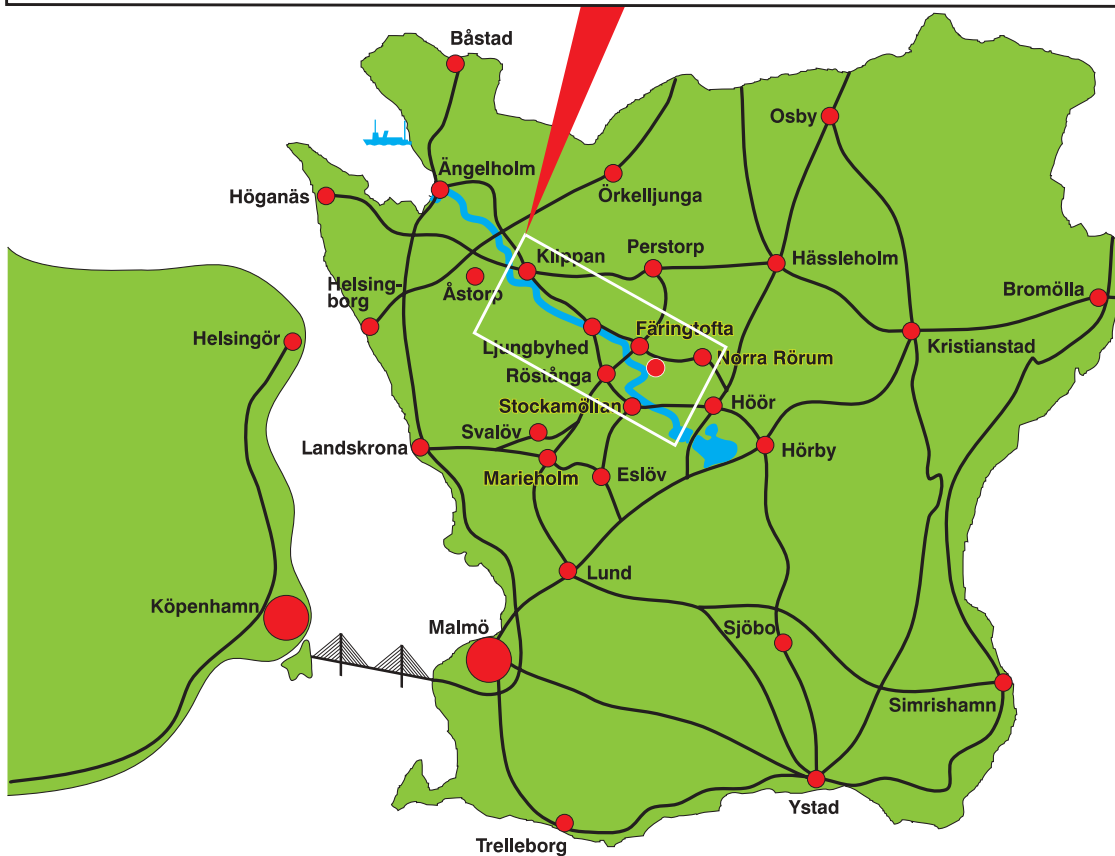
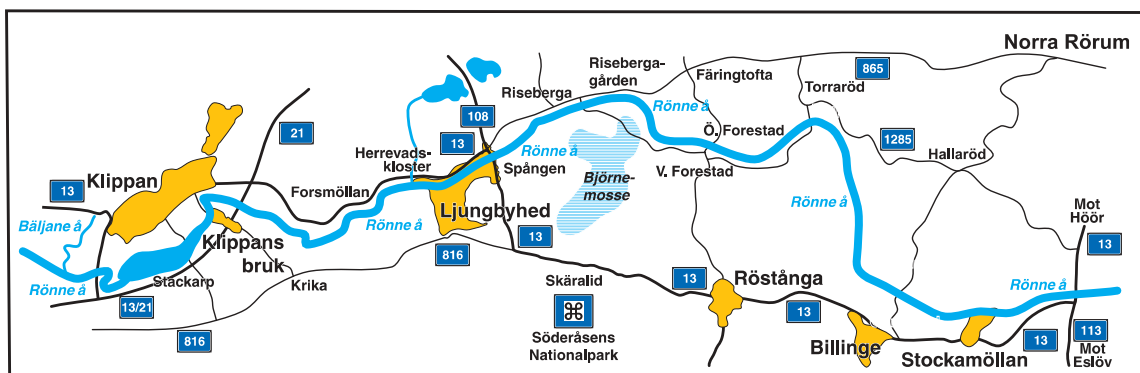


Rönneådalen



Skånes Nordvästpassage



Projektplan för Leaderansökan för Rönneådalen – Skånes Nordvästpassage

1. Projektnamn

Rönneådalen – Skånes Nordvästpassage

2. Projektidé

Att med en samlad insats tillgängliggöra, presentera och marknadsföra de unika natur-, kultur-, industrihistoriska och andra värden, som dalen och dess omgivning erbjuder i sin sträckning från Ringsjön till Skälderviken.

3. Bakgrund

Idén föddes under en cykeltur mellan Forestad och Hallaröd på en slingrande vacker väg längs Rönne å. Bygden i Mellanskåne mellan Klippan och Höör har ett väl utvecklat nät av mindre vägar med sparsam biltrafik. Relativt få känner till denna trakt, som har många sevärdheter. Bland annat flera för Sverige unika vulkanberg, ett mycket varierat landskap med stort inslag av ålderdomliga miljöer som fälader, hagmarker och äldre skogsmiljöer. Det rör sig dock inte om ett musealt landskap utan i hög grad en levande landsbygd med aktivt jordbruk. Floran och faunan är mycket rik i området. Det finns också flera intressanta byar med spännande historia och vacker bebyggelse. Inte minst är området ett av de, numera så sällsynta, tysta områdena i centrala Skåne.

Den förstudie, som har genomförts våren 2010, visar att intresse finns bland näringsidkare, myndigheter, föreningar, kommuner, turistbyråer, boende och andra berörda parter för att lyfta fram de värden som finns i bygden och genom detta öka besöksnäringen.

Förstudien visar att intresset för projektet är så stort att det är realistiskt att genomföra.

4. Syfte

Vi vill genomföra projektet för att göra bygden kring Rönne å mer känd och göra det lättare för besökare att finna vägen till de många pärlor som finns i området. Vi vill också öka samverkan mellan olika aktörer med intresse av besöks turism. Besöks turismen skall ske på de boendes och naturens villkor.

5. Mål

- En beskrivning av färdvägar i landskapet kring Rönne å dels i IT-baserad form och dels i form av trycksak. Den IT-baserade delen är tänkt att vara en del av www.skane.com, en webbplats för turister i Skåne.

- I anslutning till dessa färdvägar uppmärksamma besökarna på de sevärdheter, boende, matställen och inköpsplatser som finns.
- Skyltprogram för att levandegöra de sevärdheter som finns längs färdvägarna.

Vi vill med vår projektidé på ett konkret sätt anknyta till nedanstående mål i Leader Skåne Nordväst Norras strategidokument.

Mål 1: Natur- och kulturturism som tillväxtmotor

Leader Skåne Nordväst Norra:

Natur- och kulturlandskapets unika värden ska tillvaratas som den främsta resursen för områdets småskaliga besöksnäring. Genom nytänkande i utbud och samordning ska affärsmässiga drivkrafter skapas för turistföretag att bibehålla och stärka landskapets kvaliteter.

Rönneådalen – Skånes Nordvästpassage

Vi skall lyfta fram det vackra landskapet med spännande flora, djurliv och kulturlandskap. Genom detta skapas ett intresse hos både besökare och lokalbefolkning.

Vi skall förtydliga för boende, näringsidkare, föreningar med flera värdet av den egna bygden, dess natur- och kulturvärden och stora betydelse för småskalig besöksnäring.

Genom ökad besöksturism gynnas bygden och förutsättningarna för den lokala företagsutvecklingen ökar.

Mål 2: Sveriges mest självförsörjande matregion

Leader Skåne Nordväst Norra:

Sveriges främsta mötesplats för lokal produktion och konsumtion av livsmedel ska utvecklas genom satsningar på variation i utbud, småskalig förädling och smart distribution. God matkultur med hälsosamma och rena råvaror ska bli ett signum för området.

Rönneådalen – Skånes Nordvästpassage:

Vi skall, genom marknadsföring på projektets hemsida, skapa förutsättningar för utveckling och samarbete mellan föreningar, företagare och andra inom den småskaliga livsmedelsnäringen.

Mål 3: Renässans för byn som boendemiljö

Leader Skåne Nordväst Norra:

Byarna på landsbygden skall utvecklas till områdets mest attraktiva boendemiljö där möten över generationsgränser och en blandning av arbetsplatser, handel och olika boendeformer skapar förutsättningar för livskvalitet.

Vi skall arbeta för att personer med kunskap och intresse för bygden och dess utveckling knyts samman i nätverk och hittar platser att mötas och verksamheter att

utveckla. Genom hemsidan får de ett medel att marknadsföra sig, besöksfrekvensen ökar och förutsättningarna för byn som boendemiljön säkras.

Rönneådalens – Skånes Nordvästpassage:

Projektet skall arbeta för att personer med kunskap och intresse för bygden och dess utveckling knyts samman i nätverk och hittar platser att mötas och verksamheter att utveckla. Genom ökad besöksfrekvens i bygden kan detta utveckla projekt där möten över generationsgränser och en blandning av arbetsplatser, handel och olika boendeformer skapar förutsättningar för ännu bättre livskvalitet.

Mål 4: Skogsförädling och naturvård i lönsam kombination

Leader Skåne Nordväst Norra:

Samverkan och förädling skall utveckla den småskaliga skogsnäringen till en lönsam verksamhet där naturvård och biologisk mångfald utgör profilfrågor.

Rönneådalens – Skånes Nordvästpassage

Vi skall skapa möjligheter att öka lönsamheten i skogslandskapet genom binäring som bygger på den ökade besöksfrekvensen. Exempelvis guidade turer till fjärilsmarker, fornminnen mm.

Biologisk mångfald ökar besöksantalet och genererar ekonomisk tillväxt i bygden genom turism och markägarens möjlighet att generera inkomstväxling.

Mål 5: Stolthet över den egna hembygden

Leader Skåne Nordväst Norra:

Intresse för den egna hembygden skall tillvaratas och bildningen om lokalhistoria och natur- och kulturarvet skall öka.

Rönneådalens – Skånes Nordvästpassage

Vi skall skapa arbetsgrupper med och för de boende i området. För dem skall projektet bidra med ökad medvetenhet om ortens historia och bebyggelsens kvaliteter. Projektet skall också visa på möjligheter att utveckla hemorten och därmed väcka deras stolthet för att leva där.

Vi tror oss veta att det är få projekt som så direkt berör och lyfter fram samtliga mål i Leader Skåne Nordväst Norras strategidokument.

Vi anser att vårt projekt, Rönneådalens – Skånes Nordvästpassage, är ett utmärkt medel för att nå de fem målsättningarna i det konkreta projektorienterade arbetet inom Leader Skåne Nordväst Norra.

6. Målgrupp

- **Primära målgrupper**

Kommunerna längs Rönne å¹ representerar en primär målgrupp, vars nämnder och förvaltningar, ex. vis *näringsliv, skola, kultur och fritid* kan använda projektet i arbetet med att utveckla området och för att stärka deras möjligheter att locka fler företag att etablera sig. Redan idag lyfts området fram som en värdefull plats för rekreation genom sin stillhet och unika tystnad. I en alltmer bullrig miljö blir tystnaden ännu viktigare för människors hälsa. Projektet har en viktig roll genom att ta fram fördjupad kunskap om dess kulturhistoria och kulturmiljö samt lyfta bebyggelsens kvaliteter tydligare. Detta kan bli ett värdefullt tillskott både för skolan och för fritidsverksamheten. *Turismnäringen* lokalt, regionalt och nationellt, för vilka projektet skall bidra till utvecklandet av Rönne å-orterna som besöksmål.

Trakten längs Rönne å har stora natur- och kulturvärden som är värda att uppmärksamma och synliggöra. Genom att synliggöra dessa värden ökar chansen att bevara och utveckla den biologiska mångfalden.

Skåne Nordväst² (kommunsamverkan mellan 10 kommuner) utgör en primär målgrupp, eftersom alla de kommuner som kommer att beröras av satsningar inom färdvägar längs Rönne å finns representerade där. Projektet skall genom skyltprogrammet och utbildningen av guider visa på möjligheter att utveckla orterna och öka attraktiviteten.

Det lokala näringslivet utgör en annan primär målgrupp. För de verksamma företagen skall projektet bidra med ökad medvetenhet om ortens historia och bebyggelsens kvaliteter. En kunskap som kan användas som ett mervärde för företagen. Genom högre besöksfrekvens kommer besöksnäringen och näringslivet inom olika branscher att utvecklas på ett hållbart sätt.

De boende i området. För dem skall projektet bidra med ökad medvetenhet om ortens historia och bebyggelsens kvaliteter. Projektet skall också visa på möjligheter att utveckla hemorten och därmed väcka deras stolthet för att leva där.

De tre föreningarna som genomför projektet. Deras ideella arbete, deras kunskap om den tidigare verksamheten, dokumentation och lokalkännedom om trakten är avgörande för projektet. Samtidigt representerar föreningarna en primär målgrupp, eftersom en viktig uppgift för projektet är att stärka medlemmarna i deras roll som förmedlare av ortens historia, exempelvis genom att genomföra guidade turer.

¹ Kommunerna är också medaktörer. Kultur- o fritidsförvaltningen vad avser skyltprogrammet. Plan- och byggkontoret vad avser kartmaterial. Turistbyrån vad avser marknadsföringen och det praktiska arbetet med hemsidan via www.skane.com.

² Denna målgrupp nås genom kommunernas förvaltningar som idag redan har en samverkan.

- **Sekundära målgrupper**

Region Skåne, via kommunen/turistbyrån, vad avser marknadsföringen genom hemsidan via www.skane.com.

Länsstyrelsen i Skåne län representerar genom kulturmiljöenheten statens övergripande tillsyn på kulturmiljöer och kulturarv. De blir en aktiv part, via kommunen, genom skyltprogrammet.

Genom att lyfta fram befintliga naturreservat och uppmärksamma Länsstyrelsen på andra platser med stor biologisk mångfald så blir även Naturvårdsenheten en aktiv part.

Regionmuseet Kristianstad/Landsantikvarien i Skåne har ett regionalt ansvar för kulturmiljövård och regional utveckling inom museisektorn. Regionmuseet samverkar med kommunen i olika frågor som rör skyltmaterial och förmedlingen av detsamma.

Arkeologiska institutionen vid Lunds universitet har visat intresse för området.

Skånes hembygdsförbund är en viktig sekundär målgrupp för sina guidekurser men också för att sprida kunskap om projektet och visa ett exempel på hur en hembygdsförenings engagemang kan resultera i ett projekt, som omfattar många intressenter och på ett konkret sätt bidrar till att stärka en ort.

Lokalt föreningsliv i stort utgör en annan sekundär målgrupp. Genom att projektet kan bli ett tydligt exempel på hur föreningsutveckling kan påverka den sociala ekonomin i samhället i stort och projektets orter i synnerhet, kan detta inspirera till förenings status och utvecklingen av dem.

Näringsliv i ett vidare perspektiv representerar en sekundär målgrupp. Hit hör exempelvis bussbolag som anordnar gruppresor. För dem innebär projektet att området kan marknadsföras som ett intressant resmål och paketeras tillsammans med boende, mat och shopping i närheten.

Turister utgör ännu en sekundär målgrupp då här avses enskilda personer som tar sig till området. Idag kommer många tusen besökare till den närbelägna Söderåsen (framför allt nationalparken) medan sevärdheterna några kilometer därifrån är nästan helt okända för nära och fjärran besökare. Detta vill vi ändra på.

För dem innebär hemsidan/trycksakerna och skyltprogrammet att området blir tydligt som besöksmål och att de i och med skyltarna får hjälp att förstå natur- och kulturmiljön. Vi avser att tydliggöra de förhållandevis bra möjligheter som finns att ta sig med kollektiva färdmedel till sevärdheter i bygden. I storstadsregionerna finns många potentiella besökare som saknar tillgång till bil. Att öka resandet med allmänna färdmedel kan också göra det lättare att behålla och förbättra de allmänna kommunikationerna på landsbygden framöver.

Skolelever och studenter representerar ännu en sekundär målgrupp. För dem innebär projektet att möjligheterna, och förhoppningsvis även lusten, att lära sig mer

om orten ökar. Ortens historia kan användas pedagogiskt i många olika åldersgrupper.

7. Aktiviteter

Vad skall vi göra:

- **Föreningen Klippanbygdens Natur, Naturskyddsföreningen Söderåsen samt Riseberga-Färingtofta Hembygdsförening skall gemensamt göra en beskrivning av färdvägar i landskapet kring Rönne å dels i IT-baserad form och dels i form av trycksaker.**

Skapa förutsättningar som säkerställer att hemsidans innehåll och uppdatering fortlöper efter projektiden.

Trakten kring Rönne å har mycket stora natur- och kulturvärden som är värda att uppmärksammas och bli en tillgång för besöksnäringen. Vi skall arbeta för att personer med kunskap och intresse för bygden och besöksnäringen knyts samman i nätverk och hittar platser att mötas.

Vi vänder oss i första hand till besökare i allmänhet som på ett enkelt sätt ska få en samlad information om sevärdheter, övernattningsställen, matställen och om allmänna kommunikationsmedel liksom uthyrare av exempelvis cyklar och kanoter.

Genom att besöks turistismen ökar så gynnas de lokala företagarna. Vi har genom vår förstudie fått bekräftat att det idag är svårt att hitta samlad information för besökare. Genom att ge uppmärksamhet kring de stora natur- och kulturvärden som finns i området anser vi också att möjligheterna att vårda och skydda värdefulla miljöer ökar. En viktig aspekt är därför att boende i området också blir uppmärksammade på de stora värden som finns.

Hur skall vi göra:

Förstudien har rekommenderat färdvägar. Dessa måste nu detaljstuderas, urval och prioriteringar måste ske och de skall markeras på hemsidan/trycksaker.

Besluta om;

- *hur* de skall presenteras
- *vilken målgrupp* de skall vända sig till – hela familjen, män, kvinnor, barn
- *vilka intressen och objekt* - gemensamt eller olika intressen på olika trycksaker. Fjärilar, fornminnen, sagor, svampar, örter, fiske, museum, milstenar, broar, historiska platser, sevärdheter, natur i allmänhet, vattendrag, tyst miljö, byggtyper, arkitektur, hembygdsgårdar, geologi, vilda djur, livet på landet, aktivitetscentra, kyrkor, specialarrangemang, tomtar och troll, kurser med koppling till området, orientering, militärhistoria, krigen, minnesstenar
- *vilken typ av besökare* - bil/buss/mc, båt/kanot, cykel, vandrare, geo-GPS-turister, ryttare, körning med häst, enskilt, grupp
- *vilka språk*
- *trycksaker* – rättigheter, tillstånd, produktion
- *allmänna kommunikationer* att tillgå

- *digitalisering* – uppbyggnad, teknik, kunskap, vem gör vad rent praktiskt
- *markägare* skall kontaktas.

I anslutning till dessa färdvägar uppmärksamma besökarna på de sevärdheter, boende, matställen, inköpsplatser och annan service som finns.

Förstudien har dokumenterat företagarna. Dessa skall kontaktas, urval och prioriteringar måste ske och de skall markeras på hemsidan/trycksaker.

Besluta om;

- *hur* de skall presenteras
- *kostnad* för att presenteras
- hur lösa kostnaden *långsiktigt* för fortlevnaden efter projekttidens slut
- *länkar* mellan företagen och hemsidan/trycksaker

Skyltprogram för att levandegöra de sevärdheter som finns längs färdvägarna.

Detta arbete skall göras i nära samarbete med föreningarna, som har ett särskilt ansvar för att ta fram fakta, lokala berättelser och bildurval till respektive presentation. De utgår från historien, dokumenterade natur- och kulturfynd samt skrönor och berättelser.

Urval sker i samverkan mellan projektledare och respektive förening, presenteras och godkänns i projektets styrgrupp.

Det är viktigt att preliminärt bestämma skyltarnas placering redan från början, för att skyltmaterialet sedan ska förstärka kulturmiljön på bästa sätt.

Markägarkontakter skall tas i ett tidigt skede.

Den hemsida som skall skapas torde också göra skyltprogrammets material tillgängligt på webben. Via hemsidan skall det på sikt även finnas möjlighet att ladda ner skyltmaterialet på andra språk (danska, engelska, tyska och holländska). Det torde även diskuteras att ligga i framkant när det gäller modern teknik som att exempelvis ladda ner ljudfil till mobilen, för att ytterligare tillgängliggöra materialet.

Besluta om;

- *antal* skyltar som tillsammans skapar en helhet där den som tar del av materialet får en förståelse för natur- och kulturtillgången som presenteras
- *manus* över vad som ska berättas tas fram.
- *skyltämnen* skall väljas ut. Urvalet måste ske med omsorg och i samklang med val av placering
- *platser* skall väljas ut. Skyltarna skall vara strategiskt utplacerade, så att skylt och natur korresponderar.
- *fotomaterial/illustrationer* till skyltarna skall väljas ut. Föreningarna förfogar över ett stort fotomaterial. Materialet spänner över en tidsmässigt lång epok, varför det finns goda möjligheter att komplettera skyltarna med fotomaterial nästan oavsett vilket tema som väljs. I den mån detta inte är möjligt får nyproduktion ske av foto eller annan illustration. En illustration kan även vara ljud.
- *personhistorier*, skall väljas ut för att komplettera skylttexterna. Riseberga-Färingtofta Hembygdsförening har under åren och främst 1970-talet i studie-cirkelform samlat personhistorier från Ljungbyhed. Tillsammans med övriga kulturbärare, t.ex. Kulturen i Lund, kan föreningarna lyfta in personliga minnen som kompletterar berättelsen och som också gör den mänsklig och "nära".

- *grafisk form och layout* till skyltarna liksom till det webbaserade materialet skall tas fram. Arbetet kommer att ske i samarbete med kommunerna och Länsstyrelsen, då samtliga parter berörs av kommande skyltprogram. En samsyn och enhetlig utformning, likt tidigare uppsatta fornminnesskyltar, är att eftersträva då igenkänningsfaktorn skall vara hög.
- *design* av skyltarnas stativ och eventuellt andra upphängningsanordningar måste tas fram. Länsstyrelsen har en grafisk formgivning för fornminnesskyltar som helst skall användas. Kommunerna/Länsstyrelsen ansvarar för beställning, betalning och uppsättning
- *material* till skyltar och stativ eller annan upphängningsanordning ska väljas. Länsstyrelsen har en grafisk formgivning för fornminnesskyltar som helst skall användas. Kommunerna/Länsstyrelsen ansvarar för beställning, betalning och uppsättning
- en *situationsplan* över skyltprogrammets omfattning samt med markeringar för skyltarnas placering ska tas fram. Planen ska göras i A4-format och finnas tillgänglig hos föreningarna och kommunen.
- *hänvisning till var man kan söka fördjupad kunskap* om informationen måste tas fram. Här kommer föreningarna att ta fram litteraturhänvisningar samt om möjligt via hemsidan tillgängliggöra fördjupande texter. I arbetet kommer även andra kulturbärande instanser att konsulteras.
- en *guidekurs* som skräddarsys för projektet och som byggs upp med utgångspunkt från skyltprogrammet skall erbjudas minst fyra personer från de medverkande föreningarna. Skånes Hembygdsförbund samt Regionmuseet Kristianstad har lång erfarenhet av guidekurser och pedagogisk verksamhet. Kursplatserna kommer i första hand att erbjudas medlemmar i föreningarna, då de har en stark lokal förankring som borgar för att kunskapen finns kvar på plats.

8. Tidsplan

Se bilaga 1.

Befintlig tidsplan utgör en grovskiss där aktiviteterna ovan har satts in. I detta skede syns inte delaktiviteterna, eftersom dessa ännu inte kan specificeras i detalj. Beroende på när projektet sätts kan tidsplanen komma att förskjutas något.

Projektet bör fortgå under hela denna leaderperiod, det vill säga t o m 2013. Detta skapar möjlighet att dela upp totala projektet i etapper, eftersom det till stor del genomförs med hjälp av ideella krafter. De skall inte behöva arbeta under tidspress men under ansvar!

Projektledaren är den som är sammanhållande och kan initiera och utveckla "avknoppningar" i projektet för vilka nya projektpengar kan sökas.

9. Projektorganisation

Projektägare

Projektet ägs och drivs av ideell förening under bildande. Den består av representer från de aktiva samarbetsparterna i projektet.

Föreningen Klippanbygdens Natur,
Naturskyddsföreningen Söderåsen samt

Riseberga-Färingtofta Hembygdsförening.
Projektägaren skall också vara arbetsgivare för projektledaren.

Styrgrupp

Personer ur styrelsen i de deltagande föreningarna.
Klippans kommuns representanter.
Personer ur referensgruppen och de större finansiärerna kan adjungeras utifrån önskemål och behov.

Projektledare

Utses av projektägaren. Det skall vara en person som är väl insatt i projektet.

Arbetsgrupper

Tillsätts och följs upp av projektledaren utifrån vilka faser som projektet befinner sig i.
arbetsgrupperna kommer att vara flera och skall bland annat arbeta med framtagande av material till hemsidan och skyltprogrammet.
Under hela projektiden kommer kunskapsinhämtning om andra Leaderprojekt att ske. I de fall dessa kan associeras till Rönneådalens-Skånes Nordvästpassage kommer kontakt att skapas i syfte att uppnå samverkan och genom detta skapa synergieffekter

Referensgrupp

Utses löpande under projektets gång. Exempelvis representanter från olika målgrupper.

10. Utvärdering

Kriterier för utvärderingen

Projektet ska redovisas i PM som beskriver resultatet av kontakter med de olika aktörerna och målgrupperna samt vilka förutsättningar som framkommit för att kvalitetssäkra projektets fortlevnad efter projektidens slut.

Mottagare av projektresultatet

Att sevärdheter, boende, matställen finns tillgängliga för turister att ta del av på www.skane.com Natur och kultur presenteras så att ett miljöintresse skapas både hos besökare och lokalbefolkning.

Projektets liv efter projektet.

Skapa förutsättningar som säkerställer att hemsidans/trycksakernas innehåll och uppdatering fortlöper efter projektiden.

11. Budget

Se bilaga 2.

Bilaga 1

Rönneådalen-Skånes Nordvästpassage

Tidsplan	2010	2011	2012	2013	
Rekrytering projektledare	x				
Arbetsgrupper, regelbundet under hela perioden		x	x	x	
Styrgrupp, möte en gång per månad, i början mer		x	x	x	
Hemsida/trycksaker		x	x	x	
Kontakt med näringsidkare och boende		x	x	x	
Produktion nytt bildspel under året		x			
Delprojekt, vid eventuellt behov					
Utvärdering				x	

Planerad projektstart 2011-01-01, planerat avslut 2013