



Slutrapport för projekt

Vänligen notera att slutrapporten och godkännande för att publicera kontaktuppgifterna (sista sidan) ska sändas i original till Länsstyrelsen, dessutom slutrapporten sändas i digital form både till det lokala Leader-kontoret och till Länsstyrelsen.

Observera att ditt Leader-kontor måste godkänna slutrapporten innan den sänds till Länsstyrelsen.

Allmänna uppgifter

Datum:	
2010-02-08	
Projektid:	
2009-06-01 - 2009-12-31	
Journalnummer:	LAG diariernr:
2009-4487	LVS-038
Projektnamn:	
Nossebro – en retroupplevelse	
Projektägare:	
Nossebro Köpmannaförening	

Sammanfattning

Hur sammanfattar du projektet?

Vad är bakgrunden till projektidén?

Nossebro Köpmannaförening ville tillsammans med anställda i Essunga kommun finna själen i Nossebro i form av retro. Vi ville undersöka möjligheten att göra Nossebro känd som en retroort för att locka ytterligare målgrupper av besökare till vårt område. Vi ville ha en retrokonsult för att belysa befintliga miljöer, platser, byggnader och detaljer. Vi trodde nämligen att det skulle finnas en stor utvecklingspotential med tanke på de intressanta retromiljöer, som finns både i Nossebro och på kringliggande landsbygd.

Vad planerade du att genomföra i projektet enligt projektplanen?

Förstudien skulle fokusera på följande områden:

1. Anställa en retrokonsult eller motsvarande för att belysa vad som skall göras för att göra Nossebro till en känd retroort.
2. Bestämma vilka platser, byggnader, miljöer, aktiviteter, som i första hand skulle kunna utvecklas för att få den rätta retrokänslan samt dokumentera och ta fram planer på hur detta skulle göras.

3. Lägga grunden till en ny projektansökan i samarbete med samtliga berörda fastighetsägare, kommunen, butiksinnehavare mm.

Vad genomförde du i projektet?

1. Anlitade en retrokonsult, som belyste vad som skall göras för att göra Nossebro till en känd retroort.

2. Vi gjorde en enklare inventering av fastigheter med dess miljöer, som är utvecklingsbara. Vi tittade också på vilka aktiviteter (juls skyltning, skyltfönster, seminarium, möte med regionens kulturföreträdare) som i första hand skulle kunna utvecklas för att få den rätta retrokänslan samt dokumenterade detta. Vi tog fram och tog fram planer på hur detta skulle göras.

3. Vi lade grunden till en ny projektansökan i samarbete med berörda fastighetsägare, kommunen och butiksinnehavare.

4. Samt:

* Vi skapade Nya nätverk

* Vi fyllde tomma skyltfönster

* Den fd elektriska butiken öppnades upp

* Ett retroseminarium genomfördes

* En träff med fastighetsägarna genomfördes

* Vi deltog två personer och föreläste på en kulturkonferens (se www.vimeo.com/9015438), som anordnades av Västra Götalandsregionen

* De flesta köpmännen juls skyltade i retrostil (alltifrån ett par gamla skor i en skobutik till ett skådespel i ett klädaffär)

* Enklare dokumentation av fastigheterna längs Storgatan genomfördes

* Regelbunden marknadsföring av förstudien till massmedia, på hemsidan mm

* Diverse utskick för information om förstudien till politiker, tjänstemän, föreningar och invånare mm i Essunga kommun

* Kontakter och möten hölls med regionens kulturföreträdare

Vad blev det för resultat?

* Ett nytt nätverk har skapats – fastighetsägarna.

* Vi har fått ett betydligt ökad antal besökare; inte minst i samband med olika arrangemang, vilket har inneburit en märkbart ökad handel.

* Till Nossebro Marknad i juli fick vi 6.000 fler besökare än samma månad året innan (besöksantalet räknades vid infarterna till Nossebro).

* Medvetengjort Nossebro som retrosamhälle. Visat på viktiga ställen, platser, byggnader, händelser mm med retroanknytning.

* Förstärkt känslan av retro hos invånarna – man pratar och tänker i retro.

* Stort intresse hos media – i Göteborgs-Posten på första sidan med text och bild dagarna före Nossebro Marknad i juli.

* Från kommunen deltog två personer som inbjudna föreläsare till kulturkonferensen i Göteborg med 400 åhörare för att föreläsa om retroförstudien. Västra Götalandsregionen var anordnare.

* Inventerat fastigheter längs Storgatan

* Enklare dokumentation av fastigheterna längs Storgatan genomfördes

- * Nossebro före detta elektriska affär har öppnats
- * Tomma skyltfönster har fyllts
- * Retrokväll med föreläsare mm
- * De flesta köpmännen anordnade sin julskyltning i retrostil. En köpman inredde ett skyltfönster i vardagsrumstil julafton år 1964, där skådespelare agerade, musik spelades och radioreferat hördes.

Vilka positiva effekter har projektet haft?

- * Nya nätverk
- * Fler besökare till Nossebro – främst Nossebro Marknad
- * Uppmärksammats mer i media (t ex TV, radio, Internet, Göteborgs-Postens första sida, Trollhätte Tidning/Elfsborgs Läns Annonsblad mm)
- * Deltagit som talare om vår förstudie en stor kulturkonferens med 400 kulturpersonligheter från Västra Götaland.

Vilka erfarenheter av projektet kan vara till nytta för andra?

- * "Gräv där du står"
- * Vikten av en egen identitet och marknadsföra detta tillsammans med andra, där identiteten är en gemensam nämnare
- * Samverkan mellan föreningar, privatpersoner och kommunen (offentlig sektor) har varit en givande och effektiv metod
- * Berätta om förstudien så snart som möjligt för så många som möjligt; på så sätt sprids informationen och nya möjligheter öppnar sig
- * Möten med olika målgrupper ger intressantare diskussion och flera kreativa idéer föds
- * Viktigt att själv tro på idén och genom det egna engagemanget och entusiasmen är det lättare att få med sig andra
- * Skicka ut pressmeddelanden regelbundet och ofta
- * Ta alla tillfällen att informera/berätta/sälja in projektet

Deltagande och medverkan

Vilka personer medverkade i projektet?

Åtskilliga personer har varit engagerade på olika sätt. Se deltagarlistor, protokoll mm. Här följer några av namnen:
AM Alströmer, Ann-Marie Widegren, Tord Hallén, Monica Galle, Kerstin Abelson, Christer Kjäll, Rune Johansson, Rune Nicklasson, PG Ylander, Mats Olsson, Bo Cerdier,

Är projektet förankrat? På vilket sätt?

- * Hos politiker och tjänstemän: regelbunden information om projektet
- * hos butiksägare och köpmän: möten
- * hos kommuninvånare: regelbunden information har skickats ut via kommunens informationsblad, vilket lett till att man lämnar in retroprylar till projektledaren
- * hos föreningar: regelbunden information samt inbjudningar till möten har skickats ut.
- * hos fastighetsägare: regelbunden information samt möte med fastighetsägarna har genomförts
- * hos media: regelbundna pressmeddelanden har skickats ut
- * hos Kultursekretariatet på Västra Götalandsregionen: flera möten har genomförts
- * hos kulturintresserade i regionen: föredrag i samband med kulturkonferensen
- * till representanter på Länsstyrelsen: de var på besök i Nossebro med anledning av förstudien.

Samarbetade du med andra organisationer, föreningar, kommuner eller företag under projektet?

Kommunen, Nossebro Hembygdsförening, företagare i Nossebro med retroanknytning, föreningen "Nossebro Allmänna Konstförening", Västra Götalandsregionens Kultur i Väst, Länsstyrelsen, fastighetsägarna längs Storgatan i Nossebro

Har projektet skapat nya samarbeten?

* fastighetsägarna längs Storgatan i Nossebro
* kultur i Väst/Västra Götalandsregionen
* styrgruppen

Bakgrund

Varför ville du genomföra projektet?

Fanns det t.ex. konstaterade behov, möjligheter, problem eller annat som motiverade projektet?

Det är få centralorter i Sverige, som har karaktären av mindre kommersiella fristående byggnader med boende på övre plan utefter en centrumgata tillika genomfartsled. Här finns butiker, restauranger, caféer, byggnader, broar och unika miljöer – bl a en gammal marknadsplats - i retromiljö med tydligt och starkt retrostuk. Åtskilliga gamla butiksskyltar finns också längs Storgatan. Denna karaktär ville vi värna om och ville med förstudien undersöka möjligheten och förstärka retrokänslan och göra Nossebro känd som en retroort för att locka ytterligare målgrupper av besökare till vårt område.

Vi vill marknadsföra Nossebro och kommunen som en attraktiv bygd. Vi ville finna själen i Nossebro och den tror vi är retro. Med tanke på att en av Nossebro's stora brister är allmänna kommunikationer – varken järnväg eller större landsvägar finns – ville vi finna andra värden att locka hit besökare.

Vi planerade att starta förankringsarbetet med att anlita en retrokonsult för att förstärka det befintliga och lyfta retrokänslan på de platser där det finns möjlighet. Vi såg här en stor potential med tanke på de spännande retromiljöer, som redan finns.

Vi ville förstärka och utveckla denna aktiva, unika och verksamma retromiljö. Vi ville också marknadsföra den gentemot nya målgrupper för att bevara för framtiden utan för dess skull vara bakåtsträvande. En jämförelse kan göras med projektet om trädstadsidyllerna Eksjö, Nora, Hjo och Alingsås.

Vi ville också få ett ökat och närmare samarbete med fastighets- och butiksägare mm.

Genom att lyfta fram Nossebro som en egen identitet vilket innebär flera besökare och nya invånare.

Målgrupp

Vem riktade sig projektet till?

Dela upp målgruppen och beskriv vilka som berörts direkt respektive indirekt.

* Fastighetsägarna till husen med retroprägel har fått en ny syn och känsla för sina fastigheter. En fastighetsägare har efter föredraget med "retrokonsulten" PG Ylander gjort de ändringar på sin fastighet, som han föreslog.
* Indirekt har föreningsmedlemmar i Hembygdsföreningen berörts. De har blivit medvetna om en tidsepok, som också är intressant ur ett historiskt perspektiv.
* Köpmännen har blivit direkt berörda eftersom de hakade på så att hela juls skyltningen gick i retrostil; allt från gammaldags skyltning till skyltning med teatertablå som speglade en julafton 1964.
* Nya besökare till retroarrangemangen. Retro har lockat nya målgrupper.
* Kommuninvånare; de hade möjlighet att delta i seminarium

* Turister: En del kom för att se så skyltfönstren, andra kom för att se på vad som bevarats.

Genomförande

Vad genomförde du i projektet?

När genomfördes projektet (projekttiden)?

2009-06-01 - 2009-12-31

Vilka aktiviteter genomförde du i projektet?

- * Fem tomma skyltfönster i en före detta butik på genomfartsgatan Storgatan har fyllts med olika interiörer mellan 1950 och 1970-talen.
- * Den elektriska affären, som stängdes 1969, har öppnats för grupper. Dess skyltfönster visar upp lite av alla de varor, som fanns kvar sedan affären stängdes.
- * Ett intressant seminarium på temat retro har genomförts och var mycket uppskattat.
- * En träff med fastighetsägarna längs Storgatan genomfördes då vi bland annat visade bilder på deras fastigheter och visade på olika retrodetaljer.
- * Två personer från kommunen föreläste om Nossebro – en retroupplevelse på kulturkonferensen, som Västra Götalandregionen anordnade under hösten 2009 i Göteborg. Omkring 400 personer lyssnade aktivt på detta.
- * Pressmeddelanden till massmedia och en hemsida lades ut på kommunens portal.
- * Politiker, tjänstemän, föreningar och invånare har fått information om förstudien via utskick samt möten och seminarier.
- * De flesta köpmännen: Julskyltning i retrostil. En köpman inredde ett skyltfönster i vardagsrumsstil "julafton år 1964", där skådespelare agerade, musik spelades och radioreferat hördes.

Vad har gått som planerat?

Allt utom kontakterna med Göteborgs Universitet, som aldrig återkom trots flera påstötningar.

Har något fungerat bättre än förväntat?

- * Mycket stort genomslag i media – Göteborgs-Postens första sida med text och bild
- * Retrojulskyltningen i Nossebro. Stort engagemang bland köpmännen och stort intresse hos invånarna.
- * Stort intresset för de före detta tomma skyltfönstren, som fylldes med retromiljöer.
- * Mycket stort intresse för den gamla elektriska affären som har öppnats för grupper.
- * Fastighetsägarnas stora intresse, som mynnade ut i en ny syn på sina fastigheter.

Vad har inte gått som planerat? Förklara

Samarbete med Göteborgs Universitet. Svårt att komma i kontakt med personer där, svårt att få dem att ringa tillbaka, tidsbrist i deras schema för ett samarbete.

Vilka svårigheter eller hinder har du haft under projektets gång?

Svårt att komma i kontakt med rätt personer på Göteborgs Universitet. Svårt att få dem att ringa tillbaka, att få tid med personer där. Det kan bero på den korta tid, som förstudien varade. Vi skulle

ha behövt en längre projektperiod.
För övriga inga andra svårigheter.

Projektets mål

Vilka var projektets mål? Vad blev resultatet?

Vilka var projektets mål?

- Anlita en retrokonsult
- Undersöka möjligheterna att utveckla retro i Nossebro
- Ta fram underlag och dokumentation
- Få hit fler besökare genom retrokonceptet

Vad blev resultatet?

- * Vi har anlitat en retrokonsult, vars engagemang gjorde att fastighetsägarna insåg vikten av sina retrohus.
- * Mycket stort intresse från myndigheter och media (radio, TV, tidningar mm), vilket varit positivt.
- * Första gången som fastighetsägarna träffades, vilket uppskattades.
- * Intressant att se den stora respons från kommuninvånare, som bland annat skänkt retroprylar.
- * Mycket stort intresse från hos företag, föreningar, köpmännen och politiker mm. Vi visste inte att det skulle vara detta stora intresset hos alla.

Om målen endast är delvis uppfyllt, vad är orsaken till detta?

Har projektet gynnat miljö och hållbar utveckling? På vilket sätt?

Detta var inte syftet med förstudien.

Har projektet arbetat med ungdomar, kvinnor och personer med utländsk bakgrund? På vilket sätt?

Detta var inte syftet med förstudien.

Har projektet främjat kompetensutveckling?

Deltagarna på retroseminariet fick lära sig mera om denna tidsperiod.

Mätbara resultat

Fyll i med projektets mätbara resultat, som du känner till direkt efter projektets slut. Skriv en kommentar om resultatet inte blev som du förväntat dig och/eller annan relevant information.

		Antal	Utfall	Kommentar

Antal deltagare i projektet	Män	10	9	Christer Kjäll, Rune Nicklasson, Rune Johansson, Martin Olsson, PG Ylander, Tord Hallén, Bo Cerdier, Lars-Göran Andersson, Sven-Olof Andersson
	Kvinnor	10	8	AM Alströmer, Ann-Marie Widegren, Rigmor Persson, Monica Galle, Kerstin Abelsson, Aina Falkås, Marie Bergdahl, Maria Carlgren
	Ungdomar			
	Invandrare			
Antal deltagare i kurser och seminarier	Män			
	Kvinnor			
Nya arbetstillfällen	Män			
	Kvinnor	2		Vi tänkte utbilda två guider inom retro, men tiden var alltför kort.
Nya företag		1		Vi trodde att ett guideföretag skulle startas, men tiden var alltför kort.
Antal nya tjänster och produkter som skapats genom projektet				
Nya nätverk		1	2	Fastighetsägarna, styrgruppen
Antal nya inflyttade personer				
Ökat antal besökare och gästnätter som projektet förväntas skapa		500	6.500	Nossebro Marknad i juli ökade med 6.000 personer enligt en årlig mätning i jämförelse med förra året samma tidpunkt. Vi genomför en besöksräkning mellan klockan 7 och 14 vid samtliga infarter till Nossebro i samband med julmarknaden. Tack vare en artikel i Göteborgs-Posten fick vi mycket publicitet.

				Dessutom har flera grupper beställt guidad visning av den gamla elektriska affären.
Bidragit till ökad jämställdhet				

Spridning av projektets resultat

Hur har du spridit resultatet av projektet?

Resultatet kommer att spridas till deltagande företag, media, deltagande nätverk, olika personer, hemsidan, EssInfo (informationsbladet till kommuninvånare), Västra Götalandsregionens Kultur i Väst mm.

Vilka andra aktörer kan vara intresserade att ta del av projektresultatet?

Andra kommuner och andra Leaderområden som har unika försättningar.

Hur kan resultatet vara till nytta för andra som arbetar med företags- och landsbygdsutveckling efter att projektet är avslutat?

Marknadsföring, anlita fackfolk mm.

Projektets kostnader och finansiering

Redovisa projektets totala kostnad och hur det har finansierats (uppdelat på finansiärer). Redovisa projektets ideella arbete och ideella resurser.

KOSTNADER

Faktiska kostnader	Beviljad budget	Utfall
Löner och lönebikostnader		
Indirekta kostnader		
Investeringar		
Övriga kostnader	115.000:00	95.229:00
Summa faktiska kostnader	115.000:00	95.229:00
Resurser		
Ideellt arbete	77.000:00	58.669:00
Övriga ideella resurser	---	---
Summa ideellt arbete/resurser	77.000:00	58.669:00
Offentliga resurser		

Om du haft kostnader för investeringar eller övriga kostnader beskriv vad dessa består av. Ex. på övriga kostnader är konsultkostnader, studieresor, logi eller utrustning för att administrera projektet.

--

FINANSIERING

Faktisk finansiering	Budgeterad finansiering	Utfall
Privat medfinansiering, intäkter		
Privat medfinansiering, övrigt		
<i>Namn</i>		
<i>Namn</i>		
Summa privat medfinansiering		
Finansiering via Leader		
Övrig offentlig medfinansiering		
<i>Namn</i>		
<i>Namn</i>		
<i>Namn</i>		
Resurser		
Ideellt arbete		
Övriga ideella resurser	77.000	58.669:00
Summa ideellt arbete/resurser	77.000	58.669:00
Offentliga resurser		

Avvikelser från beviljad budget

Har det förekommit avvikelser mellan uppkomna kostnader och budgeterade kostnader? Om det är fallet, vilka är avvikelserna och vilka är skälen till dessa avvikelser?

--

Slutsats och rekommendationer

Vilka slutsatser kan du dra från projektet? Vad har varit svårt, oförutsett, intressant eller nytt?

<p>Det var en rolig förstudie att genomföra. Man kan på förhand inte veta dess mediala intresse och påverkan eller från regionen. Ett oväntat positivt intresse från fastighetsägare och myndigheter som</p>
--

t ex regionen och Länsstyrelsen.

Vilka mervärden har projektet tillfört?

Ett mycket stort lokalt engagemang. Att politiker blivit mer positiva till projekt och förstår dess betydelse och mervärde bättre.

Vilka rekommendationer kan du ge till andra som vill genomföra ett liknande projekt?

Var lyhörd och flexibel, förankra, skaffa kontakter och se möjligheter.

Genomförandet

Hur har kontakten/hjälpen fungerat från LEADER Västra Skaraborg?

Bra!

Förbättringsområden

Hur kan Leaderstödet förbättras? (ex seminarier, föreläsningar, kontakter eller annat)

Är nöjd med Leader. En översyn på redovisningen kan kanske behövas för att underlätta för dem, som inte har vana att arbeta med Leader.

Bilagor:

Bifoga eventuellt skriftligt material som du har tagit fram i projektet, som till exempel, broschyrer eller annat material som du tagit fram för att marknadsföra ditt projekt, filmer, et.c.

Se marknadsföringsmaterialet, som har bifogats tidigare redovisningar.

Ort, datum

Nossebro, 2010-02-25

Projektägare/Firmatecknare

Christer Kjäll

Projektledare

A.M. Alströmer

Jag godkänner att kontaktuppgifter publiceras i en projektdatabas där slutrapporten görs tillgänglig för andra som arbetar med landsbygdsutveckling och för allmänheten

Godkännandet skickar du i original tillsammans med ansökan om slututbetalning.

Kontaktpersoner i slutrapporten

Namn & adress AM Alströmer	Telefonnummer 0512-570 30
Roll i projektet projektledare	E-postadress am.alstromer@essunga.se
Underskrift	Datum 2010-02-25

Namn & adress Christer Kjäll	Telefonnummer 0739-65 18 73
Roll i projektet Ansvarig	E-postadress Christer.kjall@supermarket.ica.se
Underskrift	Datum 2010-02-25

Namn & adress Ann-Marie Widegren	Telefonnummer 0512-570 09
Roll i projektet medarbetare	E-postadress Ann-marie.widegren@essunga.se
Underskrift	Datum 2010-02-25