

## Besöksmål Åsgarn - förstudie



*Ordningställande av nedfart till sjön Åsgarn i Kolarbo by.*

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>Projektägare:</b>  | <b>Folkärna norra bygdegårdsförening, upa</b> |
| <b>Projektledare:</b> | <b>Leif Öster</b>                             |
| <b>Kommun:</b>        | <b>Avesta</b>                                 |
| <b>Dnr:</b>           | <b>73</b>                                     |
| <b>Jnr:</b>           | <b>2010 6986</b>                              |
| <b>Projektid:</b>     | <b>2009-09-28 – 2012-05-15</b>                |

*”Vi är tre turistföretagare som alla har direkt affärsmässig nytta av projektet. Därutöver gynnar projektet även boende i området och turistarrangörer i ett större sammanhang.”*

**Leif Öster, projektledare**



## Verksamhet enligt projektplanen

### **VERKSAMHETSOMRÅDE**

Projektet genomförs i den cirka åtta kilometer långa Åsgarns dalgång, vilken sträcker sig från Fors samhälle och upp till Brattfors. Området ligger i både Avesta och Hedemora kommuner.

### **BAKGRUND**

- I området finns ett växande lokalt näringsliv, med en serie nyetableringar som behöver lyftas fram, stöttas och samordnas för att skapa varaktighet och än fler arbetstillfällen.
- Området har ett stort antal dåligt kända, men sevärdheter av hög kvalitet, som behöver lyftas fram till gagn för både boende och inresande.
- Sjön Åsgarn har höga kvaliteter, men är svår att nå.
- Det är brist på boende i dalgången. Vi vill undersöka möjligheterna till nybyggnation.

### **SYFTE**

Projektets syfte är att

- skapa nya försörjningsmöjligheter i Åsgarns dalgång och säkra befintliga,
- utveckla det lokala näringslivet och skapa nätverk mellan näringsidkare,
- möjliggöra ökad inflyttning och om möjligt även nybyggnation,
- öka livskvaliteten för de boende.

### **VERKSAMHETER OCH MÅL**

Projektets ambition är att genomföra följande åtgärder under år 2011:

1. Tre bra nerfarter skapas till sjön Åsgarn. Vid sjön ska det finnas brygga, ramp och vändplats för bil. Dessa "sjönader" skyltas från bilväg
2. Områdets sevärdheter skyltas upp. Texter skrivs, kartor och illustrationer görs och skyltarna kommer upp efter avtal med markägarna.
3. Områdets hemsida förbättras och förnyas. En modell hittas för hur detta ska ske löpande.
4. En undersökning görs om det går att bygga ihop banvallen med sjönoderna så att man på ett trafiksäkert sätt kan gå, cykla och rida runt sjön Åsgarn.
5. Vattenspegeln vid Åsgarns kvarn återskapas.
6. En utredning görs om det går att leda Garpenbergsån i den ursprungliga strömfåran.
7. En utredning görs om det går att förbättra skötseln av områdets naturreservat.
8. En utredning görs om det går att underlätta inflyttning till området genom att stycka av tomter runt sjön Åsgarn.



## Sammanfattning av svar i utvärderingen

*Uppgiftslämnare: Leif Öster*

### **Första kontakten med Leader**

Första kontakten var via Kalle Hedin, då verksamhetsledare för Leader Nedre Dalälven.

### **Leader som metod**

Tycker att Leader i sak har varit ett gott stöd för landsbygdsutveckling. Menar att många tyvärr tvekar att söka pengar eftersom byråkratin uppfattas som omfattande och svår. Uppger att det finns ett rykte om att man måste vara "bank" åt projektet, eftersom det tar så lång tid att få ut pengar.

### **Leaders betydelse för projektet**

Tror inte att projektet hade blivit av i nuvarande form utan Leader.

### **Genomförande**

Tycker att projektet lyckades. Man valde att inte göra förstudier utan att satsa direkt på konkreta åtgärder, som blivit uppskattade och varaktiga. Till exempel tre nedfarter till sjön Åsgarn, med ramper, vändplaner och bryggor.

### **Innovation**

Upplever att projektet blev innovativt, eftersom man visade att det är ganska enkelt att genomföra den här typen av åtgärder om man börjar med ett starkt underifrånperspektiv.

### **Samverkan och nätverkande**

Bygden har en 50-årig tradition för samverkan, men detta projekt skapade också nya nätverk och konstellationer.

### **Ökad affärsmässighet**

Man är tre turistföretagare i området som alla har direkt affärsmässig nytta av projektet. Därutöver gynnar projektet även boende i området och turistarrangörer i ett större sammanhang.

### **Långsiktighet**

Uppger att allt från projektet lever kvar efter projekttidens slut. Lokala arbetsgrupper har utsetts, som bya-vis tar över skötsel och underhåll. Tycker att bara positiva effekter kan ses av projektet idag, boende i området kommenterar ofta projektet i positiva ordalag.

### **Framtidsutsikter för projektet**

Det närmaste året har man ett fortsättningsprojekt som rullar på. På sikt hoppas man att projektet bidragit till en attraktivare bygd med flera nya arbetstillfällen

### **Spridning**

Upplever att vetskapen om projektet är stor i närområdet. Den synnerligen aktiva lokala bygdegårdsföreningen har flera gånger berättat om projektet, både på möten och i programblad. Två tidningar har skrivit om projektet och man tog själva



kontakten med dessa tidningar. Projektet har spridit information på stormöten och markägarträffar.

### **Attitydförändring**

Upplever att projektet har bidragit till en attitydförändring, tror att är folk i bygden är mer positiva till Leader och EU-projekt när de ser konkreta nyttor med pengarna.

### **Koppling till andra projekt**

Man har träffat andra leaderprojekt och utbytt erfarenheter.

### **Leaderprojekt**

Man kan tänka sig att driva ett leaderprojekt igen.

### **Övrigt**

Menar att man generellt kan säga att EU-stöden ”dräneras” av överliggande byråkratier och omkostnader. Att alltför lite hamnar ute på landsbygden.

Vidare att det även när det gäller leaderprojekt finns en bild på landet av att en för stor andel av leaderpengarna försvinner i byråkratin. Om det är korrekt menar man att det är en sak att ta tag i.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>Antal nya nätverk</b>    | <b>3</b>   |
|                             |            |
| <b>Antal nya dagbesök</b>   | <b>500</b> |
|                             |            |
| <b>Antal nya gästnätter</b> | <b>50</b>  |
|                             |            |
| <b>Antal nya tjänster</b>   | <b>1</b>   |

**Nya eller förstärkta varumärken:**

Åsgarn som turistmål har stärkts.

**Efterlämnade fysiska resurser:**

Tre kompletta nedfarter till sjön Åsgarn med ramper och bryggor. Broschyren.

Uppnådda mål, kvalitativa

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Samarbetsklimat:</b> | <i>Viss förbättring</i>  |
| <b>Exempel:</b>         | Mötesplatser har skapats för olika föreningar med gemensamma frågeställningar. |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Utveckling av naturvärden:</b> | <i>Viss förbättring</i>   |
| <b>Exempel:</b>                   | Engagerat många strandägare. De har gått igenom sina stränder, röjt upp och lyft fram naturvärdena. |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <b>Attraktionskraft för boende:</b> | <i>Viss förbättring</i>   |
| <b>Exempel:</b>                     | Lättare för ortsborna att komma till sjön. En av bryggorna är dessutom handikappanpassad. |