

Gysinge – upplevelser i bruksmiljö, del 2



Projektet har bevarat och skapat nya evenemang i Gysinge.

Projektägare:	Vi i Gysinge, ideell förening
Projektledare:	Jenny Karlsson
Kommun:	Sandviken
Dnr:	124
Jnr:	2012-6897
Projektid:	2012-10-29 – 2014-12-31

Beviljade stödmedel:	549 239 kr	Använda stödmedel:	393 866 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	938 021 kr
---	------------

”I stället för att bara gnälla på Sandvikens kommuns fortsatta nedläggningar på service- och turistsidan i området har vi hittat egna krafter att driva utvecklingen framåt.”

Jenny Karlsson, projektledare

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

Föreningen Vi i Gysinge har genom det första leaderprojektet under åren 2009-2012 fått en viktig och växande roll för bygdens utveckling. Nätverk har etablerats och samarbete har skett vid gemensamma evenemang. Gamla traditioner har bevarats och nya har införts. Föreningen fick i slutet av föregående projektperiod tillgång till ett mycket attraktivt område i Gysinge, det f.d. Flottningsområdet, med flera byggnader och mark intill älven. Området utgör neutral mark och har potential att utvecklas till en värdefull resurs för alla näringsidkare på orten.

SYFTE

Projektets syfte är att vidareutveckla och konkretisera de idéer som framkommit i föregående projekt ”Gysinge – upplevelser i bruksmiljö”.

MÅL

Projektets mål är att på lång sikt fördubbla antalet besökare till Gysinge från 100 000 till 200 000 per år och att öka arbetstillfällena för de aktiva näringsidkarna i bygden.

VERKSAMHET

Utveckla och bygga upp f.d. Flottningsområdet, iordningställa de båda järnbodarna så att de kan tas i bruk för användningsområden såsom utställningar, mässor, marknader och för hantverkare. Markberedning, scenbygge samt bygga upp något för barn som passar in i miljön och som på ett pedagogiskt sätt visar Gysinge ur historiskt perspektiv. Arbeta fram system som underlättar för de olika aktörerna i Gysinge att använda området.

Arbeta fram ett fysiskt skyltningsprogram för historiskt särskilt intressanta platser och utveckla system för att enkelt kunna presentera Gysinges historia med hjälp av modern teknik.

Fortsätta arbeten som påbörjats under föregående projekt, såsom breddning och fördjupning av lokala nätverk, genomförande och vidareutveckling av gemensamma evenemang samt kontinuerlig marknadsföring av ortens attraktioner och aktiviteter.

Projektets kommentarer om ev. skillnader mellan planerad och genomförd verksamhet

Tids- och ekonomiplanen för att iordningställa flottningsområdet fick en annorlunda fördelning än planerat. Projektet prioriterade att starta med Stora Järnboden som skulle bli navet i hela Flottningsområdet och verksamheten. Arbetet med Stora Järnboden krävde stora finansiella resurser och större delen av projektets ideella tid. Detta innebar att den planerade scenen, skyltningen och barnleksområdet uteblev.



Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Jenny Karlsson

Första kontakten med Leader

Kom i kontakt med Leader genom Kalle Hedin under en informationsträff i Gysinge.

Leader som metod

Tycker att Leader är en stor möjlighet för små bygder att utvecklas.

Leaders betydelse för projektet

Tror att projektet skulle ha blivit av utan Leader, men i mindre omfattning.

Genomförande

Tycker trots allt att projektet lyckades. De flesta uppsatta mål har man lyckats uppnå med bra resultat. Utöver de uppsatta målen så har man i projektet uppnått andra bra resultat som har gagnat bygden. Till exempel har ett samarbete inletts med ett asylboende för ensamkommande flyktingbarn "Gnistan", som gett en långvarig positiv integration. Fördelningen av medel har inte använts i samma proportioner som planerat p.g.a. två nyckelpersoners avhopp i projektet. Administrationen blev en tung börda.

Innovation

Tycker att man verkligen har lyckats med utmaningen i att utveckla flottningsområdet. Området har frambringat idéer hos projektdeltagarna och det är nu många som vill genomföra egna evenemang och liknande i samarbete med föreningen. I samarbetet med asylungdomarna på Gnistan har man fått testa sig fram både språkligt och gällande praktiska erfarenheter. Man vågade gå in i samarbetet och möttes av bra arbetsvillighet och gott samarbete, både sinsemellan och med projektet.

Samverkan och nätverkande

Projektet medförde ny samverkan med asylboendet "Gnistan" och med föreningen Vallonbruk Uppland. Vallonbruk Uppland ser Gysinge som en viktig del i deras koncept och vill ha Gysinge som samarbetspartner. Jenny Karlsson väljs in i Vallonbruk Upplands styrelse från och med april 2015.

Ökad affärsmässighet

Projektet har bidragit till affärsmässiga tjänster som t.ex. catering och fikaförsäljning vid alla evenemang. Tidigare har traditionen varit att ta in utomstående föreningar som stått för det. Nu har entreprenörer i projektet eller föreningen "Vi i Gysinge" tagit hand om försäljningen. Man har även arbetat för utökad paketering där produkter och tjänster blandas från olika entreprenörer som deltar i projektet. Exempel på paket: Örnskådning med vandrarhemsboende och matpaket. Guidning, shopping och besök på brandbilmuseet.

Långsiktighet

En väldigt stor del av projektet lever kvar. Utan projektmedel sjunker nyinvesteringarna kraftigt, men ideellt arbete med marknadsföring av Gysinge som turistort och skötsel av flottningsområdet fortsätter i allra högsta grad. Evenemangen

fortsätter att utökas och förbättras. Föreningen lever vidare med möten varje månad där man diskuterar produktutveckling, informerar och samarbetar.

Effekter som ses av projektet idag är bl.a.

- Fler besökare, som kommer tack vare ett stort evenemangsutbud.
- Ett mycket gott samarbetsklimat mellan företagare och andra organisationer.
- Ett bra informations- och erfarenhetsutbyte i föreningens månadsmöten.
- Ett räddat, bevarat och upprustat attraktivt område (flottningsområdet).
- Stor gemenskap bland entreprenörer och privatpersoner på orten.
- Framtidstro på Gysinge som turistort.
- Väldigt stor mediapublicitet, som varit positivt för varumärket Gysinge som turistort.

Framtidsutsikter för projektet

Det närmaste året vill man fokusera på att locka fler barnfamiljer till Gysinge. En tanke som funnits under lång tid är att utveckla barnlek, barnevenemang och levandegöra historia för barn och vuxna. Ett stort ”Dylanevent” med konsert och kringevenemang planeras sommaren 2016. Man vill hitta fler natur- och miljölärande aktiviteter som kan kopplas till naturum. Naturum är ett viktigt nav i Gysinges turistutbud och hotas ständigt av neddragningar i sin budget. Detta vill man vända på och ser som en viktig uppgift att hitta lösningar för naturums överlevnad. På sikt tror man på ett mycket aktivt Gysinge, med bl.a. barnaktiviteter som kan erbjudas året runt. Tror att man kan vara något av utbildare inom natur, kultur och miljö och att man också börjat locka fler internationella turister. Förhoppningen är att det finns en stor vridbar utescen på flottningsområdet för diverse kulturevenemang och att Macken har blivit en nostalgimack al’ a 50-tal. Den första elektrostålugnen i världen som uppfanns i Gysinge, den Kjellinska ugnen, hoppas man är öppen för besökare.

Spridning

”Vi i Gysinge” är kända regionalt som förening på grund av stor publicitet i media. Har drivit kontroversiella frågor såsom räddning av broar, upprustning av flottningsområdet, asylfrågor i området och nationellt. Vissa händelser, t.ex. luciatåg med asylbarn på julmarknaden, har fått stor uppmärksamhet i sociala medier. Projektet har väldigt frekvent förekommit i tidningar, radio och tv. Har utvecklat goda kontakter med media och har både blivit kontaktade och tagit kontakt själva. Har ofta förekommit i webbtv-klipp för lokala radio och tv-stationer. Ett flertal artiklar har skrivits om projektet i Gefle Dagblad, Arbetarbladet, Gästriklands tidning och de lokala annonsbladen. Har varit med som inslag i Radio Gävleborg och i TV4:s och SVT:s lokala sändningar. De regionala tv-inslagen har även visats i nyhetssammanfattningar nationellt. Projektet har själva spridit information genom pressmeddelanden, inlägg och bilder på sociala medier, genom mässdeltagande på Vildmarksmässan och Sala-Hebymässan. Man har även omarbetat en turistbroschyr för Gysinge och lagt ut informationsblad vid evenemang.

Attitydförändring

Attityderna mellan flyktingar och ortsbor har förändrats i positiv bemärkelse då man genom samarbetet har fått namn och ansikten på varandra. I stället för att bara gnälla på Sandvikens kommuns fortsatta nedläggningar på service- och turistsidan i området har man hittat egna krafter att driva utvecklingen framåt.



Försörjningsmöjligheter

Vid alla evenemang får samtliga medverkande entreprenörer ett uppsving i sysselsättning och inkomst. Vissa evenemang har utvecklats till att bli viktig del i enskilda entreprenörers verksamhet. Under projekttiden har lokala entreprenörer anlitats, t.ex. vid upprustningen av flottningsområdet. Det ökade besökarantalet vid evenemang bidrar till att befintliga företag kan finnas kvar på orten.

Koppling till andra projekt

Projektet har haft samarbeten med ”Omställning Gästrikland” och leaderprojekten ”Cykla, paddla kring Färnebofjärdens Nationalpark” och ”Matning av örnar i Färnebofjärdens Nationalpark”.

Leaderprojekt

Man vill driva leaderprojekt igen.

Övrigt

Man har varit med på en resa i projektet där det mesta som kan gå galet har gjort det, men har trots detta uppfyllt flera av de uppsatta målen. Det tycker man visar på en stor vilja hos människor att jobba för bygden. När man nu vet hur saker inte ska göras tror man sig ha större möjligheter att driva framgångsrika projekt i framtiden.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Nya försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	0,75
Antal personer som fått del av nya försörjningsmöjligheter	6
Bevarade försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	4
Antal personer som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	6
Bevarade företag	2
Antal nya nätverk	1

Nya eller förstärkta varumärken:

"Gysinge - upplevelser i bruksmiljö". "Vi i Gysinge". Biosfärområde "Älvlandskapet Nedre Dalälven".

Efterlämnade fysiska resurser:

Hemsida www.gysinge.se med evenemangskalender. Anslagstavla vid flottningsområdet. Skärmväggar, spotlights, dieselvärmare, värmefläktar, trädgårdsredskap, åkgräsklippare, kamera, bärbar hårddisk, usb-minnen, laptop, lamineringsmaskiner, bandroller, bord, stolar och hyllor.

Uppnådda mål, kvalitativa

Integration:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Ett stort samarbete med ett boende för ensamkommande flyktingbarn "Gnistan" har inletts under projektiden där i stort sett alla ungdomar deltagit i sommarjobb på flottningsområdet. Förutom det har det nystartade asylboendet med 250 platser gett nya möjligheter att integreras med andra nationaliteter och kulturer.

Affärsmässighet/ Entreprenörssanda:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Har stadigt ökat. Projektdeltagarna tänker på och utvecklar fler produkter och tjänster. Framförallt evenemang och paketering.

Identitet:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	"Vi i Gysinge" har blivit en trygghet med stärkt identitet som ansvarstagande förening och arrangör.