

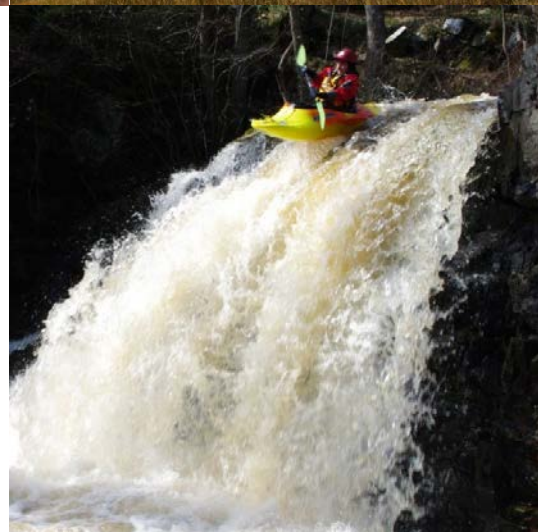


BRÖSÄRP

MED NATUREN SOM LOCKBETE



Vision
En sprakande bygd
sprängfylld med
aktiviteter, full av
familjer och backar
som magneter.



SLUTRAPPORT



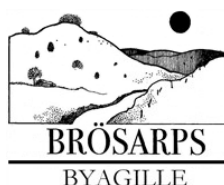
Brösarp

med naturen som lockbete

SLUTRAPPORT

Alla känner till Brösarps backar, men alla vet inte vad byn bland backarna, skogarna, hedarna och havet verkligen har att bjuda på. Det ville vi ändra på.

1.	Projektfakta	2
2.	Sammanfattning.....	2
3.	Projektpresentation	3
4.	Genomförande och resultat.....	4
	• Genomförandet.....	4
	• Aktiviteter.....	4
	• Måluppfyllelse.....	6
5.	Reflektion och slutsatser.....	7
6.	Budget.....	10
7.	Rekomendationer	11



BRÖSARP, 26 FEBRUARI 2014

Brösarps Byagille
c/o Gunbritt Johansson
Brunnsviksvägen 30, 277 50 Brösarp
Tel: 0414-73 403, E-post: gunbritt.m.johansson@telia.com

Läs mer om projektet på
www.brosarp.se/leaderprojekt/med-naturen-som-lockbete
www.facebook.com/Brösarp



1. PROJEKTFAKTA

Projektnamn: Brösarp – med naturen som lockbete

Projektägare: Brösarps Byagille

Projektledare: Fabian Rimfors

Journalnummer: 2011-5947

Kontaktperson: Gunbritt Johansson (ordförande projektgruppen)

Adress: Brösarps Byagille, c/o Gunbritt Johansson, Brunnsviksvägen 30, 277 50 Brösarp

Tel: 0414-73 403

E-post: gunbritt.m.johansson@telia.com

2. SAMMANFATTNING

En allt äldre befolkning och allt färre yngre har skapat en upp-och-nedvänd befolkningspyramid i stora delar av svenska landsbygden. Initiativet till vårt projekt togs för att på sikt skapa en sundare åldersstruktur och trygga Brösarps framtid med skola, affärer, aktivitets- och serviceutbud. Genom en rad olika aktiviteter och stort ideellt engagemang ville vi bygga upp en lockande ”infrastruktur” och ett starkt varumärke kopplat till vår karaktäristiska natur som omger byn. Detta skulle vi sedan använda oss av för att locka fler barnfamiljer att flytta hit, möjligen först som besökare. Vi har nått våra målgrupper och fått barnfamiljer att flytta hit, som direkt resultat av redaktionell exponering i media, som var ett av våra verktyg eftersom vi i princip saknade budget för marknadsföring. Sammanlagda värdet av det mediala utrymmet blev ca 2,5 miljoner kronor, vilket gynnar oss i flera år framöver. Vårt nya sätt att arbeta gränsöverskridande i olika nätverk mellan bybor, föreningar, företag och kommun, där vi alla möts på halva vägen, har varit en förutsättning för vår framgång och vårt positiva resultat. Kort sagt, vi har tagit det som är *unik* för oss (naturen), *förädlad* det genom en rad aktiviteter och delpojekt, och sedan *spridit* det till våra målgrupper framför allt via media. Vi har nu helt enkelt mer att locka och konkurrera med och står bättre rustade för framtiden.

3. PROJEKTPRESENTATION

Varför?

Huvudsyftet med Leaderprojektet var att skapa bättre förutsättningar att locka barnfamiljer att bosätta sig i Brösärpsbygden, för att på sikt trygga en sund samhällsutveckling och åldersstruktur. År 2010 var 50 procent av befolkningen i Brösarp över 60 år enligt Statisticon AB, vilket varslar om vilka prövningar som finns att vänta de närmaste 20 åren om inga åtgärder vidtas. Stagnerande eller minskande befolkning på landsbygden är långt ifrån en unik företeelse. Därför tittade vi på vad som gör oss unika i sammanhanget och vad vi har för tillgängliga verktyg att arbeta med. Vad har vi som ingen annan har? Vad har Brösarp som kan skapa attraktionskraft? Inom en mils radie runt byn finns åtta naturreservat på sammanlagt över 3 000 hektar, vart och ett unikt. Vi har böljande backar, djupa skogar, Skånes högsta vattenfall, porlande källor, hav, hedar ... med andra ord en nära natur som många drömmer om, som dessutom är tillgänglig i alla väderstreck precis inpå husknuten och skapar en idyllisk miljö att bilda familj i. Konkret handlar det om att med naturen och miljön i fokus förbättra förutsättningarna för barnfamiljer att välja Brösarp som bostadsort. Därför skapade vi Leaderprojektet *Brösarp – med naturen som lockbete*.

Hur gjorde vi?

Att öka befolkningsunderlaget är inget som görs inom ett tvåårigt Leaderprojekt, men att bygga grunden till en ”infrastruktur” anpassad för ändamålet fann vi fullt genomförbart. De åtgärder vi implementerade under projektets två år kan dock få verkningar under många år framöver. Många förutsätter att stat, myndigheter och kommun ska ”fixa” saker för oss invånare. Men i stället för att lasta över ansvaret på någon annan valde vi att samverka med vår kommun och mötas på halva vägen. I vår projektplan fanns således alla initiativ. Dessa förverkligade vi sedan med hjälp av ideella krafter och ett konstruktivt samarbete med Tomelilla kommun. Vi skapade en bred projekt- och styrgrupp med fasta representanter från byalag, kommun, skola/förskola, turistnäring och engagerade föräldrar. En projektledare anställdes på halvtid att leda och koordinera. Strategin att mötas på halva vägen skulle visa, och har visat, att ”vill man så går det”, bara man samarbetar. Och på denna grund ska det gå att bygga vidare efter projektets slut.

Mål och målgrupp

Projektet formulerade tre huvudmål: 1) *Etablera ett varumärke för Brösarp kopplat till natur, miljö och friluftsliv.* 2) *Minst 15 nya barn i bygden.* 3) *Öka andelen av närproducerad mat i förskola/skola/serviceboende.*

Den primära målgruppen var barnfamiljer och unga som redan är eller kan tänkas bli invånare i Brösarp med omnejd. Den sekundära målgruppen var besöksnäringen. Fler besökare betyder fler möjligheter att rekrytera nya invånare.



4. GENOMFÖRANDE OCH RESULTAT

Genomförandet

Först skapade vi ett nätverk bland alla inblandade parter; bybor, föreningar, tjänstemän och företag. Kärnan var projektgruppen som har sammanträtt fysiskt en gång per månad under hela perioden. Detta skapade en rak, bred och snabb kommunikationsväg som var en förutsättning för att kunna genomföra alla åtgärder och delprojekt med så många inblandade parter. Då projektet var komplext behövde organisationen vara enkel och smidig. Vi disponerade aktiviteterna i vår tidsplan för att maximera det viktiga ideella engagemanget.

Eftersom en svensk flyttar i genomsnitt tio gånger i livet och endast en av dessa är arbetsrelaterad, fokuserade vi på åtgärder som underlättar för de som står på tröskeln i tvekan om att våga ta steget och flytta ut på landsbygden för att bo närmare naturen.¹ Två av de tio flyttarna sker dessutom när man är barn, vilket visar på en rörlighet hos barnfamiljer, och därför kom mycket av fokus att ligga på skola/förskola och aktiviteter som attraherar barn, ungdomar och småbarnsföräldrar.

Att skrika utan att någon lyssnar är tämligen fruktlöst. Att locka barnfamiljer från andra småbyar vore bara att flytta runt befolkningsproblemet. Med en ytterst modest marknadsföringsbudget arbetade vi därför i stället stenhårt med medial uppmärksamhet, ett slags gratisreklam där redaktionellt material dessutom väger betydligt tyngre än det köpta annonsutrymmet. En [Facebooksida](#) skapades för såväl kommunikationens som marknadsföringens skull. Effekten blev också att vi nådde långt utanför grannbyarna.

Aktiviteter

Brösarp – med naturen som lockbete består egentligen av ett flertal delprojekt. Eftersom de är så många följer endast korta beskrivningar. Detta har gjorts:

- Tagit initiativ till och hjälpt Brösarps kommunala förskola att konvertera till Friluftsförskolans I Ur och Skur-pedagogik, en attraktiv pedagogik som passar väl ihop med omgivande natur och vårt uttalade varumärke. Ett robust vindskydd med sedumtak i anslutning till förskolans lokaler för barnen att bli sova middag i byggdes ideellt under våren 2012 av engagerade föräldrar. Skolchefens och rektorns uttalade framtidsvision är nu naturprofil för *hela* Brösarps skola, I Ur och Skur upp till åk 6.
- Med hjälp av Brösarps IF och Andrarums IF har vi renoverat tre motionsspår i skogen vid Brösarps idrottsplats. Markeringarna har målats om och slingorna skyltats så att bybor och besökare kan hitta rätt. Elljusspåret har slöröjts och belagts med ekflis för att ytterligare öka tillgängligheten att komma ut i naturen.
- Brösarps ishockeyrink har renoverats. Sargen har rötskyddats. El och belysning har bytts ut. Den svarta asfalten har vitmålats för att höja albedot och skapa bättre förutsättningar. Sittbänkar och gummimattor för ombyte är på plats. Detta gjordes tillsammans med Brösarps IF, Tomelilla kommun, Tre Kronor, Brösarps skola och Trelleborg AB.

¹ *Varför flytta? Rapport om flyttmönster och omsättningshastighet på den svenska fastighetsmarknaden*, Mäklarsamfundet och Svenska byggindustrier (2003).

- Tillsammans med Brösarps Byagille har vi arrangerat ett offentligt politikermöte med kommunfullmäktiges alla partier för att belysa och lobba för fyra viktiga frågor:

- 1) skolmat av närodlade råvaror.
- 2) cykelväg Brösarp–Kivik,
- 3) turistinformation och
- 4) nybyggnation.

Mötet lockade fler än som

egentligen fick vistas i samlingslokalen.

Projektet har även haft egna möten med kommunalråd

och tjänstemän för att lyfta frågorna separat, samt tagit fram

fakta, hittat referenser och skapat kontaktnät som överlämnats åt kommunen.

- Arrangerat Tre Kronors hockeyskola i samarbete med Svenska ishockeyförbundet och före detta NHL-proffs.
- Introducerat ”fixardag” på I Ur och Skur-förskolan. En lördag per läsår samlas föräldrar för att ideellt hjälpa förskolan att utveckla utemiljön; bygga, rensa, plantera, etc, vilket samtidigt skapar bättre gemenskap bland föräldrar och bättre insikt i barnen vardag.
- Brösarps Alpina Skidklubb engagerades att restaurera och utveckla skidbacken Ornahög med lift. Backen har under projektet varit värd för ett Österlenmästerskap i slalom och två SM i grässlalom.
- Med viss hjälp från projektet arrangerade ungdomssektionen i Brösarps Alpina Skidklubb ett Mountainboard Camp i augusti 2012.
- Engagerat sig i planerna på bebyggelse i det tätortsnära rekreationsområdet.
- Tagit fram en praktisk souvenir; en ”Brösarpskasse” i samarbete med ICA, Brösarps IF och Brösarps Alpina Skidklubb, som ett alternativ till vanliga bärkassen. Föreningarnas klubbmärken pryder nu ICA-kassen på var sin sida och vinstmarginalen delas mellan föreningarna samtidigt som påsen marknadsför byn långt utanför våra gränser.
- Byggt ett ”skogsklassrum” åt Brösarps skola och förskola. En vädertålig griffeltavla monterades i skolans skogsdunge och bok- och ekstockar placerades som sittbänkar.
- Tagit fram och satt upp översiktskartor för att åskådliggöra de 100 km vandringsleder och motionsslingor som finns runt byn.
- Skapat ett system åt bygdens byalag för att få renare natur runt vägarna. Nästan 30 km vägren rensades från nästan 1 ton skräp under april 2012.
- Byggt ett utegym med fyra stationer i anknytning till motionsslingorna i skogen och satt upp tavlor med träningstips.
- Lobbat för att gamla busstorget blir ett torg för hela byn, med drickfontän, cykelpump, uteschack och andra saker som gör torget levande och attraktivt. Kommunen har nu planerat bygga om torget våren 2015.



Alpina landslagets Paulina Grassl, svensk mästare i parallellslalom och juniorvärldsmästare i slalom, testar grässkidor i Brösarp.

- Arbetat fram förslag till cross country-led för mountainbike tillsammans med Länsstyrelsen, Sveaskog och markägare.
- Gett föredrag om Leaderprojektet och landsbygdsutveckling.
- Tagit fram och tryckt upp en kreativ vykortsserie på temat Brösarps backar, bygdens mest kända attribut, till byns återförsäljare.
- Besiktigat Gula leden, 19 km mellan Alunbruket-Brösarp-Haväng, och beviljats det separata Leaderprojektet Backaleden (journalnr. 2013-937) för att renovera hela leden.
- Skapat redaktionellt utrymme för Brösarp i media motsvarande ca 2,5 miljoner kronor.
- Hjälpt Tomelilla kommun med texter till www.tomelilla.se och foldrar.
- Byggt sajten www.brosarp.se, en portal för hela bygden med bl a information och tips för boende och besökare. Här presenteras aktivitetsutbud, evenemangskalender, vandringsleder, föreningar, nyheter ... Driften sker i framtiden genom Brösarps Byagille.
- Fått in Brösarps aktivitetsutbud i adekvata mobilappar.
- Skyltat till motionsspår, vandringsleder, skidbacke, ishockeyrink, övernattningsplatser, utegym, skola och bibliotek.
- Tagit fram framtidsstrategier för bygden med hjälp av mastersstudenterna på SLU:s landskapsarkitekturprogram i Alnarp.

Måluppfyllelse

Projektets tre huvudmål inom projektperioden var att:

1. Brösarpsbygden ska ha ett etablerat varumärke kopplat till natur, miljö och friluftsliv. Varumärket ska vara förankrat i bygden och tydligt för besökare. Tyngdpunkten ligger på målgruppen barnfamiljer. *Resultat: 6 TV-inslag, 14 radioinslag, 19 webb-TV och 109 tidningsartiklar, alla om projektets aktiviteter, talar egentligen sitt tydliga språk. Det redaktionella utrymmet motsvarar ett annonsvärde på ca 2,5 miljoner kronor och har över hela Sverige spridit bilden av Brösarp som en by med fantastiskt natur och spännande aktiviteter. Fokus har legat på riksmedia. Tex har två barnfamiljer flyttat hit som direkta resultat av exponering i radio och TV, vilket skapar kommunala skatteintäkter som vida överstiger de offentliga resurser som kommunen bidragit med.*
2. Totalt 15 nya barn ha tillkommit till Brösarpsbygden och utgjort ett större underlag för förskola/skola i Brösarp. Detta i sin tur säkrar serviceutbudet i bygden. *Resultat: 18 barn har tillkommit i Brösarps skola och förskola under 2012–2013 (13 förskolebarn och 5 skolbarn).*
3. Graden av närodlat/närproducerad mat ha ökat i traktens storkök. Detta inkluderar förskola/skola, serviceboende samt i möjlig mån restauranger och kaféer. *Resultat: Det klart svåraste målet att uppnå eftersom det är en politisk fråga på kommunal nivå där LOU ytterligare försvårar frågan. Men efter stark lobbying, offentligt politikermöte och flera möten med kommunalråd och tjänstemän har projektet tillsammans med Brösarps skola gjort vad vi kunnat. Projektets "mentor" i frågan, Hörby kommuns kostchef som lyckats införa lokalproducerad och egenlagad mat i sina skolor, har nyligen haft upphandlingskurser för Tomelilla kommun i ämnet.*

5. REFLEKTIONER OCH SLUTSATSER

Förväntningarna

Ett så här stort och komplext projekt är självklart svårt att planera in i minsta detalj innan projektstart, och självklart blir inte allt exakt som planerat. Det hade vi så klart inte räknat med och därför måste vi nog erkänna att projektet överträffat förväntningarna en aning. I projektplanen hade vi till exempel planerat 6 480 ideella arbetstimmar, men det visade sig att det inte behövdes fler än 2 250 timmar för att genomföra alla aktiviteter. Det måste också erkännas att alla ideella timmar inte har blivit redovisade, helt enkelt eftersom det kan vara svårt att alltid se till att alla skriver ner sina uppgifter, och ibland har det helt sonika glömts bort.

Projektiden var och är i högsta grad relevant, inte bara för Brösarp utan för de flesta byar på svenska landsbygden. I Tomelilla kommun har vi varit något av ett pilotprojekt under två års tid. Erfarenheter från vårt projekt har kommit till användning på andra håll i kommunen. Exempelvis bygger kommunen ett utegym i Tomelilla, och invånare i Smedstorp har visat intresse för att även där bygga ett utegym efter våra ritningar och anvisningar. Ytterligare en faktor gör vår projektidé relevant. Ofta är förhållandet mellan Sverige och EU detsamma som mellan en liten by och centralorten i kommunen, nämligen att kommunala skatteintäkter från de små byarna sällan återinvesteras i småbyarna utan i stället investeras i centralorten. Leader i allmänhet, och vår projektidé i synnerhet, skapar en möjlighet att balansera detta förhållande en aning, vilket är samhällsekonomiskt mycket gynnsamt för hela kommunen.

Samarbeten

Att ha flera små och stora delprojekt kräver många olika samarbeten; mellan föreningar, bybor, institutioner, kommun och företag. Vårt nya sätt att samarbeta gränsöverskridande har skapat flera nya konstruktiva nätverk. Många samarbeten koordinerades i projektgruppen, framför allt de som inkluderade kommunen. 2 250 ideella timmar kräver mycket av alla inblandade parter, och det kräver oerhört mycket av projektledaren som ska entusiasmera, engagera och koordinera denna frivilliga arbetsstyrka. Normalt arbetar folk vardagar dagtid, vilket skapar tuffa förutsättningar för en projektledare att planera och leda arbetskrävande aktiviteter annat än på kvällar, helger och helgdagar. Det krävs stor motivation från alla parter för att ekvationen ska gå ihop. Vårt upplägg har dock varit det enda rätta. Stor flexibilitet har krävts samt att hålla många bollar i luften för att produktiviteten skulle kunna bibehållas. Flexibiliteten har gjort att yttre faktorer inte spelat lika stor roll som de annars skulle ha gjort. Den är också viktigt för att inte dränera det ideella engagemanget. Därför ansökte vi om att få omfördela i vår tidsplan och budget i augusti 2013.



Skogsmulle ger träningstips på Brösarps utegym, www.brosarp.se/utegym

Vårt största samarbetsproblem rättade till sig självt. Pappersexercisen med de offentliga resurserna var väldigt påfrestande för projektets ordförande och administratör, som fick lägga ner mycket tid på att de ansvariga cheferna inom kommunen skulle fylla i, och fylla i rätt, på deras projektdagböcker. Därför var det väldigt välkommet att kravet på redovisning av de offentliga resursernas timmar plockades bort mitt under projektet.

Det mest positiva med vårt sätt att samarbeta är att bybor, föreningar, företag och kommun har hittat ett konstruktivt sätt att samarbeta på. Ett sätt som tidigare kanske kändes udda men som nu känns självklart. Klyschan "vill man så kan man" har bevisats i högsta grad. Fortsättningsvis har alla inblandade parter en fungerande formel för hur framtida projekt och idéer ska kunna förverkligas, i stället för att fastna på idéstadiet. Om man ser problemet med landsbygdens avfolkning och allt äldre population som ett "hus", så har vi med vårt projekt byggt grunden, dragit fram vatten- och elledningar och byggt ramverket. Alla husägare vet att ett hus aldrig blir klart och att det alltid finns något att fixa någonstans, men vårt projekt har nu gjort att det blir betydligt enklare att bygga vidare och sköta underhållet i framtiden. Genom ett sätt att samarbeta som vi tror kommer att bli nyckel till överlevnad för flera småbyar i framtiden.

Nådde vi fram?

Nådde vi vår målgrupp och fick det några effekter? Vår strategi att använda media som ett redskap för marknadsföring och att nå vår målgrupp är lika smart som den är svår. Det krävs stor yrkeserfarenhet både från media och från formgivning, samtidigt som det kräver tillgång till diverse datorprogram. Det kan vara svårt att hitta denna kompetens i många mindre orter, men likväl är det en mycket viktig nyckel till framgång om man har en målgrupp utanför ens geografiska område. Av utrymmesskäl i slutrapporten kan vi inte gå närmare in på hur vi nådde målgruppen och hur vi fick våra önskade effekter. Men till exempel flyttade en barnfamilj till Brösarp från en av Skånes folkrikare kommuner enkom på grund av vårt projekt. De såg ett inslag på SVT från invigningen av I Ur och Skur-förskolan, ringde rektorn, köpte tomt i byn, och ett halvår senare stod deras hus färdigbyggt. Och hur skapas ett intresse kring att inviga en förskoleavdelning? Jo, genom att rannsaka alla förutsättningar och utnyttja dem till max. I Ur och Skur-pedagogiken bygger på upplevelsebaserat lärande, därför fick förskolebarnen "plantera sitt eget tak" och därefter "äta upp det". Taklök används ofta på sedumtak, som vi gjorde på barnens sov-vindskydd som invigdes samtidigt, men är också en delikatess i Sydostasien. Genom en taklökswok, taktik, rätt samarbeten och inviter till media blev denna invigning en originell nyhet som kablades ut i precis de områden där det finns ett överflöd av vår målgrupp. Förskolans vindskydd kostade projektet ca 27 000 kr men har i praktiken genererat årliga kommunala skatteinkomster å det tiotubbla för lång tid framöver.

0 kr

99 000 kr



Brösarp når 945 000 läsare i Expressen 2013-01-26.

Inbyggt problem med Leader

Ett problem som uppstår för många föreningar med Leaderprojekt är när projektet är slut, men sista utbetalningen sker först efter slutrapport. De sista fakturorna och lön ska betalas *innan* slutrapporten är färdig och behandlad, vilket tvingar flera projektägare att ta lån för att klara ekonomin. Här bör Jordbruksverket och Länsstyrelsen försöka hitta en bättre lösning. Vi har haft förmånen att kunna samarbeta med en bank, som nu även kunnat låna ut beloppet motsvarande den sista utbetalningen till dess att den kommit Brösarps Byagille till handa. Räntan innebär dock stora merkostnader. Men den förmånen är det tyvärr inte alla som har. Vidare önskar vi att handläggningstider på LAG, Länsstyrelsen och Jordbruksverket kortas ner.

Ringar på vattnet

Som vi tidigare varit inne på har vi agerat något av ett pilotprojekt de gångna två åren. Några av våra delprojekt har kopierats på andra håll i kommunen och förhoppningen är att fler av våra tankar och strategier ska spridas inom kommunen. Potentialen är dock betydligt större. Som bekant finns många småbyar runtom i landet i samma situation som vår, åtskilliga i ett betydligt allvarigare tillstånd. Att hitta det *unika* i sin lilla by, *förädla* det och sedan *sprida* kännedomen om det går att göra på de flesta ställen i Sverige. Därför bör åtskilliga byar vara intresserade av vår strategi och vårt resultat.

Samtidigt har vi upplevt att det bildats något av en positiv spiral under projektets gång. Det kollektiva självförtroendet har stärkts i Brösarpsbygden. Framgång föder framgång brukar det heta. Detta har gjort att en rad andra idéer och initiativ har tillkommit och stimulerats i en den positiva miljö som bildats runt vårt projekt, utan att de nödvändigtvis är en del av vår projektplan. Ett slags bonus helt enkelt. Detta är också en förklaring till varför inte hela vår budget användes till sista kronan. Företag har skänkt och gett rabatter på våra inköp. Det är ofta lättare



6. PROJEKTBUDET

Projektet har hållit budget, till och med så bra att alla medel inte behövts ta i anspråk. En av anledningarna är att projektet fått rabatter på inköp och en annan att vi varit mycket ekonomiska vid genomförande av aktiviteter. 2013-08-08 ansökte vi om omfördelning i budgeten, främst med anledning av att det inte gick att uppbåda ideell arbetskraft för den planerade skateparken som vi fått stöd för av Stiftelsen Sparbanken Syd. De 20 000 kr som var avsatta för detta ändamål användes i stället till *skogsklassrum, utegym, vindskydd till IUS-förskolan* samt *renovering av Brösarps ishockeyrink*. Resekostnaderna var en mycket svåruppskattad post som i slutändan blev mycket billigare än planerat. Väntan på kommunala beslut medförde att tidsplanen behövde justeras en aning, och därför placerat posterna *spårrområdestavlor, kartor* och *skyltning* på år 2 (2013).

Projektledare	År 1	År 2	Summa
Arvode ¹	217 670	272 792	490 462
Resekostnader ²	3 049	4 482	7 531
Telefon, porto	2 500	3 262	5 762
Dator/skrivarematerial	6 039	674	6 713

Investeringar och material

Trycksaker/marknadsföring		35 100	35 100
Hemsida		39 447	39 447
Utegyms		8 072	8 072
Spårrområdestavlor/kartor	240	14 155	14 395
Vindskydd/matplats	26 637	488	27 125
Skyltar		19 135	19 135
Skatepark ³	0		0
Uteklassrum		1 319	1 319
Ishockeyrink		2 001	2 001
Möteskostnader	1 138	826	1 964
Dokumentation/slutredovisning		0	0
Totalt i kronor			659 026

Beviljade bidrag från

Leader	639 000
Sparbanken Syd	57 000
Totalt i kronor	696 000

¹ Omfattar lön till projektledare, arbetsgivaravgifter och Fora-pensionsinbetalningar.

² Resekostnader omfattar skattefri ersättning av 18:50 kronor per mil.

³ Skateparken ströks pga bristande ideellt engagemang hos föräldrar. Medel var tilldelat från Stiftelsen Sparbanken Syd och ansökan om omfördelning i budgeten lämnades till LAG 2013-08-03.

7. REKOMMENDATIONER

Konstruktivt samarbete var vår nyckel till framgång. I stället för att vänta på att stat och kommun ska ”fixa” alla problem valde vi att ta initiativet själva, gå till mötes, och på det sättet korta sträckan för både oss och vår kommun. I vårt fall var också kommunens fasta representanter i projektgruppen det som effektiviserade kommunikationen och samarbetet med kommunen. Alla ärenden som berörde kommunen gick först genom representanterna och sedan vidare till lämpligaste tjänsteman. Viktigt är också att tidigt ha en plan för hur glappet mellan projektets slutdatum och sista utbetalningen ska hanteras.

LÄS MER PÅ WWW.BROSARP.SE

