



Lokal utvecklingsstrategi för Leader Bohuslän

(denna version är tänkt att alla ska kunna ha inspel och synpunkter på; ta med allt stort som smått. Utvecklingen av Bohuslän är vårt gemensamma ansvar och vår framtid.)

Sammanfattning

Visionen

Framtiden för Bohuslän bygger på vår historia och där vi står idag. Våra framtida samhällen är sammanhållna, innovativa, kreativa, inkluderande och öppna. Vi känner en gemenskap, välvilja och generositet som gör att goda exempel mångfaldigas genom samverkan. Vi finns tillgängliga för varandra och bygger bra platser att bo på och verka i, årets alla dagar. Det nya leaderområdet Leader Bohuslän delar en vision i:

Ett tillgängligt nätverk av levande, nyskapande samhällen, för dig och mig, varje dag.

Mål och Insatsområden

Insatsområde **Matproduktion** är format för att uppnå **Mål 1: Lokal och resilient matproduktion** med fler arbetstillfällen, produkter, innovationer och företag inom livsmedelsproduktion och förädling.

Insatsområde **Upplevelser** är format för att uppnå **Mål 2: Upplevelser i världsklass** med fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen; bidra till genuin profilering samt kunskaps- och kompetensutveckling och bidra till samverkan för tillgängliga upplevelser och kulturaktiviteter varje dag.

Insatsområde **Omställning** är format för att uppnå **Mål 3: Omställning till hållbart arbetsliv**, skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, strategier och exempel för återbruk, arbete, digitalisering och boende.

Hur

Den gemensamma LAG-styrelsen prioriterar bland ansökningar som strävar efter att nå våra lokala mål. I den finns representanter för den privata, den ideella och den offentliga sektorn. Underifrånperspektiv, innovativitet och samverkan präglar gemensamma insatser oftast i projektform som får stöd för att de hjälper till att förverkliga den lokala utvecklingsstrategin.

Med basen i det fantastiska Bohusläns utmaningar tar vi hjälp av Leaders stora europeiska nätverk och skapar hållbara effekter och hållbar utveckling i samklang med västra Götalands aktörer och den regionala utvecklingsstrategin.

Summary

Den engelska sammanfattningen gör att er strategi och ert arbete kan synliggöras i europeiskt sammanhang och öppnar upp för internationella samarbeten.

Max 2 000 tecken

The vision

The future of Bohuslän is based on our history and where we stand today. Our future societies are cohesive, innovative, creative, inclusive and open. We experience a community feeling, goodwill and generosity that makes good examples multiply through collaboration. We are available for each other and build good places to live and work in, every day of the year. The new leader area Leader Bohuslän shares a vision in:

An accessible network of vibrant, innovative communities, for you and me, every day.

Objectives and Focus Areas

Focus area ***Food production*** is designed to achieve **Goal 1: Local and resilient food production** with more jobs, products, innovations and companies in food production and processing.

Focus area ***Experiences*** is designed to achieve **Goal 2: World-class experiences** with more services, innovations and companies in the hospitality industry; contribute to genuine profiling as well as knowledge and competence development and contribute to collaboration for accessible experiences and cultural activities every day.

Focus area ***Transition*** is designed to achieve **Objective 3: Transition to a sustainable life and working life**, create, support and convey structures, models, strategies and examples for recycling, work, digitalization and housing.

How

The joint LAG board prioritizes among applications that strive to achieve our local goals. It contains representatives of the private, non-profit and public sectors. Bottom-up perspectives, innovation and collaboration often characterize joint efforts in the form of projects that are supported because they help to realize the local development strategy.

Anchored in the local challenges of the fantastic Bohuslän, we take the help of Leader's large European network to create sustainable effects and sustainable development in harmony with the actors and developmental strategy of the Region Västra Götaland.

Innehåll

Lokal utvecklingsstrategi för.....	1
Leader Bohuslän	1
Sammanfattning	2
Summary	2
1 Landsbygdsutveckling genom Leader.....	6
2 Strategins framtagning	6
3 Utvecklingsområdet	9
3.1 Tabell med statistik	9
3.2 Områdesbeskrivning	9
3.2 Behov och utvecklingsmöjligheter.....	13
4 Mål, insatsområden och indikatorer	16
4.1 Vision	16
4.2 Mål	16
4.3 Insatsområden	18
4.3.1 Insatsområde 1 Matproduktion.....	18
4.3.2 Insatsområde 2 Upplevelser	19
4.3.3 Insatsområde 3 Omställning.....	19
4.4 Indikatorer och målvärden	20
EU:s resultatindikatorer	22
Nationella indikatorer.....	23
Lokala indikatorer	25
5 Genomförande.....	27
5.1 Kommunikation	27
5.2 Urvalsprocess	28
5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer	28
5.4 Effekter.....	29
5.5 Hur främjar strategin innovation?	30
5.6 Övergripande principer	31
6 Organisation.....	32
6.1 Partnerskapet och föreningen	32
6.2 Föreningens styrelse.....	32
6.3 Drift – den operativa verksamheten	35

7	Uppföljning och utvärdering	36
---	-----------------------------------	----

1 Landsbygdsutveckling genom Leader

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

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

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

2 Strategins framtagning

Leader Bohuslän är en sammanslagning av två Leader-områden: Leader Bohuskust och gränsbygd samt Leader Södra Bohuslän. Anledning till sammanslagningen är en tydlig signal ifrån Jordbruksverket att man bör sträva efter större områden med bättre förutsättningar. Leader Bohuslän kommer ge möjlighet att tydliggöra identiteten Bohuslän och verka för spridning av initiativ och insatser gjorda på skilda håll i Bohuslän. Under innevarande period har många samarbetsprojekt gjorts mellan områdena och kontoren har samverkat runt många frågor.

Erfarenheter ifrån tidigare programperioder är bland annat behovet av en flexibel strategi vilket var viktigt för att möjliggöra utvecklandet av fibernätet via föreningar i Bohuslän. Arbetet med flera fonder under innevarande period har också varit nyttigt då det har gett ett bredare perspektiv och möjliggjort många innovationer inom det marina området framförallt. Leader Bohuskusts arbete med effekter och Leader Södra Bohusläns arbete med paraplyprojekt för unga några exempel på sådant som blir användbart i denna strategi.

Strategin är framtagen i en bred och inkluderande process. Initialt efter beslut och diskussioner i respektive LAG-styrelse tillsattes en processgrupp med medlemmar från båda områdena som tog fram ett sätt att arbeta, ett förslag på en skrivargrupp, en presentation för kommunerna samt en tidsplan.

Skrivargruppen påbörjade arbetet i januari 2021 med utbildning. Efter en inledande period har man samlat till två breda SWOT – workshoppar (en SWOT-analys ger överblick över Styrkor, Svagheter, Möjligheter och Hot), två gymnasieklass-SWOT-möten samt ett 10-tal strukturerade intervjuer. Analysen har varit fortsatt öppen under en månads tid där allmänheten har kunnat komma med inspel kopplat

till ett digitalt formulär. Skrivargruppen har sedan analyserat SWOT-materialet jämfört med föregående strategier och därefter skapat en slutlig SWOT.

SWOT:en har legat till grund för ett arbete med 2 tematiska referensgrupper. I dessa har delar av skrivargruppen samt representanter från respektive LAG-styrelse deltagit. Den första har fokuserat på visionsformulering, målformulering och insatsområdesuppdelning. Den andra har hanterat organisationsfrågor: partnerskapet, LAG, LAG-styrelse samt kontoret.

Ytterligare referensgruppsmöten kommer hållas runt partnerskap och icke-diskriminering. Utöver utbildningar om olika steg i processen och hållbarhet har skrivargruppen också tagit del av omvärldsanalyser från Kairos Future med flera.



Utvecklingsstrategin förhåller sig till flera internationella, nationella och regionala strategier med Västra Götalands regionala utvecklingsstrategi (RUS) i centrum. Dess huvuddrag kan skönjas genomsyra Bohusläns lokala strategi. Hållbarhetsmålen och regional klimatomställning är viktiga; Livsmedelsstrategin och strategin för svenskt fiske och vattenbruk likväl. På regional nivå finns infrastrukturplan, kulturstrategi, turistrådets strategi som alla skapar förutsättningar för utveckling och livskvalitet på landsbygderna. EU:s jordbrukspolitikens mål tillsammans med den nya gröna given är centrala på så sätt att de pekar ut riktningen för strategin.

De mellankommunala planerna i kustområdet är viktiga för arbetet och där kan nämnas Blå ÖP och Maritim näringslivsstrategi i norr och mellan kommunal kustzonsplanering i söder. Kommunalförbunden Fyrbodalen och Göteborgsregionens utvecklingsdokument så som näringslivsstrategier är en del av underlaget.

Återkommande möten hålls med leaderskrivargrupperna i Västra Götaland för att säkerställa synergier och höja kvaliteten på respektive strategi och arbets sätt i områdena.

Ett viktigt steg är en bred inspel- och synpunktsrunda där hela partnerskapet får och uppmanas komma med inspel till strategin. Denna är öppen digitalt under sommaren 2021. Därefter kommer synpunkter sammanställas och en justering av strategin görs innan den presenteras för LAG-styrelserna.

3 Utvecklingsområdet

3.1 Tabell med statistik

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	192186	
	Storlek i km ²	5215,409	
	Invånare per km ²	37	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född	11%	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%):	Kvinnor	Män
	0-14 år	9	9
	15-24 år	4	5
	25-44 år	11	11
	45-64 år	13	13
	65- år	13	12

3.2 Områdesbeskrivning

Gränser till andra leaderområden

Utvecklingsområdet följer kommungränserna och sträcker sig från Strömstad i norr till södra skärgården utanför Göteborg i söder. Området gränsar till *Leader Framtidsbygder* i nordöst, *Leader längs Göta älv* i öst och *Leader Halland* i syd.

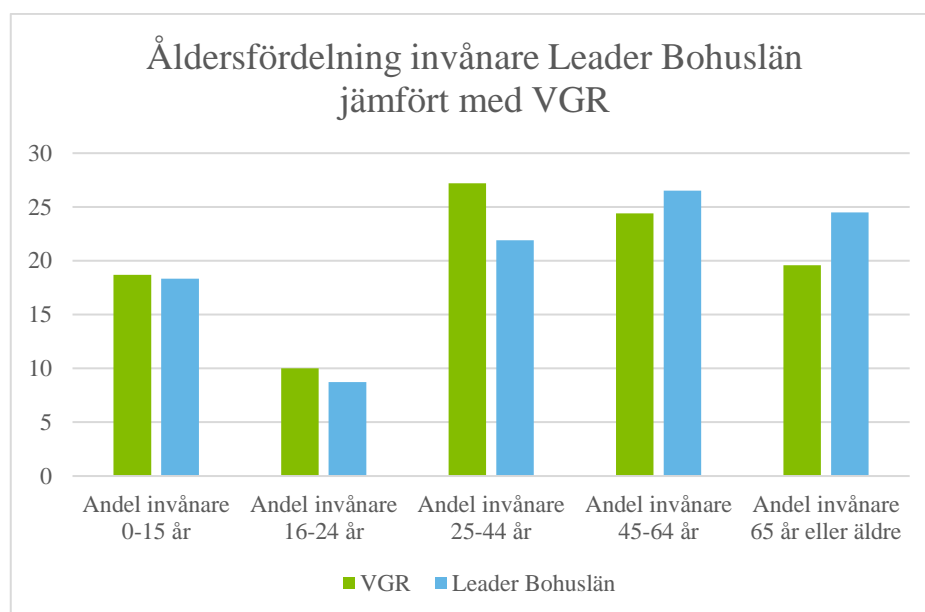
Natur-och kulturreсурser

Leader Bohuslän har en unik kombination av skog, fjäll, klippor, jordbrukslandskap, kust, skärgård och hav. Området är också rikt på vattendrag och sjöar. Bohusläns kust är enligt 4 kap miljöbalken i sin helhet av riksintresse med hänsyn till områdets natur- och kulturvärden. I området finns bl. a Sveriges enda marina nationalpark Kosterhavet och UNESCO-världsarvsområdet Tanums hällristningar.

Havet och den varierande jordbruksmarken ger möjligheter till lokal livsmedelsproduktion samtidigt som läget nära stad och tätort ger efterfrågan på produkter och tjänster. Bohuslän ger goda möjligheter till rekreation vilket är en viktig utgångspunkt för besöksnäringen.

Närheten till havet präglar människors liv och kulturhistoria genom fiske och sjöfart. I området finns en levande kulturhistoria och ett aktivt kulturliv med konst, musik, dans och teater, så som Nordiska Akvarellmuseet, Udden, Carlstens fästning, Gerlesborgsskolan, Vinga, Skulptur i Pilane mfl

Demografi



Befolkningen i Bohuslän är äldre jämfört med VG-regionen som helhet. Det är framförallt andelen yngre vuxna som är väsentligen lägre samtidigt som andelen över pensionsålder är väsentligen högre. Troligtvis är siffrorna för 22-35 ännu mer markanta då många lämnar för att studera och flyttar tillbaka i samband med familjebildning. De södra kommunerna längs med E6/Bohusbanan med goda kommunikationer till Göteborg har dock en stark nettoinflyttning.

Området skiljer sig i antalet utrikesfödda vars andel är ca hälften så stor som VG-regionens medel. I samband med de stora flyktingströmmarna runt 2015 kom många nyanlända men relativt snart flyttade de flesta vidare mot storstadsregionerna.

Näringsliv och arbetsmarknad

Näringslivet i Bohuslän är mångfacetterat och består av många småföretag tillsammans med större företag och industrier. Traditionellt återfinns företagen bland marina och areella näringar, småbåtsvarv, sjöfart och besöksnäringar tillsammans med de större berednings, tillverknings- och processindustri med tillhörande underleverantörer.

I stora delar av området finns en stark kultur att driva egen verksamhet. Andelen nyföretagande är relativt högt. (Statistik företag och nystart)

En tydlig trend är att besöksnäringen växer i betydelse. Företag som förädlar jordbruksprodukter blir också allt fler. I kommunerna pågår utvecklingsarbete inom blå ekonomi med en stark närvaro av flera marina kunskapscentra, myndigheter, universitet och institut tillsammans med innovations- och entreprenörskapsmiljöer.

Fiske och vattenbruk är traditionella maritima näringar som har fortsatta möjligheter att utvecklas i området. Nuvarande programperiod har sett många utvecklingssteg förverkligas vilket kan bära frukt i den nya perioden. Diversifiering, nya arter och hållbarare mer värda produkter är framtiden.

I Strömstad är gränshandel och besöksnäring dominant och innan pandemin hade Strömstad mest tillväxt i Sverige, utöver de tre storstadsregionerna. Med stängd nationsgräns mot Norge drabbades Strömstad hårt av pandemin. Nu pågår arbete för att bredda näringslivet och minska sårbarheten.

Arbetsmarknaden skiljer sig åt i regionen med pendlingskommuner, klassiska turistkommuner, landsbygdskommuner samt med områdets större tätorter Uddevalla, Kungälv, Stenungssund och tillverknings- och processindustrier. Arbetsmarknaden i kommunerna påverkas starkt beroende på pendlingstiden till Göteborg. De norra kommunerna, Strömstad och Tanum, ingår i Västlandet, med de näraliggande fylken i norska Östfold, med omfattande arbetspendlingen över gränsen. Sotenäs och Lysekil ingår i Vänersborg -Trollhättan regionen och Orust ner till Södra skärgården i Göteborgs arbetsmarknadsregion.

På grund av de korta avstånden arbetar många i närliggande kommuner vilket skapar dynamik mellan orterna och pendling även lokalt.

Arbetslösheten är normalt lägre än genomsnittet för både länet och riket, mycket tack vare gränshandel och en stark besöksnäring. Andelen personer med hög utbildning är dock lägre än genomsnittet för riket. I området finns individer som står långt ifrån arbetsmarknaden och som är i behov av kompetensutveckling.

Service

Tillgång till kommunal service i form av vård, skola och omsorg är god i hela området. Sjukvård har delvis centraliserats. Avstånden till akutvård är stundtals långa och vårdens kvalitet skiljer sig beroende på var man bor. Över tid har servicen centraliserats i kommunerna med sämre möjligheter längre ifrån de större samhällena.

Serviceutbudet varierar kraftigt över året i kustdelarna av området. Sommarboende och turismen gör att utbud av restauranger och affärer är större än vad befolkningsunderlaget kan stödja under resten av året. För många orter

ger detta ett större utbud även utanför säsong. För övriga områden är servicen framförallt koncentrerad kring tätorter, men några få landsbygdsbutiker finns också kvar.

Kommunikation och infrastruktur

De norra kommunerna har en relativt hög andel långväga pendlare (mer än 100 km). Möjligheterna till arbetspendling med kollektiva färdmedel är begränsade med gles trafik på landsbygd och mindre orter. Kollektivtrafik ut till öar och mellan närliggande kommuner är delvis eftersatt då lönsamheten på de rutter som nyttjas sällan är låg. Det för också med sig att de flesta som kan tar bilen lokalt och delregionalt. Områdets geografi med sprickdalar, näs och öar gör att de tidsmässiga avstånden blir längre. Det för också med sig utmaningar för kollektivtrafiken. E6 och Bohusbanan går som sammanhållande stråk genom området och möjliggör snabba kommunikationer på väg. Bohusbanan söder om Uddevalla fungerar som ett bra pendlingsverktyg men för längre sträckor är banan för långsam och utkonkurrerad av buss.

Det finns ett stort utbud av maritim infrastruktur, som gästhamnar och småbåtshamnar.

Infrastrukturen med laddningsstolpar för el-bilar är underutvecklad och tillgången på förnybara drivmedel begränsad. Tidiga satsningar på förnybar energi med vindkraft på höjderna längs E6 och vid industrierna har gjort en del av kommunerna till elproducenter.

Höghastighetsbredband är väl utbyggt framförallt via leaderstödda fibreföreningar. Många avlägsna orter och öar har förvånansvärd uppkoppling.

Attraktion

Bohuslän är en av Sveriges mest populära destinationer och ses som ett av världens vackraste vildmarksområden. I området finns flera viktiga attraktioner, besöksmål och evenemang. Områdets kustsamhällen är i sig dragande besöksmål, främst under sommarhalvåret. Närheten till storstaden för en del av ö-samhällena är unik och något som möjliggör både besök och liv i fantastiska miljöer.

Livskvalitet och lokal anda

Bohuslänningen är stolt och nöjd med att vara Bohuslänning och har svårt att se att livet skulle vara bättre på en annan plats. Kombinationen av hav och land, sommarens explosion, tillgången till friluftsliv och skaldjur samt möjligheten att förverkliga idéer är bakgrunden till detta. De lokala nätverken finns men kan bli ännu mer inkluderande och möjlighetsskapande. För unga

vuxna är området mindre attraktivt då de är färre i den kategorin och avsaknaden av drivet hos studenter kan märkas förutom på sommaren.

SCB:s medborgarundersökningar visar på en jämförelsevis nöjd befolkning i södra Bohuslän. Undersökningarna pekar också ut potentiella förbättringsområden där satsningar på bostäder, trygghet, framtidsmöjligheter, arbetsmöjligheter, kommersiellt utbud och kommunikationer bör prioriteras för att öka nöjdheten hos befolkningen. Delar av området har höga ohälsotal i jämförelse med riket i övrigt.

Föreningsliv, sociala sammanhang och kreativa mötesplatser

Föreningslivet är starkt och området har ett brett utbud av exempelvis fritids-, kultur- och samhällsföreningar. Samtidigt har man utmaningar med att attrahera unga engagerade samt med drift och underhåll av lokaler. Föreningarna har både idéer, kreativitet, engagemang och drivkraft. Det finns ett stort utbud av möteslokaler i området men ändå saknar många, bland annat unga, kreativa och sociala mötesplatser med meningsfullt innehåll. De mötesplatser som finns ligger ofta i tätorter.

3.2 Behov och utvecklingsmöjligheter

I SWOT-analysen för området så har det framkommit flera olika behov- och utvecklingsmöjligheter. Området karaktäriseras av ett attraktivt och diversifierat landskap med både skärgård, inland och kust vilket skapar många möjligheter för både en aktiv fritid och attraktiva boendemöjligheter men även goda förutsättningar för olika verksamheter och företag. Bohuslän som varumärke är väl etablerat och lockar många besökare varje år. Här finns många levande mindre lokalsamhällen och förhållandevis god tillgång till service året om. I området som helhet finns ett relativt differentierat näringsliv med både större industrier och många småföretagare. Samtidigt så finns det många utmaningar och behov, till exempel frågor kring hur vi kan öka graden av resiliens (motståndskraft) i våra samhällen, utmaningar kring demografi och boende med många äldre och höga bostadspriser samt utvecklingsmöjligheter för näringsliv och företagande.

Demografi och boende

Ett stort behov som har framkommit är behovet av nya boendeformer och ökade möjligheter för helårsboende. Området är attraktivt att bo i och möjligheterna till god livskvalitet och en aktiv fritid är stora. Samtidigt så är hus- och markpriserna höga och många hus används som fritidshus vilket försvårar nyetablering och åretruntboende. Frågor kring vatten, avlopp och sophantering försvårar ibland ytterligare. För unga i området är det svårt att hitta bostäder till rimliga priser så att de kan etablera sig på

bostadsmarknaden och bo kvar och verka i området. En åldrande befolkning och ökat delårsboende leder bland annat till minskat underlag för lokala skolor och annan service. Så för samhället som helhet så finns det ett behov av att hitta fler olika boendeformer för att möta det varierade behovet av bostadslösningar hos olika människor. Här finns det utvecklingsmöjligheter bland annat när det kommer till att hitta nya samverkansformer och finansieringslösningar. I området finns det redan exempel på kooperativa hyresrätter, ekobyar och socialt byggande av egna mindre hus men de goda exemplen behöver spridas och bli möjliga på fler platser.

Fiberutbyggnad möjliggör för fler att arbeta hemifrån vilket skapar nya möjligheter för delårsboende att bli helårsboende och för en ökad inflyttning. Pandemin har skyndat på digitaliseringen och skapat nya möjligheter för distansarbete vilket ger en större valfrihet kring boendeort och minskat behov av att bo nära arbetsplatsen. Här finns det potential att ta vara på. Samtidigt är det viktigt med en fungerande infrastruktur och möjlighet till kollektivt resande för att bygga resilienta samhällen framöver. Det finns ett behov av nya lösningar men det finns också goda möjligheter för exempelvis transporter vattenvägen. Att kunna bibehålla och utveckla lokal service och infrastruktur är viktigt och här finns stora utvecklingsmöjligheter. Lika unikt och attraktivt som det kan vara att bo på en ö utan fast förbindelse, lika krångligt kan det vara att anpassa arbetstider, skolgång och service till färjans avgångstider.

Näringsliv och entreprenörskap

Det finns behov av ett mer resilient näringsliv och en utveckling av besöksnäring mot andra säsonger. I delar av området är näringslivet relativt ensidigt med fokus på ett fåtal branscher vilket medför stor sårbarhet. Det har visat sig inte minst under covid19-pandemin då gränshandeln snabbt sattes på paus och restaurang- och besöksnäringen mötte stora utmaningar. Möjligheterna finns i och med ett attraktivt läge och Bohuslän som varumärke är väl etablerat. Det finns behov av att tydligare sammanlänka det utbud av upplevelser och aktiviteter som finns i området och samarbeta kring erbjudanden, helhetslösningar och dylikt för att stärka besöksnäringen.

Inom både de gröna och blåa näringarna finns goda utvecklingsmöjligheter för både utökad produktion och för vidareförädling av råvaror samt utveckling av nya produkter. Råvaror i världsklass från främst havet skapar möjligheter för både förädling och måltidsturism.

Områdets geografi möjliggör en aktiv fritid med till exempel paddling, vandring och klättring vilket även lockar besökare och skapar förutsättningar för fler säsonger som inte bara sträcker sig över några få sommarveckor. Många aktörer stänger under lågsäsong vilket riskerar att motverka andra satsningar som skulle kunna bidra till fler säsonger. Här skulle utökad samverkan och gemensamma satsningar behövas. Det finns många företagare med småskalig verksamhet i området vilket gör samverkan till en nyckel för att skapa konkurrenskraft. En tydligare samverkan kan också ge bättre tillgänglighet och kvalitet på upplevelser utanför högsäsong.

Distansarbete ger möjlighet till en mer varierad arbetsmarknad där man inte nödvändigtvis behöver bo i närheten av sin arbetsplats. Men för att kunna arbeta på distans så behövs pålitlig uppkoppling, nya lösningar på gemensamma kontorsplatser och mötesplatser.

Resiliens, matproduktion och omställning.

Intresset för lokalproducerade livsmedel är stort och frågor som rör inhemsk livsmedelsproduktion och självförsörjningsgrad har återigen aktualiserats, både med tanke på den svenska livsmedelsstrategi som antagits och med rådande pandemi som fått allt fler att inse hur sårbart rådande system lätt blir vid en kris. I Bohuslän finns goda möjligheter för både ökad livsmedelsproduktion och för en ökad förädlingsgrad av råvaror med utrymme för nya företagsetableringar och innovationer. Detta skapar möjligheter till både nya arbetstillfällen, ökad resiliens och ytterligare besöksanledningar. Med tillgång till både hav och landsbygd så finns det förutsättningar för att bedriva både lantbruk, fiske och vattenbruk samtidigt som närheten till städer och tätorter samt många besökare skapar en efterfrågan på produkter och tjänster. Här finns det utvecklingsmöjligheter kring en mer samlad marknadsföring och att i ännu högre grad lyfta fram det unika med många av de råvaror som finns att tillgå lokalt, till exempel musslor, tång och alger.

Det finns också ett behov av att skapa förutsättningar för omställning till ett mer hållbart samhälle och fler satsningar inom detta område behövs. Här finns det behov av satsningar på exempelvis cirkulära arbetssätt, delningsekonomi och återbruk. Det finns också utvecklingsmöjligheter kring att försöka hitta nya samverkansformer för att förvalta gemensamma resurser.

Samhällskultur

Föreningslivet i området är starkt och upprätthåller många viktiga funktioner och bidrar till områdets attraktivitet. Samtidigt finns utmaningar kring fortlevnad och att engagera och rekrytera nya medlemmar för många föreningar. En fråga som många föreningar ställer sig är hur de kan nå och engagera fler yngre. Här finns det behov av att hitta nya vägar och ta inspiration av goda exempel från andra områden. I SWOT-analysen framkommer det också att stöd till föreningslivet ses som ett viktigt verktyg för att det även i framtiden skall finnas ett brett utbud av aktiviteter i området. Möjligheten till en aktiv och meningsfull fritid skapar i sin tur förutsättningar för att fler skall vilja bli helårsboende i området.

Det finns även behov av och stora möjligheter till fler kultursatsningar och tillgängliga upplevelser. En kreativ miljö skapar en identitet som både ger möjlighet att attrahera nya invånare och besökare samt ger de boende möjligheter till aktiviteter och upplevelser året om. Lokalt finns det områden med starka kulturliv och områden där det satsas mycket, men detta skulle behöva spridas och nå fler. Ett annat behov som framkommer är att det behövs fler sociala mötesplatser, här kan både föreningsliv och kultursatsningar ha en roll att spela.

4 Mål, insatsområden och indikatorer

4.1 Vision

Leader Bohuslän

Ett tillgängligt nätverk av levande, nyskapande samhällen, för dig och mig, varje dag.

Framtiden för Bohuslän bygger på vår historia och där vi står idag. Våra framtida samhällen är sammanhållna, innovativa, kreativa, inkluderande och öppna. Vi känner en gemenskap, välvilja och generositet som gör att goda exempel mångfaldigas genom samverkan. Vi finns tillgängliga för varandra och bygger bra platser att bo och verka på årets alla dagar.

4.2 Mål

Mål 1: Lokal och resilient matproduktion

- Fler arbetstillfällen, produkter, samverkan, innovationer, kunskap och företag inom blå och grön livsmedelsproduktion, distribution och förädling.

Mål 2: Upplevelser i världsklass

- Fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen

- Bidra till genuin profilering samt kunskaps- och kompetensutveckling
- Bidra till samverkan för tillgängliga upplevelser och kulturaktiviteter varje dag.

Mål 3: Omställning till hållbart liv och arbetsliv

- Skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, strategier och exempel för återbruk, arbete, digitalisering och boende.

Områdets mål springer direkt ur SWOT-analysen. De tre målen är formulerade för att leverera förändring och utveckling som förstärker områdets styrkor och hanterar vissa brister. De tre målen är också balanserade mot varandra. De genomsyras av den gemensamma jordbrukspolitiken mål med utveckling av landsbygdsekonomier och samhällen på landsbygden, inklusive sysselsättningsskapande.

Mål 1: Lokal och resilient matproduktion knyter an till den svenska livsmedelsstrategin, arbetet med en gemensam strategi för fiske och vattenbruk och den regionala utvecklingsstrategin i Västra Götaland. Målet bygger även vidare på landvinningar gjorda under innevarande period inom gröna näringar samt fiske och vattenbruk. Målet genomsyras av innovationskraft, cirkularitet, hållbarhet och utvecklingsdriv.

Mål 2: Upplevelser i världsklass bygger på den fenomenala destination som Bohuslän är. Målet är kopplat till Turistrådet Västsveriges och Hållbarhetsklivets gemensamma vision om en besöksnäring som är ett föredöme för hållbar omställning. Målet är uppdelat i tre specificeringar: 1) tillväxt, 2) kunskap och profilering samt 3) samverkan.

Tillväxten handlar om nya företag, innovationer och produkter som knyter an till regionala strategier och besöksnäringens forsknings och innovationsagenda samt de utvecklingsinriktningar som följer kopplat till COVID-krisen. *Kunskap och profilering* riktar sig mot att höja nivån på helheten på destinationen för att förverkliga den potential som Bohuslän har. Hållbarhet, kommunikation och digitalisering är viktiga grundbultar i denna utveckling. *Samverkan* berör behovet av att ta goda exempel längs med Bohusläns kust och mångfaldiga delar av dessa. En tydligare samverkan kan också ge bättre kvalitet och tillgänglighet på upplevelser utanför högsäsong.

Mål 3: Omställning till ett hållbart arbetsliv är starkt kopplat till den regionala utvecklingsstrategin i Västra Götalands mål ”Tillsammans gör vi Västra Götaland till ett föredöme för omställning till ett hållbart och konkurrenskraftigt samhälle” samt förändringar i arbetsliv i spåren av COVID. Landsbygderna i Bohuslän har ett gyllene tillfälle att ställa om till ett hållbarare och mänskligare arbetsliv inklusive former för boende, näringslivssamverkan, samhällsutveckling, grannskapskontor

och återbruk. Verktögen för att nå detta högt ställda mål är många men leadermetoden är en bra väg att få människor samman till att ställa om via strategier, experiment och modeller.

4.3 Insatsområden

Insatsområdena i strategin utgår från de lokala behoven och utvecklingsmöjligheterna i området och från strategins övergripande mål beskrivna i avsnitt 4.2. Tre insatsområden är identifierade:

- 1) Matproduktion
- 2) Upplevelser
- 3) Omställning

4.3.1 Insatsområde 1 Matproduktion

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 1: Lokal och resilient matproduktion** med fler arbetstillfällen, produkter, innovationer och företag inom livsmedelsproduktion och förädling.

Det finns ett tydligt ökat intresse för lokalt producerad mat och COVID har tydliggjort behovet av ökad tillgänglighet på lokal mat. Bohusläns producenter är ofta små och har begränsade möjligheter att nå ut med sina produkter. Därför är Leader genom samverkan och partnerskap ett bra sätt att utveckla produktion och saluföring av lokal mat.

Ifrån innevarande programperiod finns många lyckade insatser att bygga vidare på och lära av. Flera innovativa projekt inom exempelvis vattenbruk är nu redo för mer kommersiella steg. Andelsjordbruk och odlingssamverkan är initiala insatser som behöver utvecklas vidare. Det internationella samarbetet med europeiska aktörer om lokal mat behöver spridas och utvecklas i Bohuslän.

Insatsområde Matproduktion ska verka för en utveckling av närproducerade livsmedel – utifrån både livsmedelsförsörjning, produktutveckling, samverkan och minskad klimatpåverkan.

Diversifiering av produktionen ökar möjligheter till en högre diversitet i landskapet vilket i sin tur kan leda till ökad resiliens för producenten, invånarna och naturmiljön. Försäljningsstrategier som bygger på andra kanaler än den traditionella storskaliga handeln kan öka

sammanhållning i bygderna och därmed också bidra till resiliensen för området.

4.3.2 Insatsområde 2 Upplevelser

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 2: Upplevelser i världsklass** med fler tjänster, innovationer och företag inom besöksnäringen; bidra till genuin profilering samt kunskaps- och kompetensutveckling och bidra till samverkan för tillgängliga upplevelser och kulturaktiviteter varje dag.

Destinationen Bohusläns potential är fantastisk och många av upplevelserna är i världsklass men det finns ännu mycket att göra och utveckla. Tillgängligheten på service och mat är begränsad utanför högsäsong. Samverkan runt öppettider, kvalitetsutveckling och lokal merförsäljning behövs. Ett ökat Bohuslän-tänk behöver spridas hos alla aktörer och kommunikationen behöver bli mer holistisk. Många goda exempel behöver spridas och Turistrådet Västsveriges kompetens och angreppssätt behöver landa än mer. Matdestinationen behöver utvecklas på bredare front.

Insatsområdet kan uppfattas som att det riktar sig enbart mot besökande. Men upplevelserna är minst lika viktiga för hel- och delårsboende. Kulturaktiviteter, nischade vandringsleder, tillgänglighet till den storslagna naturen, gastronomisk utveckling, friluftsliv, båtliv, klättring, cykling och löpning är alla aktiviteter som kan utvecklas och kopplas till erbjudanden och ökad service och paketering. Kombinationserbjudanden, koppling till lokal mat och möjlighet att välja servicenivå kommer bli viktiga för destinationens utveckling. Regenerativ turism, där besökaren aktivt deltar i platsens uppbyggnad är en trend som kopplar samman insatsområdet med insatsområde 3 Omställning.

4.3.3 Insatsområde 3 Omställning

Insatsområdet är format för att uppnå **Mål 3: Omställning till hållbart arbetsliv**, skapa, stödja och förmedla strukturer, modeller, strategier och exempel för återbruk, arbete, digitalisering och boende.

Vår största utmaning i modern tid är att ställa om till ett mer hållbart samhälle. I en tid av stora förändringar på grund av pandemin kopplat till digital omställning finns det nu stora möjligheter för landsbygderna. Möjligheten att arbeta kvalificerat och professionellt på distans är många gånger större än för bara något år sedan på grund av förändringar i ledarskap, normer och tilltro parallellt med praktisk testning och teknisk utveckling. För att dessa möjligheter ska bli bestående krävs mycket förändringar så som grannskapskontor, arbetsnätverk och samverkan.

Området ska ge möjligheter att möta utmaningen med att få till möjliga boenden för unga vilket är en förutsättning för en omställning av arbetslivet. Vi avser skapa

paraplyprojekt för att på ett bättre sätt inkludera unga i utvecklingen av våra samhällen. Lokala utvecklingsstrategier och samverkansmodeller kommer att premieras för att utveckla destinationer och platser.

Cirkularitet och återbruk är områden där det lokala spelar stor roll och där de mindre samhällena kan ha fördelar. Design av produkter och tjänster med en minimering av utsläpp och avfall samt alternativa användningsområden för restströmmar är goda möjligheter för arbete och utveckling. Modeller för samutnyttjande och samägande ska designas och prövas.

4.4 Indikatorer och målvärden

Vi har valt indikatorer utifrån att i största möjliga mån följa vår interventionslogik och skapa ett praktiskt och välfungerande Leader Bohuslän i nästa programperiod. Vi har fokus på att indikatorerna ska vara enkla att mäta och redovisa för projekten vid projektslut, på så sätt ska de kunna följas automatiskt för att på utvärderingsmöten ge en uppfattning om utvecklingsområdets löpande resultat.

De valda indikatorerna är också till del tänkta att kunna mätas igen två år efter projektslut för att ge stöd till en effektutvärdering.

Indikatorerna är valda för att matcha uppdelningen i **strukturella förändringar**:

- Arbetstillfällen, (R.31)
- Besökande, (L.40, L.49)
- Invånare, (L.55)
- Service, (N.04)
- Företagande (R.32, N.01, N.03, L.43)

och **mervärden**:

- Lokal styrning (nätverk, gemensamma handlingsplaner, mötesplatser) (R.33)
- Socialt kapital (glädje, engagemang, tillit och gemenskap, inkludering) (N.06)
- Konkreta resultat (leder, bredband, byggnader, etc) (R.23, L.40)

Lärdomar ifrån innevarande period för med sig att vi bör begränsa antalet indikatorer som mäts av praktiska och kommunikativa skäl. Det är viktigt att logiken är förståelig för alla involverade inklusive LAG-styrelse och projektsökande.

Projektens enskilda målvärden för indikatorer kommer vara del av urvalsprocessen men inte allena styrande i urvalet.

De flesta av indikatorerna gäller för alla tre målen. Omställningsmålet har 2 unika indikatorer i **R.33 Smart omställning av ekonomin på landsbygden** samt **L.55 Nya bostadslösningar**. Den första är ett sätt att värdera och premiera omställning till ett hållbarare samhälle samt öppna upp för utveckling. Den andra lyfter specifikt utmaningen som kommit fram i SWOT:en med boende för unga och helårsboende i samhällen med många delårsboende och höga huspriser. Även **R.23 Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden** är mestadels kopplat till omställningsmålet.

Upplevelsemålet har en riktad indikator i **L.49 Nya besökare utanför högsäsong** den är medtagen för att Bohuslän ofta upplevs som fullt i mitten av juli. Däremot kan man vid andra tider på året ha svårt att hitta öppna restauranger eller finna tillräckligt underlag för att driva sin verksamhet. Indikatorn **N.06 Nya fritids- och kulturverksamheter** är också specifikt riktad mot upplevelser och finns med för att säkerställa att insatsområdet ses som något för både helårs- och delårsboende.

De övriga indikatorerna gäller för flera mål och är kopplade till resultat och effekter. Flera kommer ha låga målvärden vid projektslut då erfarenheter visar att arbeteffekterna kommer efter några år. Fördelen med att ha med dem från start är att de blir lättare att följa upp ett antal år efter projektslut. 4 indikatorer är kopplat till sysselsättning: **R.31 Tillväxt och sysselsättning i landsbygdsområden**.

Flera indikatorer är kopplade till företagande och innovation: **R.32 Utveckla ekonomin på landsbygden**, **N.01 Nya företag**, **N.03 Nya produkter** samt **N.04 Nya tjänster**. Dessa indikatorer är också ett sätt att följa utvecklingen av serviceerbjudanden på landsbygderna vilket har stor påverkan på livskvalitet och förmåga att leva ett bra liv här.

Inom fiske och vattenbruk har väljs två indikatorer: **L.40 Insatser som främjar fritidsfisket** samt **L.43.Ny produktionskapacitet inom vattenbruk** för att följa upp de insatser som gjort tidigare och utvecklingen av dessa strategier.

EU:s resultatindikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Här anges vilket av era mål som kopplas till indikatorn. Det kan vara flera.	Här anges vilket av era insatsområden som kommer kopplas till indikatorn	R.X	xxx	Xxx	Här anges vilket målvärde ni väljer efter prioriteringen.
<i>Mål 1</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Omställning	R.23A	Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden	Antal projekt som bidrar till mål rörande miljöhållbarhet samt begränsning av och anpassning till klimatförändringar i landsbygdsområden	
<i>Mål 1,</i> <i>Mål 2,</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser, Omställning	R.31	Tillväxt och sysselsättning i landsbygdsområden	Sysselsättningen ska ha skapats som senast vid projektslut. En heltidstjänst motsvarar 1720 timmar per år och en halvtidstjänst motsvarar 860 timmar per år.	
<i>Mål 1,</i> <i>Mål 2,</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser, Omställning	R.32	Utveckla ekonomin på landsbygden	Antal företag på landsbygden som söker stöd för att utveckla sin verksamhet	
<i>Mål 3</i>	Omställning	R.33	Smart omställning av ekonomin på landsbygden	Antal framtagna strategier för smarta landsbygder	

Nationella indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Här anges vilket av era mål som kopplas till indikatorn. Det kan vara flera.	Här anges vilket av era insatsområden som kommer kopplas till indikatorn	N.X	xxx	xxx	Här anges vilket målvärde ni väljer efter prioriteringen.
<i>Mål 1,</i> <i>Mål 2,</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser, Omställning	N.01	Nya företag	Antal nya företag som skapats under projekttiden på grund av projektet. Med företag menar vi olika organisationsformer som till exempel enskild firma, AB och ekonomisk förening.	
<i>Mål 1,</i> <i>Mål 2,</i> <i>Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser, Omställning	N.03	Nya produkter	Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är produkten/erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för det enskilda företaget? En fysisk produkt är en vara som man kan köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler. En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel	

				nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.	
<i>Mål 1, Mål 2, Mål 3</i>	Matproduktion, Upplevelser, Omställning	N.04	Nya tjänster	<p>Denna delas upp i 3 nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. D.v.s. är tjänsten/erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för det enskilda företaget?</p> <p>En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guideade turer och upplevelser samt teaterföreställningar.</p> <p>En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och anpassa vid varje försäljning. Till exempel sociala media tjänster, webbdesign eller liknande. Hit räknas även olika streamingtjänster då kunden inte äger materialet utan endast har tillfällig tillgång genom någon form av prenumeration på säljarens villkor.</p>	
<i>Mål 2,</i>	Upplevelser,	N.06	Nya fritids- och kulturverksamheter	Antalet fritids- och kulturverksamheter mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. Till exempel kan detta inkludera ungdomsverksamheter, teatergrupper, idrottsföreningar och språkcaféer. Endast antalet olika verksamheter ska räknas. Man ska inte	

				räkna in antalet träffar som de haft eller antalet deltagare som medverkat.	
--	--	--	--	---	--

Lokala indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Här anges vilket av era mål som kopplas till indikatorn. Det kan vara flera.	Här anges vilket av era insatsområden som kommer kopplas till indikatorn	R.X	xxx	xxx	Här anges vilket målvärde ni väljer efter prioriteringen.
<i>Mål 1,</i> <i>Mål 2,</i>	Matproduktion, Upplevelser,	L.40	Insatser som främjar fritidsfisket	Detta kan omfatta till exempel antal informationskampanjer, utbildningar eller liknande för att främja fritidsfisket. Men också fysiska åtgärder som direkt påverkar vattendrag och/eller fiskebestånd.	
<i>Mål 1,</i>	Matproduktion,	L.43	Ny produktionskapacitet inom vattenbruk	Förändringen i produktionskapacitet per år före och efter insatsen. Med vattenbruk menas produktion av vattenlevande djur och växter som innefattar bland annat fiskar, musslor, kräftdjur och alger.	
<i>Mål 2</i>	Upplevelser	L.49	Nya besökare utanför högsäsong	Nya dagsbesökare som tillkommit genom projektet och som besöker området under lågsäsongen. Indikatorns värde kan alltså vara max så stort som den nationella indikatorn för	

				nya dagsbesökare som inte skiljer på hög- och lågsäsong.	
<i>Mål 3</i>	Omställning	L.55	Nya bostadslösningar	Bostadslösningarna ska vara nya på så sätt att man testat eller introducerat nya metoder för att uppnå nya sätt att bygga eller förvalta bostäder som kan utveckla en bygd.	

Viktigt att begränsa antalet indikatorer

5 Genomförande

5.1 Kommunikation

Kommunikation är centralt för att en utvecklingsstrategi ska kunna förverkligas. Leader Bohusläns kommunikationsstrategi vilar på partnerskapet och föreningen där styrelsen är den centrala aktören för att sprida ordet om Leader. Kontorets roll är att förse styrelsen med verktyg att utföra det på ett enkelt sätt. Lärdomar från innevarande och tidigare perioder är att man bara har lyckats till hälften. Trots goda intentioner och insatser har man sällan avsatt tillräckligt med medel och prioritet för att få den spridning och varumärkeskänedom som krävs.

I uppstartsfasen av programmet är det viktigt att nå ut så brett som möjligt. Detta påbörjas redan under strategiskrivningsfasen då man strävar efter att många ska få insyn i och känna delaktighet med leaderområdet. En mångfald av projektägare önskas ifrån hela området och olika sektorer. Styrelsens bredd blir viktig för denna spridning. En aktiv genomlysning av respektive styrelseledamots nätverk görs för att identifiera vilka den avser sprida information till återkommande. För nya projektägare kan riktade workshops vara en bra väg för att nå bredden.

Prioriterade insatser

- 1) Etablera Leader Bohuslän i sociala medier på Facebook, instagram och LinkedIn
- 2) Skapa gemensamt informationsmaterial och hemsida; nyttja synergier med Leader i västra Götaland
- 3) Koppla pressreleaser ifrån finansieringsbeslut och projekt till de sociala mediekanalerna men inkludera kommunernas kommunikationsansvariga och traditionella media
- 4) Styra alla projekt att delta i de gemensamma kanalerna
- 5) Säkerställa att styrelse och partnerskapsaktörer utför sin kommunikationsuppgift

Under genomförandedelen av programmet förskjuts kommunikationen till att kommunicera möjligheter men också resultat och pågående projekt. Fokus ligger här på att lyfta goda projektexempel vilket inspirerar till nya insatser. I denna fas kan man rikta insatser mot de mål som inte är uppnådda ännu. Projektens roll i att visa upp sitt eget arbete är viktigt, här kan man ställa krav från kontoret från början.

I uppföljnings- och utvärderingsfas sätts fokus mot kommuner och bredare samhälle för att kommunicera det som sker i projekten och vad som programmet har åstadkommit. Här är exemplets makt central.

5.2 Urvalsprocess

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

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

Urvalskriterier för urval kompletteras ni med efter att strategin är prioriterad i bilaga 4.

5.3 Samordning och samarbete med andra aktörer

Vår största samhällsutmaning under den kommande perioden är att aktivera vårt samhälle för omställning till ett hållbarare levnadssätt. Den regionala utvecklingsstrategin för Västra Götaland fokuserar på just det. Leader Bohuslän är naturligtvis en del i den omställningen. Under innevarande period har ett partnerskap utvecklats som säkerställer att regionen och leaderområdena är medvetna om vad som sker i respektive organisationer. Här finns många synergier som annars kan gå förlorade eller satsningar som kan missa målet. Exempelvis har regionen ibland utlysningar som ligger nära det som leaderområdena jobbar med. Leaderområdet har också möjlighet att göra specifika utlysningar som stärker helheten i det som andra organisationer gör när det tangerar leaderområdets strategi.

Leaderområdena i VG-regionen har ett gemensamt forum och avser att driva några gemensamma projekt i den kommande perioden. Här finns också möjlighet att göra kompletterande utlysningar inom samma områden. Denna typ av samverkan ger en bättre bild av goda projekt i närområdet och möjlighet till spridning av både goda erfarenheter men också arbetssätt och inspiration. Förslag på gemensamma insatser för leaderområdena är kommunikation, ungdomsprojekt och omställning. Diskussioner förs också om att dela någon funktion mellan två eller flera leaderområden i regionen.

Näringslivsnätverket i Fyrbodals arbetar i skrivande stund med en ny näringslivsstrategi. Förhållandet till denna och en kontinuerlig dialog och uppdatering av projektläge och leaderhändelser från ena hållet samt anna utveckling i Fyrbodals åt andra hållet är viktigt. Ett liknande partnerskap etableras med Businessregion Göteborg (BRG). Då denna organisation är avsevärt större blir

det viktigt att komma in på rätt nivå och få lagom detaljnivå på kommunikation och spridning åt båda hållen.

Göteborgsregionens kommunalförbund behöver också hållas informerade på ett liknande sätt som BRG, vilka utgör Göteborgs näringslivsfunktion.

Leader Bohuslän samverkar med andra projekt drivande organisationer som Svinesundskommittén och Lokalproducerat i väst inom eller mellan projekt. Dessutom vinnlägger organisationen sig om att hålla koll på andra stödförmedlare som Intereg eller tillväxtverket för att på så sätt upprätthålla sin utvecklingskontorsfunktion.

I Bohuslän har en förstudie utförts om Biosfärområde Bohuslän. Föreslaget område tangerar Leader Bohusläns och tydliga synergier finns mellan de två organisationerna om biosfärområdet genomförs. Man kan tänka sig att biosfärområdet delvis finansieras av leadermedel under insatsområde 3. Man kan också tänka sig att biosfärområdet har Leader som organisation ungefär så som Leader Nedre Dalälven är kopplat till deras biosfärområde. Oberoende av slutlig organisationsform så är synergier goda.

5.4 Effekter

Leader Bohuskust har varit del i arbetet med Lärande och Innovationsprojektet som har handlat om hur man får bättre effekter av leaderprojekt. Nedan följer planen för hur Leader Bohuslän kommer arbeta med frågorna. Men först lite om effekter.



Figur Effekter och mervärden

Bilden ovan beskriver hur leaderarbetet skapar förutsättningar vilket ger mervärden ifrån olika insatser (projekt). Leader Bohuslän vill att dessa mervärden också ska leda till strukturella förändringar. Det finns svårigheter att mäta det kontinuerligt men avsikten är tydlig. Se även vår korta infofilm:

<https://www.youtube.com/watch?v=VT8XhlfymrY>

Handbok Lärande och Effekter Leader Bohuslän– gör så här i nästa programperiod

1. Effektutbildning för LAG-styrelse och projektägare, med filmen och effektbarometern
2. Lärande och utveckling/innovation, stående punkt på styrelsemöten, en kvart med olika innehåll per möte
3. Effektworkshop ska erbjudas alla beviljade projekt i samband med återkommande nätverksträffar
4. Delar av effektbarometern kopplas till utvärderingskriterier

LÄRCYKEL

5. En årlig enkät, till finansiärer, tjänstepersoner, projektägare, styrelse
Om måluppfyllelse, effekter, mm (se avsnitt 7 Utvärdering och uppföljning)
6. Årliga externa avstämnings/infoträffar med finansiärer, tjänstepersoner
7. Ett internt uppföljnings/utvärderingsmöte varje år, hur ligger vi till, med styrelsen

5.5 Hur främjar strategin innovation?

Innovation innebär att ta något till allmänt bruk. För att kortsiktiga projektresultat ska tas till allmänt bruk behöver de leda till långsiktiga effekter. För att temporära leaderinsatser ska ge permanent landsbygdsutveckling behöver resultaten implementeras och ge hållbara strukturella förändringar. Varje projekt för sig kan inte räkna med att leda till effekter och innovation, men många tillsammans utgör en samlad insats.

För att säkerställa innovativitet, ska godkända projekt inom Leader Bohuslän uppfylla minst ett av kriterierna nedan:

Projektet:

- 1) Introducerar en ny produkt, process, organisation och/eller marknad som är banbrytande generellt eller inom ett geografiskt område.
- 2) Moderniserar traditionella färdigheter och kunskaper.
- 3) Hittar nya lösningar på gemensamma lokala angelägenheter.

- 4) Resulterar i en ny idé (produkt, tjänst, modell) avsedd att möta sociala behov och/eller skapa nya sociala relationer och samarbeten.

Förutom att strategin följer en metod för att säkerställa innovativa projekt är den innovativ genom att den:

- Skapar möjligheter för lokala aktörer att med stor frihet utveckla en attraktiv och hållbar miljö för boende och verksamma.
- Har en hög ambitionsnivå vad gäller åldersspridning i LAG-styrelsen.
- Främjar ett samarbete mellan lokala, regionala, nationella och internationella aktörer,
- Skapar förutsättningar för unga, utrikes födda samt projektovana att bli delaktiga i områdets utveckling genom flexibla och kreativa arbetsätt.
- Genomförs med hjälp av ett utvecklingsvänligt utvecklingskontor, med hög kunskap om projektstyrning mot effekter samt olika typer av stödformer och lokal finansiering, vilket kan leda till att en hög grad av projekt lever vidare efter projekttidens slut.

5.6 Övergripande principer

De övergripande principerna hållbar utveckling, likabehandling och icke-diskriminering och jämställdhet mellan kvinnor och män är centrala i Leader Bohusläns arbete. Organisationen bidrar till ökad jämställdhet och icke-diskriminering exempelvis genom att utbilda LAG i normkritik och jämställdhetsarbete.

Framtagandet av strategin har varit så brett som möjligt och försökt få med olika synvinklar och grupperingar på bästa sätt. Inspel har kommit från flera workshops runt hållbarhet i strategin och de 17 hållbarhetsmålen. Specifikt har unga uppsökts för att få in deras utvecklingsperspektiv. Insatsområde 3 Omställning är riktat mot hållbar utveckling men perspektivet genomsyrar även de två andra insatsområdena.

I genomförandefasen kommer kommunikationsarbetet vara strukturerat för att lyfta fram mångfald, jämställdhet och hållbarhet. Vilka bilder som visas upp i markandsföringsmaterial och via kanaler kommer vara väl avvägt med dessa principer. Möten kommer genomgående vara hybridmöten för att möjliggöra för de som inte kan eller vill resa. För att minska resandet kommer de flesta LAG-styrelsemöten vara framför allt digitala.

I introduktionen av nya projekt kommer principerna tas med och diskuteras för att se hur projekten jobbar med dem. Kontoret kommer här att vara hjälpsamma med tips om verktyg och arbetssätt för att vara hållbara, likabehandlande, icke-diskriminerande och jämställda. Uppföljning av dessa perspektiv kommer att göras vid projekt slut för att integreras på områdesnivå. På de årliga utvärderingsmötena kommer detta att tas upp.

6 Organisation

6.1 Partnerskapet och föreningen

Partnerskapet för Leader Bohuslän är samverkan mellan det offentliga, den ideella sektorn och näringslivet. Ifrån det offentliga deltar 11 kommuner: Strömstad, Tanum, Sotenäs, Lysekil, Uddevalla, Orust, Tjörn, Stenungsund, Kungälv, Öckerö samt den södra skärgården som är del av Göteborgs kommun samt Västra Götalandsregionen. Det är viktigt att det offentliga är med och delaktiga som finansiärer men också som möjliggörare, idégivare och verktyg för att idéer sprids och synergier uppfylls. Kommunalförbunden Fyrbodol och GR är viktiga vägar till spridning och samfinansiering. Även länsstyrelsen behöver nämnas här då många insatser tangerar det som Leader Bohuslän vill åstadkomma. Turistrådet Västsverige är en viktig offentlig aktör att vara kopplad till i detta sammanhang.

Den ideella delen består av en stor mängd föreningar med olika syften kopplat till lokal utveckling. Det är hembygdsföreningar, ö-råd, idrottsföreningar, kulturföreningar, miljö och naturorganisationer m fl. Dessa organisationer är viktiga mottagare, partners och drivare av projekt och insatser.

Det finns ytterligare en grupp av ideella offentligt stödda aktörer som kan vara viktiga samarbetspartners när det kommer till föreningar, strategier och bildande av nya företag. Dessa organisationer ingår i det företagsfrämjande systemet eller innovationssystemet och representeras av exempelvis ALMI, Coompanion eller Företagarna. Här kan också nämnas Svinesundskommittén som är viktig för smidigt och ökat samarbete med Norge.

De privata aktörerna är egentligen företagen i vårt område. De är del av partnerskapet via sina organisationer exempelvis företagarna, sjömatproducenternas branschråd, LRF och turistföretagsföreningar, mm.

Det är vår avsikt att skapa enkla partnerskapsavtal med ett antal aktörer för att formalisera samarbetet. Sådana avtal kommer inkludera löpande (årlig/halvårsvis) dragningar på respektive styrelsemöte för att ajourhålla respektive verksamheter.

6.2 Föreningens styrelse

Då Leader Bohuslän är en sammanslagning av två Leaderområden innebär föreningens styrelse en utmaning.

Local Action Group (LAG) är föreningen vars medlemmar är kommuner, organisationer, företag och privatpersoner. De har rösträtt på årsmötet.

Valberedningens roll är som i alla föreningar central. En gruppering av 11 valberedare (en per kommun) med olika position och representation i samhället eftersträvas. En sammankallande håller ihop arbetet. Valberedningen föreslår en styrelse med balans mellan kontinuitet, förnyelse, jämställdhet och mångfald. Valberedningen efterfrågar kompetens för att säkerställa styrelsens kapacitet.

LAG, den lokala aktionsgruppen, fattar beslut om vilka ansökningar som ska prioriteras inom ramen för strategin. LAG ska vara en aktiv och transparent grupp och tillföra kunskap utifrån sitt kompetensområde och strategin som helhet. LAG:s beslut går inte att överklaga och därför vilar ett stort ansvar på LAG att besluten är ändamålsenliga och i linje med strategin. LAG-ledamöterna ska vara öppna, tydliga, professionella och objektiva.

LAG ska vara representativt utifrån följande kriterier:

- Ålder
- Härkomst
- Juridiskt kön
- Geografisk spridning i området
- Sektor (ideell/privat/offentlig)
- Kompetens inom strategins insatsområden

För att komplettera kompetensen i LAG kommer ett system med adjungerade specialister och referensgrupper att användas för att, där det behövs, lyfta in specialistkompetens som ett underlag till beslutsfattandet.

Styrelsen består av representanter från de tre sektorerna: offentlig (O), ideell (I) och privat (P) ifrån varje ingående kommun. 11 kommuner med tre representanter innebär 33 styrelseledamöter. 50% av styrelsen behöver delta för att den ska vara beslutsmässig. På grund av digitala möten och digital teknik och beredningsgrupper kommer ersättare inte att utses.

Enkel majoritet krävs vid projektprioriteringsbeslut. Kvalificerad majoritet (2/3) krävs vid stadgeändringar.

Vi kommer använda oss av blandade beredningsgrupper så att projekten har ett antal styrelseledamöter som är insatta i dem när de kommer upp till prioritering.

En ordförande och två vice ordföranden kommer väljas ifrån olika sektorer och med geografisk spridning i området. Presidiet utgör arbetsutskott (AU) och ett större utskott för strategiska frågor kan utses.

Arbetsgrupper kopplade till insatsområdena, ungdomar och andra specifika grupper kan utses för att styra specifika insatser mot strategins mål.

Styrelsen träffas fysiskt (hybridmöte) 2 ggr per år vid årsmöte och utvärderingsmöte. Utöver dessa blir det 4 digitala beslutsmöten på kvällstid då projekt prioriteras. I perioder av många ansökningar sätts extra beslutsmöten in istället för att förlänga befintliga möten. På de två fysiska mötena avsätts tid och resurser för diskussioner, utbyten, nätverkande och sammansvetsning av LAG-styrelsen.

Beredningsgrupper kommer förbereda respektive prioriteringsbeslut.

Arbetsordning och stadgar ligger separat från strategin.

Styrelseledamöter kommer möta pågående projekt för att behålla kontakten med projekten.

Varje styrelsemöte kommer också ha en kortare (ca 15') utbildningspunkt för att hålla styrelsen ajour med olika begrepp och utvecklingsområden så som effekter, EU-policy, ungdomsperspektiv, jämställdhet m fl.

6.3 Drift – den operativa verksamheten

Leader Bohuslän kommer karakteriseras av närvaro, underifrånperspektiv, digital effektivitet, automatisering och innovativitet.

Mycket i kontorets arbete är repetitivt men på ett komplext sätt. Det innebär många deadlines, administrativa och kommunikativa uppgifter som följer respektive projekts cykel. För att underlätta detta arbete och uppföljningen av det kommer många uppgifter automatiseras med flöden och påminnelser och automatik.

Digitaliseringen kommer vara så extensiv som möjligt och endast enstaka dokument och avtal kommer finnas fysiskt för arkivering. Arbetet kommer att ske med hemmakontor kompletterade med löpande rutiner för närvaro och mobilisering i kommunerna på kommunhus, företagsarenor och andra centrala platser. Närvaron ska vara åtminstone månatlig i respektive kommun (en kontakt tas då också med kontaktpersonen på kommunen. Kontoret kommer sammanstråla fysiskt minst några gånger per månad då på plats i kommunerna inte minst för att förstärka teamkänslan. Rutiner för detta beskrivs i ett verksamhetsdokument som uppdateras löpande. Resekostnader, arbetstid för resor och kostnader för hemmakontor kommer att öka samtidigt som närvaron ökar och kontorshyror minskar. Kombination av resor med telefon- eller distansavstämningar samt förankring kommer vara en naturlig del i arbetssättet.

Kontoret kommer vara ett utvecklingskontor som bär möjligheter i nätverken även utanför Leader. Det innebär att man kommer understödja möjligheterna för initiativ som inte passar i Leader eller som man finner kan få gott stöd efter Leader. Samtidigt kommer kontoret driva ett antal LAG-styrelseägda projekt som möjliggör insatser som har varit svåra att genomföra i befintlig period och som understödjer uppfyllandet av utvecklingsstrategin. Det kan vara transnationella, investeringsförberedande, nätverks-, paraply-, finansierings- eller ungdomsprojekt. Möjligheten finns också för LAG att äga icke leaderfinansierade projekt.

Den skattade (vår 2021) budgeten för området kommer möjliggöra ca 3 heltidsstjänster. I kombination med ett antal LAG-ägda projekt med Leader eller annan finansiering kommer kontoret försöka fördela detta på 5-6 tjänster vilket möjliggör fler huvuden att bära, förmedla och informera på fler platser. Styrelseledamöterna är också viktiga att involvera här. Funktionerna som kommer besättas är verksamhetsledare, projekthandläggare, projektutvecklare, ekonom och

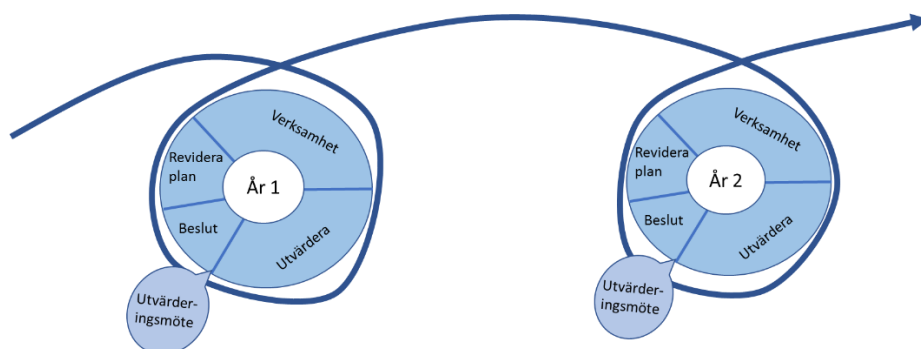
kommunikatör. Eventuellt kommer kommunikation utföras som extern tjänst i samverkan med andra leaderområden.

Effektivitet kommer vara ett ledord där strikta enkla rutiner med väl fördelat ansvar och delegation kommer ta bort tidsslöserier. Går det att göra direkt ska det göras. Kontroll och status på respektive process och projekt kommer automatiskt uppdateras i det gemensamma verksamhetssystemet. Det kommer också göra kontoret mindre sårbart då fler kommer ha insikt och kunna täcka upp vid eventuella sjukskrivningar, arbetsbyten eller extraordinära händelser.

7 Uppföljning och utvärdering

Årligen (april/maj) kommer en digital enkät skickas till styrelsen, projektägare, partners och finansiärer. Enkäten sammanställs av kontoret, skickas ut till styrelsen som har den som ett av underlagen för det årliga utvärderingsmötet. Frågorna hanterar måluppfyllelse, arbetssätt, effekter, samt ett antal justerbara frågor runt exempelvis varumärke och kommunikation.

Vid mötet bestäms vilken justering av riktningen för arbete som behöver göras. Metoden är utprövad i samarbetsprojektet Lärande och Innovation.



Mot slutet av perioden görs en utvärdering av resultat, mervärden och effekter. Effektutvärderingen görs endast på de avslutade projekten. Under nuvarande period har Leader Bohuskust gjort en sådan utvärdering med hjälp av två studenter från Sveriges Lantbruksuniversitet samt med stöd av Lärande och Innovationsprojektet och Mats Holmquist, Högskolan i Halmstad med goda resultat.

Projekten kommer att ombedjas ha med i sin planering att delta på ett visst antal workshoppar och nätverksmöten samt att de kommer få utvärderingsfrågor även efter projektslut.