Seminariet lockade tretton deltagare utöver arrangörer och föreläsare. Till detta seminarium kom de flesta från närområdet och Luleå men även några från Älvsbyn och Piteås landsbygd. Tre föredrag inom temat Mat och måltidsupplevelser inspirerade deltagarna i sina framtidsplaner. Deltagarna mötte Eva Gunnare från Essense of Lapland, Helene Forsberg från Jössgården samt Sebastian Gröndal från Gröndals matupplevelser. Seminariet leddes av Anki Granström, Relevanta Konsult som även inspirerade kring dryck och drinkar. Frågestunden och dialogen hölls i helgrupp. Platsen Melderstein Herrgård gav deltagarna lite extra inspiration kring historia och kulturmiljöer och hur man kan involvera berättelser i sin verksamhet genom ägaren Katarina Tingwalls presentation i samband med lunchen. Unikt för detta seminarium var att den avslutades med en Masterclass med utomhusmatlagning som leddes av Sebastian Gröndal i samverkan med Eva Gunnare. Deltagarna involverades såväl i örtplockning som i matlagningsprocessen. Att lokala råvaror och traditioner efterfrågas stod klart men också att modern teknik eller en innovativ twist på produkterna uppskattas av besökare. Vikten av berättelser och berättande i samband med måltider för turister och i hela kontexten framkom också mycket tydligt.

Behov av stöd och insatser – för stärkt service kring lederna

Utvecklingsplanens fokus ligger på målgruppens behov av framtida stöd i sina planer. Hur behovet ser ut har framkommit genom de tre inspirationsseminarierna på temat Bo, göra och äta samt genom en digital undersökning med 29 st. respondenter och fem djupintervjuer. Resultatet har vägt in erfarenheter från tidigare projekt inom ramen för Solanderleden och utvecklingsplanen Utlänk. I senare avsnitt beskrivs resultat av undersökning, djupintervjuer och dialoger samt tidigare erfarenheter mer ingående.

Boende

Av de 32 (35 anmälda men tre avbokade pga sjukdom) som deltog i seminariet på temat boende är uppskattningen att ca 20 har konkreta planer på att bygga/utveckla nytt boende för turister. Av dessa är ca hälften (8-10st.) belägna i nära eller på godtagbart avstånd från Solanderleden. Det rör sig om allt från ställplatser för husbilar, timmerkojor, campingstugor till mindre B&B, värdshus eller turistlodger.

Enkäten som besvarades både av deltagare på seminarierna och av övriga i målgruppen företag och föreningar på kustlandets landsbygd gav att 13 svarande hade planer på att utveckla boende.

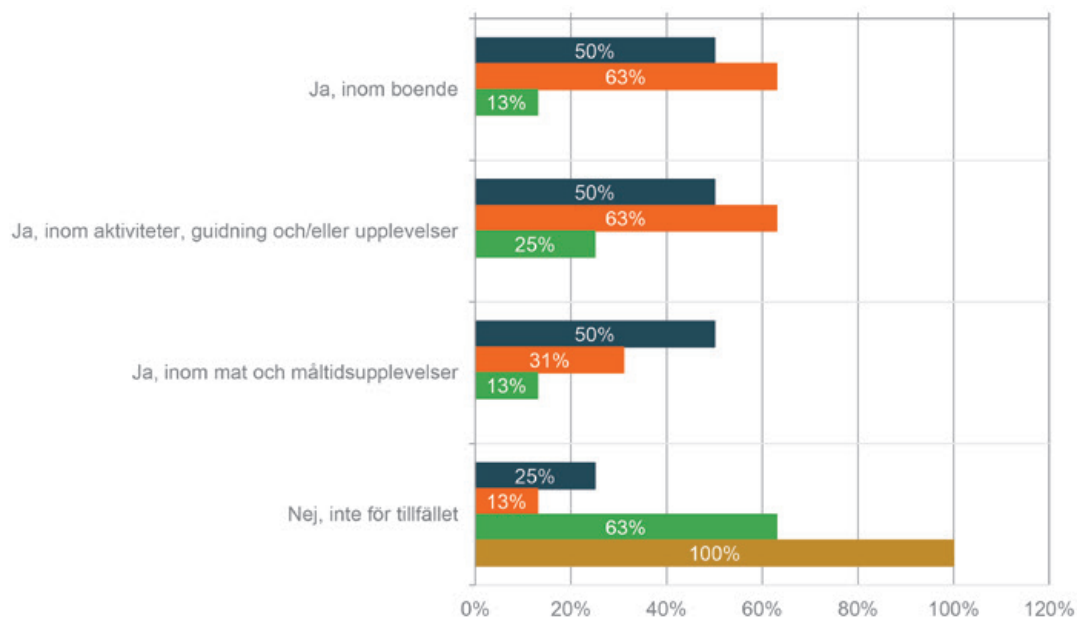
Aktiviteter

Fjorton har svarat att de planerar att utveckla någon form av aktiviteter eller upplevelser. Det är främst bland företagen som man planerar att utveckla (ibland flera) aktiviteter. Undersökningen frågar inte om de redan har någon aktivitet men gissningsvis svarar de som verkligen behöver stöd och/eller planerar att utveckla något helt nytt. Det är också möjligt att det är befintliga boendeanläggningar som planerar att börja erbjuda aktiviteter eller erbjuda något helt nytt. Det var dock inte så många av deltagarna på seminariet eller i enkätsvaren om Aktiviteter och Upplevelser som hade befintligt boende.

Mat och Måltidsupplevelser

Totalt är det endast åtta av 29 svarande som angett att de tänker utveckla någon form av mat eller måltidsupplevelser. Orsaken kan vara att det krävs ett stort intresse och kunskap inom hantverket för att satsa på den typen av verksamhet. Även kraven kring livsmedelshantering och hygien och de investeringar detta medför kan påverka resultatet. Det kan vara svårt att få beläggning i ett landsbygdskafé på åretruntbasis. Det går inte att enbart vända sig till vandrare om det ska ge lönsamhet i ett företag. Ideella föreningar har dock oftast andra syften med verksamheten. I intervjuerna visar att bland de som vill satsa på boende känner lättnad över att det kan räcka med frukostpaket för att erbjuda Bed and breakfast.

Fig 1. (Fråga två) Har ni planer på att utveckla någon form av erbjudande inom boende, aktivitet eller mat? (29 svar/44 valda alternativ).

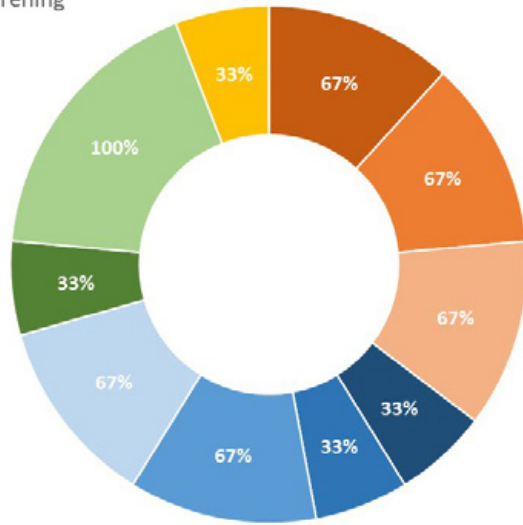


De behov av stöd och insatser som framkommit har delats upp i fem kategorier oavsett produkt:

1. Rådgivning.
2. Kunskapsinhämtning, kontakter och inspiration via studieresor.
3. Nätverk/nätverksträffar.
4. Stöd för produktutveckling, tematisering och berättelser.
5. Finansieringsstöd (inklusive rådgivning om möjligheter)

Figur 2. (Fråga 4). Vilket behov av stöd i din/er satsning bedömer du att ni har behov av inom? (20 svar/95 valda alternativ).

Förening



Nätverk eller dylikt

- Nätverk inom naturturism
- Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område (t.ex boende)
- Studiebesök på företag

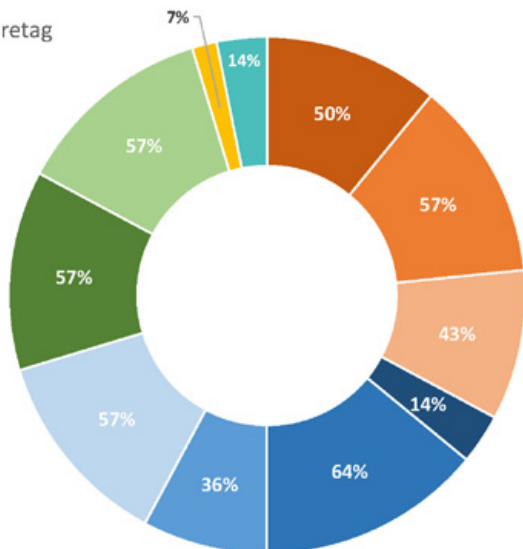
Rådgivning

- Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer)
- Rådgivning/bollplank om min produkt
- Rådgivning om finansiering
- Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.

Kompetens inom turism

- Naturturism
- Landsbygdsturism
- Annat:
- Vi har inget behov av stöd och hjälp för närvarande

Företag



Nätverk eller dylikt

- Nätverk inom naturturism
- Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område (t.ex boende)
- Studiebesök på företag

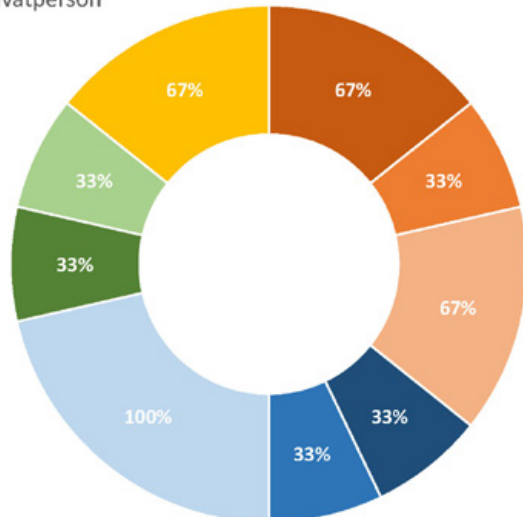
Rådgivning

- Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer)
- Rådgivning/bollplank om min produkt
- Rådgivning om finansiering
- Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.

Kompetens inom turism

- Naturturism
- Landsbygdsturism
- Annat:
- Vi har inget behov av stöd och hjälp för närvarande

Privatperson



Nätverk eller dylikt

- Nätverk inom naturturism
- Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område (t.ex boende)
- Studiebesök på företag

Rådgivning

- Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer)
- Rådgivning/bollplank om min produkt
- Rådgivning om finansiering
- Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.

Kompetens inom turism

- Naturturism
- Landsbygdsturism
- Annat:
- Vi har inget behov av stöd och hjälp för närvarande

Resultatet av enkätundersökningen visar att behovet av stöd i olika former är väldigt blandat. Det som sticker ut är att privatpersoner som idag inte har något men vill satsa på någon produkt/företagande känner behov av rådgivning och kunskap om marknadsföring och paketering. Bland föreningarna och företagen är det främst rådgivning, nätverkande och studiebesök som efterfrågas.

Hela resultatet redovisas i bilaga.

Undersökningen visar i övrigt inte någon större skillnad i behovet av stöd utifrån vilken typ av produkt målgruppen vill satsa på. Intervjuerna visar dock lite mer utförligare tankar kring behovet. De fem intervjuerna genomfördes med ett jordbruksföretag med planer på boende och guideaktiviteter, två privatpersoner med planer på boende (båda) samt skogsaktiviteter samt djur och naturbaserade upplevelser, en ekonomisk förening med boendepaner och en byaförening som vill hyra ut husvagns/husbilplatser, bastu, båt och grillkåta. Alla intervjuade har deltagit i något eller flera av seminarierna.

Man upplevde att seminarierna inspirerade till förverkligande av idéerna, att just det enkla lösningarna tex med primitivt boende, frukostkorgar etc. kändes "lugnande". Att man kan börja enkelt syns vara en viktig faktor för att våga satsa. De förebilder som erbjuder boende och har fullbeläggning kändes uppmuntrande. De intervjuade uppger att de gärna vill delta i ett kommande projekt, steg två, men med mindre teori och mer konkret "hands on" och prova på. I det kommande vill man se mer kontaktskapande/nätverksbildande aktiviteter och kunskap om marknad, synliggörande och marknadsföring förutom hjälp och underlag till de mer tematiserande/berättande profileringen av varje produkt.

Varje intervju (Bilaga) talar för sig själv men sammantaget verkar behovet vara inom utveckling av boende (rent praktiskt, tematiskt och ur målgruppens perspektiv), finansiering samt samverkan med andra företag inom samma produkt tex camping eller i trakten för att komplettera varandra och/eller för kunskapsutbyte och marknadsföring. Även om regelverk som styr de olika delarna i de intervjuades planer efterfrågas.

Förslag på stöd och insatser – för att stärka servicen kring lederna

Förslaget till stöd och insatser utgår från behovet, generellt och specifikt för varje företag. Det kan delas upp i två typer:

1. Generella insatser och kunskapsstöd som vänder sig brett till flera eftersom behovet är utbrett. Marknadsföring, synliggörande och service är mer generella behov inom målgruppen. I synnerhet uppstartare som saknar större kunskap och erfarenhet av turism och företagande.
2. Individuella insatser och stöd där deltagarens behov styr vilken typ av stöd den behöver.

Generellt stöd

Kurser, workshops, studiebesök och slussning.

Teman/Ämnen:

- Synliggörande (sociala medier, partners, branschfrågor etc.), marknadsföring, service/värdskap, hållbarhet.
- Nätverkande kontaktskapande (läggs in i typ av stöd tex workshops)
- Introduktion kring berättande.

Individuellt stöd

- Individuell rådgivning inom deltagarens nysatsning tex. hur bygga turistlogi, erbjuda "Pop-upkafé", utveckla vandringspaket, hållbarhetssäkra.
- Individuella studiebesök utifrån deltagarens satsning.
- Individuell konsultation inom berättande, tematisering, storytelling för att profilera sitt objekt utifrån natur och kulturvärden eller annat lokalt anknutet tema.
- Individuell slussning till tex Nyföretagarcentrum, destinationen, banken, kommunens miljö- och hälsoinspektör med mera.

Solanderleden har allt sedan starten utgått från det lokala perspektivet. Ett organiskt arbete i många steg där projekten, föreningen, byaföreningar, företag och andra lokala aktörer kring leden samverkar och bidrar till dess utveckling. Leden har dragits genom lokala processer och utifrån de olika byarnas, markägares och andra intressenters förslag. De insatser som föreslås här ska på samma sätt utgå från målgruppens efterfrågan, behov och förutsättningar.

Lunchpaus på Rosfors herrgård. Foto: Privat



Hansi Gelter ger tips om Guideteknik. Foto: Privat

Del 2. Projektet SSKL 2022

Bakgrund

Solanderleden är en 22 mil lång vandringsled i Norrbottens kustland mellan Luleå i norr och Jävre, Piteå i söder. Vissa avsnitt är även avsedda för cykling. Leden tillkom utifrån lokala landsbygdsföretags önskemål som en del i ett lokalt utvecklingsarbete i projektet Gröna Piloter Turism inom LRF Norrbotten 2008. Sedan dess har ledprojektet driftats av dåvarande föreningen Pite Unika av LTU Upplevelseproduktion samt flera ideella krafter med stöd av olika lokala och nationella finansiärer innan Solanderleden ideell förening bildades. Leden invigdes i sin helhet 2018 men är fortfarande under utveckling med nya kringleder och utrustning. På ledens hemsida www.solanderleden.se finns utförlig historik och information om leden.

Solanderleden ideell förening är huvudman för leden. Styrelsen handhar frågor kring drift, underhåll, kommunikation och finansiering. Detta arbete sker ideellt i huvudsak av föreningens styrelse. Vissa arbetsinsatser tex enklare röjning, restaureringsarbete och rapportering sker ideellt tex i byaföreningar, av lokala markägare eller av privatpersoner. Under Solanderledens dag genomförs ett flertal ideella eller kommersiella aktiviteter utefter leden av byaföreningar och företag där föreningens åtagande är att samla och sprida information om dessa. En stor del av föreningens kontinuerliga insatser upphandlas externt, såsom röjning, spångning och skyltning. För detta ändamål bidrar kommunerna med ett årligt stöd. En liten del av intäkterna kommer från vandrares och medlemmars stöd.

Ett syfte med föreningen är även utveckling av leden. Det kan handla om tex kvalitetssäkring, hållbarhet, service, kringleder, framtagning av dokumentation om traktens historia, kultur- och naturvärden samt utveckling av service och upplevelser. Allt sådant utvecklingsarbete sker i projektform antingen externt i samverkan med föreningen eller med föreningen som huvudman med hjälp av fristående projektaktörer.

Projektet Stärkt service kring lederna (SSKL 2022) tillkom utifrån lokala önskemål, samlade erfarenheter från andra välbesökta leder och som ett resultat av arbetet med Plan för leder i Norrbottens kustland, UTLINK. (www.cantry.se/UTLINK). Projektet finansieras av EU Leader Spira Mare samt EUs landsbygdsfond. Syftet med projektet är påbörja en process för fortsatt utvecklingsarbete inom service i form av boende, mat, besöksmål och aktiviteter längs lederna då stor potential finns till utveckling. Det ska ske genom att dels inspirera föreningar, företag och privatpersoner att utveckla nytt eller befintligt serviceutbud, dels och framför allt genom att undersöka vilket framtida stöd (tex. i form av kunskap, råd, nätverk och finansiering) dessa aktörer är i behov av. Målet dvs. resultatet av arbetet presenteras här i form av en Utvecklingsplan för stärkt service kring lederna inom bo, äta och göra längs Solandereleden och i ett vidare sammanhang, i Norrbottens kustregion.

Den 22 mil långa leden erbjuder omväxlande natur, intressanta kulturvärden, levande landsbygd och viss service i form av boende, mat och aktiviteter eller upplevelser. Men behovet av den typen av service är mycket större än utbudet. I synnerhet om leden ska locka nationell turism och internationella besökare. Utvecklad service kring lederna behövs även för att tillgodose en relativt ny och växande företeelse, "hemestrände" lokalbefolkning som vandrar i närområdet med övernattning och nyttjande av utbud i form av måltidsupplevelser och tex guidade aktiviteter, kanoting, cykling eller svamp- och bärplockning.

Samverkan och utökat målområde

Intresset för och behovet av att utveckla service och utbud för naturturism finns inom hela kustområdets landsbygd inte bara i området kring Solanderleden. Detta har framkommit genom föreningens samverkan med Skridfinnarleden men också i tidigare projektet Utlänk samt i samband med seminarier kring vandringsturism och kontakter med turismföreträdare. Behovet av utvecklad service finns kring Solanderleden men också i dess omgivning och i hela Leaderområdet. Målgruppen vandrare och cyklister kan oftast acceptera en viss avstickare till sin service. Det är även vanligt att målgruppen bor någonstans i regionen och tar sig till lederna för allt från kortare promenader till en eller tvådagarssturer. Leden och servicen har på så sätt behov av varandra.

Inget boende eller annan typ av serviceanläggning, i alla fall i vår region, kan enbart existera utifrån vandrars och/eller cyklisters behov. Ska verksamheten få beläggning under andra årstider och bli lönsam krävs även att den har flera målgrupper, marknader, samarbeten och produktutbud. Det är en självklarhet som det behöver påminnas om. Men det har visat sig att just närheten till en vandringsled kan vara avgörande eller bidragande till att en kund väljer just den anläggningen. Fler exempel kan nämnas. Närheten till en fin led stärker utbudet av aktiviteter hos en konferensanläggning, en förening, skola eller camping. Här kan leden nyttjas på olika sätt, exempelvis för utflykter, dagsaktiviteter, utökat utbud och av guider.

Av dessa skäl har projektet SSKL 2022 genomförts i samverkan med några andra aktörer i områden där samma behov identifierats. Det är Skridfinnarleden, Swedish Lapland Tourist Board samt Stiftelsen Bottenviken kust och skärgård. Fokus har legat på Solanderledens region dvs kommunerna Luleå och Piteå men aktiviteterna har varit öppna för målgruppen i hela Norrbottens kustområde, dvs. inom EU Leaderområde Spira Mare 2020 bestående av de sex kommunerna Älvsbyn, Piteå, Boden, Luleå, Kalix samt södra Haparanda. Även undersökningen kring behov av stöd för att utveckla service, har vänt sig till det större målområdet, Norrbottenskusten/Spira Mare-regionen. Det har även skapat ett tillräckligt underlag eller kritisk massa för att kunna genomföra de tre inledande inspirationsseminarierna samt undersökningen. En effekt har genom detta varit att fler kontakter och nätverk skapats mellan deltagarna i regionen.

Definition service kring lederna

Med service menas här utbud av tjänster, kommersiella eller ideella, som behövs för att nyttjare av leden ska kunna genomföra sin vandring eller cykeltur utan att behöva medföra så mycket eller all utrustning. En avgränsning gjordes med tre olika kategorier: Boende, mat och måltider samt aktiviteter och upplevelser (inkl. besöksmål). Det utesluter inte att någon i målgruppen kan vilja erbjuda någon annan service såsom transfer eller cykelreparation, uthyrning av utrustning eller varför inte en hårsalong. I de flesta fall kan den typen av service gå under kategorin Aktiviteter och upplevelser. Man talar i ledsammanhang om hygienfaktorer, dvs både möjlighet att sköta sin hygien, gå på toa och slänga skräp men också att få fylla vattenflaskan, laga sig ett mål mat etc. Det är mycket viktigt att dessa också är sörjt för, kanske lämpligen i någon befintlig större verksamhet, boende, gårdsbutik etc.

Projektets aktiviteter och delresultat

De tre unika typer av aktiviteter (utöver projektplanering och administration) som genomfördes i projektet har gett underlag till denna Utvecklingsplan. Dessa är:

- **Inspirationseminarier** för målgruppen inom de tre huvudteman Bo, äta, göra.
- **Undersökning** av behov hos målgruppen och djupintervjuer.
- **Utvecklingsplan.** Insamling av kompletterande adekvat underlag, summering, analys och framtagning av Utvecklingsplan.

Inspirationseminarier Bo, äta och göra

Under våren 2023 genomfördes tre inspirationseminarier temat bo, äta och göra. Seminariet på temat bo med rubriken Mer boende–Fler besökare! genomfördes på Örnviks kursgård, Luleå den 15 mars följt av seminariet på temat göra med rubriken Utveckla aktiviteter och upplevelser för betalande gäster! som genomfördes 23 maj på Jössgården i Sjulsmark, Piteå. Seminariet på temat Äta med rubriken Mat och måltidsupplevelser avslutade serien på Meldersteins herrgård 31 maj. Dessa mötesplatser lockade olika deltagare från regionen men det fanns de som deltog i flera av aktiviteterna. Totalt deltog ett sextiotal personer (varav drygt fyrtio unika deltagare dvs några deltog i två eller flera av seminarierna) från företag och föreningar och några privatpersoner med utvecklingstankar utöver ett antal företrädare för turism och landsbygdsfrågor.

Seminarierna innehöll tre–fyra föredrag från företagare som erbjuder produkter inom respektive tema. Det var inspirerande förebilder och kunskapsförmedlare som deltagarna kan identifiera sig med. På varje seminarium ingick föredrag om hållbarhet ur lite olika aspekter. Varje seminarium hade sin egen extra twist. Till exempel så hade seminariet om Boende ett inslag om att starta eget, seminariet Göra innehöll en kort tur med guide/workshop med tips om guideteknik medan seminariet om mat avslutades med en masterclass om tomhusmatlagning. Varje seminarium hade antingen dokumenterade gruppdialoger, deltagarpresentationer eller frågestund i helgrupp. I samband med inbjudan till inspirationseminarierna presenterades projektet och varje föreläsare/inspiratör i ett separat dokument. Dessa formgavs av designföretaget Kollijox AB. Seminariedokumentationen och föreläsarpresentationen utgör här en del av underlaget till denna utvecklingsplan.

Undersökning av Behov av stöd och insatser

Projektets andra insatsområde eller delmetod har varit att undersöka målgruppens behov av framtida stöd och insatser för att underlätta deras utvecklingsplaner inom respektive temaområde. Det har genomförts i två olika steg. Först som en digital undersökning med frågor kring nuvarande verksamhet, utvecklingsplaner och behov av stöd för dessa. Sedan i form av djupintervjuer av fem utvalda personer som representerar målgruppens olika företag eller föreningar och privatpersoner. Uppdraget gavs till Studentkonsulting som genomförde undersökning under juni 2023. Enkäten skickades ut till runt 80 mejladresser, främst till deltagare i seminarierna men även till de föreningar och företag som tidigare inbjudit att delta.

Totalt gav undersökningen 29 anonyma svar. Svarsfrekvensen var låg, kanske utifrån tidpunkten men kanske även med tanke på GDPR. Vi kunde enbart ställa enkäten till för oss medgivna mejladresser, oftast en "brevlåda" där den kanske fastnat eftersom avsändare inte är känd för den som läser mejlboxen. Det är generellt sett svårt att träffa rätt person med specifika frågor. Men de svar som inkom gav ändå en bild över hur målgruppen ser på behovet av stöd och vilken typ av stöd och insatser man mest efterfrågar och varför. Svaren kunde kopplas till de synpunkter som framkommit under seminarierna och i tidigare dialoger före och under projektets gång.

Enkäten kompletterades sedan med fem djupintervjuer för att få ett mer detaljerat och nyanserat underlag till utvecklingsplanen. Djupintervjuerna genomfördes under juli 2023 av företaget Stämningrum i norr. De personer som intervjuades gav bilden av ett stort engagemang och framtidstro. Man hade uttalat eller visst behov av stöd och insatser till exempel i fråga om konkret rådgivning och studiebesök. Resultatet är redovisat i bilaga i slutet av utvecklingsplanen.

FAKTA

- Projektamn:** Stärkt service kring lederna. SSKL 2022.
- Huvudman:** Solanderleden Ideell Förening. Ordförande Hansi Gelter.
- Finansiär:** EU Leader Spira Mare. EU Landsbygdsfonden.
- Projektid:** 2022-2023.
- Projektledare:** Karin Hedström, Cantry AB
- Projektteam:** Britt-Louise Nyman, Stämningrum i Norr.
Karin Stenwall, Kast produktion AB.
Petra Wikström, Kollijox AB.
Henrik Kask och Hannah Hedalm, Student consulting AB.



Huset i Pålmark där filmen Jägarna spelades in. Foto: Privat



Campingplatsen i Vallén. Foto: Privat

Bilaga: Sammanfattning av intervjuer

Enkät svar

De intervjuade svarar som:

- Jordbruksföretag, privatperson, ek.förening, byaförening, privatperson.
- Jordbruksföretag med planer på att bredda sin verksamhet med boende och guidade aktiviteter. (Barbro och Kent Sjöberg Pålmark)
- Privatperson med planer på att starta företag i framtiden med olika aktiviteter, äger en jord-skogsbruksfastighet och vill kunna erbjuda boende, skoglig verksamhet, djur och naturupplevelser. (Artic Farmstedt Sebastian och Therese Moberg Haparanda)
- En ek. förening som vill skapa boende på anläggningen som går att hyra ut enligt regler som gäller för konferens och stuguthyrning (Vallens Turism & Fritid)
- Byaförening med byagård och uthyrning av bastu, båt och grillkåta, husvagnsplatser och ställplats. (Storsunds Byaförening i Markbygden)
- Privatperson med planer på att erbjuda boende i anslutning till bostadshus i Stridholm. (Annica Nordberg)

Seminarier de deltagit i:

5 personer Boende

5 personer Aktiviteter

4 Måltidsupplevelser

Synpunkter på seminarierna från de intervjuade:

De gav mycket inspiration för att börja förverkliga idéerna. Intressant att få höra att det finns ett behov av det mer enkla/primitiva boendet med lugn och ro.

Att man kan erbjuda en frukostkorg vid uthyrning av boende.

Att man blev imponerad av de som byggt upp boende och att de har beläggning, vilket inspirerade till att våg satsa.

Bra med seminarier med praktiska inslag – guidad vandring.

Delta gärna i kommande projekt.

Djupintervjuer

Sammanfattade intervjuer med egna reflektioner

Boende

Det finns ett stort intresse bland de intervjuade att utveckla boende bland alla fem intervjuade. De är boende av olika slag. Två som äger jordbruksfastigheter och vill utveckla boende på sina gårdar. En ek. förening som driver camping och som vill skapa mer boende för fler målgrupper. En byaförening som vill bygga om lägenhet i byagården och hyra ut samt en privatperson som vill skapa ett enklare boende invid sitt fritidshus.

Boende ses som en möjlighet och en förutsättning för att kunna få ökade intäkter/lönsamhet i företaget/verksamheten och locka flera olika målgrupper samt att kunna bredda den verksamhet man bedriver. Boende som utvecklas i och i närhet till naturen gör också att man kan erbjuda aktiviteter som det finns förutsättningar för alldeles i anslutning till det boende man vill utveckla.

Att få utveckla utifrån de många idéer som finns bland de intervjuade och deras intressen och samt de möjligheter och visioner de har är gemensamt för alla.

Två av de intervjuade erbjuder idag enklare boende, men det behövs restaurering och ombyggnad av tidigare boende. Här finns även camping med husvagns och ställplats. Att erbjuda boende för andra målgrupper ses som ett sätt att få ökade intäkter och en möjlighet att kunna erbjuda upplevelser i naturen med vandra, paddla, cykla och fiska. De övriga har ambitioner att

Utveckla boende i kombination med naturupplevelser av olika slag.

Det är helt rätt i tiden med dessa ambitioner.

Roligt att en av de intervjuade har planer på att utveckla/bredda sin verksamhet utifrån ”platsens attraktionskraft”, gården där filmen Jägarna har ägt rum.

En tanke att ta fasta på, kan finnas andra platser som har ”sin händelse” att bygga vidare på men som idag inte har lyfts fram – ex platsens berättelse, gårdens berättelse, älvens berättelse, osv.

Positivt är också att det finns planer på tillgänglighetsanpassning av rum och servicebyggnader, samt nybyggnation av stugor bland de intervjuade.

Positivt är också att det finns en stor efterfrågan på boende på andra platser än i våra städer. Fler och fler vill hyra boende i glesbygd/landsbygd i natursköna miljöer.

Hos alla fem intervjuade har man planer, någon har redan påbörjat utveckla mer boende medan övriga har planer och ser stora potentialer till utveckling genom att kunna erbjuda boende, från enklare boende hos fler och boende för internationella gäster hos en av de intervjuade.

Aktiviteter/Måltidsupplevelser och dess potentialer

Att samarbeta med andra företag i området lyfter flera fram och att kombinera det man själv kan erbjuda i samverkan med andra ses som en möjlighet och en potential och att man då kan få besökare att stanna längre. Det är något som går att jobba vidare med och är en potential i ett flertal områden. T ex olika former av kluster med olika tematiska erbjudanden. Också en möjlighet till fler olika paket, dagsturer, flerdagars och veckopaket.

Att kunna utveckla en verksamhet med aktiviteter utifrån anläggningens potentialer i kombination med boende lyfts fram av alla.

Att kartlägga och inventera anläggningens potentialer utifrån ett aktivitetsutbud är viktigt och kan säkert göras i än större grad. Några har kunskap om natur- & kulturturism medan vissa har ingen erfarenhet alls.

Allt från att odla och erbjuda lokala matupplevelser utifrån gårdens kultur till

att uppleva och göra i omgivningen. ex uthyrning av kajak, bastuflotte, guide turer och berätta om skogen, plocka och förädla bär och svamp, fiske samt att ta del av gårdens dagliga arbete, det enkla, lugn och ro, hälsa, grön rehabilitering, avkoppling och återhämtning.

Det är positivt att höra dessa tongångar då alla trender visar på en stor och ökad efterfrågan på det de intervjuade lyfter fram och vad de vill satsa på och samarbeta kring samt vilket behov av kunskap och kompetens de önskar.

De vill och ser potentialer i att erbjuda annorlunda upplevelser – i kontrast till storstadslivet. För mindre grupper ca 4-5 personer. För internationella gäster och hemestrare, campinggäster, tältare, MC gäster, natur- & kulturintresserade friluftsmänniskor m fl. Dessa målgrupper ökar och det finns ett behov av att fler produkter/paket utvecklas i samverkan mellan lokala mindre aktörer där mötet med dessa också utgör en upplevelse som är äkta och efterfrågad.

Alla intervjuade har förutsättningar, vilja och ambitioner att utveckla verksamhet utifrån rådande trender. De är inte stora företag, några har ej startat, är byaföreningar, privatpersoner, men alla kan fylla en viktig funktion inom natur- & kultur och landsbygdsturism.

Behov av samarbete, kontaktnätverk och studiebesök

Alla intervjuade vill gärna **samarbeta** med andra företag i området som erbjuder annan service/aktiviteter, boende än det man själv kan och vill erbjuda. EX mat, sommarcaféer, olika besöksmål, musiker, guider, olika aktiviteter.

Att samarbeta med andra företag som passar in i profilen och som kan stärka det man vill erbjuda ses som viktigt. Ett sätt att skapa win-win för företag inom natur-kultur och landsbygdsturism. Vilka är vi och vad kan vi var och en erbjuda, ex profilmisch. Kan vara något att titta vidare på. Vad kan olika områden erbjuda och hur kan vi stärka servicen kring leder, kring anläggningar och stärka företag/byaföreningar som erbjuder boende, aktiviteter, mat/måltidsupplevelser. Alltså Vad och hur kan man samarbeta? Hur skapa än mer samarbete för att stärka service och öka affärsmöjligheter.

Det finns ett behov av behov av **nätverk** för inspiration och fortsatt idéutveckling, stöd och lära av varandra och att få vara en del av en gemenskap. Tillhör man redan ett nätverk så vill man utöka det. Några ser sig som noviser inom camping och turism och ser nätverk som ett sätt att lära av andra, få kontakter och inspiration. Att få träffas utifrån behov i nätverk i mindre grupper utifrån det man vill utveckla kan vara en bra form att utveckla i nätverk. Men också ett bra sätt att kunna utveckla egna idéer man har utifrån gruppen.

Alla ser **studiebesök** som väldigt inspirerande – att ta del av hur andra har gjort och hur man inte ska göra! Ex besöka jordbruk som kompletterar med annan v-het. Studiebesök för inspiration, hur har andra gjort och inte gjort. Att få ta del av konkreta presentationer/goda förebilder och gärna prova på. Teori är bra men inte för mycket.

Rådgivning

Det finns en del behov av rådgivning.

Behoven är lite olika men fler ser individuell rådgivning som önskvärt, kan var bolagsformer, finansiering, söka stöd, var och hur, olika bolagsformer, energifrågor, ex solcellsanläggning, hur nyttja sin skog som ett resurskapital mm.

Viktiga frågor för de som vill starta en verksamhet och företag. Viktiga också i ett hållbarhetsperspektiv. Men även i ett utvecklingsperspektiv.

Behov av kunskap utveckling av boende – om olika krav, regler och tillstånd vid nybyggnation och ombyggnationer. Tillgänglighetsanpassning, etablering och regler vid, vad gäller för camping och ställplatser.

Behov av kunskap om mat/måltidsupplevelser, servering av fika, livsmedel. Behov av kunskap om olika försäkringsfrågor inom boende, mat och aktiviteter.

Ansvars- och säkerhetsfrågor

Behov av kunskaps och kompetensutveckling inom natur- & kulturturism

Bland alla intervjuade finns det ett behov och ett intresse av hur man utvecklar produkter och paketerar.

Hur kan man sampaketera och vad gäller då?

Hur paketerar man det enkla.

Hur produktutvecklar man för olika marknader och målgrupper.

Ex grön rehabilitering, finns en marknad och en målgrupp, hur når man dem, vilka produkter kan vara lämpliga. Enkla paket för funktionshindrade.

Hur kan man hitta grupper med högre betalningsvilja och vilka krav har de.

Rådgivning och kunskap om prissättning, kalkylering, ansvar och säkerhetsfrågor.

Kunskap om hur man kan nå ut annat än med annonsering, platser att marknadsföra sig på.

Stöd om vilka olika bokningssystem som finns.

Tidigare kunskap inom natur- kultur & landsbygdsturism

Två har utbildning inom natur- och kulturturism, Artic Hospitality Leader 1 1/2 år.

Byaföreningarna har kunskap inom landsbygdsfrågor. Dock anser man sig vara noviser inom turism. Jag ser det som ett stort behov av kunskap- & kunskapsutveckling för vidare utveckling utifrån var och ens intresse, vilja och ambitioner.

Till sist! Att satsa på

De intervjuade vill gärna delta i ett kommande projekt! De ser ett nytt projekt med en blandad form av seminarier, studiebesök, guideutbildningar, kunskap och kompetenstillfällen, gärna tematiserade.

Bra med projekt som inspiration och ett smörgåsbord med lite av varje, utifrån behov. Studiebesök för inspiration, hur har andra gjort och inte gjort. Inspirationsresor. Konkreta presentationer- prova på, inte för mycket teori.

De är väldigt inspirerade och har gott om idéer om vad de vill göra och deltar gärna i nya projekt för att lära än mer och knyta nya kontakter. Mer produktutveckling, paketering, marknad/målgrupper/marknadsföring lyfter alla intervjuade fram.

Bilaga: Medverkande vid seminarier

Moderator

Anki Granström • RELEVANTA CONSULTING

www.relevanta.se



Seminarieledaren Anki Granström driver företaget Relevanta AB, där tjänster inom ledarskap, förändringsarbete och kompetensförsörjning erbjuds. Vid sidan av detta har hon erfarenhet från och intresse för lokalsamhället, lokala råvaror och evenemang tex med mat- och dryckesevent med egna spännande recept smaksatta med traktens örter och bär.

Medverkande

Johanna Elenius • SWEDISH LAPLAND

www.swedishlaplandvisitorsboard.com



Johanna Elenius, Swedish Lapland Visitors Board berättar om våra potentiella besökare, deras drivkrafter och hur vi når dem på bästa sätt. Johanna lyfter turistiska perspektiv som kan ge näring åt landsbygden, vad våra besökare söker på och i vilka kanaler man som företagare behöver synas. Johanna är naturturismutvecklare (Affärs- och produktutvecklare inom naturturism), digital strateg samt projektledare på Swedish Lapland Visitors Board.

Medverkande

Anna Engström • NYFÖRETAGARCENTRUM NORD



Anna Engström är verksamhetschef på Nyföretagarcentrum Nord och affärsrådgivare på Nyföretagarcentrum i Luleå. Vad gäller för dig eller din förening som ska starta eller utveckla ny affärsverksamhet?

Anna Engström pratar kring planeringen inför företagsstart, om olika företagsformer och hur de kan hjälpa dig att utveckla och förverkliga dina affärsidéer eller er verksamhet.

Medverkande

Karin Åberg • LULEÅ BUSINESS REGION



Karin Åberg, affärsutvecklare på Luleå Business region, ger tips och råd om marknadsföring och om att kunna möta kundernas behov med fokus på måltidsupplevelser. Karin som arbetar nära turistföretagen i Luleå kommun berättar om destinationens utveckling med ökad internationell turism och det ökade behovet av boende och service på landsbygden.



Medverkande

Helene Forsberg • JÖSSGÅRDEN, SJULSMARK

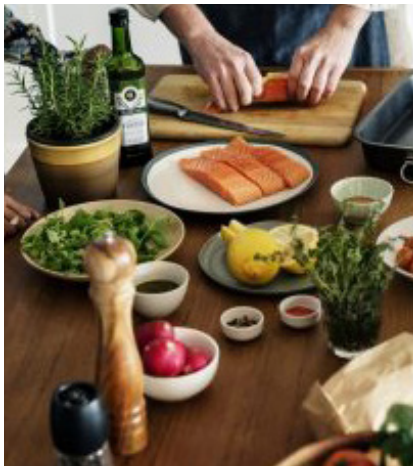
www.jossgarden.se

Helene och Torbjörn Forsberg äger och driver framgångsrika Jössgården i Sjulsmark, Piteå kommun. Kärnan i Jössgården är en genuin och lantlig restaurang i en renoverad ladugård med konferens och så kallat highend-boende. Smaken av en plats, storytelling, hållbarhet och välsmakande mat på lokala råvaror är en röd tråd i gårdens erbjudanden något som ända sen starten 2016 genererat prestigefyllda nomineringar och näringslivs priser. Senast 2023 fick Jössgården priset Sveriges bästa ekoturismföretag.

Gårdens brukshästar, höns och kaniner bidrar till den lantliga känslan vid olika sammanhang såsom bröllop, kalas, företagsevent och inte minst populära caféet sommartid.

Helene berättar om vad som är viktigt att tänka på såväl utifrån kundens perspektiv som företagets. Vilka är kunderna och vad efterfrågar de? Helene ger inspiration kring olika sätt att paketera dryck & måltidsupplevelser via samverkan och slutligen hur de kombinerar arbete och familj.

”Det ska kännas äkta och skapa en känsla av hemtrevnad samt lugn & ro.”



Samtliga bilder foto: privat



Medverkande

Hansi Gelter • GUIDE NATURA

www.guide-natura.com

Ett Nature's Best märkt ekoturismföretag som erbjuder småskalig ekoturism. Guide Natura erbjuder upplevelser för naturintresserade gäster. Alla företagets produkter handlar om natur och hållbarhet. Hansi Gelter erbjuder naturguidning med olika teman, skogsbad, cykelturer och kajakpaket, för att nämna några produkter i kustland och skärgårdsmiljö. I omgivningen i och kring Rosfors ekopark har Hansi skapat rundslingor för vandring och MTB-cykling samt byggt upp en övernattningskoja i anslutning till Solanderleden. Inom boendekonceptet ingår även Fishermens EcoRetreat, på Vargön i Piteå skärgård. Hansi, som är forskare och biolog i botten, har jobbat länge med naturturism och upplevelseproduktion, både som utbildare och turismföretagare. Han är också ledamot i Naturturismföretagens styrelse.

Under seminariet lyfter Hansi vilka möjligheter och utmaningar som han möter med fokus på aktiviteterna och gästernas behov. Om samarbeten och olika kundgrupper. Vad krävs i starten, när är en aktivitet säljbar och vilka är Hansis bästa råd kring hållbarhet? Hansi kommer även att fungera som seminariets sammanhållande moderator.



Samtliga bilder foto: Guide Natura



Medverkande

Jonas Gejke • HUMAN SPECTRA

www.theoutpostsweden.com • www.aurorasafaricamp.com

Jonas Gejke är en turistentreprenör som erbjuder "arktisk stillhet". Via sitt företag Human Spectra driver han turistanläggningarna Aurora Safari Camp i Gunnarsbyn och The Outpost i den lilla byn Mårdsel, båda i Råne älvdal. Jonas berättar om hur man utvecklar boende för skilda målgrupper och utifrån olika efterfrågan. Vilken hjälp kan man få, vilka krav ställs, hur går man tillväga?



Foto: Fredrik Broman

The Outpost.



Foto: Fredrik Broman

Aurora Safari Camp.



Medverkande

Eva Gunnare • ESSENCE OF LAPLAND

www.eolapland.se

Eva Gunnare har etablerat sig som matkreatör med hela Swedish Lapland och Sverige som arbetsfält. Råvarorna i form av örter, växter och svampar hämtar hon i naturen i omgivningarna kring Jokkmokk. Genom förädling av naturens smaker i det egna köket och presentation i form av matföreställningar har hon gjort sig ett namn långt utanför länet. Till henne lockas matprogram, kända kockar och olika matkoncept från alla håll.

Eva Gunnare växlar smakprover med berättelser och bilder från Norrbottens och kulturmiljöer och natur. Smakföreställningar, örtguidningar och föredrag är mobila erbjudanden till arrangörer, företag och föreningar men hon arrangerar också matvandringar i egen regi. Hon dyker upp där kunden behöver henne.

Eva berättar om sin resa som företagare samt vilka möjligheter och potential hon ser i matföretagandet. Vilka utmaningar har hon mött med tanke på sårbarheten som ensam företagare och vad är hennes bästa råd till dig som går i tankar om utveckling av mat och måltidsupplevelser i Norrbottens kustland?



Foto: Privat



Foto: Privat



Medverkande

Sebastian Gröndal • GRÖNDALS MATUPPLEVELSER

www.grondalsmatupplevelser.se

Sebastian Gröndal är kock och entreprenör inom måltidsevenemang med bakgrund från Treehotel med såväl inom- som utomhusmatlagning men också som samarbetspartner till turistanläggningar i deras aktivitetsutbud.

Tillsammans med sin fru Emma Gröndal driver de företaget med spännande aktiviteter där lokala råvaror och matlagningens glädje är i fokus.

Sebastian tar oss med på sin resa både som företagare och kock. Vilka är deras möjligheter och utmaningar, hur synliggör de sig och får man till lyckat samarbete med andra företag? Vad behöver man veta vid utomhusmatlagning för att det ska bli lyckat? Även när det gäller utrustning, regler och hygien. I den avslutande workshopen utomhus med smakprov vid öppen eld, får deltagarna prova på och få smak på utomhusmatlagningens magi”.

”En unik upplevelse med en egen kock där närodlat och lokalproducerat tar störst plats i menyerna. Inte enbart för att hålla landsbygden levande, men även för att gynna andra småföretagare och matproducenter i närområdet”. Vi vill bidra till att synliggöra vår landsbygds utbud av underbara råvaror, och göra dem mer tillgängliga för konsumenterna”.



Foto: Fredrik Broman



Medverkande

Inga Johansson • TORPET BERTNÄS B&B

Inga Johansson bedriver turistverksamhet på den naturnära belägna gården med anor från 1890. Tillsammans med sin man Claes-Jörgen Pohl välkomnar de gäster från när och fjärran med olika aktiviteter och erbjudanden utifrån årstid.

Boende erbjuds dels i det fräscha nybyggda gårdshuset i ljus nordisk retrostil och utsikt över vattnet och intilliggande servicehus med vedeldad bastu, dels genom det nya tillskottet i form av mysiga så kallade Tipis. Gästerna har möjlighet att hyra skidor och utrustning för skidturer på spår som ansluter direkt från gården samt tillgång andra aktiviteter i näraliggande natur.

I samverkan med Västi gård så kan företaget ta emot lite större grupper som även erbjuds transfer från Luleå airport.



Foto: Privat



Foto: Privat



Medverkande

Susanne Törn Lind • LULEÅ ARCHIPELAGO ADVENTURES

www.luleaarchipelago.com

Susanne Törn Lind bedriver sin verksamhet året runt tillsammans med sin man Eric Schlemme. Under barmarksperioden erbjuder företaget bland annat utomhusyoga, trädältscamping, guidade fatbike- och kajakturer samt uthyrning av stand up paddle boards. Susanne är utbildad yogalärare och har ett stort intresse för djur och natur. Företaget är verksamt i Luleå skärgård och i mötet med gästerna delar hon med sig om hur det är att leva i skärgården.

Susanne berättar om sin resa som turistföretagare, tankar om framtida möjligheter, samarbeten och utmaningar. Vilka är kunderna, framtida möjligheter och tipsar om vad man kan tänka på vid utveckling av ledarledda aktiviteter i vårt kustland.



Foto: Privat



Foto: Privat

Marknadsundersökning

Stärkt service kring lederna

**Om projektets kompetensinsatser
som seminarium**

StudentConsulting

henrik.kask@studentconsulting.com

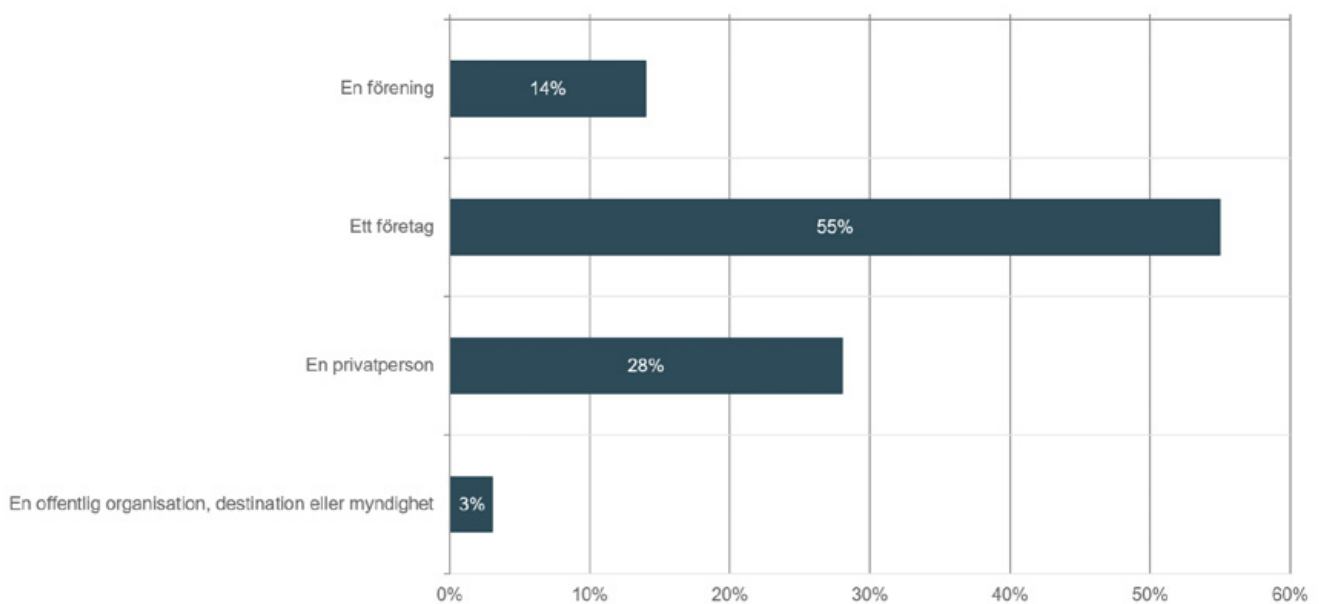
Information om uppdraget

StudentConsulting har på uppdrag av Solanderleden Ideell förening utfört denna externa utvärdering av kompetensinsatser (seminarier) genomförda inom projekt SSKL 2022 (Stärkt service kring lederna) under perioden 15 mars 2023 t.o.m. 31 maj 2023.

Utvärderingen är genomförd under vecka 27-28, 2023 och har riktats till 127 antal deltagare som via E-post fått en särskild webbenkät och utifrån de 29 inkomna enkätsvaren (22,8%) har denna sammanställning gjorts.

Fråga 1; Jag svarar som...

Antal svar: 29 stycken

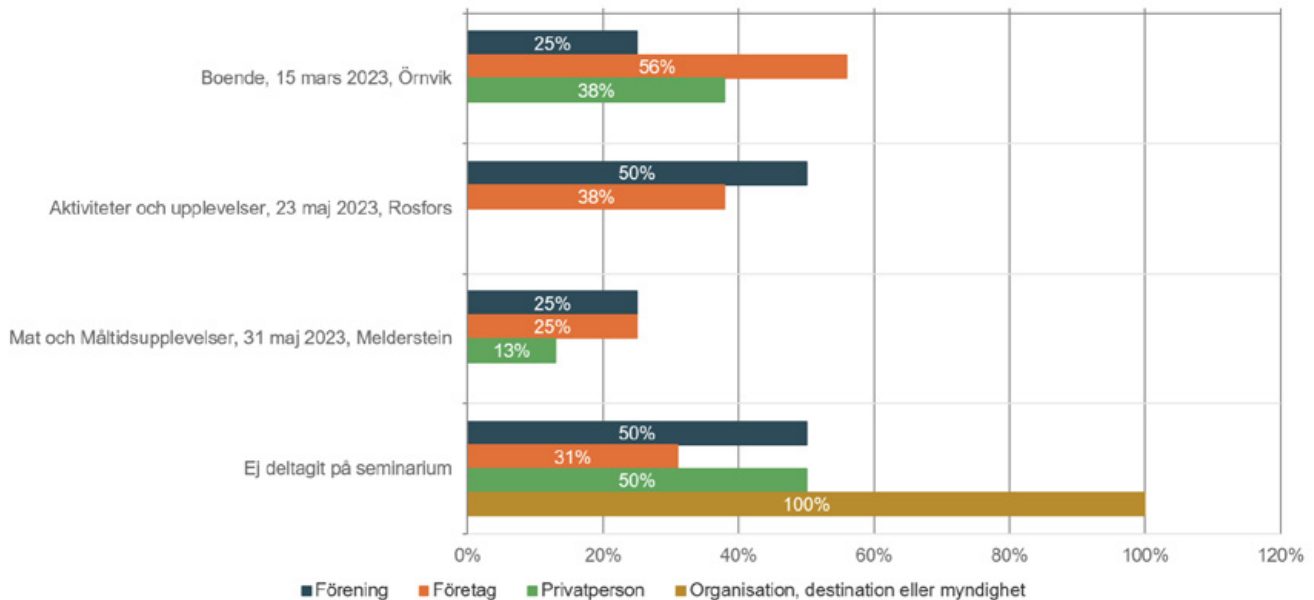


Resultatet visade att lite mer än hälften av respondenterna identifierade sig som ett företag, mer specifikt 55%, vilket motsvarade 16 av 29 respondenter. 28% av respondenterna, vilket motsvarade åtta respondenter identifierade sig som en privatperson och 14% identifierade sig som en förening, vilket motsvarade fyra deltagare. En respondent identifierade sig som en offentlig organisation, destination eller myndighet.

Fråga 2; Vilket/vilka seminarier har du deltagit i?

Antal svar: 29 stycken

Valda alternativ: 39 stycken



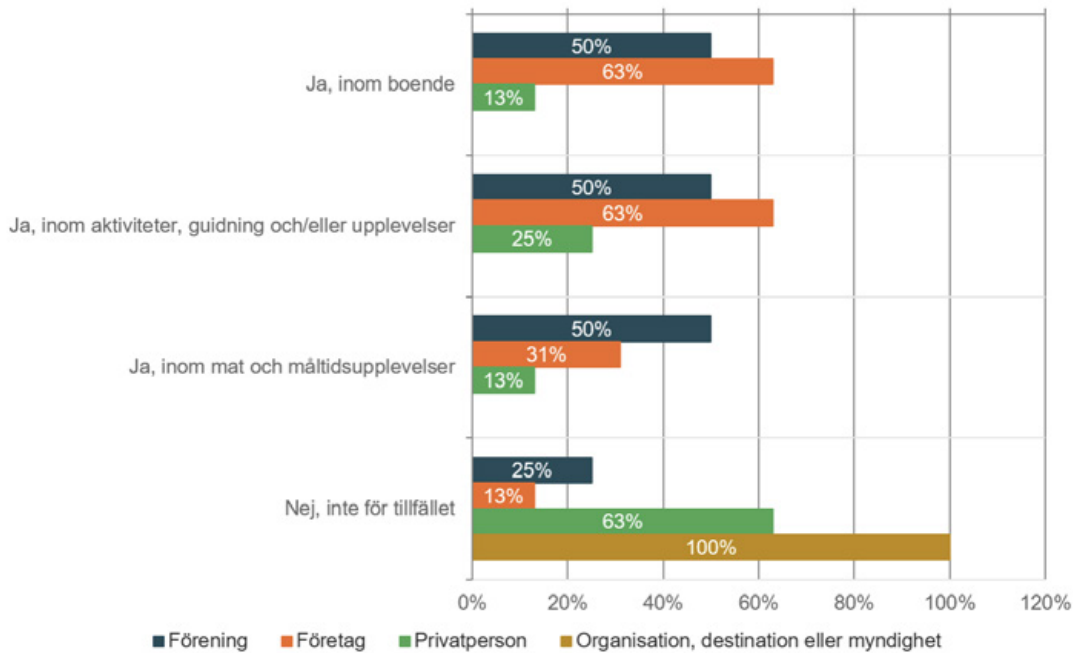
Resultatet visade att majoriteten av respondenterna deltagit vid minst ett av seminarietillfällena, vilket motsvarar 17 av 29 respondenter. Fördelat mellan de olika seminarietillfällena hade 13 personer deltagit vid seminarietillfället *Boende, 15 mars 2023, Örnvik*, varav en förening, nio företag och tre privatpersoner. Det andra seminarietillfället *Aktiviteter och upplevelser, 23 maj 2023, Rosfors* deltog totalt åtta deltagare, varav två föreningar och sex företag. Det tredje seminarietillfället *Mat och Måltidsupplevelser, 31 maj 2023, Melderstein* medverkade totalt sex deltagare, varav en förening, fyra företag och en privatperson.

Det var totalt 12 av 29 respondenter som inte deltagit vid något av seminarietillfällena, varav två som föreningar, fem företag, fyra privatpersoner och en offentlig organisation eller myndighet.

Fråga 3; Har ni planer på att utveckla någon form av erbjudande inom boende, aktiviteter eller mat?

Antal svar: 29 stycken

Valda alternativ: 44 stycken



Majoriteten av deltagarna i undersökningen, 20 av 29 respondenter hade planer på att utveckla någon form av erbjudande inom minst ett av områdena; *Boende, Aktiviteter guidning och/eller upplevelser* eller *Mat och måltidsupplevelser*. Inom området *Boende* hade två föreningar, tio företag och en privatperson tankar på att utveckla erbjudande. Området som berörde *Aktiviteter guidning och/eller upplevelser* var det två föreningar, tio företag samt två privatpersoner som hade planer på att utveckla erbjudande inom. Det område som berörde *Mat och måltidsupplevelser* var det två föreningar, fem företag och en privatperson som hade intresse av att utveckla erbjudande inom.

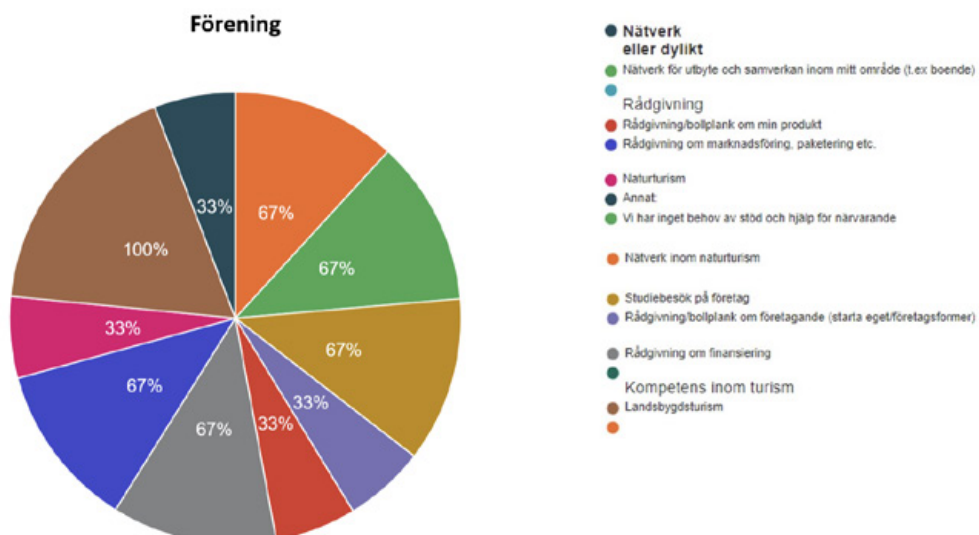
Nio av respondenterna, en förening, två företag, fem privatpersoner och en offentlig organisation eller myndighet svarade att de för tillfället inte hade några planer på att utveckla någon form av erbjudande inom *Boende, Aktiviteter guidning och/eller upplevelser* eller *Mat och måltidsupplevelser*.

Fråga 4; Vilket behov av stöd i din/er satsning bedömer du att ni har behov av inom?

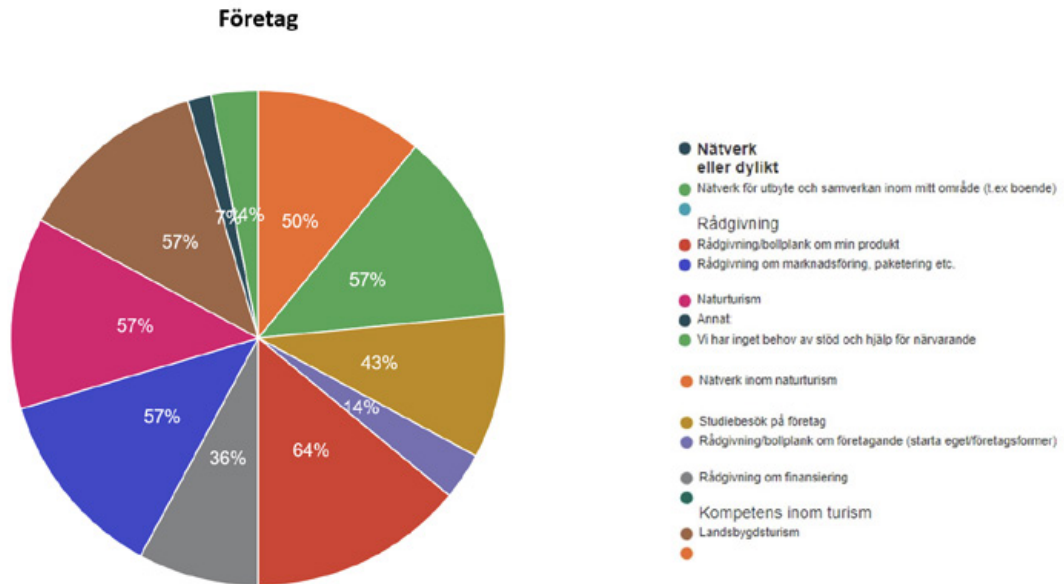
Antal svar: 20 stycken

Valda alternativ: 95 stycken

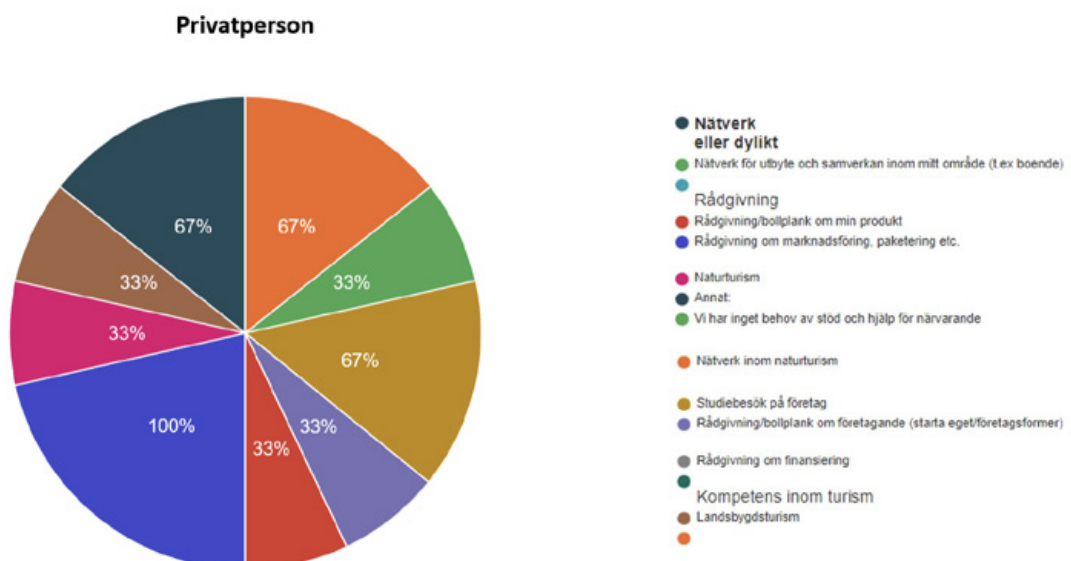
18 av 20 respondenter svarade att de var i behov av stöd och hjälp inom antingen ett eller flera av områdena; *Nätverk eller dylikt, Rådgivning, Kompetens inom turism* och *Annat*.



Resultatet för de som företrädde en förening visade att samtliga föreningar ansåg att de var i behov och stöd inom *Landsbygdsturism*. Två föreningar var i behov av stöd inom *Nätverk inom naturism*, *Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område*, *Studiebesök på företag* och *Rådgivning om finansiering* samt *Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.* En förening var i behov av stöd inom *Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer)*, *Rådgivning/bollplank om min produkt* och *Naturturism* samt *Annat*.



Resultatet för de som representerade ett företag visade att nio företag var i behov av *Rådgivning/bollplank om min produkt*, åtta företag var i behov av *Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område*, *Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.*, *Naturturism* och *Landsbygdsturism*. Sju företag var i behov av *Nätverk inom naturturism*, sex företag önskade *Studiebesök på företag* och fem företag var i behov av *Rådgivning om finansiering*. Två företag var i behov av *Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer)* och ett företag ansåg att de var i behov av *Annat*. Två företag ansåg att de inte var i behov av stöd och hjälp för tillfället.

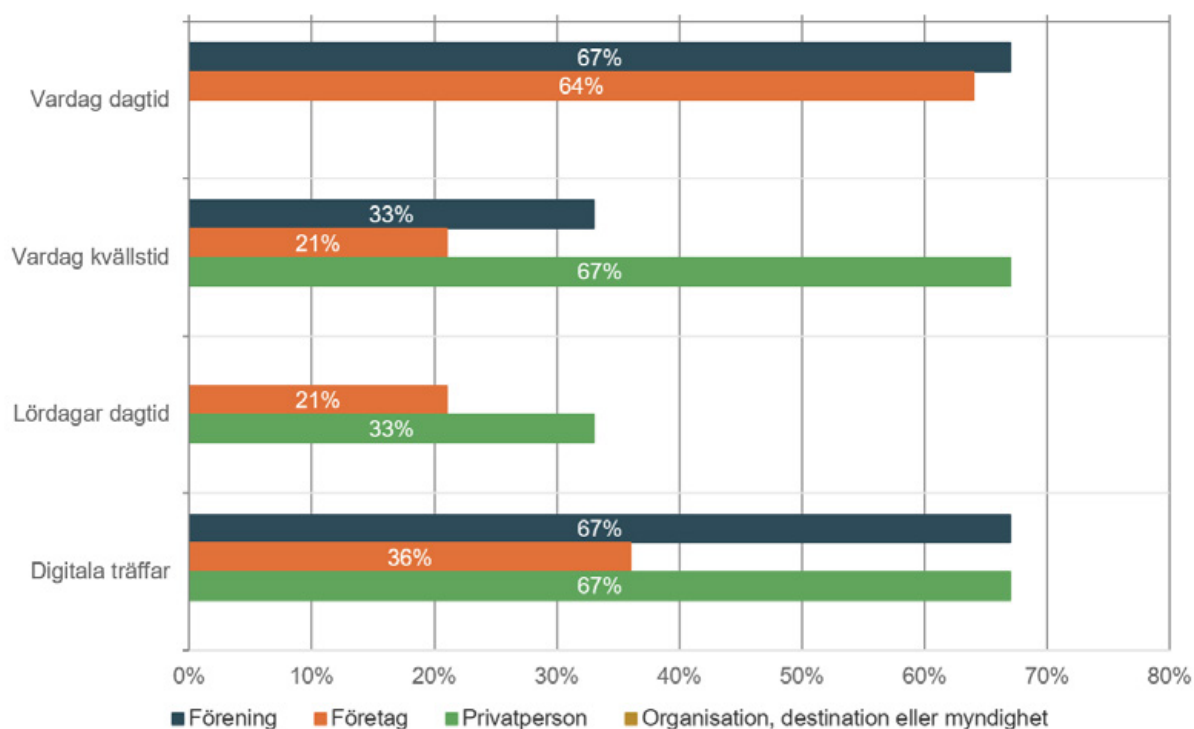


Resultatet för de som företrädde en privatperson visade att samtliga privatpersoner var i behov av *Rådgivning om marknadsföring, paketering etc.* Två av privatpersonerna ansåg att de var i behov av *Nätverk inom naturturism, Studiebesök på företag* och *Annat*. En privatperson var i behov av stöd inom *Nätverk för utbyte och samverkan inom mitt område (t.ex boende), Rådgivning/bollplank om företagande (starta eget/företagsformer), Rådgivning/bollplank om min produkt och Naturturism* samt *Landsbygdsturism*.

Fråga 5; Vilken tidpunkt passar dig bäst för kurser och projektaktiviteter?

Antal svar: 20 stycken

Valda alternativ: 30 stycken



Resultatet visade att 55% av svaren tydde på att deltagarna föredrog kurser och projektaktiviteter på vardagar under dagtid. 45% av svaren antydde att digitala träffar var att föredra, medan 20% respektive 30% av svaren talade för att vardagar under kvällstid och dagtid på lördagar passade bäst. Två föreningar ansåg att vardagar under dagtid, digitala träffar var att föredra medans en förening ansåg att vardagar under kvällstid passade bäst. Nio företag föredrog vardagar under dagtid, tre företag ansåg att vardagar under kvällstid och lördagar under dagtid passade de bäst. Fem företag ansåg att digitala träffar passade de bäst för kurser och projektaktiviteter. Två privatpersoner antydde att vardagar under kvällstid och digitala träffar passade bäst medans en privatperson ansåg att lördagar under dagtid var att föredra.

Källor

UTLINK- Utvecklingsplan för ledssystem i Norrbottens kustland. www.Cantry.se/Utlink.

Solanderleden. www.solanderleden.se

Enkätundersökning av Student Consulting. Bilagt (Marknadsundersökning).

Summering av Djupintervjuer. Bilagt.

Seminarier inom Bo, Äta, Göra (bilagt) samt summeringar (Internt)

Projektet Gröna Piloter - turism. LRF Norrbotten.

Innehållet bygger även indirekt på projektteamets och föreningens samlade erfarenheter, styrelsens synpunkter, återkoppling från nyttjare i Sociala medier såsom Solanderleden berättar samt erfarenheter från nationellt arbete med låglandsleder.

