

Lokal utvecklingsstrategi för

LEADER LINNÉ SMÅLAND

2023-2027

[Remissversion]

Sammanfattning

Leader Linné Smålands utvecklingsstrategi för 2023-2027 bygger på den gemensamma visionen:

Leader Linné Småland – vi gör det tillsammans!

Utvecklar vår landsbygd med nytänkande, lust och stolthet.

Visionen främjar positiv landsbygdsutveckling, underifrånperspektiv samt aktiv samverkan mellan privata, ideella och offentliga aktörer (trepartnerskap) inom det geografiska område som innefattar följande sju kommuner; Alvesta, Ljungby, Markaryd, Sävsjö, Värnamo, Växjö och Älmhult. Den långsiktiga visionen bryts ner i följande fyra mål:

1. Människor känner vi-känsla och engagemang genom insatser året runt
2. Blomstrande företag och entreprenörsanda
3. Tillgänglig natur och starka livsmiljöer med hållbara värden
4. God service på nära håll

De fyra målen anger var Leader Linné Småland vill befinna sig vid utgången av programperioden (slutet av 2027). För att infria nämnda mål kommer projekt och aktiviteter att koppla an till följande fem insatsområden:

- Strategiska samarbeten med lösningar som är nya på platsen
- Utveckling och förädling av varor, tjänster och arbetssätt
- Lärande och kompetensutveckling
- Nya mötesplatser och aktiviteter
- Attraktiva miljöer som ger förbättrad hälsa och välbefinnande

Tillhörande indikatorer med målvärden syftar till att göra strategin tydlig och möjlig att följa upp/utvärdera.

Strategin tar hänsyn till lokala förutsättningar och möter behov som syns tydliga i leaderområdet. Själva området har idag tydliga styrkor i ett rikt föreningsliv som erbjuder en mångfald av aktiviteter för olika målgrupper. Det finns en växande vilja om att bo och leva på landsbygden som erbjuder fantastiska naturvärden med stadens service och utbud runt hörnet. Människor är kluriga och drivna och företagsandan är djupt rotad sedan generationer tillbaka. Leaderområdets svagheter handlar bland annat om en traditionsbunden samverkan som ibland har svårt att förnya sig och locka nya aktörer/medlemmar/intressenter. Många tycker och vill mycket – men alla vill inte lägga ner arbetet som krävs. Landsbygdens resurser är ofta begränsade, där utvecklingen emellanåt hindras av byråkrati och stelbenta lagar. Strategin syftar till att förstärka det positiva och bryta negativa mönster i en tid då den globala pandemin (covid-19) nu släpper taget.

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Linné Småland (2023-2027)

Remissversion (till och med 22 september 2021)

Leader Linnés strategi syftar till bred samverkan där många ges plats och möjlighet att vara med. Strategin främjar innovation och långsiktiga effekter, och kommer att följas upp/utvärderas fortlöpande under hela programperioden.

Innehåll

Sammanfattning	2
1 Landsbygdsutveckling genom Leader.....	5
2 Strategins framtagning	5
3 Utvecklingsområdet	8
3.1 Tabell med statistik	8
3.2 Områdesbeskrivning	8
3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter.....	12
4 Mål, insatsområden och indikatorer	15
4.1 Vision	15
4.2 Mål	16
4.3 Insatsområden	17
4.4 Indikatorer och målvärden	19
EU:s resultatindikatorer	20
Nationella indikatorer.....	20
Lokala indikatorer	22
5 Genomförande.....	26
6 Organisation	26
7 Uppföljning och utvärdering	26

1 Landsbygdsutveckling genom Leader

Denna strategi bidrar till utveckling av den lokala landsbygden genom leadermetoden. Lokalsamhället har varit delaktiga i framtagandet och strategin genomförs i samverkan mellan privata, ideella och offentliga aktörer. Leader är ett verktyg för landsbygdsutveckling inom EU och Sverige, därmed bidrar strategin även till den regionala och nationella landsbygdsutvecklingen.

Strategin utgår ifrån det lokala perspektivet där analys av områdets utvecklingsbehov och möjligheter samt samordning med andra handlingsplaner och utvecklingsstrategier i området ligger till grund för strategins mål och insatsområden. Eftersom Leader finansieras av stöd från EU genom Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling är målen i strategin också utformade att rymmas inom målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

Urvalskriterier och processer för projekturval är utformade att stödja strategins mål och insatsområden. På så sätt bidrar alla projekt som prioriteras genom denna strategi både till den lokala utvecklingen av området och till målen för EU:s gemensamma jordbrukspolitik.

2 Strategins framtagning

Processen med att skriva fram Leader Linné Smålands strategi påbörjades i praktisk mening från mars 2021 och löpte därefter under nära åtta månader till mitten av oktober, då dokumentet lämnades till Jordbruksverket för bedömning. Framtagandet bygger på tankar, behov, viljor och inspel från trepartnerskapets breda palett av samhällsaktörer från områdets sju kommuner (Alvesta, Ljungby, Markaryd, Sävsjö, Värnamo, Växjö och Älmhult). Privata, ideella och offentliga aktörer har fått komma till tals i den öppna processen. Men även eldsjälar och den intresserade allmänhet som väljer att kanalisera sitt engagemang utanför en förening eller organisation har haft goda möjligheter att säga sitt. Den drygt åtta månader långa processen har präglats av demokrati och underifrånperspektiv, där varje tanke och åsikt har tagits i beaktande.

Från mars till oktober har närmare 250 intresserade individer medverkat till att formalisera totalt 802 svar/inlägg avseende hur den nya strategin bör se ut och formas. Leader Linné Smålands så kallade 'skrivargrupp' har varit hjärtat i planeringsarbetet med uppdraget att marknadsföra och förankra processen så brett som möjligt. Skrivargruppen har bestått av 12 nyckelpersoner från trepartnerskapet som därmed har representerat intressen och perspektiv från den privata, ideella och offentliga sfären. Processledaren har samordnat och modererat samt hållit i pennan

för att teckna ned kunskap och inspel. Leaderkontorets personal har haft rollen att stötta, bistå med expertis, förmedla kontakter samt föra in viktiga erfarenheter från den tidigare programperioden.

Skrivarprocessen har möjliggjort deltagande och aktivitet genom, något förenklat, fyra forum som beskrivs kortfattat:

- *Sju digitala kommunmöten.* Nämnda kommunmöten anordnades kvällstid (två timmar) under perioden april-maj med fokus på var och en av de kommuner som omfattas av den nya strategin. De sju mötena modererades av processledaren och innefattade ett upplägg med formella presentationer, smågruppsarbeten, digitalt lämnade tankar/röster, storgruppsdiskussioner och slutsatser.
- *Digital enkät.* Det framtagna enkätformuläret fanns utlagt på Leader Linné Smålands hemsida under våren och marknadsfördes via kompletterande sociala medier. Själva enkäten bestod av sju frågeställningar som i stort ringade in samma teman som vid kommunmötena. Totalt räknades enkätsvar in från samtliga sju kommuner och samtliga de samhällsaktörer som utgör trepartnerskapet.
- *Kommunikation genom enskilda samtal och möten.* Vid sidan av ovanstående punkter har skrivargruppen, LAG:s styrelse, processledaren och leaderkontorets personal tagit initiativ till enskilda möten samt varit öppna för diskussioner med nyckelpersoner och intresserade som hört av sig för att lämna synpunkter.
- *Skrivargruppens sex möten med beslut och aktiva övningar.* Skrivargruppen har träffats för sex arbetsmöten under processen, vilka har syftat till att planera, strukturera kunskap/data, prioritera och fatta beslut. Skrivargruppens representanter har, som påpekades, utgjort kärnan i strategiprocessen, där viktiga bidrag har handlat om att genomföra leaderområdets SWOT- och intressentanalys samt dess framåtsyftande trendspaning (se resultat längre fram).

På grund av rådande pandemi (covid-19) har strategins framtagande i första hand prioriterat digitala möten och träffar. Pandemin har omöjliggjort fysiska sammankomster, vilket naturligtvis har varit beklagligt. Bedömningen är samtidigt att det digitala upplägget har fungerat väldigt väl – till och med över förväntan – och möjliggjort deltagande från intresserade som velat vara med och påverka. Vid processens slutfas går det till exempel att räkna in medverkan från byalag, samhällsföreningar, företag, entreprenörer, studieförbund, idrottsföreningar, kulturutövare, enskilda eldsjälar, politiker, kommunala tjänstepersoner samt regionala myndigheter.

Den framtagna strategin för Leader Linné Småland bygger vidare på tidigare strategier (föregående programperioder) samt goda erfarenheter från beviljade projekt och annan verksamhet som har företagits i leaderområdet. Den nya strategins vision, med kompletterande mål och insatsområden, pekar i samma riktning som föregående vision vilken betonade smart hållbar tillväxt på landsbygden. Den nya strategins mål är antalsmässigt fler än tidigare och utformade på ett delvis annat sätt. De fyra målen ses dock likväl ligga väl i linje med de tidigare mål som riktade fokus mot (a) spännande miljöer där människor och idéer kan växa, (b) öppenhet för det okända respektive (c) självförsörjning och entreprenörskap. Den nya strategin ses, vid jämförelse med den tidigare, som spetsigare, där möjligheterna att mäta och följa upp är goda.

Föreliggande strategi bygger på kunskap och erfarenhet från de tre EU-program som genomsyrade den föregående programperioden för Leader; Europeiska socialfonden, Europeiska regionala utvecklingsfonden samt Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling. Processandet av den nya strategin har stämts av med viktiga regionala och lokala strategidokument för att gå i linje och förstärka snarare än inverka negativt. Strategin bekräftar till exempel Region Kronobergs utvecklingsstrategi (RUS) som definierar målbilden om Gröna Kronoberg som växer i öppna och hållbara livsmiljöer med förnyelseförmåga. Regionens dokument pekar mot 2025 och identifierar två strategiska områden med fyra prioriteringar som betonar (a) attraktiva livsmiljöer med god tillgänglighet, (b) en plats att vilja leva och bo på, (c) en innovativ region och ett brett näringsliv samt (d) kompetensförsörjning med god och jämlik hälsa. På motsvarande sätt beaktas Region Jönköpings utvecklingsstrategi (RUS) för perioden 2020-2035 som definierar visionen om Sveriges mest hållbara, attraktiva och tillgängliga region. Dokumentet är uppdelat i sex strategiområden som understryker en hållbar, attraktiv, tillgänglig, smart, kompetent och global region.

Leader Linné Smålands strategi går helt i linje med ovanstående två regionala dokument och har, därtill, även samordnats mot till exempel regionala kompetensförsörjnings- och besöksnäringstrategier samt lokala dokument av motsvarande betydelse.

3 Utvecklingsområdet

3.1 Tabell med statistik

Nedanstående tabell beskriver leaderområdets storlek och befolkningsstruktur i statistik och volymer.

Ämnesområde	Variabel	Värde	
Områdets storlek	Antal invånare	146 546 invånare	
	Storlek i km ²	8 533 km ²	
	Invånare per km ²	17 invånare per km ²	
Befolkningsstruktur	Andel av befolkningen som är utrikes född	20 %	
	Andel av befolkningen i intervallerna (%)	Kvinnor	Män
	0-15 år	10 %	10 %
	16-24 år	4 %	5 %
	25-44 år	11 %	12 %
	45-64 år	12 %	13 %
	65- år	12 %	11 %

Statistiken är inhämtad av Jordbruksverket utifrån uppgifter från Statistiska Centralbyrån (SCB).

3.2 Områdesbeskrivning

Leader Linné Småland omfattar det geografiska område som inkluderar följande sju kommuner; Alvesta, Ljungby, Markaryd, Växjö (exklusive centralort), Älmhult, Värnamo och Sävsjö. De fem förstnämnda kommunerna ligger i Kronobergs län, medan de två sistnämnda tillhör Jönköpings län. Växjö centralort är, som noteras, exkluderad från leaderområdet i enlighet med kravet på att tätorter med fler än 20 000 invånare ej tillåts söka eller ta del av leaderstöd för landsbygdsutveckling.

Befolkning, yta och geografisk placering

Leaderområdets totala befolkningmängd uppgår, enligt ovanstående tabell, till 146 546 invånare, vilket motsvarar 1,4 % av hela Sveriges befolkning. Växjö kommun är, som helhet, den största av de sju kommunerna med 94 900 invånare, dock bor endast cirka 25 % av dessa på landsbygden och inom det definierade leaderområdet. Den befolkningsmässigt största kommunen inom leaderområdet är

istället Värnamo (34 500 invånare) följd av Ljungby (28 400 invånare), medan Markaryds kommun är den minsta sett till antalet invånare (10 400 invånare). Vad gäller befolkningstillväxt under 2020 visar fem av kommunerna på plussiffror, där Växjö och Älmhult utmärker sig med större tillväxt än övriga. Det förekommer i stort en jämn könsfördelningen inom området, där medelåldern hos de boende ligger inom intervallet 40-44 år bland de sju kommunerna.

Leaderområdet ligger geografiskt placerat i Småland och utgör en inlandsregion, men med ett stort antal sjöar och vattendrag. Den totala landytan uppgår till 8 533 km², där Ljungby kommun är arealmässigt störst (1 748 km²) medan Markaryds kommun är minst (517 km²). Landarealen består av cirka 70 % skog, medan vatten utgör ungefär 10 %.

Leader Linné Småland angränsar idag till sju andra leaderområden. Själva leaderkontoret ligger i Alvesta som i sin tur finns ungefär mitt i leaderområdet. Leaderområdet korsas av stambanan som gör det enkelt att resa till de tre storstäderna med tåg; Stockholm (tre timmar), Göteborg (tre timmar) och Malmö (under två timmar). Sveriges näst längsta europaväg (E4) passerar Värnamo, Ljungby och Markaryd. Resandet underlättas ytterligare av Växjö/Småland Airport som erbjuder flyg till Stockholm samt till ett flertal europeiska besöksdestinationer.

Boende, utbildning och sysselsättning

De allra flesta bor idag i en större eller mindre tätort någonstans i leaderområdet, medan uppskattningsvis 20-30 % bor på ren landsbygd utanför tätorten. Detta betyder att leaderområdet sticker ut i en nationell jämförelse där endast 12,6 % av den svenska befolkningen bor utanför en tätort. Växjö kommuns genomsnittspris för sålda småhus ligger på samma nivå som för riket i stort (3,3 miljoner kronor), men sjunker då centralorten exkluderas. Bland övriga sex kommuner ligger Värnamo och Älmhult i topp (strax över 2 miljoner kronor), medan prisbilden för resterande kommuner ligger i intervallet ner till 970 000 kronor.

Leaderområdet ligger strategiskt med närhet till Linnéuniversitetet i Växjö samt Högskolan i Jönköping, vilket av naturliga skäl stärker utbildningsmöjligheter och framtida kompetensförsörjning. Den generella utbildningsnivån är annars lägre i leaderområdet än i riket som helhet, något som ses som relativt naturligt då högre utbildning ofta koncentreras till de större städerna.

I Sverige är 79,5 % av alla vuxna individer (20-64 år) idag sysselsatta genom ett avlönat arbete. Motsvarande procentsats är något högre för leaderområdet, vilket vittnar om en positiv arbetsmarknad och goda möjligheter att få jobb. Särskilt Värnamo, och därefter Ljungby, sticker ut i positiv mening. Såväl offentliga jobb

som privat sektor är dock, förstås, känsliga för konjunktursvängningar, vilket gör att ovanstående statistik rimligen kan förändras över tid.

Älmhults kommun anger en månadsinkomst om 30 400 kronor för en genomsnittlig vuxen (20-64 år), vilket kan ställas mot det svenska snittet på 28 700 kr per månad. Värnamo kommun prickar det svenska genomsnittet, medan övriga fem kommuner ligger strax under.

Näringar och branscher

Det är svårt att teckna en total eller sammanhållen bild av leaderområdets arbetsmarknad med viktiga näringar/branscher, då de sju kommunerna lutar sig mot delvis olika strukturer. Sävsjö och Markaryd har en förhållandevis stor andel jobb inom branschen varuproduktion och skog, där runt 40-45 % av alla anställda återfinns. De två kommunerna har däremot en begränsad andel jobb inom den privata och offentliga tjänstesektorn. Aktuell tjänstesektor är betydligt större i Älmhult och skapar idag flest anställningar av alla branscher. Den nämnda sektorn är stor även i Växjö, medan varuproduktion och skog (tvärt emot Sävsjö och Markaryd) är väldigt begränsad. Vid sidan av jobben inom tjänstesektorn i Växjö utgör även service respektive vård/utbildning lika viktiga branscher. För Värnamo och Ljungby syns betydelsen av nämnda två branscher vara ungefär samma, men dessa två balanseras upp av branschen varuproduktion och skog som är likvärdigt stor. Alvesta har en struktur som åtminstone i stora drag kan jämföras med Värnamo och Ljungby, men här är varuproduktion och skog större.

I enlighet med den tidigare leaderstrategin för området (2014-2020) är närmare 4 % av den vuxna befolkningen sysselsatt inom jord- och skogsbruket. Denna bransch är således betydande för leaderområdet och överträffar rikets snitt som uppgår till 1,5 %. Skogen medför stora värden för många människor. I Kronobergs län räknas över 7 % in som skogsägare, medan motsvarande siffra för Jönköpings län uppgår till 4,9 %. Skogen tillför företagande och sysselsättning, men kopplar i lika hög grad an till fritid, rekreation, ren miljö och besöksanledningar.

Växjö kommunkoncern är leaderområdets enskilt största arbetsgivare med cirka 7 000 anställda fördelade på 600 arbetsplatser och 250 yrken. De offentliga aktörerna – kommuner, region, statliga myndigheter med fler – har överlag en viktig roll i att förse med arbetstillfällen och tillhandahålla service och välfärd. Vad gäller de privata företag som finns i området och som anställer flest människor syns bland andra IKEA, Nibe Industries, Volvo Construction Equipment, Wica Cold, Electrolux, Abetong, Vida samt Atea Logistics.

Fiber och snabb uppkoppling är en viktig del för att kunna etablera och driva företag på landsbygden. Själva fiberutbyggandet går framåt för att knyta samman

människor, företag och potentiella kunder, men leaderkartan innehåller fortfarande idag flera områden med dålig täckning och behov av ny infrastruktur.

Leader Linné Småland är del av det Småland som förknippas med företagande, kreativitet, klurighet och entreprenörsanda. Den något generaliserande bilden av smålänningen som snål bör snarast justeras till en beskrivning som rör affärssinne, smartness och förmågan att få ut mesta möjliga från varje satsad krona. Småföretagandet har en lång och viktig historia för leaderområdet och har resulterat i att människor fått möjlighet till såväl pengar i plånboken som personlig utveckling. De fyra västliga kommunerna medverkar idag i den så kallade Entreprenörsregionen som utgör ett funktionellt samarbete mellan 12 kommuner som går ut på att främja gemensamma intressen och driva projekt.

Naturvärden, kultur och turism

Det förekommer ett ömsesidigt beroende mellan stad och land i detta leaderområde likväldigt som i de flesta andra. Växjö är, som största stad, en motor för utveckling och expansion i området, medan den omgivande landsbygden förmedlar resurser som till exempel drivna människor, framgångsrika företag, skog, naturvärden, kultur och attraktiva besöksmål. Bebyggelse står för cirka 5 % av områdets totala areal, medan skog och jordbruksmark utgör cirka 75 % respektive knappt 10 %.

Det som kännetecknar skogen i leaderområdet är att den i väldigt hög utsträckning ägs och sköts av privata skogsägare, det vill säga små företag med olika mål för sin verksamhet. Det innebär att skogen (och skogsbruket) är mångfacetterad, varierad och har goda förutsättningar att klara av omställningar; till exempel på grund av förändrat klimat, syn på vad vi ska använda skogen till etc. Skogen håller många olika naturtyper och arter. De privata skogsägarna vidareförädlar virket till olika produkter. Det handlar ofta om små familjeföretag med lång tradition och med relativt låg utbildningsgrad, vilket gör att det finns en hög potential till utveckling.

Linnéuniversitetet ligger, som nämntes, kopplat till området och har utbildning inom både skog och trä, både direkt för privatskogsbruket men också professionsutbildning. Detta är helt unikt i Sverige. Linnéuniversitetet bygger just nu upp mer av forskning som kopplar an till skog, trä och hälsa.

Besöksnäringen är en växande näring som knyter an till turism, affärsbesök och konsumtion. Besöksnäringen sysselsätter arbetskraft i området och har under flera år växt i ekonomisk betydelse. IKEA i Älmhult med tillhörande museum sticker ut vad gäller handel, medan naturturismen erbjuder besöksmål kopplade till de två nationalparkerna Store Mosse samt Åsnens nationalpark. Det finns ett stort antal turistentreprenörer i området som tillhandahåller boende, matupplevelser,

uthyrningsverksamhet och spännande aktiviteter för både en svensk och internationell målgrupp (främst Danmark, Tyskland och Nederländerna).

Föreningsliv och ideellt engagemang

Leaderområdet kännetecknas av en mångfacetterad bild av föreningar och ideella aktörer som på aktivt sätt bidrar till att stärka och utveckla landsbygden. Det civila engagemanget kan spänna över en större geografi eller vara starkt på platsen, och kanaliseras genom till exempel samhällsföreningen, byalaget, idrottsföreningen, kulturaktören, studieförbundet eller intresseorganisationen.

Vad gäller föreningslivets samlade aktörer står dessa starka på landsbygden idag, med föreningar och verksamhet på nära nog varje plats i området – oavsett hur stor eller liten by eller samhälle vi talar om. Föreningslivet verkar på så sätt som en viktig plattform för gemenskap, glädje och välbefinnande. Idrottsrörelsen fungerar som en kraft för att skapa mötesplatser och aktiviteter för alla – gammal som ung, etablerad eller nyanländ – något som kan sätta stopp för den negativa utveckling vi ser idag rörande stillasittande och utanförskap.

Det samlade föreningslivet jobbar ofta med ett stort driv för sin sakfråga/-frågor och ses vara en viktig samverkanspart då nya leaderansökningar skrivs fram under programperioden.

3.3 Behov och utvecklingsmöjligheter

Leader Linné Smålands strategi bygger på de behovs- och utvecklingsmöjligheter som har definierats för det samlade området med dess sju kommuner. Den så kallade skrivargruppen med 12 representanter för trepartnerskapet har, som tidigare påpekats, varit tillsatt för att förankra processarbetet, där uppdraget även har handlat om att spana (analysera och prioritera) utåt och inåt. Den utåtriktade trendspaningen – omvärldsanalysen – gjordes av skrivargruppen vid mitten av våren och avslutades till mötet den 17 maj 2021. Skrivargruppens nästa steg handlade om att genomföra den mer inåtriktade SWOT-analysen för området, vilken stod färdig en månad senare; den 17 juni. Den följande texten summerar de viktigaste slutsatserna från nämnda analyser och utgör, därmed, den behovs- och utvecklingsanalys som strategins vision, mål och insatsområden vilar på.

Leader Linné Småland står stadigt och kommer att jobba målmedvetet för att nå upp till och infria de löften som ges i denna strategi. Leaderorganisationen agerar dock, som alla andra, i förhållande till omvärlden och är på så sätt beroende av det som sker i invärld, närvärld och omvärld. Följande åtta trender placeras i det första skikt av prioriterade trender som ses som väldigt säkra (eller nästintill) och som

dessutom bör kunna få stor eller mycket stor påverkan för organisation och område under perioden 2023-2027:

- Starkare samverkan mellan föreningar, skola, företag och andra aktörer gör det attraktivt att bo, leva och verka på landsbygden.
- Föreningslivet utgör en viktig plattform för möten över generationsgränser och mellan kulturer.
- Kvinnor och flickor deltar allt mindre i de aktiviteter som föreningslivet erbjuder.
- Pandemin (covid-19) förändrar och ger nya spelregler för hur vi träffas, arbetar och agerar.
- Ökad tilltro för det småskaliga och närproducerade (den lokala ekonomin).
- Ny hälsotrend bland unga/ungdomar där allt fler ser det som viktigt med goda hälsovanor och en sund livsstil.
- Fler företagare vill förena sin affärsverksamhet med att skapa och bidra till generell samhällsnytta.
- Fler och fler unga vill ha livsstilen som entreprenör.

Nästa skikt anger följande sex trender som, trots något vagare prioritering, ses ha reell påverkan på leadersamarbetet under programperioden som följer:

- Starkare vilja att lämna staden för att bosätta sig på landsbygden.
- Unga kvinnor (19-30 år) flyttar ifrån landsbygden.
- Miljö och hållbarhet är centrala utgångspunkter för den lokala utvecklingen, med fokus på till exempel redesign och icke-konsumtion.
- Pandemin har öppnat nya möjligheter för telecommuting (distansarbete från ordinarie arbetsplats).
- Människor har full tillgång till information och kunskap via digitala medier och blir 'experttyckare' i flera frågor.
- Lagar, föreskrifter och byråkrati försvårar utvecklingen av landsbygden.

Leader Linné Småland har idag flera reella styrkor (S), men också svagheter (W), som syns viktiga att förhålla sig till och utveckla till det bättre under 2023-2027. Förekommande styrkor och svagheter blir nycklar att snegla mot vid framtida projektdiskussioner liksom, parallellt, potentiella möjligheter (O) respektive hot (T) för leaderområdet. Nedanstående beskrivning återger skrivargruppens SWOT-analys, med tonvikt på de viktigaste slutsatser som identifierades.

Leader Linné Småland *styrkor* utgår ifrån att landsbygden idag lockar mer än någonsin tidigare, med en stark och växande vilja om att bo, leva och verka här. Det finns en stark koppling mellan stad och landsbygd i området med omedelbar närhet till skog, vatten, frisk luft, stillhet och unik miljö. Det finns ett rikt och aktivt föreningsliv i området med ett stort utbud av aktiviteter för, inte minst, barn

och ungdomar. Människors engagemang förenar, skapar trygghet och ett socialt kapital. Det finns idag goda kanaler för samverkan mellan föreningar, företag och individer, där kommunerna ger stöd och backar upp. Det finns goda förutsättningar att vara med och påverka, något som ger vi-känsla och kortare beslutsvägar. Det utbyggda fibernätet för människor närmare varandra och stärker en redan stark företagarganda. De boende i leaderområdet är kluriga med mycket jävlar-anamma och har en känsla för entreprenörskap sedan generationer tillbaka. Det ses som positivt att förverkliga sin företagsidé och nå framgång, där den växande andelen besöksnäringföretag främjar attraktionskraften för landsbygden.

Leaderområdet *svagheter* handlar generellt om att det idag är svårt att nå ut till människor och förmå dem att lägga tid på samhällsutvecklingsarbete. Dagens föreningsliv följer i stort tradition och inkörda rutiner, och ser en utmaning i att locka nya medlemmar som är beredda att lägga tid och göra en insats. Föreningslivet har det tuffare att nå ut till flickor och unga kvinnor jämfört med tidigare, vilket även gäller för nyanlända och avseende personer med utländsk bakgrund. Samarbetet med kommunen fungerar bra på flera håll, men sämre på andra och syns emellanåt vara personbundet. De offentliga resurserna är många gånger begränsade, vilket kan ge upphov i försämrad service och uteblivna satsningar. Det står på sina platser tomma ödehus i området, vilket ger ett dystert intryck. Småorternas betydelse tycks minska mer och mer och den offentliga byråkratin sätter käppar i hjulet för ett framåtsträvande utvecklingsarbete. Leaderområdets näringsliv är profilerat men inte så varierat och det finns generellt en låg förståelse för företagandets villkor. Turistnäringen når inte sin fulla potential då utbudet av aktiviteter för besökare fortfarande är begränsat.

Leaderområdet *möjligheter* (snar framtid) bygger till stor del vidare på de styrkor och svagheter som har definierats i ovanstående text. Det finns en positiv potential i att vi ser en generell befolkningstillväxt såväl i Sverige som inom leaderområdet. Människor är i högre grad än tidigare intresserade av att lämna staden för ett liv på landsbygden med mer tid för sig själv, familjen och egna intressen. Barnfamiljer som gör nya livsval ses som en positiv möjlighet då de skapar liv, ger ny kraft till föreningslivet samt underlag för bibehållen/utbyggd samhällsservice. Till detta utgör unga människor och utlandsfödda chanser till utveckling. Sammanhållning och socialt kapital anger viktiga värden som snabbar på processen framåt. Skogen, vattnet och den unika miljön utgör leaderområdets kanske allra viktigaste skatter – både idag och imorgon. Naturen är nyckeln till bra boende, rekreation och attraktionskraft. Framtida utveckling bör syfta till att tillgängliggöra naturen utan att skada eller inkräkta. Hållbarhet och cirkularitet utgör centrala begrepp, vilka motsvarar en vilja om att finna vägar för småskalighet och lokala lösningar. Då pandemin släpper taget finns, slutligen, nya möjligheter att bryta gamla mönster och 'göra bättre'. Ny teknik och innovationer ger chans att jobba hemifrån, studera på distans, ta del av kulturevenemang och flytta hela världen lite närmare en själv.

Till sist, de *hot* (snar framtid) som definieras rör det globala tillståndet i stort, där politiska spänningar, nya pandemier, klimathot, lågkonjunktur och ekonomiska kollapsar alltmer tillhör vanligheten. Förekomsten av nämnda globala hot får rimligen flera konsekvenser för leaderområdet med negativa effekter för såväl fastboende som tillfälliga besökare och turister. Till det finns en oro för att den svenska politiken inte prioriterar landsbygdens utveckling tillräckligt mycket, utan istället håller fokus på stadens tillväxt och förtätning. Vid fall att pengarna tar slut är det satsningarna på landsbygden som uteblir. Det ses som ett hot att den offentliga servicen skalas ner bit för bit, vilket inkluderar stängda skolor, begränsad omsorg och sämre kommunikation/infrastruktur. Den framtida miljöpolitiken riskerar att sätta upp ett stelbent skydd av naturen (till exempel strandskyddet) som hämmar landsbygdens utveckling och flyttströmmar. Vidare ses de två begreppen *traditionalism* och *'nånannanism'* som reella utmaningar för leaderområdet, där det senare reducerar idrotts-/kulturliv och tvingar föreningar att lägga ner. Näringslivets villkor förändras ständigt och det är redan idag en realitet att många företag har svårt att hitta personal med rätt kompetens. Det finns ett reellt hot med en allt lägre lönsamhet inom jordbrukssektorn samtidigt som konkurrensen från lågkostnadsproduktion gör sig påmind mer och mer.

4 Mål, insatsområden och indikatorer

4.1 Vision

Leader Linné Smålands utvecklingsstrategi för 2023-2027 bygger på den gemensamma visionen:

*Leader Linné Småland – vi gör det tillsammans!
Utvecklar vår landsbygd med nytänkande, lust och stolthet.*

Visionen främjar positiv landsbygdsutveckling, underifrånperspektiv samt aktiv samverkan mellan privata, ideella och offentliga aktörer (trepartnerskap) inom det geografiska område som innefattar följande sju kommuner; Alvesta, Ljungby, Markaryd, Sävsjö, Värnamo, Växjö och Älmhult.

Med visionen avser Leader Linné Småland att ta vara och bygga vidare på den generella befolkningstillväxt som syns såväl i Sverige som inom leaderområdet. Visionen främjar ny inflyttning till området, men likafullt möjligheten att bo kvar. Leaderområdets attraktionskraft står i fokus och ska stärkas under den kommande programperioden, vilket gör det möjligt för människor att lämna staden för ett liv på landsbygden med mer tid för sig själv, familjen och egna intressen.

4.2 Mål

Den långsiktiga visionen pekar utriktningen för det utvecklingsarbete som ska företas under programperioden, vilket konkretiseras genom fyra mål. De fyra målen anger tillståndsbeskrivningar vid utgången av 2027 och lyder som följer:

1. Människor känner vi-känsla och engagemang genom insatser året runt
2. Blomstrande företag och entreprenörsanda
3. Tillgänglig natur och starka livsmiljöer med hållbara värden
4. God service på nära håll

Definitionen av de fyra målen bygger, som har påpekats, på tankar, behov, viljor och inspel från trepartnerskapets breda palett av samhällsaktörer (del 2). De fyra målen knyter an till skrivargruppens SWOT-analys, intressentanalys och trendspaning samt till närliggande strategier/planer och målen inom den Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling.

Vad gäller SWOT-analysens identifierade styrkor, svagheter, möjligheter och hot (del 3.3) tar mål 1 och 2 fasta på de positiva beskrivningar som görs av områdets kluriga, drivna och engagerade människor. Föreningsliv och frivilliginsatser ses, genom det första målet, som viktiga delar för landsbygdens samlade attraktionskraft. Målet pekar på betydelsen av att bygga fram en positiv vi-känsla med tillhörighet och inkludering – utan att skapa ett 'dom' som inte tillfrågas eller får vara med. Mångfalden av mötesplatser och aktiviteter skapar trivsel och trygghet på orten och gör det intressant för nya grupper att flytta från stad till landsbygd. Det handlar här om att rigga insatser kopplade till flera olika verksamhetsområden – idrott, hälsa, miljö, kultur, utbildning och integration – som förläggs över årets 12 månader. Mål 2 riktar fokus mot leaderområdets företag och syftar till att sporra kreativitet och hållbar livskraft. Leaderområdet är sammanflätat med en tydlig entreprenöriell anda och tradition, vilka ses kunna utvecklas ännu mer. Det andra målet ger chans både till intern kompetensförstärkning för personal/organisation samt processande av nya innovativa varor/tjänster ämnade för en extern marknad. Mål 3 tar fasta på leaderområdets kanske viktigaste skatt – skogen, vattnet och de unika miljöerna. Målet medger potential för utveckling genom att tillgängliggöra naturen och koppla på besöksnäringens entreprenörer för att bidra till förbättrad hälsa och attraktivitet. Naturvärdena lyfts tydligt fram som en styrka för området idag, där projektinsatser även kan riktas mot att värna miljö/klimat och reducera negativ påverkan så mycket som möjligt. Målet syftar också till att främja innovation av naturens förädling i form av produkter. Slutligen, det fjärde och sista målet står för något som syns tydligt i samtliga delar av SWOT-analysen, det vill säga betydelsen av god service inom räckhåll. För att kunna bo och leva sitt liv på landsbygden krävs skola för barnen, tillgänglig omsorg, närhet till livsmedelsaffär och fungerande kommunikationer. Mer konkret handlar målet om att stötta initiativ för mobilisering och kunskapsinhämtning i form av

förarbeten för att undersöka om det finns underlag och lösningar för att utveckla bygdens serviceutbud.

Leader Linné Smålands fyra mål ligger i linje med de två regionala utvecklingsstrategier (RUS) som rör Region Kronoberg respektive Region Jönköping (del 2). Strategidokumentet för Kronoberg ringar in målbilden om Gröna Kronoberg som växer i öppna och hållbara livsmiljöer med förnyelseförmåga. De prioriteringar som görs fångar bland annat in attraktiva livsmiljöer, bra boende, god tillgänglighet, innovation, kompetensförsörjning och ett brett näringsliv. Region Jönköpings strategi definierar på motsvarande sätt visionen om Sveriges mest hållbara, attraktiva och tillgängliga region. Leaderområdets nya strategi går hand i hand med dessa strävanden och har även stämts av mot andra regionala och lokala dokument av motsvarande betydelse.

Slutligen, denna strategi bidrar även till införlivandet av den Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (EJFLU) med dess tre allmänna mål. Gällande EJFLU:s särskilda mål (a-i) kopplar strategin framför allt an till mål (h) som handlar om att främja sysselsättning, tillväxt, jämställdhet mellan könen, social delaktighet och lokal utveckling i landsbygdsområden inbegripet bioekonomi och hållbart skogsbruk. Strategin knyter även an till de särskilda målen (b), (e) och (f).

4.3 Insatsområden

Till strategins fyra mål kopplas fem insatsområden som utgör strategins verktyg och som anger inom vilka områden utvecklingsinsatserna ska genomföras. De fem insatsområdena är följande:

1. Strategiska samarbeten med lösningar som är nya på platsen
2. Utveckling och förädling av varor, tjänster och arbetssätt
3. Lärande och kompetensutveckling
4. Nya mötesplatser och aktiviteter
5. Attraktiva miljöer som ger förbättrad hälsa och välbefinnande

De nämnda insatsområdena har, liksom vision och mål, prioriterats genom den nära åtta månader långa processen, där kopplingen mellan mål och insatsområden ser ut som följer:

- Mål 1 >> Insatsområden 1, 3, 4
- Mål 2 >> Insatsområden 1, 2, 3
- Mål 3 >> Insatsområden 1, 2, 3, 5
- Mål 4 >> Insatsområden 1, 2, 3

Struktur och kopplingar synliggörs även genom matriserna under del 4.4, vilka speglar de indikatorer med målvärden som används för att mäta framsteg mot målen.

Likt de fyra målen möter formuleringen av insatsområden upp de behov och utvecklingsmöjligheter som har beskrivits tidigare i strategin. Leader och trepartnerskapet handlar till stor del om bred samverkan över gränser. Denna strategi sätter utropstecken för samarbetstanken, där privata, ideella och offentliga aktörer jobbar tillsammans. Strategin betonar det strategiska och långsiktiga perspektivet i samarbetet, vilket bör kunna bestå långt efter att det enskilda projektet har tagit slut. Nya projekt kan rimligen utgå ifrån redan etablerade partnerskap, men måste involvera en (eller fler) nya samarbetsparter, testa en ny metod eller skissa på en ny tvist för att kunna få stöd. Till detta ses det som viktigt att det nya samarbetet ger upphov i attraktiva lösningar som är nya på den plats där projektet genomförs (insatsområde 1). Strategin markerar betydelsen av att till exempel ett företag eller förening jobbar innovativt och utvecklingsinriktat för att stärka sin professionella kapacitet, något som i förlängningen kan skapa både tillväxt och nya arbetstillfällen i området. Det kan handla om att producera varor och tjänster på nya sätt, men även om att förädla processer, spetsa erbjudanden och jobba smartare än förr. Det utåtriktade utvecklingsarbetet företas gärna genom partnerskap för att nå kunder, deltagare, intressenter och samverkansparter och – på så sätt – positiva synergier (insatsområde 2). Men projekt- och medsökande parter måste även ges möjligheter att lära internt genom att stärka kompetensen hos såväl enskilda som organisationen i stort. Det kan här handla om att till exempel anordna utbildningar, göra studiebesök, diplomera, ta fram en ny plan/policy eller investera i ett digitalt system (insatsområde 3). Leader handlar till stor del om att utveckla landsbygden och göra den attraktiv för boende och besökare. Föreningslivet och det ideella ses ha stor potential i att bidra till sociala mötesplatser som förenar människor, bedriva idrott, anordna fritidsaktiviteter för barn/unga, främja hälsa, stärka kultur, genomföra integrationsprojekt och anordna evenemang och årliga festivaler (insatsområde 4). Till sist, strategin prioriterar 'gröna insatser' kopplade till leaderområdets skogar, sjöar och öppna landskap som välkomnar besökare och tillgängliggör naturen. Naturen är vår viktiga resurs som ska användas hållbart – inte skadas eller utnyttjas. Det kan här handla om att främja rekreation eller hälsofrämjande insatser, men även om att skapa nya besöksmål som vänder sig till en bredare målgrupp (insatsområde 5) utanför leaderområdet.

Leader Linné Smålands vision med mål och insatsområden ska ses som en helhet. Genom att projektarbete inom ett insatsområde bidrar man till ett eller flera av målen, vilket i sin tur innebär steg mot att infria den långsiktiga visionen.

4.4 Indikatorer och målvärden

Som påpekades just ovan, Leader Linné Smålands vision med mål och insatsområden ska ses som en helhet, där särskilda indikatorer och målvärden används för att mäta framsteg mot målen. Nedanstående tre matriser beskriver strategins valda EU-indikatorer (två stycken), nationella indikatorer (fem stycken) respektive lokala indikatorer (nio stycken) som länkas till mål 1-4. Genom texten som följer de tre matriserna motiveras valet av indikatorer med förklaring av hur de ses kunna mäta/kontrollera positiva framsteg.

EU:s resultatindikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Mål 2	Insatsområde 2	R.31	Tillväxt och sysselsättning i landsbygdsområden	Sysselsättningen ska ha skapats som senast vid projekt-slut. En heltidstjänst motsvarar 1720 timmar per år och en halvtidstjänst motsvarar 860 timmar per år.	-
Mål 3 Mål 4	Insatsområde 2 Insatsområde 2	R.32	Utveckla ekonomin på landsbygden	Antal företag (ej lantbruksföretag) på landsbygden som söker stöd för att utveckla sin verksamhet.	-

Nationella indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 2 Insatsområde 2 Insatsområde 2	N.03	Nya produkter	Denna delas upp i tre nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. Det vill säga, är produkten/-erna nya på den svenska marknaden, på den lokala marknaden (leaderområdet) eller endast för den enskilda organisationen? En fysisk produkt är en vara som man kan köpa och ta med hem, men konsumera senare. Till exempel olika matprodukter, souvenirer, kläder och möbler. En digital produkt är en vara som säljaren kan sälja (eller erbjuda gratis) upprepat antal gånger utan att göra om varan på nytt. Till exempel nedladdningsbara filer som e-böcker och guider. Men det kan också inkludera olika mjukvaror och appar om kunden inte är beroende av prenumerationer för att kunna ta del av dem.	-

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Linné Småland (2023-2027)

Remissversion (till och med 22 september 2021)

Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 2 Insatsområde 2 Insatsområde 2	N.04	Nya tjänster	Denna delas upp i tre nivåer för att kunna ta hänsyn till innovationshöjd. Det vill säga, är tjänsten/-erna nya på den svenska/lokala marknaden eller endast för den enskilda organisationen? En (fysisk) tjänst är något som man köper och konsumerar ihop istället för att ta med hem. Till exempel hårklippningar, guideade turer och upplevelser samt teaterföre-ställningar. En digital tjänst är en tjänst som säljaren behöver göra om och anpassa vid varje försäljning. Till exempel sociala media tjänster, webbdesign eller liknande. Hit räknas även olika streamingtjänster då kunden inte äger materialet utan endast har tillfällig tillgång genom någon form av prenumeration på säljarens villkor.	-
Mål 1	Insatsområde 4	N.05	Nya mötesplatser	Antalet mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. En mötesplats kan vara fysisk i form av en ny eller återställd lokal där olika verksamheter kan äga rum. Till exempel hembygdsgårdar eller övriga samlingslokaler. En mötesplats kan också vara ett digitalt forum om det är begränsat till en tydligt avgränsad målgrupp och det finns sätt att interagera. Till exempel en Facebook-grupp. Hemsidor eller bloggar räknas inte.	-
Mål 1	Insatsområde 4	N.06	Nya fritids- och kulturverksamheter	Antalet fritids- och kulturverksamheter mötesplatser som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. Till exempel kan detta inkludera ungdomsverksamheter, teatergrupper, idrottsföreningar och språkcaféer. Endast antalet olika verksamheter ska	-

				räknas. Man ska inte räkna in antalet träffar som de haft eller antalet deltagare som medverkat.	
Mål 1 Mål 2 Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 1 Insatsområde 1 Insatsområde 2 Insatsområde 1 Insatsområde 1	N.07	Nya nätverk och samarbeten	Antalet nya och bestående nätverk eller samarbeten som skapats genom projektet och som bedöms kunna bestå efter projektslut. För att räknas som nytt ska nätverket eller samarbetet inte ha funnits innan projektets mobilisering och uppstart för det syfte som det nu har. Det behöver ingå minst två aktörer för att räknas som ett nytt nätverk eller samarbete. Endast antalet nätverk ska ingå, inte antalet aktörer i de nätverken.	-

Lokala indikatorer

Mål	Insatsområde	Indikatorkod	Indikatornamn	Definition	Målvärde
Mål 1 Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 3 Insatsområde 3 Insatsområde 3 Insatsområde 3	L.07	Utbildningstillfällen	Antal tillfällen som en utbildning hålls för deltagare. Det kan till exempel vara så att samma utbildning erbjuds vid flera tillfällen till olika grupper av personer, eller att samma grupp av deltagare ses vid flera tillfällen. I båda fallen är det en utbildning som innehåller flera utbildningstillfällen.	-
Mål 1 Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 3 Insatsområde 3 Insatsområde 3 Insatsområde 3	L.11	Projektdeltagare som omsätter ny kunskap i praktik	Andel projektdeltagare som efter en kompetenshöjande insats anger att de har omsatt sina nya kunskaper i praktik. Till exempel kan det vara företagare som efter insatsen arbetar på ett annat sätt på grund av den nya kunskapen. Mäts vid projektslut.	-

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Linné Småland (2023-2027)

Remissversion (till och med 22 september 2021)

Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 2 Insatsområde 2 Insatsområde 2	L.16	Nya servicelösningar	Servicelösningarna ska vara nya på så sätt att man testat eller introducerar nya metoder för att uppnå förbättrad lokal service som kan utveckla en bygd.	-
Mål 1 Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 4 Insatsområde 2 Insatsområde 2 Insatsområde 2	L.23	Nya metoder, arbetssätt eller processer	Nya sätt att arbeta i företag eller andra organisationer. Till exempel nya produktionsprocesser, nya logistiklösningar eller nya organisationsformer.	-
Mål 1 Mål 2 Mål 3 Mål 4	Insatsområde 1 Insatsområde 1 Insatsområde 1 Insatsområde 1	L.30	Organisationer i nya nätverk	Antal företag, föreningar eller andra organisationer som ingår i nya nätverk som uppkommit genom projektet. Nätverket bedöms vara bestående efter projektets slut. Antalet nätverk mäts istället genom den nationella indikatorn Nya nätverk och samarbeten.	-
Mål 2 Mål 3	Insatsområde 2 Insatsområde 5	L.32	Projektdeltagare som upplever förbättrad hälsa	Antal deltagare i projekt inom t ex folkhälsa som upplever en ökad friskhet vid projektslut.	-
Mål 3 Mål 3 Mål 3 Mål 3	Insatsområde 1 Insatsområde 2 Insatsområde 3 Insatsområde 5	L.36	Organisationer som genomför insatser för minskad miljöpåverkan	Antal företag, föreningar eller andra organisationer som inom ramen för projektet genomför insatser för minskad klimatpåverkan. Dessa insatser ska på ett påtagligt sätt bidra till uppfyllandet av de horisontella målen hållbar utveckling och/eller klimat och miljö.	-
Mål 3	Insatsområde 5	L.50	Nya besöksmål	En fysisk plats som erbjuder en eller flera besöksanledningar och som tillkommit genom projektet.	-
Mål 1	Insatsområde 4	L.51	Återkommande evenemang	Evenemang som t ex festivaler, tävlingar, temadagar eller andra större marknadsförande och/eller identitetsskapande aktiviteter som tillkommit genom projektet med syftet att bli återkommande.	-

Lokal utvecklingsstrategi för Leader Linné Småland (2023-2027)

Remissversion (till och med 22 september 2021)

För att mäta infriandet av strategins mål 1 - *Människor känner vi-känsla och engagemang genom insatser året runt* - har totalt åtta indikatorer valts ut, vilka beskrivs/motiveras kortfattat i den följande texten. Strategin betonar vikten av att nya projekt skapar och etablerar nya strategiska samarbeten med mötesplatser som stärker det sociala kapitalet på orten. Det handlar här om att främja samtal, tillit, engagemang och gemensamt ansvar. Det första målet nämner betydelsen av vi-känsla, vilket handlar om glädje och om att inkludera människor. Mot denna bakgrund ses det som viktigt att prioritera projekt som skapar nya sådana nätverk och samarbeten (N.07) och som räknar in nya/fler organisationer som medverkar aktivt (L.30). Det samlade föreningslivet har redan idag en viktig roll i att skapa vi-känsla och positiva möten mellan människor. Det handlar om möten som förenar – mellan kulturer och över generationsgränser. Strategin söker därför räkna in projekt som skapar nya sociala sammanhang (N.05) och som inbegriper nya fritids- och kulturverksamheter (N.06) samt evenemang som arrangeras över hela året (L.51). Det ses som viktigt att projektsamarbete och sökta aktiviteter vittnar om nya metoder och sätt att arbeta (L.23). Till sist, strategin söker stärka de aktörer och organisationer som söker projektstöd inom detta mål genom att prioritera lärande och kompetensutveckling. Det ses här centralt att främja kurser och utbildningsinsatser (L.07) med deltagare som omsätter ny kunskap i praktik (L.11).

För att mäta infriandet av mål 2 - *Blomstrande företag och entreprenörsanda* - har totalt elva indikatorer valts ut. Med det andra målet vill strategin rikta fokus mot företag och entreprenörer i området med föresatsen att stärka såväl interna strukturer (till exempel personal, ledarskap, produktion) som externa (till exempel marknadsföring, försäljning, kundrelationer). Det ses som prioriterat att företag medverkar till och inom nya strategiska samarbeten tillsammans med andra (N.07), där strategin räknar in antalet parter i dessa nya sammanhang (L.30). Strategin ger, precis som vid det första målet, prioritet åt det interna lärandet via kurser och diverse utbildningssatsningar (L.07). Framgång mäts här i termer av att deltagarna erhåller ny praktisk kunskap (L.11), men även stärker sin hälsa genom att de uppmärksammas och får agera ihop med andra (L.32). Strategin ger, vidare, stöd till företagets professionella utveckling och förädling av varor, tjänster och arbetssätt som kan lyfta företaget på flera plan; till exempel ny kunskap, stärkt lönsamhet och humankapital. Positiv framgång bör, på sikt, komma hela leaderområdet till del genom att vinst och expansion leder till nya jobb, inflyttning och utbyggd samhällsservice. För att följa upp denna prioritering mäts tillväxt och sysselsättning bland projekten i leaderområdet (R.31). Det blir här centralt att lista nya produkter, tjänster och servicelösningar (N.03, N.04 och L.16) som vilar på nya metoder och sätt att arbeta (L.23).

För att mäta infriandet av mål 3 - *Tillgänglig natur och starka livsmiljöer med hållbara värden* - har totalt 15 indikatorer valts ut. Med det tredje målet tar strategin fasta på leaderområdet kanske viktigaste skatt, det vill säga naturen med

närhet till skog, vatten, frisk luft, stillhet och en unik miljö. Målbeskrivningen pekar mot det som är unikt för platsen idag, där betydelsen av begreppet hållbarhet knappast går att underskatta. Tvärt om, det tredje målet syftar till att skydda/bevara miljö och klimat för en långsiktig framtid, men även till att tillgängliggöra naturen för både boende och tillfälliga besökare. Det ses som viktigt att stärka redan starka livsmiljöer som främjar individens hälsa, rekreation och möjligheter att stressa av. Som för tidigare mål trycker strategin på betydelsen av nya samarbetskonstellationer (N.07) där nya och fler organisationer engageras (L.30). Det är, kopplat till målet, av central vikt att nå ut till och inkludera aktörer som har en 'grön profil' och som jobbar för minskad miljöpåverkan (L.36), till exempel genom närproduktion, lokala lösningar, energieffektivisering, återvinning, återbruk eller andra metoder som vittnar om hållbart tänkande. De projektparter som beviljas medel ska ges möjlighet till lärande genom kompetenshöjande satsningar (L.07), där deltagarna erhåller ny praktisk kunskap (L.11). Men projekten ska, minst lika viktigt, stärka och utveckla ekonomin på landsbygden (R.32) genom lansering av nya produkter, tjänster och servicelösningar (N.03, N.04, L.16 och L.23) som knyter an till naturen och dess resurser. Strategin vill, som nämndes, tillgängliggöra naturen för boende som vinner på projektdeltagandet i form av förbättrad hälsa (L.32). Men det finns även en stor potential i att rikta insatser mot turismsektorn och etablera helt nya besöksmål i leaderområdet (L.50).

Slutligen, för att mäta infriandet av strategins mål 4 - *God service på nära håll* - har totalt nio indikatorer valts ut. Strategin har i tidigare delar betonat betydelsen av tillgång till god samhällsservice för att människor ska kunna bo och verka på landsbygden. Samma logik styr rimligen även beslut om en individ eller familj ser det som möjligt att lämna staden och flytta ut på landet. Med god service avses exempelvis skola för barnen, tillgänglig omsorg, närhet till livsmedelsaffär och fungerande kommunikationer. Men god service kan ha fler skikt än så och – nu eller på sikt – även inkludera digitala dimensioner. Strategin prioriterar, även för detta fjärde mål, strategiska projektsamarbeten som innefattar nya nätverk (N.07) och organisationer (L.30). Nämnda partnerskap kan med fördel förena privata, ideella och offentliga aktörer via gemensamma satsningar som syftar till såväl intern som extern utveckling. Sökta projekt kan ha ansatsen att stärka lärandet via olika typer av kompetensutvecklingsinsatser (L.07), vilka ger ny praktisk kunskap till personal, ledning och organisationen i stort (L.11). Men satsningarna kan även vara mer externa genom att god service kanaliseras genom framtagandet av nya produkter, tjänster och servicelösningar (N.03, N.04, L.16 och L.23). Strategin ser positivt på nämnda initiativ som samtliga pekar i riktning mot god och tillgänglig service inom räckhåll, vilket på sikt stärker ekonomin i leaderområdet (R.32).

5 Genomförande

Intern textdel som skrivs klar vid slutet av september 2021.

6 Organisation

Intern textdel som skrivs klar vid slutet av september 2021.

7 Uppföljning och utvärdering

Intern textdel som skrivs klar vid slutet av september 2021.