



Läges- och slutrapport

Regionala strukturfondsprogrammen
Nationella regionalfondsprogrammet

Del 1 - Lägesrapport

Avser innevarande rapportperiod. Ifylld rapport bifogas som fil (pdf) i Min ansökan under rubriken "Lägesrapport".

1. Grundinformation

Projektnamn Hållbar besöksnäring i Väst	Ärende-ID 20292062	
Stödmottagare Fyrbodals kommunalförbund	Organisationsnummer 222000-1776	
Redovisningsperiod fr.o.m 2023-04-01	t.o.m 2023-08-31	Lägesrapport nr. 6
Projektets startdatum 2021-11-01	Projektets slutdatum 2023-08-31	

2. Gör en övergripande beskrivning av projektets verksamhet

Beskriv övergripande vad ni arbetat med i projektet under aktuell redovisningsperiod. Redogörelsen bör innehålla beskrivning av:

- övergripande verksamhet
- hur ni arbetat mot mål och delmål
- eventuella avvikelser från projektbeslutet
- eventuella ändringar
- hur ni arbetat med horisontella kriterier
- vilka processer som initierats
- kommentarer kring eventuella aktiviteter och resor utanför programområdet.

Övergripande verksamhet

Projektorganisationen består av projektledning, projektkonom, projektgrupp och arbetsgrupper. Se beskrivning nedan

-Projektägare (Fyrbodals kommunalförbund) består av en projektledare, projektkommunikatör samt projektkonom och samtliga tre är anställda vid Fyrbodals kommunalförbund. Projektledaren jobbar på avdelningen för regional utveckling medan projektkonomen och projektkommunikatören jobbar inom avdelningen verksamhetsstöd. Denna grupp är en del av vad vi i ansökan benämnde som projektledning samt projektkonomi. Projektledaren har huvudansvaret i projektet och är den som anordnar och ansvarar för de aktiviteter som anordnas samt håller samman alla undergrupper som deltar i projektet.

-Styrgruppen består av näringslivsutvecklare från några av våra kommuner samt projektledare och deltagare från de destinationsbolag som finns i vår region. Även denna grupp benämns i ansökan under projektledning. Styrgruppen fattar beslut och diskuterar de frågor som kommer från projekts arbetsgrupp och projektgrupp. Styrgruppen stöttar projektledaren i genomförandet av aktiviteterna. Genom styrgruppen representation ramar projektet in stora delar och de flesta aktörer inom besöksnäringen för vår region.

-Projektgruppen består av ansvariga näringslivsutvecklare och/eller besöksnäringens utvecklare

från de 10 deltagande kommunerna i detta projekt. Här ingår även representanter från destinationsbolagen samt övriga ovannämnda från projektledningen. Genom projektgruppen ringar vi in behov som finns i våra kommuner och bland våra besöksnäringens företagare för att kunna skapa ett givande och bra projekt som följer en röd tråd och kopplar samman aktiviteter med projektets mål.

-Arbetsgruppen är de företag och verksamheter som deltar i vårt projekt för att skapa en hållbar besöksnäring i Väst.

-Ekonomerna i varje kommun ansvarar för rapportering av tid samt tillsammans med Fyrbodals kommunalförbunds projektekonom ansvarar de för tidrapporter och att ekonomin blir rätt redovisad under projektets gång.

Vi tycker att projektorganisationen har varit bra fördelad och att vi tillsammans på ett bra sätt kunnat arbeta framåt för att nå projektets mål samt skapa ett bra projekt för alla deltagare. Dock ser vi att det har varit lite för lite tid avsatt för projektledarrollen. Tjänstgöringsgraden skulle ha behövt vara dubbel så stor för denna storlek på projekt.

Hur ni arbetat mot mål och delmål

Arbetet under denna projektperiod har fortlöpt likt tidigare perioder. Ett av projektets mål är att skapa samverkan, "Genom projektet ska företagen nå nya marknader tillsammans genom att kunna satsa på tillväxt på regional, nationell och internationella marknader". Vi har valt att just ordet "Tillsammans" ska genomsyra detta projekt och vara ett ledord för våra kommuner och företag under arbetets gång att skapa just en hållbar besöksnäring i Väst. Under början av projektet arbetade projektledaren och projektkommunikatören med att ta fram en kommunikationsstrategi. "Hållbar besöksnäring i Väst" med underrubriken "Tillsammans för ställen och stunder" föddes och det har varit projektets motto. Kommunikationsstrategin tillsammans med ovan nämnda mål har blivit en röd tråd genom projektet och har inte bara kommunicerats till företagen i projektet utan även ut i kommunerna samt andra projekt och verksamheter aktiva i Fyrbodals. Under denna rapportperiod har vi främst arbetat med att avsluta de redan påbörjade aktiviteterna då vi endast genomfört aktiviteter under april och maj då resterande månader har handlat om avslutsarbete, utvärderingar och rapportskrivning.

Eventuella avvikelser från projektbeslutet samt eventuella ändringar

Vi har under projektet gjort två ändringsansökningar där vi fått beviljat en förlängning med 6 månader och behållit ursprungsbudget för planerade aktiviteter. Under denna projektperiod har vi gjort en ändring av aktiviteter. Hackaton har utgått till förmån för andra aktiviteter. De nya aktiviteter som vi önskar skapa i stället möter behoven företagen har bättre och är det som kommer ge oss en bättre målluppfyllelse och därför gynna företagen ekonomiskt, ekologiskt och socialt mer än genomförandet av hackatons.

hur ni arbetat med horisontella kriterier

Alla företag i Fyrbodals ges samma möjligheter att delta i vårt projekt. Det är viktigt för oss att företagarna från de fyra av våra kommuner som ej är medfinansierare gets lika möjlighet att delta i projektet oavsett om kommunen aktivt är med i projektet eller inte. Vi har även i denna projektperiod bjudit in brett till aktiviteterna så att ingen lämnas utan. Ur perspektivet jämställdhet och könsfördelning är vi medvetna om att vår styrgrupp är främst representerad av kvinnor men detta vägs upp med representanterna från kommunerna samt representanterna från våra destinationsbolag. När vi planerar för aktiviteter, exempelvis föreläsningar,

försöker vi att få en jämn fördelning av män och kvinnor samt även personer med olika bakgrund och kultur. Ingen utesluts ur projektet och mångfald är viktigt. Även att få med många olika aktörer från branschen är viktig och vi tycker att projektet har haft en bra blandning av representanter från näringsens olika delar.

- vilka processer som initierats

Under projektperioden har vi fortsatt på satsningen Värdskap. Satsningen har hjälpt företagen, kommunerna, destinationsbolagen framåt för att skapa ett bättre värdskap i vår region. Att få våra besökare och gäster att känna sig välkomna oavsett om det är en dagsutflykt, ett besök på en restaurang eller en vecka på en camping är otroligt viktigt. Vi har haft bra deltagande i denna satsning och vi ser en stor uppskattning av deltagarna att denna satsning genomförts.

Ytterligare aktiviteter inom denna period har varit att fortsätta att jobba med digitalisering och marknadsföring. Ett behov som alltid finns hos våra deltagare och en faktor som snabbt förändras och där kunskap om hur man når igenom bruset är av största vikt för att synas på marknaden och locka till sig besökare. Satsningen har gjort på flera sätt med både föreläsningar digitalt samt fysiskt och med fysisk närvaro och aktiva workshops.

För ett av våra kluster så är film en stor del och en reseanledning för regionens besökare. Vi har med kommunerna diskuterat olika varianter hur vi kan lyfta detta i vårt arbete med att utöka turismen. Under projektperioden har vi haft flera möten på temat och många förslag har arbetats fram. Då projektet gick mot sitt slut och budget inte fanns så sattes inga planer i verket men samarbetet är påbörjat av kommunerna med stora möjligheter att jobba tillsammans framåt efter att detta projekt tagit slut.

Kommentarer kring eventuella aktiviteter och resor utanför programområdet.

Vårt deltagande i andra nätverk är av stor vikt för projektet. Att delta på seminarier och workshops som knyter an till besöksnäringen är viktiga byggstenar för förbundet och för att vi ska få en helhetsbild av besöksnäringen i vår region. Vi har därför deltagit i kompetensrådet/branschrådet för besöksnäringen med syftet att lyssna in vilka behov som finns hos såväl utbildningsenheter som företagare och kommuner. Vi samverkar även med andra projekt inom förbundet men är också delaktiga i projekt där förbundet delvis är med och finansierar med våra delregionala utvecklingsmedel. Vår medverkan har både hjälpt oss samt andra i arbetet framåt mot en mer hållbar besöksnäring.

3. Beskriv genomförda aktiviteter

Beskriv de aktiviteter och därtill kopplade delaktiviteter som genomförts under aktuell period. Utgå från aktiviteterna som framgår av ert beslut.

Akt.	Delakt	Aktivitetsbenämning	Beskrivning
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Värdskap workshop del 2	Heldags workshop med tema Värdskap. Det andra tillfället inom satsningen Värdskap.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Föreläsning med workshop	Text och foto. Deltagarna gavs fördjupad information om att ta bra texter för

			att nå igenom på sociala medier och i sin marknadsföring. Träffen gav också information om vikten av de texter som man förmedlar och hur man når igenom bruset för att synas bland alla andra på internet.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Värds kurs digitalt	En kortare introduktion i Värds kurs har skickats ut till alla deltagare som varit med i denna satsning. En möjlighet för våra företagare att kunna ge sin personal en bättre möjlighet till ett bättre värds kurs och öka servicen i sina verksamheter.
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Presentation av projektets resultat för direktionen.	Projektledare deltog vid direktionens möte i juni och presenterade där resultatet av projektet och projektaktiviteterna.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Föreläsning och workshop	Reels och film. Föreläsning och aktiv workshop för att skapa filmer till sina verksamheter samt hur man gör reels för sociala medier. Vad ska vara med och vad slår stort för att attrahera fler besökare och gäster.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Digital föreläsning	Dra nytta av Google kraften. Del två i våra digitala föreläsningar som påbörjades förra projektperioden. Som titeln beskriver gavs våra deltagare fördjupade kunskaper i Google och alla dess funktioner för att skapa en bra marknadsföring och synas på nätet.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Föreläsning och workshop	Tips och trix med sociala medier. En föreläsning och workshop med blandade inslag enligt deltagarnas önskemål. Fördjupning i film och foto och texter och andra delar som är bra att veta för att lyckas med marknadsföringen.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Värds kurs del 3	Sista delen i vår satsning om Värds kurs. Deltagarna delade med sig av sitt arbete sedan förra träffen, det gemensamma värds kursen för oss alla tillsammans och en välkomnande kultur var delar som denna träff belyste.
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Slutkonferens och utvärdering	Projektgruppen och styrgruppen genomförde en endags workshop för att utvärdera projektet och dess aktiviteter för arbetet framåt för besöksnäringen i Fyrbodalen och som en del av slutredovisningen av detta projekt.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Branschrådet besöksnäringen Fyrbodals	Samarbetet med branschrådet för besöksnäringen har fortlöpt likt tidigare projektperioder. Träffar för näringsliv, kommuner och utbildningsanordnare med fokus på kompetensförsörjningen för besöksnäringen.
--------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	--

4. Beskriv resultat och utfall under aktuell redovisningsperiod

Redogör för vilka direkta resultat och utfall som projektet uppnått. Beskriv även kopplingen mellan projektets målsättning och det specifika mål som projektet beviljats stöd inom. Tänk på att utfallen på de valda indikatorerna ska redovisas i tabellen i avsnitt 5.

Projektet befinner sig i slutfasen och har endast haft möjlighet att genomföra aktiviteter under två av de månader som denna rapport avser. Projektet har inte annonserat ut några nya aktiviteter under perioden april till maj men avslutat de aktiviteter som varit aktuella redan från föregående period. Se lägesrapport 5.

Vi har genomfört en slutkonferens och utvärderingsdag med arbetsgruppen och styrgruppen hos oss på Fyrbodals kommunalförbund. Här har vi arbetet med frågorna om projekt likt dessa framåt samt vad vi lyckats med i projektet samt vad som varit mindre bra. Vi har även diskuterat vilka delar som framåt bör ligga på kommunalförbundet, destinationsbolagen och kommunerna samt hur vi ska jobba framåt med besöksnäringen och dess aktörer.

5. Beskriv utfall av indikatorer under aktuell redovisningsperiod

Fyll i samtliga indikatorer och måttenheter i direkt i formuläret i Min ansökan. Formuläret för indikatorrapportering i Min ansökan finns under rubriken "Lägesrapport". Utgå från ert beslut om stöd.

6. Övriga utfall och/eller goda exempel

Här kan ni lyfta fram övriga utfall eller goda exempel som skapats inom projektet och som knyter an till projektets mål men som inte direkt belyses av indikatorerna. Exempel på detta kan vara utveckling av nya varor och tjänster, insatser som bidragit till företags konkurrenskraft, särskilt framgångsrika arbetssätt mm.

Vi kan se att den uppdelning av kluster vi gjort av deltagande kommuner under tidigare delar av projektet har skapat bärkraft och skapat bättre måluppfyllelse. Detta för kommuner, företagen och alla dess deltagare. Sedan tidigare kände vi till att de olika kommunerna hade olika behov och förutsättningar och vi har genom denna uppdelning sett flera framgångsfaktorer på att uppdelningen var bra. Vi kan se att kranskommuner som tidigare inte hittat plattformar för rätt samarbete genom uppdelningen och projektet funnit varandra på ett nytt sätt. Vi har under denna projektperiod sett bevis fantastiska samarbeten samt kommit framåt i det gemensamma tankesättet för att utveckla kommunerna, deras del av regionen och Fyrbodals stort. Detta har främst visats hos klustret som benämns "Trestad" samt kommunerna i

Dalsland. För kommunerna i Dalsland har detta även skapat ett samarbete med en kommun i vår region som inte är med i projektet men deltagit i våra aktiviteter lika mycket som medfinansierande kommuner.

Genom fortsatt deltagande i Fyrbodals kompetensråd för besöksnäringen har vi inte bara kunnat förmedla projektets aktiviteter vi har också kunnat använda nätverket för att identifiera behov. I branschrådet/kompetensrådet ingår utbildare, offentliga och privata aktörer, kommuner och turism och branschorganisationer. I nätverket har vi fått större förståelse för den hela näringen och kunnat knyta kontakter med fler organisationer. VISITA och Västsvenska turistrådet, arbetsförmedlingen samt flera av våra företagare som är med i projektet har i detta nätverk fått ytterligare möjlighet till interaktion vilket vi tror har gynnat projektet och dess aktörer. Nätverket blir också en bra tillgång för att låta frågor och aktiviteter från projektet att leva kvar även efter att denna projektperiod är över.

Följande är redan redovisat men lika aktuellt för denna projektperiod. Att delta i övriga möten kring näringslivsstrategier, hållbara transporter, kompetensutveckling och kultur ser vi skapar även en plattform för att nå fler företagare och sprida informationen om projektet till fler aktörer. Vi ser att detta nätverkande har stärkt strukturerna och tagit projektet och samarbetena med andra projekt framåt för en bättre utveckling på flera plan. Fyrbodals kommunalförbunds många nätverk hjälper oss att sprida information om projektet och förhoppningsvis nå ut till fler företag för deltagande i vår satsning.

7. Beskriv eventuella bidrag i annat än pengar (privat och offentligt)

Redogör för vad de olika resurserna har tillfört projektet, exempelvis hur medfinansierarens personal arbetat med periodens aktiviteter.

Läs mer om [medfinansiering på Tillväxtverkets webbplats](#).

Likt tidigare i projektet tar vår kommunikatör fram material till varje aktivitet. Det görs oftast en inbjudan i form av en digital information med inbjudan samt delning av bilder och information via sociala medier.

Samtliga av våra aktiviteter marknadsför vi i projektägarens digitala kanaler. Vi skickar alltid ut länkar till kommunerna för att de ska kunna dela och presentera inbjudningarna i sina kanaler och nätverk. Övriga källor där vi sprider information om projektet och dess aktiviteter är projektet och förbundets nyhetsbrev samt genom samarbeten med andra projekt inom förbundet. Vi sprider också information via hemsidan både genom den egna sidan för projektet och på kommunalförbundets förstasida i nyhetsflödet. Vår kommunikation följer ett kontinuerligt flöde om samtliga aktiviteter som genomförs för att stärka vårt projekt, kommunerna samt destinationerna och deltagande företag. I samtliga inbjudningar samt informationsmaterial som vi skickar ut skall EU-loggan finnas med vilket vi följer. Vi försöker vara tydliga med att alltid berätta om finansierarna och förmedla vilka som står bakom satsningarna för detta projekt. Vi kommunicerar alltid avsändaren i våra digitala broschyrer för att förmedla vart finansieringen kommer ifrån.

8. Beskriv eventuella aktiviteter av socialfonderskaraktär

Beskriv eventuella aktiviteter av socialfonderskaraktär och kostnaderna kopplade till dessa.
Läs mer om kostnader av [socialfonderskaraktär i handboken på Tillväxtverkets webbplats](#).

Ej aktuellt för detta projekt.

9. Beskriv eventuella aktiviteter som genomförts utanför programområdet

Beskriv vilka aktiviteter som genomförts utanför programområdet under aktuell redovisningsperiod och varför.

Inte primärt för detta projekt men beskrivs övergripande i punkt 2.

10. Beskriv aktiviteter som innehåller de minimis och/eller statsstöd

Det framgår av beslutet om ert projekt beviljats stöd i form av de minimis eller statsstöd. Beskriv endast de aktiviteter som fått denna typ av stöd under aktuell redovisningsperiod

Läs mer om [statsstöd i handboken på Tillväxtverkets webbplats](#).

Ej aktuellt för detta projekt

11. Övriga kommentarer

Ange eventuell ytterligare information om projektet och dess resultat som bör uppmärksammas

En intensiv projektperiod tack vare att vi kunnat ses fysiskt och att få med många delar på kort tid innan säsongerna dragit i gång och inom tidsramen för projektet. Vi tycker att vi knutit ihop säcken på ett bra vis och är nöjda med projektperioden och dess aktiviteter. Vi kan se att många företag fått ta del av våra insatser och att informationsspridningen blivit bättre ju längre projektet har funnit. Fler har känt till oss och våra aktiviteter och genom detta har vi även nått ut till fler och haft mycket god uppslutning på projektaktiviteterna i slutet av projektet.

Vi är nöjda med de utvärderingsinsatser som vi genomfört och genom hela projektet har vi fått storlärdom om besöksnäringen i Fyrbodalen. Som kommunalförbund känner nu vår region bättre gällande besöksnäringen och nya samarbeten har skapat för oss och dom som deltagit i projektet. Vi har fått en tydligare bild av vad våra kommuner förväntar sig för stöd av oss. Att integrera besöksnäringens perspektiv i de strukturer vi arbetar med kollektivtrafik och infrastrukturfrågor, att näringslivsutvecklarna i Fyrbodalen ska ha besöksnäring som en återkommande punkt på sin dagordning när alla medlemskommunerna i Fyrbodalen träffas. Att förbundet ska vara en finansiär av satsningar som stärker de aktörer som arbetar med besöksnäringen. Alla våra erfarenheter tar vi med oss i arbetet framåt för att skapa en hållbar besöksnäring i Väst.

Del 2 - Slutrapport

Avser hela projektperioden

12. Sammanfattning av projektet, dess aktiviteter, mål och resultat

Beskriv de aktiviteter som genomförts under hela projektperioden, hur dessa kopplats till målen samt vilka resultat det har lett till. Stäm av gentemot ert beslut.

Samtliga projektaktiviteter finns beskrivna på en mer detaljerad nivå med vilka föreläsningar vi genomfört och ämnena för dessa i respektive lägesrapport som skickats in under projektperioden. Se även bifogat material där alla våra insatser finns beskrivna. Nedan avsnitt kopplar vi de olika aktiviteterna i stort till våra mål.

Digitala föreläsningar och externa föreläsningar: Samtliga av våra föreläsningar, digitala som fysiska, har varit riktade till företagen och dess stundade behov. Vi har varierat innehållet i föreläsningarna för att nå ut till alla de delar som finns inom näringen för att attrahera deltagare från regionens olika delar och kommuner. Vi har bland annat behandlat områden såsom servicekvalitet, naturturism, värdskap, cykelturism, paketering och digital marknadsföring. Genom bredden på våra aktiviteter har vi kunnat ge många av regionens företag nya kunskaper och bättre förutsättningar till att vara hållbara och rustade för oväntade yttre faktorer som kan komma att ske, likt pandemin. I vårt beslut beskrivs just möjligheten till detta och det tyder på en tydlig måluppfyllelse. Nya samarbeten har skapats och paketeringar har kunnat göras på nya marknader och sätt. Vi har en stor naturvariation i vår region och vi har fördelen att attrahera många turister bara genom vår placering i Sverige. Vi har genom projektet kunnat lära oss mer om olika möjligheter för att skapa hållbara verksamheter och stora som små företag har kunnat hitta delar genom projektet för att göra sina verksamheter mer hållbara ekonomisk, ekologisk och socialt.

Workshops och nätverksträffar: De fysiska workshops som vi genomfört har uppskattats av deltagarna. Företagen har fått träffa varandra och genom det skapat större arenor att verka på. Vi har haft företag som verkar i samma kommun men aldrig getts möjlighet till att ses eller lära mer om varandras verksamheter som nu känner varandra och tillsammans skapar gemensamma paket för att attrahera fler och nya gäster. De nya samarbetena som skapats genom projektet leder till starkare destinationer, en starkare region och en ökad attraktivitet för turismen i Fyrbodalen. Vi kan med gemensam paketering och bättre samverkan locka fler besökare och vi ser även att vi kan skapa bättre paketlösningar som förlänger våra säsonger och attrahera besökare även utanför den "normala" högsäsongen. En större aktör på marknaden kan hjälpa den mindre aktören att synas och växa och den mindre aktören tillför något unikt för den större som denna kanske inte själva hade sedan tidigare.

Grupppoachning: Denna aktivitet har varit aktuell under stora delar av projektet. Vi ser att våra coachningsinsatser varit till stor nytta till de företag som deltagit på dessa. Tyvärr har vi inte fått med så många företag som vi önskade i denna satsning och det har varit ett moment som med fördel bör ha skett fysiskt och ej digitalt.

Vi har genom alla olika satsningar förlängt säsongerna för våra regioner och företag. Detta skedde tack vare pandemin och givetvis har våra aktiviteter med service, naturturism, cykling och paketering för att nämna några hjälpt till för företagen att få än bättre förutsättningar att

lyckas framöver. Längre säsonger leder till oftast till ökad omsättning och skapar fler arbetstillfällen. Projektet har samverkat med många andra projekt och hållbarhet har varit den röda tråden i arbetet med att nå målen i Agenda 2030. Genom vår samverkan skapas goda förutsättningar att tillsammans utveckla våra företag ekonomiskt, ekologiskt och socialt. Detta projekt har hela tiden jobbat mot att skapa hållbara företag vilket i sin tur skapar hållbara destinationer och ett starkare Fyrbodals.

Projektets övergripande mål har varit att besöksnäringens företag utvecklas i riktning mot hållbar besöksnäring och tillsammans skapar hållbara destinationer ur ett ekonomiskt, ekologiskt och socialt perspektiv. Vi anser att vi genom våra aktiviteter lyckats väl med detta. Ökad samverkan är detta projekt ett bevis på och vi kan se många fina exempel inom projektet både mellan företag, kommuner och regioner. Vi är på det stora hela och känner att vi är mer rustade för framtiden och våra företag har bättre förutsättningar i sitt arbete framåt.

13. Kommentera det slutliga utfallet av indikatorerna

Jämför ackumulerat utfall mot målvärde (se punkt 5 ovan) och kommentera eventuella avvikelser samt vilka lärdomar ni har dragit av detta.

Projektet har nått ut till 174 företag. Förhoppningen var att nå 200 företag men trots att måluppfyllelsen inte uppnåtts tycker vi att 87% av det mål vi satte upp i ansökan är ett lyckat resultat. Vi kan också se att det är flera från vissa företag som deltagit så totalt antal personer som tagit del av projektet är ett bra antal men möjlighet till spridning genom erfarenheter. Verklighet projektet har utspelat sig i blev en helt annan än det vi trodde när projektansökan skrevs fram vilket kan förklara att vi inte nådde helt enda fram till 100%. Att pandemin skulle få sådana konsekvenser som den faktiskt fick. Vi hade planerat för fysiska aktiviteter med både workshops och hackatons. Många av de fysiska aktiviteterna gick inte att genomföra och våra företag var fullt fokuserade på att få sina verksamheter att överleva. Företagen fick nya utmaningar med pandemin och besöksnäringen tappade mycket personal till andra branscher. Den personal som man kunde ha kvar i sin verksamhet har fokuserat på att driva företagen framåt och därför har tiden för företagen och dess personal inte varit optimal för att kunna delta på aktiviteter utanför det vardagliga arbetet. Vi kan också se att många av besöksnäringens verksamheter i vår region har fått längre säsonger och därav har det även påverkat att antalet månader på året att nå företagen för aktiviteterna i vårt projekt har minskat.

Till följd av pandemin har det erbjudits otroligt många satsningar från olika instanser för att hjälpa våra företag. Vi har under projektet sett att det har varit svårt för företagen att välja vilka satsningar som ska ta del av och vad som faktiskt kommer att hjälpa företagen och dess personal att effektivisera och optimera resurserna. Vi har och finansierar flera projekt på Fyrbodals kommunalförbund och just detta är återkommande i flera satsningar. Utvärderingen som företagen har gjort visar att de företag som deltagit vid våra aktiviteter är nöjda med satsningen och vi är nöjda att vi har landat på den indikatornivå som vi gjort under detta projekt med de förutsättningar som varit aktuella under projektperioden.

14. Beskriv hur ni arbetat med att sprida projektets resultat

Beskriv större informationsinsatser som utförts i samband med projektavslutet, projektets eventuella resultat samt hur EU:s medverkan har synliggjorts. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

Vi har i alla våra marknadsföringsinsatser och informationsspridningsaktiviteter visat tydligt hur projektet finansieras och varit noga med att rätt loggor har varit med i det utsända materialet. Vi har också varit tydliga vid samtliga projektaktiviteter att kommunicera finansieringen av projektet. Vi har som avslutande del av projektet sammanställt en presentation där projektet presenteras och samtliga projektaktiviteter finns beskrivna samt att projektets mål och koppling till dessa är tydliga. Se beskrivet material på denna länk:

<https://new.express.adobe.com/webpage/TvXFq09jo2hmC>

Samtliga kommuner har fått ta del av presentationen för att kunna sprida det i sina kanaler och en kopia har även skickats ut till samtliga deltagare som varit med under projektets alla aktiviteter. Vi planerar även att genomföra en digital föreläsning under oktober för att de företag som önskar ska få mer information från oss med resultatet från projektet. Anledningen till att den föreläsningen ligger utanför projekttiden är för att så många av våra företag som möjligt ska kunna delta. Vi väljer att genomföra detta efter att årets säsong är till enda i hopp om bättre deltagarantal än om vi exempelvis skulle genomförandet under augusti då säsongen fortfarande är i full gång i vårt område. Vi kommer även att publicera slutrapporten med tillhörande bilagor i våra sociala medier samt på förbundets hemsida för att förmedla resultatet av projektet.

15. Beskriv uppföljning, utvärdering och lärande

Utifrån Tillväxtverkets riktlinjer avseende utvärdering (3P och 3N) beskriv metoder och insatser för att följa upp och utvärdera projektet samt hur utvärderingen använts för att skapa ett lärande. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

Som nämnts i våra lägesrapporter så har vi efter varje avslutad aktivitet skickat ut utvärderingar till våra deltagare. Vi har även fört dialoger med deltagarna för att få en bild hur våra aktiviteter har uppfattats från deltagarna. Under arbetets gång har vi även fört dialoger med deltagarna i arbetsgruppen för att säkerställa att de aktiviteter som vi anordnat möter företagens behov. I styrgruppen har vi fört täta dialoger om planerade aktiviteter samt genomförda aktiviteter. Detta för att se om planering behöver ändras och om nya behov från kommuner och företag dykt upp som behöver tas i beaktning. Alla våra diskussioner samt utvärderingar och dialogen med företagen har använts för att skapa en bra bild under vår utvärdering av projektet.

Den största delen av vår utvärdering är den workshop som vi genomförde med arbetsgruppen och styrgruppen under juni månad. Här diskuterades frågor om projektet i sin helhet men även de olika delarna och aktiviteter som vi genomfört. Fokus på dagen var givetvis vad vi lyckats med samt delar som vi kunde gjort bättre men även för att skapa en bild om arbetet framåt för besöksnäringen i Fyrbodal och dess kommuner. Detta var en mycket givande dag där samtliga deltagare tycker att vi ringade in projektet på ett bra sätt och där vi även gavs möjlighet att vara kritiska för att både se bra och dåliga upplevelser för vidare arbete framåt. Vi kunde genom att vi genomförde denna workshop också se till frågor som vilken roll som kommunalförbundet behöver ha i besöksnäringens arbetet framåt.

Alla våra utvärderingsdelar har varit givande för oss och vi tar med oss alla inspel som kommit på projektet i vårt arbete framåt.

16. Diskussion och slutsatser

Beskriv vilka delar av projektet som varit framgångsrika och vilka delar som inte har fungerat lika bra. Ange orsaker och vilka lärdomar som uppstått till följd av detta.

Den del i projektet som vi ser som väldigt gynnsam är att vi, en bit in i projektet, såg till företagens unika behov beroende på geografi och område av vår region. Vi valde att skapa olika insatser mer riktade till regionens olika delar, Trestad (Trollhättan, Vänersborg och Uddevalla), Dalsland och Bohuslän. Genom att skapa tre kluster av våra medverkande kommuner kunde vi på ett bättre sätt skapa aktiviteter kopplade till behov och för en bättre måluppfyllelse. Med denna "omstrukturering" fick vi även engagemang från kommuner i området som inte varit med i projektet som medfinansiärer.

Under projektet har vi på förbundet fått en bättre bild av besöksnäringen samt skapat bättre samarbeten med andra aktörer som verkar inom samma bransch. Fyrbodals kommunalförbund och turistrådet har fått ett djupare samarbete och delvis jobbat tillsammans under delar av projektet. Aktiviteter har stämts av och vi har bättre förutsättningar för att jobba gemensamt framåt för att hjälpa företagen i branschen.

Inom Fyrbodals finns flera destinationsbolag. Dessa aktörer har varit till stor nytta för projektet både för att attrahera företag att delta samt att kommunicera information om projektet och dess aktiviteter. Destinationsbolagen besitter stor kunskap om vår region samt företagen som är aktiva i besöksnäringen. Efter vår slutkonferens kan vi se att destinationsbolagen hade kunnat vara genomförare av projektet då dom många gånger har kunskapen om behoven men ytterst få resurser för att skapa aktiviteter. Vi är väldigt nöjda att våra destinationsbolag har deltagit både i projektet men även i vår styrgrupp som planerat projektet och dess aktiviteter.

Styrgruppen har varit aktiv och engagerad genom hela projektet. Alla har kommit till tals och olika scenarior har diskuterats för att bäst nå ett lyckat projekt. Vi är i det stora hela nöjda med uppdelningen av verksamheten och hur vi har bedrivit det arbetet. (Hur projektet varit organiserat går att läsa i punkt 2 i denna rapport.)

Vi kan se att våra aktiviteter i detta projekt har bidragit till en större samverkan mellan våra företag. Dels har företag från samma kommun och del av vår region kunnat öka sitt samarbete men vi har också sett att samverkan och samarbeten över kommungränserna samt mellan kommuner i olika delar av regionen kommit till. Detta är tack vare detta projekt och utan vår satsning hade samarbetena mest troligt inte blivit av. Vi vet också att kranskommuner och destinationsbolag har fått nya samarbeten och ett gemensamt tänk tack var detta projekt. Flera kommunrepresentanter är glada att dessa samarbeten kommit igång och man ser ljus på framtiden och att projektet skapat bättre förutsättningar för att framgent kunna genomföra satsningar tillsammans på ett sätt som man kanske inte hade gjort innan Hållbar besöksnäring i Väst.

Tack vare, eller på grund av, pandemin har vi som förbund blivit bättre på att skapa digitala aktiviteter. Detta har varit både bra och dåligt men vi, kommunerna och företagen har fått bättre förutsättningar för att verka digitalt och kunna genomföra aktiviteter även om vi inte kunnat ses fysiskt.

Något som vi drar lärdom av i projektet är att personalimfattningen hade behövt vara högre. Vi ser att det hade funnits bättre förutsättningar för ett projekt med en projektledare med en högre anställningsgrad. Vi valde under projekttiden att sänka sysselsättningen för projektledare från 50% till 30% och med alla de administrativa åtaganden som finns så vet vi att detta

är för lågt för att ge bästa förutsättningarna. En lärdom vi tar med oss till kommande projekt och utlysningar.

Efter vår slutkonferens där vi diskuterat projektet och dess satsningar ser vi att vi framåt hade velat ha med en referensgrupp med företag för att bättre se behoven i projekt likt detta. Vi hade även velat koppla på innovationssystemen på ett sätt som vi inte lyckades med i detta projekt.

17. Efter projektslut

Beskriv hur ni arbetar vidare med projektets resultat efter projektet har avslutats

I samband med att detta projekt har gått mot sitt slut har vi på Fyrbodals kommunalförbund startat en grupp med fokus på besöksnäringen och dess frågor. Här jobbar vi med frågor om hur vi ska jobba framåt med branschen samt vilka satsningar som kan komma att bli aktuella för oss som förbund framåt. Branschrådet besöksnäring Fyrbodals fortsätter sitt arbete framåt för näringen och skapar samverkan mellan kommuner, utbildningsanordnare och företag för en bättre kompetensförsörjning. Vi som kommunalförbund beviljar årligen flera externa projekt som delvis finansieras av delregionala utvecklingsmedel. Här finns besöksnäringen med och vi kommer fortsätta att vara delaktiga i projekt som stärker och gynnar besöksnäringen i vår region. Vi kan också se att vi på förbundet kan hjälpa besöksnäringen på många vis även om vi inte har projekt direkt kopplat till regionens besöksnäring. Våra andra ansvarsområden som fossilfria transporter, elektrifiering av laddinfrastruktur både för bilar och båtar samt övriga infrastrukturprojekt och transportprojekt samt kollektivtrafik är också otroligt viktiga för en levande besöksnäring. Vi har lärt oss mycket av detta projekt som förbundet kan ha med som byggstenar för implementation i andra projekt och arbete hos oss på Fyrbodals kommunalförbund. Näringslivsstrategerna i vår region har ett tätt samarbete och som förslag från vår slutkonferens finns en önskan om att detta nätverk ska avsätta tid på sina ordinarie träffar för att se över behov och önskemål som kan finnas för besöksnäringen. Om flera kommuner i vår region ser gemensamma behov har vi på förbundet förutsättningarna för att skapa nya projekt och delta i utlysningar för dessa specifika behov och önskemål.

18. Övriga kommentarer

Ange eventuell ytterligare information om projektet och dess resultat som bör uppmärksammas

Vi är i det stora hela nöjda med vårt projekt. Det finns absolut delar som kunde gjorts på ett annat sätt med facit i hand och det är ju också viktigt att dra lärdomar av ett projekt. Vi tappade tyvärr starttid i projektet då den redan anställda projektledaren på förbundet inte blev aktuell för rollen och en rekryteringsprocess fick påbörjas redan efter beviljat beslut. Vi har dock valt att förlänga projektet under projekttiden vilket var nödvändigt för att kunna genomföra de aktiviteter som finns beskrivna i ansökan och beslut. Vi är nöjda med förlängningen och det var bra för projektet och dess medverkande parter och deltagare. Ett utfall av projektet är att det finns en kommun där man deltagit stort i projektet fast att den aktuella kommunen ej fanns med som medfinansier. Ett bevis på att satsningarna var lyckade och man valt att lägga tid i ett projekt som inte genererat något ekonomiskt.

Att inte kunnat ses fysiskt under stora delar av projektet har försvårat arbetet med samverkan och få till bra träffar. Kickoff och fysiska möten är oftast nyttiga för denna typ av projekt och det är beklagligt att det inte kunnat ske i önskad utsträckning. Fördelen är att vi kunnat genomföra digitala aktiviteter som ej krävt resor vilket gjort att företag och personal kunnat delta utan att en hel arbetsdag behövt läggas för låt säga en halv dags aktivitet.

Projektansökan var skriven ur aspekten att pandemin snart skulle vara förbi men så blev inte fallet. Vi har alltså fått lära oss att ställa om och omorganisera oss för att hitta lösningar utöver det normala. I detta arbete har vi, kommunerna och företagen blivit starkare, detta är tydlig måluppfyllelse till detta projekt och dess ansökan. Vi har blivit bättre på att jobba utefter ett

agilt arbetssätt och ställa om utefter de rådande förutsättningarna. Detta tar vi med oss som en styrka och det kommer hjälpa oss i arbete framåt i andra projekt på Fyrbodals kommunalförbund.

Vi är nöjda med vårt projekt och ser en vinning av satsningen för oss, våra kommuner men främst för våra deltagande företag. Vi fortsätter att jobba för besöksnäringen i Fyrbodal och ser fram emot att ta våra lärdomar från detta projekt vidare i våra verksamheter och nya projekt.