BILAGOR

LEADER ÖSTRA SKÅNE UTVECKLINGSSTRATEGI 2023–2027

Bilaga 1. Geografisk avgränsning

Bilaga 2. SWOT-analyser

Bilaga 3. Finansieringsplan

Bilaga 4. Urvalskriterier

Bilaga 5. Aktörer i partnerskapet

Bilaga 6. Intressentdialoger och förankring

Bilaga 7. Omvärldsanalyser

Bilaga 8. Kommunikationsplan

Bilaga 9. Strategier och planer

Lokalt ledd utveckling

LEADER ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Bilaga 1. Geografisk avgränsning

Leaderområde: Leader Östra Skåne

Kommun	Kommunnamn	RegSO
1256	Östra Göinge	Alla
1265	Sjöbo	Alla
1270	Tomelilla	Alla
1272	Bromölla	Alla
1273	Osby	Alla
1275	Perstorp	Alla
1286	Ystad	Alla
1290	Kristianstad	Balsby-Österslöv-Fjälkestad
1290	Kristianstad	Degeberga-Everöd-Vittskövle
1290	Kristianstad	Fjälkinge-Arkelstorp-Bäckaskog
1290	Kristianstad	Hammar-Hammarslund
1290	Kristianstad	Helgedal-Norra Åsum-Gärds Köpinge
1290	Kristianstad	Linderöd-Träne-Äsphult
1290	Kristianstad	Nosaby-Möllebacken
1290	Kristianstad	Tollarp
1290	Kristianstad	Viby-Rinkaby
1290	Kristianstad	Åhus centrum-Transval
1290	Kristianstad	Åhus norra
1290	Kristianstad	Åhus södra-Yngsjö
1290	Kristianstad	Önnestad-Färlöv-Skepparslöv
1291	Simrishamn	Alla
1293	Hässleholm	Alla

Bilaga 2. SWOT-analyser

Innehåll

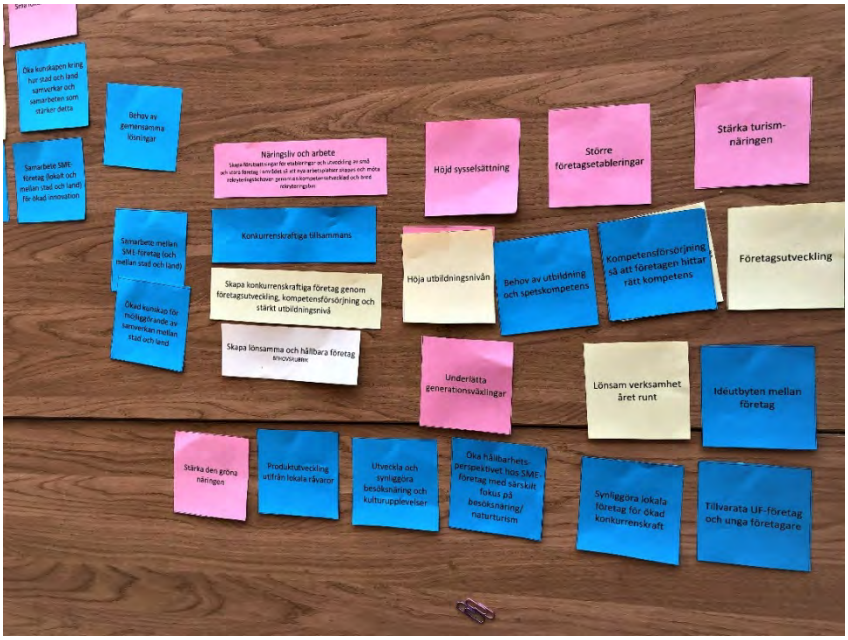
Introduktion 1
Skånes Ess 2
SWOT-analys: Platsattraktivitet, värderingar och identitet 3
SWOT-analys: Social inkludering och påverkansmöjligheter 6
SWOT-analys: Konkurrenskraft och ekonomisk tillväxt 8
SWOT-analys: Ny grön giv – bioekonomi och hållbarhet 10
Skånes Ess – identifierade behov och tänkbara utvecklingsområden 12
Leader LAG PH 14
SWOT-analys: Ny sysselsättning 14
SWOT-analys: Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden 14
SWOT-analys: Utveckla ekonomin på landsbygden 14
SWOT-analys: Antal understödda strategier för smarta landsbygder 15
SWOT-analys: Andel av befolkning på landsbygden som tar del av förbättrad tillgång till tjänster och infrastruktur 15
Identifierade behov 15
Identifierade utvecklingsområden 15
LEADER Sydöstra Skåne 16
SWOT-analys: Den sociala dimensionen 16
SWOT-analys: Den ekonomiska dimensionen 17
SWOT-analys: Den ekologiska dimensionen 18
Identifierade behov 19
Identifierade utvecklingsområden 19

Introduktion

Var och ett av de tre leaderområdena som påbörjade strategiframtagningen hade genom en bred förankring tagit fram ett gediget SWOT-underlag. Denna bilaga innehåller sammanställningar av respektive leaderområdes SWOT-analyser.

Utifrån dessa SWOT-analyser prioriterade därefter respektive område sina behov och förslag på tänkbara utvecklingsområde inför en gemensam målverkstad. Denna bilaga innehåller även de tre leaderområdenas prioriteringar av behov och utvecklingsområden.

Figur 1 Framtidsgrupperna på målverkstad



Figur 2 Stor samstämmighet i analyserna - en färg för varje leaderområde

Skånes Ess

Nedan följer en klustrad sammanställning av sammanlagt elva SWOT-analyser genomförda februari-april 2021.

Initialt gjorde LAG en övergripande SWOT för samtliga perspektiv på leaderområdet. Därefter gjordes fördjupade SWOT på tema (*konkurrenskraft, social inkludering, smart villages och platsattraktivitet)* med utgångspunkt i EU:s sex prioriteringar för 2019–2024.

Utifrån LAG:s analyser planerades sex tema för allmänheten. Respektive träff inleddes med en inspiratör och därefter slumpades deltagarna in i breakoutrooms för att delta i workshop och göra en gemensam SWOT på kvällens tema (*platsattraktivitet, innovation & företagande, kultur, historia och identitet, miljö & klimat, ungdom samt engagemang & delaktighet*).

SWOT-materialet har efter genomgång i arbetsgruppen sorterats och klustrats i ytterligare en tematik utifrån de särdrag som framträtt. Framtidsgruppen har sedan identifierat ett antal förutsättningar och behov relevanta att arbeta vidare med i tänkbara arbetsområden.

SWOT-analys: Platsattraktivitet, värderingar och identitet

STYRKOR

- BOENDEMILJÖ och LANDSBYGDSMILJÖ: Variation av boenden – bo både långt ute på landet och inne i staden. Variation av boenden – gård, villa, lägenhet. Billigt boende/kostnadseffektivt boende (lägre än övriga Skåne). Läget är lite mitt i; Blekinge, Småland, Danmark. Nära till storstäderna och Sjöriket. Vi har visat under pandemin att vi inte behöver pendla i den utsträckning som förr. En plats som ger inspiration och energi. Naturnära boende. Trevligt boende i agrar produktionsmiljö. Landsorter. Det är mer avslappnat på landet, många upplever trygghet och lugn i att känna varandra. Balansen mellan landsbygden och staden, kultur, nöjen, idrott och handel. Man kan se där maten växer. Nära mellan producent och konsument. Trend - tillbaka till landet, pandemin.
- KULTUR & HISTORIA - ÖVERGRIPANDE: Rik historia och många olika typer av kultur. Väldigt mycket olika saker på liten yta. Positiv kulturkrock mellan olika regioner, men också något eget. Vi kan locka från närliggande orter genom att ta vara på vårt eget kulturarv. Gott om gamla industribyggnader som ger förutsättning för att skapa kultur. Alla byar har en speciell historia och kultur fastän man inte alltid tänker på det. Många är stolta över sin hembygdshistoria, speciellt landsbygden. Stor livsmedelsproduktion: även historiskt. Finns många kulturföreningar etablerade. Ganska bra mediatäckning, K-bladet Norra Skåne, ganska lätt att få täckning.
- KULTUR - SPECIFIKA EXEMPEL: Stadsmiljö Kristianstad. Fossila fynd. Många hembygdsmuseer. Stengärdena. Historia om snapphanarna. Att Skåne var danskt. Kyrkor från 1100-talet, slott mm. Många slott och deras historia. Svarta bergen/stenhistoria. Ålafisket och brännvinet. LO Smith och gamla bränerier. Iföverken och keramikhistorien i Bromölla. Kulturellt kapital: Naturum Vattenriket, Ålakusten, Wanås, Ifö Center, konstrundor, Svarta Bergen, Sliperiet Gylsboda, Lekoseum, Absolut, Absolut Home. Rix FM: Det är populärt och människor från hela Skåne kommer för att se på. Bra gatukonst.
- NATUR: Vår skiftande natur och närhet till både skogar, sjöar, öppna ängsmarker och hav. Alla naturtyper – allt från hav till skog till åkrar till stengärden. Olika naturtyper; hav, sjöar, skogar, ”mångfald” den varierande kusten, sandstränder. Unik natur. Naturen ett mervärde. Sveriges sydligaste vildmark.
- FRILUFTSLIV/BESÖKSNÄRING: Fiske både i hav och sjö. Fiske både vinter och sommarpilkning t ex, fritt fiske i Hjärtasjön och Osbysjön. Bra naturnära vandringsleder. Rik variation på naturupplevelser. Action sport ex rebel park, wake board, parkour i Bromölla. Många golfbanor. Vångabacken, längdskidspår. Kjugekull – bouldering. Många evenemang, både stora och små. Sätter vårt område på kartan. Ex. Handbollen, sydvenska rallyt, Vikingamarknaden, Cykeldagarna, badstränder. Bockeboda, Ryssberget, Kjugekull, Sporrakulla. Konferensanläggningar, Café/restauranger
- KOMMUNIKATIONER: Bra kollektivtrafik så nära till allt. Bra kommunikation/transport/infrastruktur. Kristianstad Österlen Airport. Nära till Köpenhamn/Kastrup och Stockholm med tåg. Flygplats, inkl. internationell. Hamnar. E22. Järnväg – Skånebanan
- NÄRHET: Nära till allt, allt finns tillgängligt. NÖ Skåne har relativt korta avstånd mellan stad och landsbygd. Närhet till naturen, stränder, sjöar, kultur och jobb. Man upplever det som mer barnvänligt. Nära till...Köpenhamn, Europa, Stockholm... enkelt att ta sig dit man vill. Närheten, lugnet - och ändå nära till städer och skolor, inklusive högskolor. Balans stad och land- vi

SVAGHETER

- BOENDEMILJÖ: Ifall vissa områden blir för populära så bygger man för mycket på just dom ställena. Hotell, B&B, vandrarhem. Dåligt med konferensmöjligheter. Uteliggare vid skolan, mycket vid norretullskolan. Mycket knark. Otryggheten - Ex näsby samt andra byar som är långt ifrån polis mm. Bli en bra plats på kvällar och nätter och inte bara dagarna. Belysa upp exempel.
- KULTUR & HISTORIA: Få känner till vår historia. Hemmablinda. Det finns människor med potential men som inte alltid kan få stöd eller bidrag. Fånga upp ungas intresse: Det finns svaghet i att fånga barns och ungas intresse inom kultur. De tror kanske inte det är intressant - förutfattad mening. Det händer mycket annat. På en mindre ort är det lätt att tro att det inte finns underlag för särintresse, men vi behöver testa att våga vara udda och göra kluster kring det vi är intresserade av fast det är smalt. Inte många känner till Skånes enda kulturreservat. Svårt att hitta samarbetspartner inom kultur.
- KOMMUNIKATION: Borttagen kollektivtrafik: Ungdomar och äldre har svårigheter att förflytta sig om utbudet inte finns. Kollektivtrafiken är inte tillräcklig alltid ute på landsbygden. Kunna röra sig mellan kommunerna.
- SERVICE: Bristande infrastruktur: Både vägar, elnät och bredband.
- Lägenheter och serviceboende för äldre i minde byar. Utbudet av restauranger och caféer, vegan och vegetariskt sortiment. Svårt o dyrt att parkera.
- UTBILDNING: Fokus på distansutbildning. Forskning.
- AVSTÅND: Måste ha bil för att kunna bosätta sig på landet. = villkorad boendemiljö. Långt till badplatser då man bor i stan. Tillgänglighet- Geografiskt - beroende av andra för att komma dig, Tider - sena tider mitt i veckan för yngre, Kostnaden - som gör att det exkluderar.
- MÄNNISKOR, ENGAGEMANG & GEMENSKAP: Mötesplatser och samlingslokaler för unga saknas. - ex gallerie boulevard. Inte bra samverkan. Svårt att göra sin röst hörd. Mycket tas för givet. Vi är inte bra på att marknadsföra. För lite gräsrötter, det kommer för lite underifrån, inte lika öppna. Engagemang och dör ut när starka krafter försvinner.
- MÄNNISKORNA, SAMHÄLLET, VÄRDERINGAR: Kristianstad och Hässleholm ska vara loken, men vi upplever inte alltid att det funkar. Hybris, en viss övertro på sig själv i Kristianstad. Brist på långsiktighet, kortsiktiga lösningar. Rädslor ex nyanlända. Landsbygdspolitiken. Att man ser vårt hörn som tärande. Vi ska vara tysta och snälla. Brist på självinsikt, stolthet. Jante mentalitet. Avundsjukekulturen. Bättre förr" "så har vi aldrig gjort". Det finns inte storstäder i nordöstra Skåne och vi blir vana att åka till andra för att konsumera kultur istället för att skapa eget. Storstäderna lockar mest, det är svårt att sticka ut och konkurrera. Kanske ger vi upp i förväg? Lättare för stor stad att synas. Men också att här finns en blyghetskultur som står i vägen för aktiviteter.

har bra balans mellan stad med butiker och natur. Alla känner alla, förtroende till varandra på grund av närheten. Nära till en storstadsregion.

- SERVICE: Bra sjukhus nära. Rehabilitering på landsbygden hjälper ens välmående.
- UTBILDNING: Högskola i området. Naturbruksskola i Önnestad. Gymnasium: Finns många skolor med många olika program. Likaså så har vi öppnat för byskolor för att specialist lärare typ språk inte nödvändigtvis behöver vara på plats för att ha lektion då den vanliga läraren sköter elever och frågor.
- FÖRENINGSLIV: Vi har ett rikt och aktivt föreningsliv, med både idrott och kultur. Idrottsföreningar och liknande som driver vidare byarna.
- HÄLSA: Ideellt engagemang kan minska psykisk ohälsa. Idrottsföreningar bidrar till bättre hälsa.
- MÄNNISKOR, ENGAGEMANG & GEMENSKAP: Lokalkännedom, "alla känner alla", trygghet. En kultur av att hjälpas åt. Fostrad i det via vägsamfälligheter, föreningar mm. Det finns ett stort engagemang och hjärta för platsen. Man kan ofta märka skillnad på hur människor beter sig i stan och sedan ute på landsbygden. Det positiva med landsbygden är att många fler vågar prata med varandra, alla känner alla mentaliteten och även något så enkelt som att man hälsar på varandra gör stor skillnad med gemenskapen i samhället. Socialt kapital. Lokala mål i mindre orter, finns mycket "byaanda". Det finns gott om mötesplatser på landsbygden. Starka lokala drivkrafter. Stor invandring = mångkulturellt. Eldsjälar och konstnärer.
- SAMHÄLLE: En uttalad politisk ambition att jobba med landsbygdsfrågor, både hos tjänstemän och politiker att utveckla landsbygden. Finns möjligheter att söka ekonomiska bidrag. Ett gott samarbetsklimat mellan våra kommuner. Det ideella engagemanget bidrar till by- och platsutveckling samt att öka utbudet av aktiviteter. Engagemang är geografiskt gränsöverskridande, skapar nätverk och minskar konkurrenstänk.

MÖJLIGHETER

- BOENDEMILJÖ: Bygg studentbostäder så fler stannar kvar i Nordöstra Skåne och studerar. Att vara utgångspunkten istället för utflyktspunkten. Trenden att bo i hem med historia – en bygd med historia är mer attraktiv. Fritidsboende kan vara en möjlighet när hus faktiskt används och tas om hand. Aktiv dialog med fastighetsägare till övergivna hus/skräpiga tomter. Pandemin gör att urbaniseringen har minskat och att fler vill flytta ut på landet. Centralt och nära till mycket. Malmö- Karlskrona-Växjö. Nära till jobbmöjligheter i tex Lund och Malmö. Billiga lokaler. Väcka kollektivboendetill liv igen t ex i naturen. Inventera och låta renovera ödehusen. Kollektiva fritidshus. Naturnära boende. Goda ambassadörer: Ungdomar som väljer att flytta tillbaka. Det är bra med de erfarenheter och perspektiv som tas tillbaka.
- KOMMUNIKATIONER: Kollektivtrafikens pluslinje: Bra tanke, kan byggas ut mycket!
- SERVICE: Bensinstationer, eller nu för tiden laddstolpar. Bibliotek. Utveckla befintliga noder, ex Huaröd, lanthandel och lunchservering, utvecklat föreningsliv. Samarbeta, ta hjälp av varandra (ideella, privata, offentliga) av att sköta service. Få mer ut av pengarna och få ett större engagemang för byn. Ex. Varubuss. Kanske få hjälp att samarbeta på något sätt. Landsbygdsråd, bygderåd etc. kan vara kommunikationsvägar. Att stadsbor flyttar ut på landet, de kräver bättre service.
- UTBILDNING: Högskolan i Kristianstad (Gastronomiprogrammet, Ölbryggning, Landskapsvetarprogrammet). Bredd på gymnasieutbildningar. Möjligheter till breddade och fördjupade utbildningar. Krinova. Livsmedelsproduktion.

HOT

- BOENDEMILJÖ: Ökande klyftor mellan stad och landsbygd, tex där unga måste flytta för att få jobb. otrygghet med kriminalitet. Att det blir så dyra bostäder man får kanske ingen egen bostad då man skall ha eget. Gängkriminalitet och droger: Speciellt i utsatta områden. Bank: Svårt att låna pengar för att bygga på landsbygden. Få ungdomarna att trivas! Uppförsbacken: Det blir svårt att vända backen tänker jag, uppförsbacken från Malmö-Lundhållet och hit. Jobba med attraktiviteten: Det är ett pågående arbete och för att komma vidare behöver vi fortsätta det arbete vi startar upp här och löpande jobba med frågan. Våra resurser måste användas för att ha ett värde. Hot mot ”landsbygdens ljud” om alltfler turister kommer hit för rekreation. Balansgång mellan att bevara och förändra/utveckla. Länsgränser (och kommungränser ibland).
- KOMMUNIKATIONER: Vi är inte ett kollektivtrafiktätt stråk – neddragning på bekostnad av landsbygden och närhet. Drivmedelspriser och elförsörjning. Sydostlänken i Blekinge: mindre trafik ger mindre satsningar på utbyggnation av infrastruktur. Infrastrukturen/kommunikationsmedel -Svårt att ta sig och utarmar landsbygden.
- SERVICE: Ev. avsaknad av fiber. Att utbudet minskar och affärer läggs ner. Att behöva lägga ner skolor. Inte samma tillgång till service, butiker, nätverk m.m. Centralisering: Kommunikationer, skolor, flygplatsen, centraliseringen till städerna... Gallerior som tar över innerstaden. Utdöende centrum och småbyar. Försvårar för alla generationer - framförallt för äldre som har svårare att förflytta sig. När service försvinner: Tandläkare,

Gymnasier (Rrksgymnasiet, naturgymnasier). Folkhögskolor (Önnestad, Furuboda, Glimåkra).

- MÖTESPLATSER: Ungdomar behöver någonstans att vara. I dag är man på privata fester. Man vill träffa under andra omständigheter. Ställen man kan göra någonting med; Folketshus i Bromölla, Sommarlustområdet, Gallerian, Kantarellen, ödehus, rotunda vid Ekenabben, Kan föreningslivet anpassas så att de möter dagens ungdomar på ett bättre sätt? Ungdomar 13-18. Då man även pratar ungdomars språk och möter dem på deras arena. Det saknas mötesplatser för unga (förutom sport, festplatser och skola). Ex musik, gaming, youtube m.fl.). Fritidsgårdar/mötesplatser även för äldre. De som är äldre tror inte att de är äldre än. Äta god mat, lyssna på musik och umgås tillsammans. Att skapa en trygghet och större möjlighet för unga och för folk som vill utföra sina fritidsintressen i den ort de bor. Helt enkelt göra det lättare och mer tillgängligt att utföra olika saker på fritiden utan att behöva pendla en oerhört lång sträcka. Lyft fram - om de kunde kan vi. Var glad över vad som görs. Det inspirerar till mera engagemang. Mer skryt och mer beröm. Ett gemensamt ställe att presentera aktiviteter, festivaler mm. koppla det kulturella till föreningslivet. bygga upp och satsa på kommunen.
- MÄNNISKORNA, SAMHÄLLET & VÄRDERINGAR: Att öva på att ändra sociala "spärrar" så vi vågar mer. Samla en gemensam målbild för att få politiken att jobba med landsbygdsfrågor. Ha en större hållbarhetstanke i framtiden för projektansökningar och tänk. Hur gör vi ett hållbart evenemang t.ex.? Tryck mer på hållbarhet! Vi behöver hjälpa till att få våra företag och föreningar i området att bli mer hållbara. Landsbygden – den nya trenden. Det mångkulturella. Korsbefruktning.
- HISTORIA & TRADITIONER: En historisk bygd – snapphanarna men också industrin. Torvindustrin. Arbetarhistorien/hembygdshistoria. Läge för generationsskifte (dock - även svaghet...). Lokala möjligheter: Lokala föreningar har lättare att locka folk. Hembygdsföreningarnas roll är stora möjligheter. Gårdars historia Mat och dryck lockar många: historisk skånsk mat såväl som mat från andra kulturer. Mångkultur, många invandrade möjligheter med mat och andra uttryck som mixas med gammalskånskt och blir nåt nytt, unikt.
- KULTUR: Samarbete och samverkan: Att kulturella föreningar och projekt kan samverka i större utsträckning för att lyfta ett intresse bland besökarna. Att få mer information om sin ort för att kunna medverka. Få in mer ungdomar i föreningar. Samverkan över kommungränserna. Media: Att använda sociala medier ger många möjligheter för kultur. Att jobba på "ambassadörskap" och på ett mer inbjudande klimat, att utmana varandra att vara med och att våga, att sluta vara så bekväma. Koppla kultur och historia till aktiviteter. De olika biblioteken är en väldigt bra möjlighet. Att ta tillvara på något litet lokalt och sätta ihop det med ett större globalt eller regionalt nätverk. Lära oss av andra kulturer: ex grödor och odlingssätt, hälsa o mat kopplat till aktiviteter. Mer kultur i läroplanen. Blanda olika sorters kultur som tilltalar olika grupper. Uthålliga kulturella nätverk. Visioner behövs inom kultur. Interdisciplinärt gränsöverskridande samarbete. Dryckeskultur: vinodling, ölbryggerier, Absolut, Kombucha, humleodling. Helgeåns vänner, kan nyttjas av alla för framträdanden. Bättre på att marknadsföra, även lokalt t ex Örnanäs kulturreservat.
- NATUREN: Att själv vara/att få vara ifred/lugn och ro/ kunna röra sig fritt. /få röra sig bland djur och natur. Vi har naturen, egna idéer, gott om plats och människorna. Vi kan bygga upp nåt eget. Det finns. Många som vill starta nåt nytt. Ofta är det bara att börja så kommer fler. Det behövs nån som sätter igång och agerar katalysator.

apotek, bensinmackar, mataffärer mm. Hot mot landsbygden som utarmas om det inte finns ett utbud och alla åker till "stan".

- UTBILDNING: Utbildning och arbetstillfälle: A och o för att få ungdomar att stanna. Försvagad högskola. Brist på studentliv.
- GEMENSKAP: Att många väntar på att andra ska agera och ta tag i saker. Finns inte samma möjligheter till att driva vidare idrottsföreningar. Att det blir sådan stor skillnad mellan rika o fattiga. Revirtänk/konkurrenstänk. Bristande stolthet hos invånarna. Vi ser inte möjligheterna i samarbetsformer, ex i paketering av mat, boende och aktiviteter. Boende betalar för platser, besökare sliter på den. Dålig självbild. Många betalar hellre för att sina barn ska ha en aktiv fritid än engagerar sig ideellt.
- SAMHÄLLE & POLITIK: Det finns ingen gemensam samsyn i de olika myndigheterna. T.ex. nedsläckning av belysning i landsbygden – många intressenter hittar inte samsyn. Närhet till storstadsregionen och dess negativa syn på landsbygden. De ger bidrag till landsbygden men satsar på/investerar i staden. Alla områden vill inte växa med inflyttning. Bankernas attityd till utlåning och hantering av pengar och avgifter fast vi gör jobbet. Strandskyddet är ett hot för delar av området. Klimat, erosion, översvämning. Fiskdöden. Polariseringen i samhället ökar, delningen i samhället ökar. Synen på de agrara näringarna, minskad respekt, förståelse för verksamheterna. Medborgarna kommer allt längre ifrån jordbruket. Politiska beslut som missgynnar landsbygden. Ex. vattendirektivets tredje steg. Strandskyddet. Bevarande lagar kontra nya.
- NATUREN: Att man förlitar sig för mycket på turismen. Ta hänsyn till naturen: Vi vill att alla ska ut i naturen, men vi glömmer ibland hänsynen till både naturen och markägarna. Klimatförändringarna. Att byn blir en turistmagnet med bara sommarhus: det dödar byar på Österlen idag ingen bor där på vintern affärer stänger på vintern.
- KULTUR: Brist på pengar: Konkurrens med andra verksamheter. Större städer drar redan mycket pengar och kultur. Man behöver fördela olika bidrag jämlikt. Många bidrag kommer från skattepengar, mycket skattepengar i framtiden kommer behöva gå till andra ändamål såsom äldreomsorg med mera. Alltså kanske mindre pengar till kulturen. Saker (kultur) skall vara lättillgängliga även i landsbygden. Pandemin. ”Fat and happy"- ointresse för andra. Bekvämhet och lathet. Feghet. Många gömmer intresse för kultur, och är dömande mot andra och deras initiativ. För få som engagerar sig. Dålig tillväxt för engagemang: De flesta som är engagerade är över 50 - få med de unga. Inställning till kultur som "grädde på moset" men är egentligen tallriken/förutsättningen. Fördomar mot landsbygden, spec. bland yngre om möjligheterna på landet. Även från vuxna mot yngre företagare. Ger tveksamhet, vänta på ngn annan, osäkerhet... Ingen stolthet över vårt område, historia och vad vi gör.

Kunna använda sig av närodlat och stötta det i närheten. Kommunernas olikheter: Kommunernas olikheter blir Skåne nordost unicitet, stad, land, hav, skog och sjö. Bokskogen. Sveriges sydligaste vildmark. Mossar. • FRILUFTSLIV/BESÖKSNÄRING/FRISKVÅRD: Göra stugorna vid lerjevallen lättare att boka för privatpersoner. Att kunna komma tillbaka livet fortare efter gått in i vägen ex. Skapa strukturer för att ta emot besökare och slitage pga. besök. Marknadsföra nya trender såsom actionsporten, naturboende, naturturism. Nya mattrender, "edible table". Hemturism, för dem som bor här. Samverkan mellan evenemang. Fler boenden: bed&breakfast, vandrarhem. Hemestra: ta tillvara den svenska turismen. Kallbad kopplat till hälsa och natur: Fler bryggor och bastuhus.	

SWOT-analys: Social inkludering och påverkansmöjligheter

STYRKOR	SVAGHETER
• VÅR PLATS: Balans stad och land. Det finns ett stort engagemang och hjärta för platsen. Man kan ofta märka skillnad på hur människor beter sig i stan och sedan ute på landsbygden. Det positiva med landsbygden är att många □er vågar prata med varandra, alla känner alla mentaliteten och även något så enkelt som att man hälsar på varandra gör stor skillnad med gemenskapen i samhället. Att vara lokalt förankrad. Att man är en del av samhället skapar möjligheter. Inte lika många i din bransch, lättare att vara unik: Lättare att nå igenom bruset. Alla har en nära dialog på mindre orter Detta är en styrka på landsbygden. Vi har nära till varandra. Makt att påverka, utrymme att skapa och vara kreativa. Mindre orter ger snabbare integration (av nyanlända). • UNGAS DELAKTIGHET: Vissa kommuner har ungdomsråd där unga får dela med sig av tankar till de som fattar besluten. Att kunna umgås med alla åldrar. Satsa på ungdomen. Skånes Ess bidrag till unga. Finns äldre entreprenörer som gärna delar med sig tillmorgondagens entreprenörer. Feriearbete (födda 04 och 03) som får en möjlighet att arbeta trots att en är ung. Det finns ambitioner att jobba med unga! Ungdomarnas engagemang: Detta en styrka som vi arbetar med i detta arbete, vilket är väldigt kul. Elevråd på skolor (detta är dock något som också kan utvecklas.) • SAMHÄLLE & POLITIK: Man har lätt till kontakt med sin kommun: Du blir inte lika mycket "en i mängden" Kommunen lyssnar på de yngre. Goda erfarenheter av att unga får vara med och påverka. Skånes Ess Ungdomsrådet ger ett bra stöd som unga behöver. Det finns tjänstepersoner på kommunen som lyssnar på unga. Unga kan vända sig till tjänstepersoner som ska vara tillgängliga. Nås via Kristianstad.se (idrott, kultur och fritid, kommunledningskontoret m.fl.). Mindre kommuner ger en mer tillgänglig politik. Medborgarförslag för enskilda personer (finns detta i alla kommuner). Byalag bra som remissinstanser. • FÖRENINGSLIV: Rikt föreningsliv med både idrott och kultur • Idrottsföreningar och liknande som driver vidare byarna. Föreningsliv ger mer påverkansmöjlighet än enskilda personer. • MÖTESPLATSER: Målgruppsöverskridande mötesplatser och aktiviteter – gränsöverskridande möten. Bokbuss.	• MÖTESPLATSER FÖR UNGA: Mötesplatser och samlingslokaler för unga saknas. (förutom sport, festplatser och skola). Ex musik, gaming, youtube m.fl.). Mötesplatser finns med är inte alltid kända och vilka möjligheter det ger - synliggör och marknadsför. För lite att göra på mindre orter. Det krävs ett stort föräldraengagemang som möter upp och lotsar rätt. Det saknas något att göra för ungdomar i åldern 13-18 som slutat i föreningslivet eller aldrig hittade något som passade dem. Tillgänglighet -Geografiskt - beroende av andra för att komma dig, Tider - sena tider mitt i veckan för yngre, Kostnaden - som gör att det exkluderar. • JOBB FÖR UNGA: Det kan vara svårt att matcha unga med jobb. Ibland saknas mod, stöd, trygghet, kunskap och strukturer för att starta upp nåt nytt. Hur vågar man prova? Hur hittar man likasinnade? Hur hittar man information, mod och stöd? Svårt att få jobb - inte alla som vågar satsa på unga. Våga ge ungdomar jobberfarenhet. Mer kommunikation skulle kunna gå via skolan. Många unga har åsikter men vill inte "ta det till pappret" och påverka. De säger saker/klagar men gör inget åt det. Då söker de sig inte till ex kommuner. Vågar inte göra. • UNGAS DELAKTIGHET: Beslut tas utan att ungdomars röst får höras: Exempelvis distansundervisningen våren 2020. Beslutet togs utan att ungdomar fick sin röst hörd. Ungdomarna involveras inte i tid. Ungdomarna lämnas utanför när beslut tas. Ungdomar borde inkluderas mer. Detta gäller överallt exempelvis samhället/skolan/föreningar. Många vill arbeta med unga, men unga vet inte att möjligheten finns. Man måste marknadsföra sig själv bättre. Släppa fram de yngre. Fler ungdomsråd behövs, även på små orter. Ungdomsråd saknas i Osby, Östra Göinge och Bromölla. Svårt för kommunerna och de som bestämmer att nå ut till ungdomarna. Många har åsikter och saker att förändra men vet inte vart de ska vända sig! Använd sociala medier, elevråd, skolor, ungdomsråd. Ex kan medborgarcenter användas - vilken fråga som helst. Medborgarförslag finns, ex vi vill ha en skateboardramp så kommer frågan till rätt person. [Föreningar] bjuder inte in ungdomar på samma sätt, uppmana och uppmuntra fler unga till att engagera sig. Svårt när det ligger på någon annan exempelvis föräldrarnas engagemang för att kunna vara delaktig. • AVSTÅND & TILLGÄNGLIGHET: Distans till olika sociala aktiviteter. Kunna röra sig mellan kommunerna. Fritidsgårdarnas tillgänglighet – hur kan man ta sig dit? • MÄNNISKOR & GEMENSKAP: Människor behöver våga prata med främlingar. Vi behöver jobba på mer

	go stämning generellt. Vara mer sociala, generösa, lite "bjussiga", heja på nån man inte känner, le, var välkomnande. Var hjälpsam och vänlig mot främlingar och grannar. Olika grupper tex olika åldrar är rädda för varandra. Jobba mot fördomar. Brist på info om hur man engagerar sig- Många är osäkra också. Ofta äldre som engagerar sig än yngre -Svårt att ta del av ungas perspektiv. Hur får vi ungdomar att fortsatt vara aktiva i föreningslivet även om de inte vill bli proffs? Vilka ”nya” föreningar ska skapas för att möta dagens ungdomar? Föreningar pratar om att de vill nå nya medlemmar men har långt från ord till handling. - Man vet inte riktigt hur man ska gå tillväga exempelvis att nå ungdomar. Engagemanget hänger på fåtalet eldsjälar och om de försvinner så tappar man fart eller försvinner. Det behövs en långsiktighet i återväxten. Alla tar inte möjligheten till delaktighet seriöst: Alla har olika intressen och en del unga inte intresserade. Slutna sällskap som missar nya idéer.
MÖJLIGHETER • MÖTEN ÖVER ÅLDERSGRÄNSER: Fria diskussioner över åldersgränser och andra gränser. Lyssna på unga i föreningar till exempel. Ta vara på varandra, unga lyssna på äldre och vise versa för att dela med sig av tankar och idéer. Multi-generations kontakter. ungdomar - familjer - pensionärerna, alla har sin roll, man måste våga starta! Det finns möjligheter att skapa mötesformer där unga också kan vara med. Besöka skolorna mer för att nå ungdomarna. Information. Att kommunicera på samma plattformar. Skolor är en bra plats att hitta unga. Samverka och prata. Digitala möten fungerar väldigt bra .Instagram kan vara bra, om man lyckas dela runt tillräckligt mycket. Jag som ung vill prata med personer som är väldigt aktiva i samhällsfrågor, för att bli inspirerad och se vilken väg jag vill gå. • FÖRNYA FÖRENINGSLIVET: Starkt föreningsliv som kan anpassas det till dagens ungdomar och vad de vill utvecklas inom. Använda rätt "språk" för att nå unga. Hitta ämnen som engagerar flera målgrupper. Nå ut till unga på nya sätt, sociala medier och skolor. - Fråga ungdomar i närheten för att stärka engagemang och intresse att bedriva vissa föreningar vidare. Man kan gå med i en förening oavsett ålder - Idag går men ofta med som ungdom och det är ungdomar som bearbetas för att bli engagerade Marknadsföring - Berätta vad som finns. Söka medel - När insatser riktar sig mot barn och unga så finns det mer medel att söka. Invanda hjulspår - Länge sen det kom fram nya typer av engagemang/föreningar... Brainstorma för att nå ungdomar. Försöka engagera deltidsboende på landbyggden. Tex de som har sommarstugor med mera. Nya former av föreningar - Som intresserar ungas hobbys och intressen. Belöning som lockar unga - När de väl börjar engagera sig är man fast. Presentkort, resa eller annat. Lyft fram - om de kunde kan vi. Var glad över vad som görs. Det inspirerar till mera engagemang. Mer skryt och mer beröm. Titta på nya former för föreningar. • MÖTESPLATSER: Plats för unga: Ungdomar har inget ställe att ”gå till” så som vi äldre haft Sommarlust, kantarellen m.fl. I dag aktiverar och sysselsätter de sig själva och är ofta hänvisade till hemmafester. Få ungdomarna att trivas! Ställen att vara på! Ungdomar vill ha ställen att hänga på. Det finns! Möjligheter! https://bygdegardarna.se/skane/ Det finns musikstudios som har ledig kapacitet. Går det lösa att folk får boka in sig? Mobil fritidsgård – den kan ta sig dit ungdomarna är. Mobil fritidsgård för äldre, dvs pensionärer (tänk bokbussen). Ödehus – en möjlighet till allaktivitetshus?	HOT • TAPPA ELDSJÄLAR OCH ENGAGEMANG: Finns inte samma möjligheter till att driva vidare idrottsföreningar. Sämre nätverk. Avsaknaden av eldsjälar. Det finns för få som vill arbeta ideellt i framtiden. Digitala möten. Tröskeln blir hög när man behöver ha ett medlemskap för att vara med. Fördomar om att ideella engagemang är tråkiga. Det är svårt att få med nyanlända i föreningar/föreningslivet. • TAPPA DE UNGA – FÖRENINGLIV: Generationsväxlingarna-Kan leda till att föreningar lägger ner. Prioritering - finns inte många anledningar för unga att prioritera ideellt engagemang. Tiden är ett hot - Skolan och övriga intressen tar mycket tid. Finns mycket man önskar göra men hinner inte med allt man vill. Unga vill driva saker som de själva blir deltagande i, ex en mötesplats måste skapas nu, inte om fem år där de som har initiativet är "för gamla". Politiska processer och offentliga processer är tålamodskrävande (tar tid ;). • TAPPA DE UNGA: Kommunikationen med de yngre. Äldre förutsätter att man ska vara engagerade på ett visst sätt. Vi vet bäst hur man ska vara i samhället. Ungdomar är oroliga inför framtiden. Arbetslöshet och många år att studera ger minskat engagemang. Ungdomar tappar intresset när de inte får sina röster hörda. För lågt till tak. Att unga inte vågar yttra sig för de är rädda för att bli missförstådda eller att de ska yttra sig fel eller att de vuxna inte ska hålla med. Modet stoppar, en del unga vill vara i sin comfortzone. Ungdomar flyttar: Särskilt när de inte får sina röster hörda. • SAMHÄLLE OCH POLITIK: Om politiker inte stöttar och tror på föreningarna och därmed inte ger bidrag. Trendbrott. Tjänstemän och politiker måste vara tydliga: De måste vara tydliga kring vad som är möjligt att genomföra och inte. Inom politiken kan yngre inte få komma till tals. Politiker smyger undan när de upptäcker problem. Ex politiker som cyklar över vattenläcka men låtsas inte se. När tjänstemän lyssnar men inte tar hänsyn: Ungdomar tappar då sitt förtroende till de äldre. • FÖRSVAGAD DEMOKRATI: Hot mot vår demokrati om få för engagerar sig. Mindre engagemang bland människorna ger en svagare demokrati. - Fler människor rättar sig i ledet. • SAMHÄLLSKLYFTOR OCH FÖRDOMAR: Att det blir sådan stor skillnad mellan rika o fattiga. Nya svenskar ses inte som resurser. Fördomar på alla håll, mellan olika åldrar, och i rasism, sexism - alla möjliga fördomar är ett hot mot att folk trivs och har det bra tillsammans. Segregerade samhället gällande åldersfördelningarna. Ekonomiska möjligheter att

• FÖRENINGAR, SAMARBETE OCH NÄTVERK: Samarbeten: Få föreningarna att fungera enklare - för mkt byråkratijobb. Alla vill _göra_ saker, inte vara kassör... Ofta 20-40 föreningar i en ort. En överförening? Noder för föreningsstöd? Det ideella engagemanget bidrar till en bättre sammanhållning, gemenskap, samhörighet och ett bättre samhälle. Ideellt engagemang skapar innovation och nya idéer. Socialt kapital. Lokala nätverk- Bind samman och skapa kännedom om de som finns i närheten, längs samma väg osv. Idébank - en möjlighet att hitta partners eller sätt att växla upp. • JOBB FÖR UNGA: Få möjlighet att tjäna egna pengar. Helgjobb finns - men bör utnyttjas. Få veta hur de kan påverka. • SAMHÄLLE OCH POLITIK: Fler ungdomsrepresentanter. Fler ungdomsforum i näringslivet. Unga måste komma med inspelen för ungas verksamhet/mötesplatser. Genom att fråga hur ungdomar vill ha det - och att det därefter verkställs - kan öka engagemanget för unga. Ungdomar kan vara med i hela processen, från start till mål. Ungdomar vill vara med och påverka: Detta måste vi ta vara på. Att kommuner och de som bestämmer visar genuint intresse för att ungdomarna kan bidra. Skapa ungdomsråd där det saknas. Medbestämmande för lokal utveckling.	engagera sig bidrar till exkludering - Saknas pengar. Okunskap/ osäkerhet inför stora projekt, hur styra, ta ansvar. Jantelagen – negativa reaktioner. Envisa gamla gubbar och tanter som vet allt. Inte säga att unga inte har erfarenhet. Rädsla utgör ett hot för deltagande. Får alla vara med? • ANSVAR: Nånannanismen. Man förväntar sig att någon annan ska lösa allt. Inte så många vill arbeta ideellt under längre perioder. Om en mötesplats skapas kan den användas fel, ex sprit/alkohol och annat som gör att platsen inte känns trygg. Det finns en risk (tid och pengar) i att ta eget ansvar för mycket i det lilla samhället, om man tex ska driva skolan och annan service.

SWOT-analys: Konkurrenskraft och ekonomisk tillväxt

STYRKOR	SVAGHETER
• PLATS OCH KARAKTÄRISTIKA: Stark företagartradition - ett jäklar anamma. Bredd i vårt näringsliv, styrka i svåra tider. Divergerat näringsliv. Många småföretagare och föreningar ute på . Landsbygden som är starka i det de gör – företag på riktigt! Billigare lokaler på landsbygden än på tätorterna. Attraktiva hyror. God elförsörjning. UF-företagande är starkt, framförallt i Kristianstad och Bromölla. Stenindustrin med tillgång till goda råvaror med tradition och kunskap/färdigheter. • OLIKA BRANSCHER: Processindustrier. Tillverkningsindustrier. Techföretag. Miljöteknik. Besöksnäring. Stenindustrin – diabas. Livsmedelsindustrier/livsmedelsproduktion. Drycker - Balsby, äppelodlingar, Absolut, lokala bryggerier. Fisket längs Hanöbukten. Lantbruket – det produceras många olika saker. Skogsbruk. Småföretagarbygd/kultur Divergerat näringsliv. • GRÖNA NÄRINGAR: Ett brutet landskap skapar olika inriktningar inom jordbruk/skogsbruk – borde kunna utveckla de agrara näringarna. Lantbruket – det produceras många olika saker. Reko-ringar. • BESÖKSNÄRING/UPPLEVELSER: Turister: Vi får 1 miljon turister i Kristianstad varje år.2 milj. människor har 2 timmar från Köpenhamn/Malmö/Lund till Nordöstra Skåne. Bra naturnära vandringsleder. Unik geografisk plats. Innovativa företag som är världsledande i det de gör. Rehabilitering på landsbygden hjälper ens välmående. Slott, spökvandringar. Ålafisket. Världsarv. • INNOVATION: Högskolan. Ganska innovativa företag. • LIVSMEDEL: Matproduktionen är lokal. Vi har en stark livsmedelsproduktion. • KOMMUNIKATIONER: Bra kommunikationer, Tågförbindelser och närhet till E22. Närhet till mycket, Köpenhamn och Europa. Det finns en enorm marknad geografiskt: Vi kan sälja och etablera oss på stora områden jämfört med t.ex. Stockholm. Vi har stora möjligheter att nå övriga världen snabbt via Kastrup samt god kollektivtrafik i Skåne.	• UTBILDNING & KOMPETENS: Att hitta kompetent personal, att rekrytera spetskompetens, vilket kan skapa situationer med mindre innovationskraft inom vissa områden. Konkurrens om för få personer med spetskompetens, driver upp löner och dålig stämning mellan lokala företag. Otillräcklig arbetskraft: Större städer kan vara med attraktiva för unga och man väljer då att flytta. Kan vara svårt att hitta rätt arbetskraft. Svårt att få en bra utbildning efter gymnasiet. Utbildning finns på annan ort: Man väljer då att arbeta på samma ort efter och man fastnar helt enkelt där. Behöver mer arbetskraft inom jordbruket, handlar om att utbilda och göra jobben mer attraktiva. Lite hög snittålder på våra unga företagare. Nästa steg tänket: Efter allt är löst vad gör man då? Sämre möjligheter för ungdomar. Låg utbildningsnivå. • KOMMUNIKATIONER & INFRASTRUKTUR: Infrastruktur: Både vägar, elnät och bredband. Infrastrukturen, skiljer sig inom området. Fiberutbyggnad: svårare att bygga ut och få det att bli lukrativt för leverantörer i vårt område pga. terrängen (mycket sten mm) och längre avstånd. Dåligt med kommunikationer på småorter. • IDENTITET OCH VÄRDERINGAR: Svårt att våga starta: Man är kanske orolig att det inte ska å bra för företaget och att man inte tror på att det finns. Svårt att behålla dom unga. Jantelag. Statuskrav: Man ska ha kontor på rätt ställe, eller på rätt sätt. Tänket kan vara att större städer ger mer möjligheter än här. Svagt självförtroende: Här finns stora möjligheter och fler måste våga. Att vi är duktiga på att nöja oss. Mindre risktagande på östra sidan, lite försiktiga. Svårt att berätta för omvärlden om våra styrkor. En viss skeptisk inställning till myndigheter från invandrare/nyanlända. • UTBUD: Att allt inte finns här, därför kanske folk åker till andra ställen och "gynnar" andra kommuner med tex sina köpmöjligheter. Lokaler: Dynamiska lokaler att utvecklas i. Svårt att erhålla kapital till

- NÄRHET: Inte en i mängden, ser alla företag. Inte lika många i din bransch, lättare att vara unik: Lättare att nå igenom bruset. Lättare för företag att växa och finnas kvar än i större städer som t.ex. Malmö och Lund. Lätt att hitta arbetskraft, kan jobba digitalt i vissa branscher. Mobilitet som kommit fram i och med coronan. Intresset mellan företagarna - Man är mer lojala. Man har lätt till kontakt med sin kommun: Du blir inte lika mycket "en i mängden". Bra stöd från kommunerna för ungdomar. Trogen personal: Det finns ofta trogen personal som stannar på företaget under en lång tidsperiod. Lojalitet: Lojalitet i näringslivet, skapa business med varandra. Även bland medarbetare i företagen, vikänsla. Finns äldre entreprenörer som gärna delar med sig till morgondagens entreprenörer. Lättare att få stöd från andra och inte lika mycket konkurrens. Mindre konkurrens mellan företag i vårt område i jämförelse med storstadsområden. Att vara lokalt förankrad: Att man är en del av samhället skapar möjligheter. Ambassadörer, mecenater och sponsorer.
- GEMENSKAP: Engagemang är geografiskt gränsöverskridande, skapar nätverk och minskar konkurrenstänk. Ideellt engagemang ger ekonomisk utveckling på landsbygden. Ideellt engagemang kan sättas på cv, vilket kan leda till jobb. Socialt kapital.

bostäder och verksamheter på landsbygden. Inte samma utbud och svårare att nå en kritisk massa. Få företag som vänder sig till turisterna. Man får inte höra tillräckligt mycket om små företag. Många företag som människor inte vet om ens att de existerar. Nedlagda turistbyråer.

- MÄNNISKOR & SAMHÄLLE: Brist på myndigheter. Brist på samarbete mellan olika aktörer inom besöksnäringen. Dåliga på att marknadsföra det som gör att folk vill komma hit. Låg sysselsättning.

MÖJLIGHETER

- DIGITALISERING: Digitalisering - inte lika platsbundna, företag kan skapas var som helst. Efterfrågan på boende här från personer från Öresundsregionen, mycket pga. ökad möjlighet att jobba hemifrån. En möjlighet finns i att bli mer konkurrensinriktade och jobba på en större geografisk yta. Det kan få företagen här att växa. Ser potential i bra och växande infrastruktur. Möjligheter med det digitala, behöver inte vara på plats. Stora resurser i form av glesbygd och natur, attraktivt boende, möjlighet att jobba på distans. Internetmarknadsföring når nu alla åldrar, och är bra hjälp att bygga nätverk. Möjlighet vid digitala utbildningar, kompetensbredd. Möjlighet för företag att verka på landsbygden tack vare e-handel.
- BESÖKSNÄRING: Enorm möjlighet för naturturism. I pandemitider är stora ytor en resurs för turism. Cykelvägar: Vi har företag som jobbar med cykellösningar (SR Smekab Citylife) som kan skapa bra miljöer att ha som visningsmöjligheter med kunder. Turistinformation i småorter för att informera om sevärdheter och liknande. Hästverksamheter: Mycket natur kan skapa verksamhet på många nivåer (turism, uppfödning, ridskolor mm). Nätverkande skapar ökad omsättning: skapa paket för turister, besökare, kunder. Använd varandra. Destinationsutveckling – gemensamma tag.
- LIVSMEDEL: Matproduktion: Finns mycket mark som inte används länge. Finns så mycket man kan odla härnere. Jordbruket – odlar/producerar olika varor men marknadsför och säljer tillsammans.
- INNOVATION, UTVECKLING & KOMPETENS: Högskolan Kristianstad, Vattenriket. Möjlighet att produktutveckla stenprodukter och förädla dessa inom en rad olika områden. Möjlighet att produktutveckla träprodukter och förädla dessa inom en rad olika områden. Unika kunskaper inom innovation och utveckling – möjlighet för andra företagare. Miljöfrågor som kan leda nya jobbfrågor/jobbmöjligheter. Många lokaler: Som kan fyllas med verksamhet, ex nedlagda sågverk. Förnya systemen för att utveckla möjligheter: Det är för träigt. Bli bättre ambassadörer för vårt område - lyfta fram goda exempel. Bredda utbildningar inom de spetskompetenser vårt område har.
- NÄTVERK OCH SAMARBETE: Lokalekonomi: Landsbygden kan överleva tillsammans genom samarbete mellan företagen. Småskaligheten ...måste fås

HOT

- BESÖKSNÄRING: Att man förlitar sig för mycket på turismen. Ta hänsyn till naturen: Vi vill att alla ska ut i naturen, men vi glömmer ibland hänsynen till både naturen och markägarna.
- GRÖNA NÄRINGAR: Urbant tyckande om skogsproduktion och djurskötsel. Vargen hotar djurproduktion.
- KOMMUNIKATIONER & INFRASTRUKTUR: Brist på fiberutbyggnad. Logistiken för infrastruktur rörande post- och företagspaket monteras ned.
- FINANSIERING & KAPITAL: Bank: Svårt att låna pengar för att bygga på landsbygden. I längre perspektiv behövs utvecklande forum för kapitalisering av nystartade företag tex genom privat finansiering, forum för riskkapital att matcha mot företagsidéer. Faller ofta på att nå ut.
- VÄRDERINGAR: Revirtänk/konkurrenstänk. Nackdel om kontorsarbete mm blir mer attraktiva än praktiska arbeten. Könsnormer vid yrkesval. Traditioner i yrkesval. Vi är för träiga: Man nöjer sig och vill inte utveckla. Sluta sätta käppar i hjulen. Sluta vara i boxen och undersöka vad som redan finns. Rädslor för det okända. Teoretiska utbildningar tar över. Urbanisering. Att man inte vågar satsa. Ovilja att samarbeta utgör ett hot. Skäms för att ta betalt – dåliga på att inse värdet. Nöjd med det man har – hämmar utvecklingen. Inga influenser utifrån, för mycket fokus på det egna.
- KOMPETENSFÖRSÖRJNING OCH UTBILDNING: Utbildning och arbetstillfälle: A och o för att få ungdomar att stanna. Utbildningar: Många unga lockas ut från nordöstra Skåne och väljer kanske att pendla eller flytta till ex Malmö eller Lund för en gymnasieutbildning. Detta för att ex Malmö marknadsför sig mer och kanske har ett överflöd av estetiska utbildningar med mera. Om en blandning av intressen och utbildning saknas i ens område så väljer många unga oftast att flytta bort. Trend att praktiska yrkesval är lägre. Möjlighet för unga att starta eget är mer känt i städer. Svårt att värva kompetent personal. Kompetens: På flera olika nivåer är detta ett hot. Den praktiska kompetensen saknas. Kompetensförsörjning. Tillfälliga arbetsplatser: Vissa orter blir inte stabila när det gäller arbetsplatserna. Kan bli så att vissa orter endast blir intressanta som en plats där man bor tillfälligt.

att fungera! Samarbeten behöver bättras. Ex. företagarföreningen Åsen - nätverket. Kräver lokal kommunikation. Samarbete mellan byar är viktigt och företagen behöver skapa intresse hos människorna. Här är enklare att skapa nätverk, man är inte bara ett namn/företag som man kanske är i en större stad utan man är en person som alla känner till med ett lokalt nätverk. Samverkan över olika discipliner, tex mellan kultursektorn och industrin för ny innovationskraft. Samverka mellan olika geografier. Intresseföreningar finns mer på landsbygden. Tvingar fram kreativitet. Utbyte med Frankrike eller Österrike för att stärka det lokala näringslivet – lära av andra.

- SAMHÄLLE & POLITIK: Bli ännu mer företagarvänligt - samsyn mellan de offentliga aktörerna. Pandemins konsekvenser för näringslivet, stor osäkerhet. En omstrukturering av verksamheter. Närhetsprincipen - finns bara drivet och idéer så finns allt annat lättillgängligt på vår plats. Hyfsat kapital företag i N-Ö Skåne, bättre än många andra platser. Att olika nyföretagarcentrum och andra forum till stöd för företagande blir bättre på att nå ut.
- UNGT FÖRETAGANDE: Bli bättre på att se ungdomar. Stärka de yrkesförberedande linjerna på gymnasiet: Marknadsföra och förklara. Stora möjligheter för jobb om man väljer yrkeslinjer Få in företagarperspektivet och entreprenöriellt lärande tidigt i skolan - eleverna kan faktiskt inte bara bli anställda utan även bli sin egen chef om man har en god idé. Möjlighet att skapa gymnasieutbildning/utbildning för entreprenörskap, finns bara som kurs idag. Se ungdomarnas behov, lyfta möjligheterna, vad har storstäderna som vi inte har? Mer prao. Mycket mer info om olika yrken och arbetsplatser i skolan. Finns bra möjligheter för unga [företagare] men behöver spridas.

- GLOBALISERING & OMVÄRLD: Globala hot, tex från miljöförstöring skadar även oss lokalt. Lokala företag påverkas enormt mycket av internationella händelser, f.n. tex brist på polyeten till frigolit i husgrunder. Råvarupriser kan ändras med 30% på ett år. Här är små företag exponerade. Ekonomisk kris efter pandemin. Lokal handelsutveckling: Den är viktig. Att missa att hänga med i miljömål och hållbarhetsfrågor. Arbetslösheten.

SWOT-analys: Ny grön giv – bioekonomi och hållbarhet

STYRKOR

- MÄNNISKOR, MEDVETENHET OCH ENGAGEMANG: Stort miljöengagemang, många är intresserade och hög medvetenhet. Naturföreningar. Även att skolorna i NÖ Skåne jobbar mycket med miljömedvetenhet. Samverkan mellan olika människor och grupper. Och att fler pratar mer om miljö, desto mer ökar intresset. Många äldre börjar tänka väldigt långsiktigt, på barn, barnbarn och barnbarnsbarn. Upplevelser som Gudrun och extrem torka mm gör att vi förstår allvaret. Det är oftast större engagemang kring till exempel nedskräpning i mindre städer. Lokala mål: Politiker kan sätta upp lokala mål kring miljöarbetet. Unga är medvetna: Nära till naturen skapar medvetande hos unga tidigt i åldrarna. Biosfärområde: I NÖ Skåne ligger ett Biosfärområde - ett modellområde för hållbar utveckling. Kraftfulla människor.
- MILJÖLÖSNINGAR & ENERGI: Bra sopsortering. Mkt förnybara byggmaterial. Utbyggt fibernät i glesbygdsområden ger förutsättningar för boende inom området utan krav på resor. Elbilar i hemtjänsten. Vindkraftverk.
- NATUR OCH BIOLOGISK MÅNGFALD: Det gröna och naturen har en tydlig koppling till miljön. Nära till naturen: Vi ser tydligare förändringar i naturen till skillnad från de större städerna. Ex. växter & djur. Att vi har nära till naturen gör kanske att många här tar hoten på allvar. Artrik natur lockar. Mycket växtlighet. Möjligheter till lokal produktion av livsmedel och villighet att stödja lokala alternativ. Resurser kopplat till naturresurser, mark och odlingsmöjligheter. Småskaliga markägandet. Inga stora miljöutsläpp finns här. Inga stora industrier eller likande som har stora

SVAGHETER

- MÄNNISKOR, MEDVETENHET OCH ENGAGEMANG: Svårt att samla folk som vill engagera sig i miljöfrågor i tex organisationer. Inte så stort engagemang och vilja som det verkar. Svårt att motivera ungdomar till miljöarbete: intresset ligger oftast på något annat, men ungdomar kan även motivera äldre till miljöarbete.
- BETEENDE & NORMER: Trögt att förändra beteende, "det lilla" jag gör inget. men många bäckar små... Vi behöver satsa mer på medvetenhet hos unga och äldre och alla behöver prata mer om miljöfrågor. Ovilja att förändra det egna beteendet och skjuta över ansvaret på andra istället. Kollektivt ansvar för miljön gör att förändringar sker under lång tid. Folk ser inte resultat. Svårt att veta vem ansvaret ligger på. Motvilja mot vegetarisk mat, ofta pga. okunskap. Att man förlitar sig på andra. Svårt att alltid ta eget ansvar och inte förlita sig på andra.
- SAMHÄLLE & POLITIK: Polarisering. Borde vara enklare att få tillstånd. Att inte alltid ta med miljöperspektivet som en fast punkt i olika sammanhang. Att ha med det är att synliggöra. Ekonomi påverkar hur mycket resurser som kan läggas på miljöförändringar. Politiker har för få styrmedel. Boverkets regler gör att husen inte optimeras med bra. Miljömål och lagar finns på riksnivå: Lokala politiker kan sätta upp mål istället. Brist på stöd från kommunala organisationer. Små byar politiskt svaga: Svårt för mindre samhällen med lokala problem att påverka politiskt. Kan finnas lokala problem som blir svåra att få lyfta eller få gehör för politiskt.

koldioxidutsläpp. Att vi tjänar på att skydda naturmiljöer som ger oss intäkter och livskvalité. Europas "närmaste" vildmark	• RESURSER: Brist på ekologiska produkter. Klimatskal: Byggindustrin tjänar hellre pengar kortsiktigt utan hänsyn till bästa tekniska lösningar. Långa transporter. Beroende av en bra kollektivtrafik: Många bor på landet och det gör det svårt att ta tåg, buss, cykeln till jobb och skola. I vissa områden dåligt utbyggd kollektivtrafik.
MÖJLIGHETER • MAT: Odling: En möjlighet kan vara att man tar vara på intresset och kunskapen kring odling och i naturen. Finns så mycket man kan odla härnere. Vi behöver mer bra möjligheter som mer vegetarisk god mat mm. Möjligheten till självhushållning, naturturism etc. är stor. Grönnäring, många lokala producenter. Skolmaten kan bana väg för nytt tänk. Blåherre Mölla rågmalning. • ENERGI: Alla gamla kvarnar skulle kunna alstra elström utan några större naturingrepp. Miljöteknik. Tillgång till billigare hus som kan miljöanpassas. • ÅTERVINNING: Ta till vara på det saker vi redan har, återanvända kläder, möbler med mera. Man skulle kunna försöka hitta möjligheter så att små ställen säljs till folk som vill ha de istället för att riva ner de. Återbruk av material. Loppis tex. Återbruk av gamla industrilokaler när produktionen flyttar utomlands. Återbruk av spillmaterial som blir över i olika slags produktionsenheter, tex ull eller spill i fabriker. Att lokalisera spill, hitta nya användningsområden, sätta igång återbrukskedjan och marknadsföra. • KOMPETENS: Miljöfrågor som kan leda nya jobbfrågor/jobbmöjligheter. Starta "Energiakademien" för ekologiskt byggande. En gemensam utbildning med våra kommuner där olika teman tas upp beroende på naturliga förutsättningar. Få fler att ta ansvar genom att i skolan få in mer kunskap bland elever kring hur vi kan påverka miljön. En möjlighet för unga i skolan att lära sig om lokala miljölösningar. • NATUR: Naturen betyder mycket för oss och det är också en möjlighet. Marknadsföring genom vår natur gör att vi bevarar naturen. Jobba från olika platser digitalt gör att det blir mer attraktivt att söka sig till naturen. Våra bioresurser. Får turism på grund av vår natur och blir en möjlighet för att få förståelse för djur och natur. Våtmarksområde. Skogsbruk. • SAMARBETEN: Samarbete mellan kommuner för att uppnå hållbara resultattillsammans. Närheten till Lund/ Malmö/ Köpenhamn'. Reko-ring, Gaston & Vega, Bondens Skafferi, ökad biodling, insektshotell, samverkan mellan olika aktörer, koppla globalt med det lilla lokala, att låta ängsblommor blomma (initiativ från Naturskyddsföreningen där vi kan bli bättre) Ängalid och olika slåtterföreningar/Skånes hembygdsförbund, mer solceller och lokal elproduktion, bönder som gör en miljöinsats kan lyftas mer (tex i arbete med våtmarker), samverkan mellan konstnärer och bönder, att stötta varandra och ge varandra kraft att orka o våga. Intresset finns och vi är på väg mot rätt håll: Vi har redan startat ett arbete som kan bli väldigt stort med hjälp att människor vill fortsätta hjälpa till. Fler samarbeten med näringslivet: Förbund kan samarbeta med ex: föreningar, näringslivet och kommuner. Att direktkoppla ekologiska odlingar i Skåne med kollegor i andra länder så att gårdsbutikerna får större utbud, typ avokado och apelsiner mot äpplen o päron. Samverkan över gränser.	HOT • KUNSKAP & KOMPETENS: Att missa att hänga med i miljömål och hållbarhetsfrågor. Människans egoism hindrar miljöarbetet. Vi människor ser inte de långsiktiga problemen. Vi tänker oftast kortsiktigt och då ser man inte de större problemen. Brist på förståelse för miljöbalken. • SLITAGE & NEGATIV MILJÖPÅVERKAN: Att det kommer alltför många turister: slitage på naturen, nedskräpning, trafik, för många husbilar, störningar i det vilda, bränder i naturen. Vattenkvalité: grundvatten, dricksvatten, brunifering. • BETEENDE: Vi har så fin miljö att vi blir bortskämda och därmed lite slarviga. Svårt att få människor motiverade till att engagera sig i miljöfrågor. Lathet & bekvämlighet, egoism. Ekonomin. Feghet. Brist på respekt mot varandra, tex inte följer etiska normer gällande miljö och ta vara på det vi har. Konservatism och ovilja att prova nya metoder. Beroende av bilar. Negativa attityder, snålhet. Inte fokusera på det positiva Att inte fokusera på positiva goda exempel utan att skuldbelägga och fokusera på negativa fakta. Istället - ge goda exempel på vad man kan göra och visa hur. Gott miljörykte: Att individer tar mindre eget ansvar på grund av NÖ Skånes goda miljörykte. • POLITIK & STYRNING: Avsaknad av proaktivitet på kommunala sidan. Man styr och prövar alla projekt med tillsynes samma tolkning av regler. Vatten + kraftverk även småskalig utsätts för ohemula krav oavsett påverkan på flora och fauna. Det måste finnas nationella styrmedel. Kanske lagar och regler som styr. Värdekonflikter. Regler och normer kring miljön är ibland svåra att tillämpa på landbyggden då många är anpassade efter större städer. Kortsiktiga politiska beslut. Att inte med fakta övertygar den politiska makten. Hot att falla offer för politiska spel. • RESURSER: Bygger på åkermark. Att man pumpar upp så mycket vatten i form av vattendrag till lantbruk. Kollektivtrafik som inte håller måttet.

Skånes Ess – identifierade behov och tänkbara utvecklingsområden

Förutsättningar	Behov	Utvecklingsområde
• Fysiska miljön med variationsrikedomen • Natur + historia som tillsammans ger kultur • Stort ideellt engagemang • Tillhörighet & identitet är lite svajig • Kollektivtrafiken samt gc-banor varierar	• Bevara och förbättra platser för att trivas. • Lyfta fram det vi har som är bra: våra resurser, vår historia, våra traditioner, våra företagare och föreningar. • Mer stolthet och självkänsla, mindre jante! • Information om sevärdheter & utflyktsmål • Skydda, men nyttja, natur • Fler mötesplatser (även för unga) • Fler kreativa kultursamarbeten (som kan bottna i historia & plats) • Ökad kunskap kring hur stad och land samverkar samt samarbeten som stärker detta • Behov av att bli fler invånare	**Platsattraktivitet, identitet & värderingar**
• Ideellt engagemang/eldsjälar • Starkt föreningsliv som värderas högt • Utanförskap • Lågutbildade • Nyanlända • Ungdomar • Grupperna som inte är med eller ställer sig utanför	• Ökad delaktighet och inkludering! • Generationsutbyte och möten mellan generationerna för social hållbarhet • Förnya föreningslivet • Fler sätt att engagera sig • Demokratiaspekten: Fler sätt att påverka - och våga påverka – samhällsdebatten. Ex. ungdomsråd i kommunerna • Balans mellan stad och land • Ökad kunskap om området för födda här, inflyttade och besökare	**Social inkludering & påverkansmöjligheter**
• Småskalighet: de lokala hantverkarna, egenföretagarna, tjänsteföretagarna. • Tillverkningsindustrin • Mycket natur • Samhällstrend: det lokala/det äkta • Hantverk, mat och dryck • Lokala råvaror/resurser, ex sten, trä • Hälsotrenden • Variation i digitaliseringen, fiber saknas på vissa ställen • Omvärld: Innovation utanför storstaden och i SME-företag förbisedda i statistik som ligger till underlag för nationella innovationsstrategin.	• Behov av utbildning och öka spetskompetens • Kompetensförsörjning: att företagen ska hitta de kompetenser de behöver • Synliggöra företag och vad det finns för verksamheter för ökad konkurrenskraft • Hållbarhetsperspektiv i SME-företag med särskilt fokus på besöksnäring/naturturism • Idéutbyten mellan företag • Samverkan mellan sektorer för innovation (Koppla på offentliga, högskola/universitet, civilsamhället) • Samarbete mellan småföretagare, mellan stad-land → samsyn • Modern teknik utgör behov och möjlighet för konkurrenskraft • Utveckla och synliggöra besöksnäring och kulturupplevelser • Produktutveckling utifrån lokala råvaror • Tillvarata UF-företag och unga företagare	**Konkurrenskraftiga tillsammans**
• Natur som bedöms som mycket värdefull av boende • Trevlig boendemiljö • Biologisk mångfald • Biosfärområde • Lantbruk • Småskaligt & hållbart	• Ökad medvetenhet & insikt om gröna frågor • Ändra beteenden & normer avseende miljö- och klimatfrågor • Mer cirkulär ekonomi • Innovativa och gränsöverskridande samarbeten för grön transformering • Möta globala miljöfrågor lokalt • Hållbar matkonsumtion	**Grön transformering**

• Gemensamma problem • Motsättning mellan att utveckla och bevara • Hunger efter samverkan: man vet att det är viktigt – man tror att det skapar innovativa idéer och man trivs tillsammans. Det ger socialt kapital. Mjuka värden ligger i tiden. Relationer, sociala samspelet/kultur, identitet, tillit.	• Nya möten & dialoger • Konsekvensbeskrivningar för att hitta gemensamma lösningar • Ökad kunskap kring hur stad och land samverkar samt samarbeten som stärker detta • Generationsutbyte och möten mellan generationerna för social hållbarhet • Fler sätt att engagera sig • Samarbete mellan småföretagare, mellan stad-land → samsyn • Samverkan mellan sektorer för innovation (Koppla på offentliga, högskola/universitet, civilsamhället) • Innovativa och gränsöverskridande samarbeten för grön transformering •	**Innovativa samarbeten & korskopplingar**

Leader LAG PH

Under tiden januari – april 2021 genomfördes nio temakvällar, en enkätinsamling och informationsinsamling via sociala medier för att höra invånarnas uppfattning om vårt område. 166 unika svar inkom. Dessutom hämtades underlag/fakta från de SWOT-analyser som gjorts i projektet Mer attraktiva orter i Hässleholms kommun som avslutades under början av 2021. Samstämmigheten var stor och den SWOT-analys som redovisas nedan, grupperade efter de fem EU-målen för kommande programperiod.

SWOT-analys: Ny sysselsättning

STYRKOR	SVAGHETER
• Småskaligt entreprenörskap • Utvecklingspotential i besöksnäringen	• Brist på större industrier • Brist på framtidstro, ambitioner och engagemang • Kompetensförsörjning • Behov av ”enkla jobb” • Åldrande befolkning • Tyst kunskap
MÖJLIGHETER	HOT
• Arbete inom gröna näringar • Kompetensförsörjning • Utveckling av turism • Kulturella och kreativa näringar • Ökade integrationsinsatser • Åldrande befolkning • Tyst kunskap	• Nedläggning av företag • Otrygghet • Kompetensförsörjning • Färre lant- och skogsbruk • Begränsat energiuttag (hindrar etablering av större industrier) • Generationsväxling • Tyst kunskap

SWOT-analys: Miljö/klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden

STYRKOR	SVAGHETER
• Ökad miljökunskap och ökat miljöengagemang • Naturtillgångar	• Brist på samordning/helhetssyn
MÖJLIGHETER	HOT
• Delningsekonomi • Cirkulär ekonomi • Turismsatsningar	• Accelererande klimatförändringar • Naturresurser försvinner • Höghastighetstågen • Begränsat energiuttag

SWOT-analys: Utveckla ekonomin på landsbygden

STYRKOR	SVAGHETER
• Naturtillgångar • Fördelaktig geografisk position • Kompetensförsörjning • Småskaligt entreprenörskap • Utvecklingspotential i besöksnäringen • Digital samverkan • Billigt att bo på landet • Utflyttning till landet • Många hobbylantbruk • Samverkan mellan kommuner • Många köper svenskt och lokalt	• Brist på samverkan • Allmänna kommunikationer • Bostadsbrist • Dålig lojalitet mot det lokala serviceutbudet • Få övernattningsmöjligheter • Invånarnas syn på kommunen • Bristande underhåll allmänna utemiljöer • Brist på samordning
MÖJLIGHETER	HOT
• Ökat volontärsarbete • Digitaliseringslösningar • Delningsekonomi • Effektivare nyttjande av lokaler/bättre byggnadsvård • Engagera unga, underlätta generationsväxlingar • Paketlösningar • Samverkan med kommunerna • Förbättra invånarnas syn på egna kommunerna • Gräsrotsengagemang • Kommunbygderåd	• Minskade kommunala resurser • Centralisering • Åldrande befolkning/ökad försörjningsbörda • Brist på delaktighet/samverkan • Utanförskap/segregering • Färre lant- och skogsbruk • Begränsat energiuttag • Invånarnas syn på kommunen • Infrastruktur • Utflyttning

• Naturnära boende • Arbeta med sociala klyftor/Integration • Lokala (produkt)utvecklingsprojekt • Paketlösningar	• Dåligt resursutnyttjande • Sociala klyftor • Beredskap mot framtida kriser

SWOT-analys: Antal understödda strategier för smarta landsbygder

STYRKOR • Brett nätverkande • Digital samverkan	SVAGHETER • Ta tillvara de ungas klokheter
MÖJLIGHETER • Byutvecklingsplaner • Ungdomsråd • Föreningssamverkan • Gräsrotsengagemang/Nätverkande	HOT • Brist på delaktighet och samverkan • Brist på eldsjälar

SWOT-analys: Andel av befolkning på landsbygden som tar del av förbättrad tillgång till tjänster och infrastruktur

STYRKOR • Mötesplatser för unga • Brett föreningsutbud • Digital samverkan • Många tågnoder • Byskolor • Tillgång till vård och annan service • Billigt att bo på landet	SVAGHETER • Allmänna kommunikationer • Bostadsbrist • Centralisering • Långsam fiberutbyggnad • Mötesplatser för unga saknas
MÖJLIGHETER • Saluhall/Marknad • Samåkningsapp • Ökat kulturutbud • Digitala servicelösningar • Allmänna kommunikationer • Generationsboende (gamla/unga) • Nya mötesplatser	HOT • Avvecklande av service och tjänster

Identifierade behov

1. Näringsliv och arbete
2. Digitalisering och innovation
3. Nätverk och samverkan
4. Ökad livskvalité för områdets invånare
5. Att värna grönt

Identifierade utvecklingsområden

1. Skapa förutsättningar för etablering och utveckling av små och stora företag i området så att nya arbetsplatser skapas och möta rekryteringsbehoven genom en kompetensutvecklad och bred rekryteringsbas.
2. Arbeta med innovation och digitalisering för att förenkla och förbättra service och tjänster i framtiden.
3. Skapa förutsättningar för nätverkande och samverkan, för en framtida levande landsbygd, på alla nivåer och tillsammans med människor i alla åldrar. Skapa samordning mellan nätverk.
4. Stärka de aktörer som bidrar till att förutsättningarna för att må bra, bo och verka på landsbygden stärks.
5. Att främja sådant som gör det möjligt för nuvarande generationer att bruka och njuta av de naturresurser vi har idag utan att det stör de gröna näringarna och utan att det påverkar kommande generationers möjlighet till att bruka och njuta naturen. Att hitta klimatsmarta lösningar i vår vardag och att utbilda i hur vi värnar det gröna.

LEADER Sydöstra Skåne

Nedan följer en sammanställning av det som framkommit i de fyra workshops som genomförts med LAG och U-LAG, med kommunala tjänstepersoner samt med allmänheten vid två tillfällen i LEADER Sydöstra Skåne. Även svaren från enkäten har tagits med i sammanställningen. Alla inkomna åsikter i SWOT-analysen har kategoriserats efter följande tre rubriker:

1. Den sociala dimensionen
Inkluderar exempelvis: Levnadsvillkor: bostäder, folkhälsa, trygghet, Barn och unga, Platsattraktivitet, värderingar och identitet, Demografi, befolkning, Engagemang, social inkludering och påverkansmöjligheter, Föreningslivet, kultur- och fritidslivet, rekreation, utbud, Smarta landsbygder, Mänskliga rättigheter: jämställdhet, integration, tillgänglighet

2. Den ekonomiska dimensionen
Inkluderar exempelvis: Näringsliv: företagande, entreprenörskap, innovationer, verksamhet året runt, Sysselsättning: arbetsmarknad, utbildning, Kompetensförsörjning och kompetensutveckling, Ekonomi: inflyttning, skatteunderlag, tillväxt, konkurrenskraft, finansieringsmöjligheter, kapitalförsörjning, Infrastruktur: kommunikationer, kollektivtrafik, bredband, digitalisering, Varumärket, turism, Politik, byråkrati, kommungränser, offentlig sektor

3. Den ekologiska dimensionen
Inkluderar exempelvis: Miljön: naturen och havet, naturvärden, Klimat och energi, Miljö/Klimatrelaterad prestation genom investeringar i landsbygdsområden, Ny grön giv: bioekonomi & hållbarhet detta har svaren från en enkät

SWOT-analys: Den sociala dimensionen

STYRKOR	SVAGHETER
• Attraktiv naturnära boendemiljö • Den kreativa och kulturella mångfald som utmärker området • En levande landsbygd med närhet till lokal service men också större städer och Europa • Rikt föreningsliv med stort ideellt engagemang som bidrar till aktiviteter, lokal utveckling, social sammanhållning, folkhälsa och arbetstillfällen (idrott, byalag, kultur) • Sammanhållning, social närhet och nätverkstäthet • Stort kulturutbud som bidrar till evenemang, upplevelser, engagemang och turism • Attraktiv destination och inflyttningsområde • Ett kulturlandskap med mycket natur och kultur på en liten yta • Småskalighet och fris landsbygd • Möjlighet till stillhet, men också puls • Energin som finns, nybyggarandan • Invånare som hjälper varandra och samverkar, vi värnar varandra och gläds åt varandras framgångar • Företagsamma och innovativa invånare, människor som vågar satsa • Närheten till havet och stränderna • Underbar miljö med en vacker natur • Stort utbud av lokalproducerad mat, gårdsbutiker och matupplevelser • Nära till allt • Nyfikna, tillåtande och välkomnande människor • Spännande geologi och kulturhistoria • Fungerande byar med skolor och föreningsliv • Mångfalden i upplevelsen mellan hav, by, stad, land och skog	• Brist på integration mellan olika ungdomsgrupper och etniciteter • Brist på lokaler och fysiska mötesplatser • Demografisk obalans • Föreningarna lever under knappa förutsättningar • Den stereotypa bilden av vilka vi är som bor och lever här • Pensionärernas livskvalitet • Unga som flyttar • Offentlig service • Tillgången till droger • Dåligt utbud för ungdomarna ute i byarna • Minskat engagemang i föreningslivet, antalet ledare minskar • Hus som står tomma den större delen av året • Samverkan mellan kommun och föreningsliv • Folkhälsan generellt, hälsoproblem med fetma, undernäring • Möjligheten att bo och verka här hela året • Allt dyrare bostäder • Avsaknaden av idrotter som genomförs i en ishall • Det behövs fler cykelleder • Det saknas anpassade lokaler för kultur, konst, teater, dans och konserter • Meningsfull fritid för barn och unga • Stöd till de ideella krafterna, föreningsutveckling, organiserat samarbete mellan föreningarna • Rivalitet mellan byarna, missunnsamhet

MÖJLIGHETER	HOT
• Hållbar exploatering som skapar möjligheter för fler att bo och verka här • Behålla byskolor, kommunal service, butiker och mötesplatser • Samverkan kring nyttjandet av lokaler • Öka tillgängligheten • Utveckla byarna • Engagera unga och unga vuxna genom aktiviteter och mötesplatser • Billigt och bra boende till fler • Stärka invånarnas livskvalitet använda naturen och kommunal mark till främjandet av positiva levnadsvanor • Utveckling av trygga cykelvägar, för både åretruntboende och turister • Utveckla det rika fritids- och kulturutbudet, fler arrangemang och upplevelser, även på mindre orter • Främja folkhälsan och invånarnas fysiska och psykiska mående • Förbättrad samverkan mellan kommun och föreningsliv • Mer lokal självförsörjning av mat och energi • Stärka en vettig balans mellan tätorter, byar och landsbygd • Kommunövergripande samarbeten och nätverk inom hela näringslivet, kulturnäringen inkluderat	• Ökad ojämlikhet i samhället och i regionen, samhällssplittring • Ökade huspriser, ökat antal deltidsboende, uteblivna skatteintäkter, minskad service • Den demografiska utvecklingen med en allt högre medelålder • Ej överens om vad som är en bra utveckling, olika intressen mellan invånarna och turisterna, som nyttjar landskapet på olika sätt, konflikt mellan olika intressen (t.ex. cykelvägar) • Självbild och självkänsla bland den lokala befolkningen • Missbruksproblematik och försäljning av droger • Gängbildningar • Unga tycker att det onödigt att engagera sig för vi kan ändå inte påverka • Konkurrens om tiden (det ideella engagemanget minskar, föreningslivet tappar resurser) • Utflyttningar av ungdomar • Avfolkningsbygder, förfallna hus

SWOT-analys: Den ekonomiska dimensionen

STYRKOR	SVAGHETER
• Attraktivt område för cykling och vandring pga. närheten mellan småorter och byar • Bra utbud av grundskolor och gymnasium • Diversifierat näringsliv • Bra förutsättningar för livsmedelsproduktion på land och i hav • Flera små och kreativa aktörer som samverkar • Alla konstnärer, kulturarbetare och konsthantverkare • Närodlad mat, förädling av lokala råvaror och gårdsbutiker • Närheten till den internationella marknaden • Fantastisk entreprenöranda där alla värnar om sitt företagande • Rikt näringsliv med många småföretagare, i tätorterna och ute i byarna • Hästnäringen, ett hästtätt område med många hästföretagare • Turistdestination med stor dragningskraft • Kommunerna utmärker sig på olika sätt och lockar olika typer av kompetenser • Innovativa och uppfinningsrika företagare och aktörer • Varumärket Österlen • En slående besöksnäring	• En begränsad arbetsmarknad med få större företag och ett smalt utbud av jobb • Inga högre utbildningsmöjligheter • Bristande utvecklingsvillighet • Butiksdöden med stadskärnor som går förlorade och det minskade utbudet • Befolkningsunderlaget är för litet för många aktörer att bedriva verksamhet året runt • Avsaknad av politisk vision, viljan att satsa, en trög förändringsprocess • Fyra relativt små kommuner som slåss om t.ex. företagen och invånarna • Undermålig infrastruktur, oavsett färdmedel • Kollektivtrafiken generellt, men speciellt utanför tätorterna där småorter blir isolerade • Oattraktivt läge för större företag • Ojämn utbildningsnivå • Samarbeten mellan kommunerna, dela med sig av sina styrkor och utnyttja varandras resurser och kompetenser • Kompetensförsörjningen och svårigheten att rekrytera personer med högre utbildning • Den korta säsongen, besöksnäringen skulle behöva spridas ut över året • Samverkan mellan olika kommuner, nätverk, grupperingar, människor • Det höga antalet sommarboende som inte betalar skatt men som likväl behöver nyttja den lokala infrastrukturen och servicen • Fysiska plattformar för små entreprenörer och ensamföretagare • Kommunernas allt färre satsningar på orterna utanför centralorten, dvs. landsbygden • Brist på samsyn och samarbeten mellan kommunerna, t ex när det gäller näringslivsutveckling • Kommunal prestige och en tradition av lokal stolthet, protektionism

MÖJLIGHETER	HOT
• Ökad kompetenstillgång vid inflyttning • Digitalisering • Utveckla tillgängligheten till hela området, hållbara transportmedel, klimatsmart kollektivtrafik • Tillvarata områdets styrkor och understödja samarbeten kring dessa mellan olika aktörer • Storstadsnära landsbygd och närheten till kontinenten • Bredbandsutbyggnaden har kommit långt och vi har bättre möjligheter att arbeta hemifrån • Duktiga och unika företag inom de gröna näringarna • Innovationer för ett modernt, högteknologiskt mer hållbart och småskaligt lantbruk • Utveckla besöksnäringen, utöka säsongen, öka antalet besökare, skapa fler arbetstillfällen • Bejaka småföretagarna och arbeta aktivt för att lyfta de små näringarna inom konst, kultur, häst, mat och trädgård, dvs. skapa ett sammantaget grepp för att stärka besöksnäringen • Aktivt arbete att än mer lyfta fram de små näringarna inom . • Underlätta för fler barnfamiljer att bosätta sig här • Nyttja och utveckla evenemang som t ex Konstrunda, Matrundan, Hästrundan, Äppelmarknaden och Österlen lyser, skapa fler liknande samarbeten där alla sektorer medverkar/samverkar • Tillvarata entreprenörsandan och utveckla denna • Få fler unga att stanna genom att erbjuda högre utbildning och yrkesutbildningar • Förbättrad infrastruktur: bättre vägar, kollektivtrafik, ökad kapacitet, bättre underhåll, • Mer marknadsföring av området och mer samverkan kring marknadsföringen, vi konkurrerar inte, vi kompletterar varandra • Fler satsningar på odling, nyttja effekten av pandemin då allt fler vill vara självförsörjande • Spinn vidare på varumärket Österlen, det är både starkt och mycket positivt värdeladdat • Stötta och utveckla våra kulturella och kreativa näringar (KKN) • Badbussar • Ge stöd till entreprenörer och företagare som skapar service och möjligheter för att hålla bygden levande året runt • Hästnäringen och besöksnäringen har oändliga utvecklingsmöjligheter och kan öka både antalet året runt besökare och inflyttningen	• Minskad samverkan mellan kommunerna och avsaknad av en samsyn • Generationsväxling, kompetensförsörjning • Besökstoppen på sommaren, en turism som inte kanaliseras och tas om hand om • En exploatering eller utveckling som bygger bort allt det som är av värde (natur, kultur, estetik) • Hinner inte med i den digitala utbyggnaden (bredband, 5G) • Området blir ett semesterparadis för välbärgade • Bristen på visioner och viljeinriktning, är vi bara en turistmagnet? • Få större företag och industrier med arbetsmöjligheter • Snedfördelning av ekonomiska medel • Låg utbildningsnivå, allt färre med gymnasiebehörighet • Lokal handel och service som försvinner, skolor som stänger • Utebliven utveckling av eller försämrad kollektivtrafik • Utveckling och aktiviteter som centreras kring tätorterna, landsbygden och de mindre byarna glöms bort • Regionala medel som mestadels hamnar på västra sidan av Skåne • Konservativa politiska krafter • Stagnation, politiker utan visioner och som inte vågar drömma stort

SWOT-analys: Den ekologiska dimensionen

STYRKOR	SVAGHETER
• Den resurs som naturen är • Närheten till havet och våra fina stränder • Ett blomstrande friluftsliv med många möjligheter • Vacker och varierad natur, här finns något för alla • Biologisk mångfald • Landskapet och dess variation med fina stränder, djupa skogar, vattenfall, betesmark, odlingsmark och böljande öppna landskap • Våra insjöar och vattendrag	• Minskat allemansvett, mer nedskräpning i naturen • Underhåll av vandringsleder, bättre belysning

MÖJLIGHETER	HOT
• Klimatförändringarna skapar möjlighet till utveckling av nya innovativa idéer • Satsa mer på naturen • Lokalproducerad energi, bättre möjligheter för vindkraftverk och solceller • Skydda känsliga områden från massturism, regler och nya lösningar för parkering • Bygga vidare med lokala aktörer på Naturupplevelser/äventyr. • Skapa fler uppmärkta och tillgängliga vandringsleder • Trappa upp miljöarbetet • Skapa bättre förutsättningar för ett fungerande friluftsliv med ett utökat utbud av outdoor aktiviteter: förbättrade utemiljöerna, ökat stöd till befintliga idrottsföreningar och dess ideella arbete	• Klimatförändringar (vattenbrist, översvämningar, försurning, erosion, förhöjd havsnivå, etc.) • Naturattraktioner och platser som slits sönder av besöksfrekvensen (t.ex. Ales stenar, Knäckbäckshusen, Stenshuvud, Hallamölla) • Energibrist, elförsörjning och effektbehov • Invasiva främmande arter • Minskad kunskap om allemansrätten, nedskräpning • Överexploatering • Gruvdrift • För många reservat som förhindrar ett aktivt friluftsliv • Utfisket av Östersjön • Vargen utgör ett hot

Identifierade behov

1. Tillvarata innovation och idérikedom
2. Värna om våra invånare
3. Bevara och utveckla naturvärden
4. Möjliggöra samverkan
5. Skapa lönsamma och hållbara företag

Identifierade utvecklingsområden

1. Tillvarata innovativa och kreativa lösningar för att möta framtida behov och utmaningar
2. Skapa en god livskvalitet och förbättra folkhälsan för människor i alla åldrar
3. Skapa konkurrenskraftiga företag genom företagsutveckling, kompetensförsörjning och stärkt utbildningsnivå
4. Vidareutveckla och skapa hållbara naturaktiviteter samt höja kunskapen om hur vi kan ta hand om naturen
5. Skapa bättre förutsättningar för samverkan för utveckling av föreningsliv, byar och landsbygd

Lokalt ledd utveckling
LEADER
ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Finansieringsplan

Finansieringsplanen ska fyllas i först efter att ni fått meddelande om prioritering men senast den 15 oktober 2022.

I total budget ingår finansiering från EU, svenskt anslag samt medfinansiering i form av övrigt offentligt stöd (ÖOS) och/eller offentliga resurser (OR). Kravet om medfinansiering är 33 procent ÖOS/OR.

Tabell 1 Finansieringsplan

Insatsområde	Ingående verksamheter	Procentsats av totalen	Total budget
Genomförande	Genomförande av insatser, inklusive verksamhet i samarbete och förberedelse av samarbete inom den lokala utvecklingsstrategin	75%	50 291 373 kr
Drift	Förvaltning, övervakning, uppföljning och utvärdering samt leda genomförandet av den lokala utvecklingsstrategin	25%	16 763 794 kr
Summa		100 %	67 055 177 kr

2022-08-17

Lokalt ledd utveckling LEADER ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Urvalskriterier

Leaderområde: Leader Östra Skåne
Insatsområde: Ökad platsattraktivitet
Minimipoängnivå (avslagsnivå) för insatsområdet: 400 poäng

På den här sidan listar ni alla kriterier som används för att bedöma ansökningar inom ett av era insatsområden. Fyll i namnet på insatsområdet ovan. Använd högst 3-4 kriterier per insatsområde utöver de generella kriterierna.

Vi rekommenderar att ni begränsar antalet kriterier så mycket som möjligt. Ledorden är "så få som möjligt, men så många som behövs".

Gemensamt urvalskriterium	Syfte eller mål (valfritt)	Koppling mellan syfte eller mål och urvalskriterium (valfritt)	Generellt eller insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Urvalskriterium	Bedömningsgrund	Poängkrav	Antal poängsteg	Maxpoäng
Om kriteriet är hämtat från listan med gemensamma generella urvalskriterier, välj alternativet gemensamt urvalskriterium. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här beskriver ni syftet eller målet som kriteriet ska koppla till. Kriteriets funktion är att identifiera projekt som ska bidra till detta syfte eller mål. Det kan till exempel vara ett av målen i er strategi eller de övergripande principerna, men det kan också vara att stärka en eller flera grundläggande aspekter i leadermetoden eller att verksamheten och	Här beskriver ni kopplingen mellan syftet eller målet och urvalskriteriet. På vilket sätt bidrar den förutsättning som urvalskriteriet identifierar till syftet eller målet som ni har beskrivit i kolumn B?	Här anger ni om kriteriet är generellt (används för att bedöma ansökningar inom alla insatsområden) eller insatsområdesspecifikt (används endast inom ett eller några insatsområden). Tänk på att fylla i samma generella kriterier på alla sidor för insatsområden i dokumentet. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här skriver ni era urvalskriterier. Formulera varje kriterium som ett påstående i presens. Exempel: *Projektet skapar nya lokala lösningar för minskad klimatpåverkan.* *Minskad klimatpåverkan avser/innebär...*	Här skriver ni bedömningsgrunderna som hör till varje kriterium. Bedömningsgrunderna ska fungera som hjälpmedel som förklarar hur kriteriet ska tolkas och användas. Syftet är att bedömningsgrunderna ska underlätta att göra likvärdiga och konsekventa bedömningar. Om ni använder värdeord eller begrepp i kriteriet behöver de definieras och förklaras i bedömningsgrunden. Använd gärna exempel. Exempel: *En ny lokal lösning kan vara ett exempel...*	Här beskriver ni vad som krävs för att en ansökan ska kunna nå upp till ett visst poängsteg. Om poäng ges i flera steg behöver samtliga tidigare steg vara uppfyllda för att nästa steg ska kunna bli aktuellt. Om poäng till exempel ges i två poängsteg måste steg 1 uppfyllas för att steg 2 ska bli aktuellt. Exempel: *Steg 1. Projektet bidrar till att den egna organisationen minskar sin klimatpåverkan.* *Steg 2. Projektet bidrar till att fler organisationer, utöver den egna organisationen,*	Ska kriteriet generera antingen 0 eller full poäng? Det innebär att det endast finns ett poängsteg, och då skriver ni 1. Om kriteriet kan uppfyllas i olika utsträckning, ange hur många poängsteg kriteriet ska ha. Till exempel: Om maxpoängen för kriteriet är 200 poäng, och att projekt antingen kan få 50, 100, 150 eller 200 poäng för kriteriet finns det fyra steg. Skriv då 4. Om ett projekt kan få antingen 100 eller 200 poäng för kriteriet, skriv då 2. Exempel:	Här skriver ni den totala maxpoängen som kriteriet ska kunna generera. Summan av kriteriernas maxpoäng inom varje insatsområde ska vara 1000. Exempel: 200
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet är nytänkande**	Nytänkande kan till exempel vara nya aktiviteter, nya mötesplatser, nya nätverk, produkter och tjänster, marknad och/eller metodutveckling eller nya arbetssätt som kan överföras till andra. Det kan även vara en beprövad metod som utvecklas, används av en ny målgrupp eller testas i ett nytt sammanhang. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för den sökande organisationern och det lokala området. Steg 2: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för leaderområdets geografiska upptagningsområde. Steg 3: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny även utanför det egna leaderområdet och därmed överförbar efter projektets genomförande.	Steg 1. Projektet är nytänkande lokalt Steg 2. Projektet är nytänktande för leaderområdet Steg 3. Projektet är nytänkande utanför leaderområdet	3	75
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till minskad miljö- och klimatpåverkan**	Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektet minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet under genomförandet av projektet. Det kan vara att projektet gör aktiva och medvetna val av exempelvis material, resesätt, tjänster och produkter eller återbruk. Steg 2. Ansökan innehåller en plan för insatser och/eller produkt- och tjänsteutveckling som bidrar till minskad miljö- och/eller klimatpåverkan eller innebär miljöförbättrande åtgärder. Till exempel insatser som bidrar till ökad biologisk mångfald, resurs- och energieffektivisering, förbättrad vattenkvalitet eller kortare leveranskedjor.	Steg 1. Projektet genomförs på ett sätt som minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet. Steg 2. Projektet genomför miljöförbättrande åtgärder eller insatser som bidrar till att minska miljö- och/eller klimatpåverkan.	2	40
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till bestående resultat och långsiktiga effekter**	Steg 1: Projektansökan beskriver hur bestående resultat ska säkerställas. Det innebär en genomtänkt och realistisk plan för att säkerställa ägande av projektetresultat avseende underhåll, ansvar och ekonomi. Med bestående resultat menar vi att projektets resultat finns kvar efter projektets slut. Steg 2: Projektansökan innehåller en plan för insatser som gör att långsiktiga effekter är sannolika och/eller att synergieffekter med andra insatser kan uppnås. Med långsiktiga effekter menar vi till exempel attitydförändringar eller strukturella förändringar i samhället som bidrar till att höja attraktiviteten i lokalsamhället. Strukturella förändringar kan vara till exempel nya arbetstillfällen eller ökad tillgång till service och infrastruktur. Styrelsen bedömer om insatsema kan förväntas generera långsiktiga	Steg 1. Projektet förväntas skapa bestående resultat. Steg 2. Projektet förväntas skapa långsiktiga effekter.	2	60
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet genomförs i samarbete**	Samarbete avser att två eller flera aktörer genomför en insats tillsammans för gemensam nytta. Det kan till exempel handla om aktivt utbyte av information eller att planera eller genomföra gemensamma aktiviteter. Samverkan bör ge samordningsvinster, stödja olika utvecklingsbehov eller medföra erfarenhetsutbyte och kompetensöverföring. Ansökan ska beskriva hur berörda deltar i projektet. Samarbete kan genomföras inom och/eller mellan olika sektorer. Med sektorer avses privat, ideell och offentlig sektor. Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Det är tillräckligt att aktörer från en och samma sektor samarbetar med varandra. Steg 2. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Aktörerna representerar minst två av sektorerna. Det finns en beskrivning av hur samarbete ska ske och hur detta ger fördelar i projektets genomförande. Till exempel samarbetsavtal, beskrivet i projektets aktiviteter, aktivitetsplan. Steg 3. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Aktörerna representerar samtliga sektorer. Det finns en beskrivning av hur samarbete ska ske och hur detta ger fördelar i projektets genomförande. Till	Steg 1. Projektet genomförs i samarbete mellan två eller fler aktörer. Steg 2. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från två sektorer. Steg 3. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från samtliga sektorer.	3	75
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet är lokalt förankrat och har ett underifrånperspektiv**	Med lokal förankring avses att det finns ett lokalt identifierat behov hos de som berörs och att det finns stöd för projektet bland boende och verksamma i det lokala området. Med underifrånperspektiv avses att idén och initiativet ska komma från de som berörs och att lokalt engagemang ska tillvaratas. Personer som berörs är de som aktivt deltar i eller påverkas av projektets insatser. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av den lokala förankringen, det vill säga vilket lokalt identifierat behov projektet avser att tillgodose samt hur och hos vilka aktörer som projektidén är förankrad. Projektet ryms inom den lokala utvecklingsstrategin. Steg 2: Utöver vad som krävs för steg 1 finns det även en beskrivning i ansökan för hur målgruppen, det vill säga de som drar nytta av projektet, har deltagit i processen att utforma projektet. Till exempel genom gemensamma möten, avsiktsförklaringar, samarbetskonstellationer, nätverk, arbetsgrupper och/eller protokoll. Steg 3: Utöver vad som krävs för steg 1 och 2 finns det även en beskrivning av hur den lokala förankringen bibehålls under projektets genomförande, till exempel beskrivet i projektets aktiviteter.	Steg 1. Det finns en lokal förankring av behovet och projektet stämmer överens med strategin. Steg 2. Projektets målgrupp har aktivt deltagit i processen att utforma projektet. Steg 3. Den lokala förankringen bibehålls under projektets genomförande.	3	105
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium					

Gemensamt urvalskriterium	Syfte eller mål (valfritt)	Koppling mellan syfte eller mål och urvalskriterium (valfritt)	Generellt eller insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Urvalskriterium	Bedömningsgrund	Poängkrav	Antal poängsteg	Maxpoäng
Annat urvalskriterium			Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till ökad social tillhörighet, delaktighet och /eller stärkt demokrati	**Steg 1**: Ansökan innehåller en beskrivning av målgrupp och hur projektet skapar varaktiga möten/mötesplatser mellan/för människor och hur det blir varaktigt och aktivt, samt på vilket sätt det bidrar till social tillhörighet, delaktighet och /eller stärkt demokrati. Insatsen möter ett, i ansökan beskrivet, identifierat behov. T.ex. i aktivitetsplan beskrivna aktiviteter, samarbetskonstellationer och/eller samarbetsavtal. **Med social tillhörighet, delaktighet och /eller stärkt demokrati menar vi** t.ex.: aktiviteter som främjar framtida generationsväxlingar, främjar föreningslivet, Identitetsstärkande insatser, integrationsfrämjande, motverkar utanförskap, ungas delaktighet, kompletterar befintliga mötesplatser, utbildning, tematiska möten/mötesplatser kopplade till specifika intressen, mötesfrekvens/återkommande möten och som skapar bestående resultat/effekter. Styrelsen bedömer om det finns ett identifierat behov och om resultaten/effekterna är varaktiga.	Hela maxpoängen ges om projektet skapar varaktiga och aktiva möten/mötesplatser mellan människor	1	240
Annat urvalskriterium			Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet skapar gränsöverskridande samarbete	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som ingår i nätverket samt hur samarbetet är utformat. Samarbete skall ske gränsöverskridande och skapa nya samarbetskonstellationer. T.ex. i aktivitetsplan beskrivna aktiviteter, samarbetskonstellationer och/eller samarbetsavtal. **Steg 2:** Ansökan innehåller en beskrivning av vilka nya samverkanssätt som skapas och vilka mervärden dessa ger. T.ex. i aktivitetsplan beskrivna aktiviteter, samarbetskonstellationer och/eller samarbetsavtal. **Steg 3:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur trepartnerskapet verkar inom projektet och skapar värden tillsammans samt hur nätverket blir varaktigt och bidrar till långsiktiga effekter. Styrelsen bedömer om nätverket har förutsättningar att bli varaktigt och vad som bidrar till långsiktiga effekter. **Gränsöverskridande**: Mellan olika branscher, konstellationer, organisationer, akademier, sektorer och/eller geografiskt. **Samverkanssätt**: kommunikationsverktyg/plattformar, nya arbetsmetoder och/eller platser för korskopplingar. **Trepartnerskapet**: Aktörer från ideell, privat och offentlig sektor.	**Steg 1:** Projektet skapar nya nätverk **Steg 2:** Projektet skapar nya samverkanssätt **Steg 3**: Projektet skapar varaktiga samarbete mellan trepartnerskapet	3	195
Annat urvalskriterium			Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till en ökad mångfald av attraktiva livsmiljöer	**Steg 1:** Ansökan beskriver hur projektet leder till ökad platsattraktivitet genom aktiviteter eller processer som engagerar människor. Platsattraktivitet skapas genom livsmiljöer som understödjer människors vilja och möjligheter att aktivt delta i samhällets olika funktioner och som ger förutsättningar för att alla skall kunna ha ett gott liv. Styrelsen bedömer om projektets insatser kan leda till ökad platsattraktivitet. **Steg 2:** Ansökan beskriver hur och vilka nya/förbättrade lösningar utvecklas inom projektet. T.ex. inom service, nya tjänster, digitala tjänster, delningsekonomi, cirkulärekonomi, nya/ utvecklade aktiviteter inom kultur, fritid eller natur. Styrelsen bedömer om projektets insatser kan leda till att nya/förbättrade lösningar skapas. **Steg 3:** Ansökan beskriver hur projektet kan leda till långsiktig lokal utveckling genom mål, aktiviteter, organisering och finansiering. Med efffektpotential menar vi effekter projektet kan leda till och hur det kan göra avtryck i lokalsamhället. T.ex. besökare, arbetstillfällen, företagande, service och välfärd eller befolkningstillväxt. Styrelsen bedömer om projektets insatser har förutsättningar att skapa långsiktiga effekter efter projektets avslut. **Attraktiv livsmiljö**: Mervärden och ökade funktioner. Företagsutveckling, fysisk planering, platsmarknadsföring, servicefrågor, turismfrågor. Natur och kulturvärden skall tas tillvara	**Steg 1: Projektet innehåller aktiviteter eller processer som förväntas leda till platsattraktivitet** **Steg 2: Projektet skapar nya/förbättrade lösningar** **Steg 3: Projektet har effektpotential**	3	210

2022-08-17

Lokalt ledd utveckling LEADER ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Urvalskriterier

Insatsområde: Konkurrenskraft och kompetens
Minimipoängnivå (avslagsnivå) för insatsområdet: 400 p

På den här sidan listar ni alla kriterier som används för att bedöma ansökningar inom ett av era insatsområden. Fyll i namnet på insatsområdet ovan. Använd högst 3-4 kriterier per insatsområde utöver de generella kriterierna.

Vi rekommenderar att ni begränsar antalet kriterier så mycket som möjligt. Ledorden är "så få som möjligt, men så många som behövs".

Gemensamt urvalskriterium	Syfte eller mål (valfritt)	Koppling mellan syfte eller mål och urvalskriterium (valfritt)	Generellt eller insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Urvalskriterium	Bedömningsgrund	Poängkrav	Antal poängsteg	Maxpoäng
Om kriteriet är hämtat från listan med gemensamma generella urvalskriterier, välj alternativet gemensamt urvalskriterium. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här beskriver ni syftet eller målet som kriteriet ska koppla till. Kriteriets funktion är att identifiera projekt som ska bidra till detta syfte eller mål. Det kan till exempel vara ett av målen i er strategi eller de övergripande principerna, men det kan också vara att stärka en eller flera grundläggande aspekter i leadermetoden eller att verksamheten och projektets resultat ska vara långsiktiga och bestå efter projektets avslut.	Här beskriver ni kopplingen mellan syftet eller målet och urvalskriteriet. På vilket sätt bidrar den förutsättning som urvalskriteriet identifierar till syftet eller målet som ni har beskrivit i kolumn B?	Här anger ni om kriteriet är generellt (används för attt bedöma ansökningar inom alla insatsområden) eller insatsområdesspecifikt (används endast inom ett eller några insatsområden). Tänk på att fylla i samma generella kriterier på alla sidor för insatsområden i dokumentet. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här skriver ni era urvalskriterier. Formulera varje kriterium som ett påstående i presens. Exempel: *Projektet skapar nya lokala lösningar för minskad klimatpåverkan.*	Här skriver ni bedömningsgrunderna som hör till varje kriterium. Bedömningsgrundema ska fungera som ett hjälpmedel som förklarar hur kriteriet ska tolkas och användas. Syftet är att bedömningsgrundema ska underlätta att göra likvärdiga och konsekventa bedömningar. Om ni använder värdeord eller begrepp i kriteriet behöver de definieras och förklaras i bedömningsgrunden. Använd gärna exempel. Exempel: *En ny lokal lösning kan vara till exempel...* *Minskad klimatpåverkan avser/innebär...*	Här beskriver ni vad som krävs för att en ansökan ska kunna nå upp till ett visst poängsteg. Om poäng ges i flera steg behöver samtliga tidigare steg vara uppfyllda för att nästa steg ska kunna bli aktuellt. Om páng till exempel ges i två poängsteg måste steg 1 uppfyllas för att steg 2 ska bli aktuellt. Exempel: *Steg 1. Projektet bidrar till att den egna organisationen minskar sin klimatpåverkan.* *Steg 2. Projektet bidrar till att fler organisationer, utöver den egna organisationen, minskar sin klimatpåverkan.*	Ska kriteriet generera antingen 0 eller full poäng? Det innebär att det endast finns ett poängsteg, och då skriver ni 1. Om kriteriet kan uppfyllas i olika utsträckning, ange hur många poängsteg kriteriet ska ha. Till exempel: Om maxpoängen för kriteriet är 200 poäng, och ett projekt antingen kan få 50, 100, 150 eller 200 poäng för kriteriet finns det fyra steg. Skriv då 4. Om ett projekt kan få antingen 100 eller 200 poäng för kriteriet, skriv då 2. Exempel: 2	Här skriver ni den totala maxpoängen som kriteriet ska kunna generera. Summan av kriteriernas maxpoäng inom varje insatsområde ska vara 1000. Exempel: 200
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet är nytänkande**	Nytänkande kan till exempel vara nya aktiviteter, nya mötesplatser, nya nätverk, produkter och tjänster, marknad och/eller metodutveckling eller nya arbetssätt som kan överföras till andra. Det kan även vara en beprövad metod som utvecklas, används av en ny målgrupp eller testas i ett nytt sammanhang. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för den sökande organsiationern och det lokala området. Steg 2: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för leaderområdets geografiska upptagningsområde. Steg 3: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny även utanför det egna leaderområdet och därmed överförbar efter projektets genomförande.	Steg 1. Projektet är nytänkande lokalt Steg 2. Projektet är nytänktande för leaderområdet Steg 3. Projektet är nytänkande utanför leaderområdet	3	75
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till minskad miljö- och klimatpåverkan**	Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektet minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet under genomförandet av projektet. Det kan vara att projektet gör aktiva och medvetna val av exempelvis material, resesätt, tjänster och produkter eller återbruk. Steg 2. Ansökan innehåller en plan för insatser och/eller produkt- och tjänsteutveckling som bidrar till minskad miljö- och/eller klimatpåverkan eller innebär miljöförbättrande åtgärder. Till exempel insatser som bidrar till ökad biologisk mångfald, resurs- och energieffektivisering, förbättrad vattenkvalitet eller kortare leveranskedjor.	Steg 1. Projektet genomförs på ett sätt som minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet. Steg 2. Projektet genomför miljöförbättrande åtgärder eller insatser som bidrar till att minska miljö- och/eller klimatpåverkan.	2	40
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till bestående resultat och långsiktiga effekter**	Steg 1. Projektansökan beskriver hur bestående resultat ska säkerställas. Det innebär en genomtänkt och realistisk plan för att säkerställa ägande av projektetresultat avseende underhåll, ansvar och ekonomi. Med bestående resultat menar vi att projektets resultat finns kvar efter projektets slut. Steg 2: Projektansökan innehåller en plan för insatser som gör att långsiktiga effekter är sannolika och/eller att synergieffekter med andra insatser kan uppnås. Med långsiktiga effekter menar vi till exempel attitydförändringar eller strukturella förändringar i samhället som bidrar till att höja attraktiviteten i lokalsamhället. Strukturella förändringar kan vara till exempel nya arbetstillfällen eller ökad tillgång till service och infrastruktur. Styrelsen bedömer om insatserna kan förväntas generera långsiktiga effekter.	Steg 1. Projektet förväntas skapa bestående resultat. Steg 2. Projektet förväntas skapa långsiktiga effekter.	2	60

Gemensamt urvalskriterium		Generellt urvalskriterium	**Projektet genomförs i samarbete**	Samarbete avser att två eller flera aktörer genomför en insats tillsammans för gemensam nytta. Det kan till exempel handla om aktivt utbyte av information eller att planera eller genomföra gemensamma aktiviteter. Samverkan bör ge samordningsvinster, stödja olika utvecklingsbehov eller medföra erfarenhetsutbyte och kompetensöverföring. Ansökan ska beskriva hur berörda deltar i projektet. Samarbete kan genomföras inom och/eller mellan olika sektorer. Med sektorer avses privat, ideell och offentlig sektor. Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Det är tillräckligt att aktörer från en och samma sektor samarbetar med varandra. Steg 2. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Aktörerna representerar minst två av sektorerna. Det finns en beskrivning av hur samarbete ska ske och hur detta ger fördelar i projektets genomförande. Till exempel samarbetsavtal, beskrivet i projektets aktiviteter, aktivitetsplan. Steg 3. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka	Steg 1. Projektet genomförs i samarbete mellan två eller fler aktörer. Steg 2. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från två sektorer. Steg 3. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från samtliga sektorer.	3	75
Gemensamt urvalskriterium		Generellt urvalskriterium	**Projektet är lokalt förankrat och har ett underifrånperspektiv**	Med lokal förankring avses att det finns ett lokalt identifierat behov hos de som berörs och att det finns stöd för projektet bland boende och verksamma i det lokala området. Med underifrånperspektiv avses att idén och initiativet ska komma från de som berörs och att lokalt engagemang ska tillvaratas. Personer som berörs är de som aktivt deltar i eller påverkas av projektets insatser. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av den lokala förankringen, det vill säga vilket lokalt identifierat behov projektet avser att tillgodose samt hur och hos vilka aktörer som projektidén är förankrad. Projektet ryms inom den lokala utvecklingsstrategin. Steg 2: Utöver vad som krävs för steg 1 finns det även en beskrivning i ansökan för hur målgruppen, det vill säga de som drar nytta av projektet, har deltagit i processen att utforma projektet. Till exempel genom gemensamma möten, avsiktsförklaringar, samarbetskonstellationer, nätverk, arbetsgrupper och/eller protokoll. Steg 3: Utöver vad som krävs för steg 1 och 2 finns det även en beskrivning av hur den lokala	Steg 1. Det finns en lokal förankring av behovet och projektet stämmer överens med strategin. Steg 2. Projektets målgrupp har aktivt deltagit i processen att utforma projektet. Steg 3. Den lokala förankringen bibehålls under projektets genomförande.	3	105
Annat urvalskriterium		Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet skapar förutsättningar för ökad samverkan och idékraft	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur och mellan vilka mellan vilka parter (ex. företagare, branscher, olika sektorer, eller akademin) nya eller utvecklade nätverk skapas och hur det skapar idékraft. **Steg 2:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur och vilken kunskap och kompetensöverföring som sker mellan parter (ex. företagare, branscher, olika sektorer, eller akademin) och hur den bidrar till ökad konkurrenskraft och tillväxt. Med ökad kunskap/kunskapsöverföring menar vi t.ex. att det finns aktiviteter som utbyte av arbetsmetoder, erfarenheter genom t.ex. workshops, studiebesök och/eller möten för erfarenhetsutbyten. **Steg 3:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur varaktig samverkan kommer att ske efter projekttidens slut. **Idékraft** = Idékraft är ett systematiskt arbetssätt för att fånga upp, koordinera, genomföra och sprida goda idéer som leder till utveckling och förbättring. Kraft är att sätta något i rörelse. **Akademin** = Högskolor, universitet eller vetenskapligt samfund.	**Steg 1:** Projektet skapar nätverk mellan företagare, branscher, olika sektorer, eller akademin **Steg 2:** Projektet bidrar till kunskap och/eller kompetensöverföring **Steg 3:** Projektet bidrar till varaktig samverkan	3	210
Annat urvalskriterium		Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till hållbar koncept- eller produktutveckling	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur hållbara koncept, nya eller förbättrade, utvecklas i projektet. **Steg 2:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur nya/förbättrade hållbara arbetsmetoder eller tjänster/produkter utvecklas i projektet. Styrelsen bedömer om projektets insatser kan leda till att nya produkter skapas. **Steg 3:** Det finns en plan för hur produkterna skall tillgängliggöras på marknaden och för hur man skall underlätta för kunderna att göra hållbara val, genom exempelvis nudging, riktad marknadsföring **Koncept**: En övergripande och bärande idé och kan även avse en tänkt lösning på ett givet problem. **Nudging**: Nudging är, enkelt förklarat, en mental knuff i en riktning som hjälper en person att göra hållbara och medvetna val. **Hållbara:** Inkluderar ekonomiska, sociala och miljömässiga dimensioner.	**Steg 1**: Projektet utvecklar nya/förbättrade hållbara koncept. **Steg 2:** Projektet utvecklar nya/förbättrade hållbara arbetsmetoder eller produkter **Steg 3**: Projektet tillgängliggör produkterna på marknaden och underlätta hållbara och medvetna val.	3	165

Annat urvalskriterium		Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till tillväxt och sysselsättning	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur det skall bidra till en tillväxt/utveckling i/av företag/branscher/organisationer i Leaderområdet. **Steg 2:** Ansökan innehåller insatser som skapar anställningar/nyetableringar i Leaderområdet Styrelsen bedömer om projektets insatser har förutsättningar att skapa anställningar/nyetableringar inom projektets tid. **Steg 3:** Ansökan innehåller en beskrivning hur området varumärke kan stärkas. T.ex. genom ambassadörer, omtalande i media, ökad stolthet, **Varumärke**=skapar något unikt, ändrar associationerna om platsen, bidrar till att locka fler till	**Steg 1:** Projektet bidrar till utveckling av företag/branscher/organisationer **Steg 2:** Projektet skapar nya anställningar/nyetableringar. **Steg 3**: Projektet bidrar till att stärka områdets varumärke.	3	180
Annat urvalskriterium		Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till konkurrenskraft genom ökad kompetens och/eller företagsamhet	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av vilka kompetenshöjande insatser som skall genomföras och hur de matchar målgruppens behov och bidrar till ökad konkurrenskraft. Med ökad kunskap/kunskapsöverföring menar vi t.ex. att det finns aktiviteter som utbyte av arbetsmetoder, erfarenheter genom t.ex. utbildningar och workshops. **Steg 2**: Ansökan innehåller en beskrivning av hur kunskapen/färdigheten appliceras/tillämpas och hur den bidrar till kompetensförsörjning som "på kort och lång sikt säkerställa att verksamheten har tillgång till medarbetare med rätt kompetens"	**Steg 1:** Projektet bidrar till kompetensutveckling **Steg 2:** Projektet bidrar till applicering av kunskap och kompetensförsörjning.	2	90

2022-08-17

Lokalt ledd utveckling LEADER ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Urvalskriterier

Insatsområde: Grön transformation
Minimipoängnivå (avslagsnivå) för insatsområdet: 400 p

På den här sidan listar ni alla kriterier som används för att bedöma ansökningar inom ett av era insatsområden. Fyll i namnet på insatsområdet ovan. Använd högst 3-4 kriterier per insatsområde utöver de generella kriterierna.

Vi rekommenderar att ni begränsar antalet kriterier så mycket som möjligt. Ledorden är "så få som möjligt, men så många som behövs".

Lägg till blad i dokumentet om ni har fler än tre insatsområden.

Gemensamt urvalskriterium	Syfte eller mål (valfritt)	Koppling mellan syfte eller mål och urvalskriterium (valfritt)	Generellt eller insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Urvalskriterium	Bedömningsgrund	Poängkrav	Antal poängsteg	Maxpoäng
Om kriteriet är hämtat från listan med gemensamma generella urvalskriterier, välj alternativet gemensamt urvalskriterium. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här beskriver ni syftet eller målet som kriteriet ska koppla till. Kriteriets funktion är att identifiera projekt som ska bidra till detta syfte eller mål. Det kan till exempel vara ett av målen i er strategi eller de övergripande principerna, men det kan också vara att stärka en eller flera grundläggande aspekter i leadermetoden eller att verksamheten och projektets resultat ska vara långsiktiga och bestå efter projektets avslut.	Här beskriver ni kopplingen mellan syftet eller målet och urvalskriteriet. På vilket sätt bidrar den förutsättning som urvalskriteriet identifierar till syftet eller målet som ni har beskrivit i kolumn B?	Här anger ni om kriteriet är generellt (används för attt bedöma ansökningar inom alla insatsområden) eller insatsområdesspecifikt (används endast inom ett eller några insatsområden). Tänk på att fylla i samma generella kriterier på alla sidor för insatsområden i dokumentet. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här skriver ni era urvalskriterier. Formulera varje kriterium som ett påstående i presens. Exempel: *Projektet skapar nya lokala lösningar för minskad klimatpåverkan.*	Här skriver ni bedömningsgrunderna som hör till varje kriterium. Bedömningsgrunderna ska fungera som ett hjälpmedel som förklarar hur kriteriet ska tolkas och användas. Syftet är att bedömningsgrunderna ska underlätta att göra likvärdiga och konsekventa bedömningar. Om ni använder värdeord eller begrepp i kriteriet behöver de definieras och förklaras i bedömningsgrunden. Använd gärna exempel. Exempel: *En ny lokal lösning kan vara till exempel…* *Minskad klimatpåverkan avser/innebär…*	Här beskriver ni vad som krävs för att en ansökan ska kunna nå upp till ett visst poängsteg. Om poäng ges i flera steg behöver samtliga tidigare steg vara uppfyllda för att nästa steg ska kunna bli aktuellt. Om päng till exempel ges i två poängsteg måste steg 1 uppfyllas för att steg 2 ska bli aktuellt. Exempel: *Steg 1. Projektet bidrar till att den egna organisationen minskar sin klimatpåverkan.* *Steg 2. Projektet bidrar till att fler organisationer, utöver den egna organisationen, minskar sin klimatpåverkan.*	Ska kriteriet generera antingen 0 eller full poäng? Det innebär att det endast finns ett poängsteg, och då skriver ni 1. Om kriteriet kan uppfyllas i olika utsträckning, ange hur många poängsteg kriteriet ska ha. Till exempel: Om maxpoängen för kriteriet är 200 poäng, och ett projekt antingen kan få 50, 100, 150 eller 200 poäng för kriteriet finns det fyra steg. Skriv då 4. Om ett projekt kan få antingen 100 eller 200 poäng för kriteriet, skriv då 2. Exempel: 2	Här skriver ni den totala maxpoängen som kriteriet ska kunna generera. Summan av kriteriernas maxpoäng inom varje insatsområde ska vara 1000. Exempel: 200
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet är nytänkande**	Nytänkande kan till exempel vara nya aktiviteter, nya mötesplatser, nya nätverk, produkter och tjänster, marknad och/eller metodutveckling eller nya arbetssätt som kan överföras till andra. Det kan även vara en beprövad metod som utvecklas, används av en ny målgrupp eller testas i ett nytt sammanhang. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för den sökande organsiationern och det lokala området. Steg 2: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för leaderområdets geografiska upptagningsområde. Steg 3: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny även utanför det egna leaderområdet och därmed överförbar efter projektets genomförande..	Steg 1. Projektet är nytänkande lokalt Steg 2. Projektet är nytänktande för leaderområdet Steg 3. Projektet är nytänkande utanför leaderområdet	3	75
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till minskad miljö- och klimatpåverkan**	Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektet minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet under genomförandet av projektet. Det kan vara att projektet gör aktiva och medvetna val av exempelvis material, resesätt, tjänster och produkter eller återbruk. Steg 2. Ansökan innehåller en plan för insatser och/eller produkt- och tjänsteutveckling som bidrar till minskad miljö- och/eller klimatpåverkan eller innebär miljöförbättrande åtgärder. Till exempel insatser som bidrar till ökad biologisk mångfald, resurs- och energieffektivisering, förbättrad vattenkvalitet eller kortare leveranskedior.	Steg 1. Projektet genomförs på ett sätt som minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet. Steg 2. Projektet genomför miljöförbättrande åtgärder eller insatser som bidrar till att minska miljö- och/eller klimatpåverkan.	2	40
Gemensamt urvalskriterium			Generellt urvalskriterium	**Projektet bidrar till bestående resultat och långsiktiga effekter**	Steg 1: Projektansökan beskriver hur bestående resultat ska säkerställas. Det innebär en genomtänkt och realistisk plan för att säkerställa ägande av projektetresultat avseende underhåll, ansvar och ekonomi. Med bestående resultat menar vi att projektets resultat finns kvar efter projektets slut. Steg 2: Projektansökan innehåller en plan för insatser som gör att långsiktiga effekter är sannolika och/eller att synergieffekter med andra insatser kan uppnås. Med långsiktiga effekter menar vi till exempel attitydförändringar eller strukturella förändringar i samhället som bidrar till att höja attraktiviteten i lokalsamhället. Strukturella förändringar kan vara till exempel nya arbetstillfällen eller ökad tillgång till service och infrastruktur. Styrelsen bedömer om insatserna kan förväntas generera långsiktiga effekter.	Steg 1. Projektet förväntas skapa bestående resultat. Steg 2. Projektet förväntas skapa långsiktiga effekter.	2	60

Gemensamt urvalskriterium	Generellt urvalskriterium	**Projektet genomförs i samarbete**	Samarbete avser att två eller flera aktörer genomför en insats tillsammans för gemensam nytta. Det kan till exempel handla om aktivt utbyte av information eller att planera eller genomföra gemensamma aktiviteter. Samverkan bör ge samordningsvinster, stödja olika utvecklingsbehov eller medföra erfarenhetsutbyte och kompetensöverföring. Ansökan ska beskriva hur berörda deltar i projektet. Samarbete kan genomföras inom och/eller mellan olika sektorer. Med sektorer avses privat, ideell och offentlig sektor. Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Det är tillräckligt att aktörer från en och samma sektor samarbetar med varandra. Steg 2. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Aktörerna representerar minst två av sektorerna. Det finns en beskrivning av hur samarbete ska ske och hur detta ger fördelar i projektets genomförande. Till exempel samarbetsavtal, beskrivet i projektets aktiviteter, aktivitetsplan.	Steg 1. Projektet genomförs i samarbete mellan två eller fler aktörer. Steg 2. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från två sektorer. Steg 3. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från samtliga sektorer.	3	75
Gemensamt urvalskriterium	Generellt urvalskriterium	**Projektet är lokalt förankrat och har ett underifrånperspektiv**	Med lokal förankring avses att det finns ett lokalt identifierat behov hos de som berörs och att det finns stöd för projektet bland boende och verksamma i det lokala området. Med underifrånperspektiv avses att idén och initiativet ska komma från de som berörs och att lokalt engagemang ska tillvaratas. Personer som berörs är de som aktivt deltar i eller påverkas av projektets insatser. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av den lokala förankringen, det vill säga vilket lokalt identifierat behov projektet avser att tillgodose samt hur och hos vilka aktörer som projektidén är förankrad. Projektet ryms inom den lokala utvecklingsstrategin. Steg 2: Utöver vad som krävs för steg 1 finns det även en beskrivning i ansökan för hur målgruppen, det vill säga de som drar nytta av projektet, har deltagit i processen att utforma projektet. Till exempel genom gemensamma möten, avsiktsförklaringar, samarbetskonstellationer, nätverk, arbetsgrupper och/eller protokoll. Steg 3: Utöver vad som krävs för steg 1 och 2 finns	Steg 1. Det finns en lokal förankring av behovet och projektet stämmer överens med strategin. Steg 2. Projektets målgrupp har aktivt deltagit i processen att utforma projektet. Steg 3. Den lokala förankringen bibehålls under projektets genomförande.	3	105
Annat urvalskriterium	Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet bidrar till kunskapsbaserad beteendeförändring som minskar belastning på miljö/klimat	**Steg 1:** Ansökan innehåller en beskrivning av aktiviteter för kunskapsöverförande och/eller kunskapshöjande åtgärder och hur dessa kan leda till beteendeförändring för minskad beslastning på miljö/klimat **Steg 2:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur samverkan och erfarenhetsutbyten skall ske och mellan vilka parter, samt hur dessa skall leda till beteendeförändring för minskad beslastning på miljö/klimat **Steg 3:** Ansökan innehåller en beskrivning av hur en plan för att gå från ord till handling skall skapas. Verktyg för att ändra människors beteenden t.ex. genom att göra det enklare att göra rätt val för att minska belastningen på miljö/klimat. **Kunskapsöverförande**: att förvalta och förmedla kunskap som en strategisk resurs, både inom en organisation och mellan organisationer	**Steg 1:** Projektet innehåller kunskapsöverförande eller kunskapshöjande åtgärder **Steg 2:** Projektet skapar samverkan och erfarenhetsutbyten **Steg 3:** Projektet utvecklar en plan för att gå från ord till handling	3	240
Annat urvalskriterium	Insatsområdesspecifikt urvalskriterium	Projektet skapar nya eller utvecklade lösningar för miljö och klimat	**Steg 1:** Ansökan beskriver hur projektet identifierar och utvecklar nya/förbättrade lösningar för lokal resursanvändning. Styrelsen avgör om insatsen bidrar till nya/förbättrade lösningar för lokal resursanvändning **Steg 2:** Ansökan beskriver en plan för hur lösningen ska tas i bruk och bli stark på marknaden. **Steg 3:** Ansökan beskriver hur lösningen blir överförbar till och relevant för andra. **Resursanvändning**: En resurs är en tillgång som behövs för att iscensätta ett projekt, skapa en produkt eller genomgå en process. Exempel på resurser är arbetskraft, tid, pengar, lokaler, naturtillgångar, råvaror, energi och kunskap	**Steg 1:** Projektet leder till förbättrad och/eller effektiviserar lokal resursanvändning **Steg 2:** Projektet har en plan för hur lösningen ska kunna tas i bruk **Steg 3:** Projektet är överförbart och relevant för andra	3	255

Annat urvalskriterium

Insatsområdesspecifikt urvalskriterium

Projektet kanaliserar miljökrafterna	**Steg 1:** Ansökan innehåller aktiviteter för att kanaliserar miljökrafterna bland lokala aktörer utifrån ett identifierat och beskrivet behov. Det finns en beskrivning av hur och mellan vilka aktörer detta sker. **Steg 2:** Ansökan innehåller aktiviteter för att kanaliserar miljökrafterna, utifrån ett identifierat och beskrivet behov, genom samverkan mellan det lokala och sakkunniga. Det finns en beskrivning av varför, hur och mellan vilka aktörer detta sker. Styrelsen avgör om part är sakkunnig. **Kanalisera miljökrafter:** samla ihop och ta tillvara kompetens och vilja/engagemang för att skapa en förbättrad miliö.	**Steg 1:** Projektet kanaliserar miljökrafterna bland lokala aktörer **Steg 2:** Projektet kanaliserar miljökrafterna genom samverkan mellan det lokala och sakkunniga.	2	150

2022-08-17

Lokalt ledd utveckling LEADER ÖSTRA SKÅNE

Medfinansieras av Europeiska unionen

Urvalskriterier

Förstudier

Minimipoängnivå (avslagsnivå) för insatsområdet: 400 p

På den här sidan listar ni de kriterier ni vill använda för förstudier. Radera den här sidan i dokumentet om ni väljer att inte använda särskilda kriterier för förstudier.

Gemensamt urvalskriterium	Syfte eller mål (valfritt)	Koppling mellan syfte eller mål och urvalskriterium (valfritt)	Urvalskriterium	Bedömningsgrund	Poängkrav	Antal poängsteg	Maxpoäng
Urvalskriterierna för förstudier är fristående från urvalskriterierna för genomförandeprojekten. Det innebär att ni inte behöver använda samma generella kriterier för förstudierna som för genomförandeprojekten. I den här kolumnen anger ni om kriteriet är hämtat från listan med gemensamma generella kriterier. Markera en cell i kolumnen och tryck på den gråa pilen till höger för att se alternativen.	Här beskriver ni syftet eller målet som kriteriet ska koppla till. Kriteriets funktion är att identifiera projekt som ska bidra till detta syfte eller mål. Det kan till exempel vara ett av målen i er strategi eller de övergripande principerna, men det kan också vara att stärka en eller flera grundläggande aspekter i leadermetoden eller att verksamheten och projektets resultat ska vara långsiktiga och bestå efter projektets avslut.	Här beskriver ni kopplingen mellan syftet eller målet och urvalskriteriet. På vilket sätt bidrar den förutsättning som urvalskriteriet identifierar till syftet eller målet som ni har beskrivit i kolumn B?	Här skriver ni era urvalskriterier. Formulera varje kriterium som ett påstående i presens. Exempel: *Ansökan innehåller en plan för mottagarens fortsatta arbete efter förstudiens avslut.*	Här skriver ni bedömningsgrunderna som hör till varje kriterium. Bedömningsgrunderna ska fungera som ett hjälpmedel som förklarar hur kriteriet ska tolkas och användas. Syftet är att bedömningsgrunderna ska underlätta att göra likvärdiga och konsekventa bedömningar. Om ni använder värdeord eller begrepp i kriteriet behöver de definieras och förklaras i bedömningsgrunden. Använd gärna exempel. Exempel: *En plan ska innehålla...*	Här beskriver ni vad som krävs för att en ansökan ska kunna nå upp till ett visst poängsteg. Om poäng ges i flera steg behöver samtliga tidigare steg vara uppfyllda för att nästa steg ska kunna bli aktuellt. Om päng till exempel ges i två poängsteg måste steg 1 uppfyllas för att steg 2 ska bli aktuellt. Exempel: *Poäng ges om ansökan innehåller en plan som beskriver mottagarens fortsatta arbete efter förstudiens avslut.*	Ska kriteriet generera antingen 0 eller full poäng? Det innebär att det endast finns ett poängsteg, och då skriver ni 1. Om kriteriet kan uppfyllas i olika utsträckning, ange hur många poängsteg kriteriet ska ha. Till exempel: Om maxpoängen för kriteriet är 200 poäng, och ett projekt antingen kan få 50, 100, 150 eller 200 poäng för kriteriet finns det fyra steg. Skriv då 4. Om ett projekt kan få antingen 100 eller 200 poäng för kriteriet, skriv då 2. Exempel: 1	Här skriver ni den totala maxpoängen som kriteriet ska kunna generera. Summan av kriteriernas maxpoäng inom varje insatsområde ska vara 1000. Exempel: 300
Gemensamt urvalskriterium			**Projektet är nytänkande**	Nytänkande kan till exempel vara nya aktiviteter, nya mötesplatser, nya nätverk, produkter och tjänster, marknad och/eller metodutveckling eller nya arbetssätt som kan överföras till andra. Det kan även vara en beprövad metod som utvecklas, används av en ny målgrupp eller testas i ett nytt sammanhang. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för den sökande organsiationern och det lokala området. Steg 2: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny för leaderområdets geografiska upptagningsområde. Steg 3: Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektidén är ny även utanför det egna leaderområdet och därmed överförbar efter projektets	Steg 1. Projektet är nytänkande lokalt Steg 2. Projektet är nytänktande för leaderområdet Steg 3. Projektet är nytänkande utanför leaderområdet	3	75
Gemensamt urvalskriterium			**Projektet bidrar till minskad miljö- och klimatpåverkan**	Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av hur projektet minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet under genomförandet av projektet. Det kan vara att projektet gör aktiva och medvetna val av exempelvis material, resesätt, tjänster och produkter eller återbruk. Steg 2. Ansökan innehåller en plan för insatser och/eller produkt- och tjänsteutveckling som bidrar till minskad miljö- och/eller klimatpåverkan eller innebär miljöförbättrande åtgärder. Till exempel insatser som bidrar till ökad biologisk mångfald, resurs- och energieffektivisering, förbättrad vattenkvalitet eller kortare leveranskedjor.	Steg 1. Projektet genomförs på ett sätt som minimerar negativ påverkan på miljön och/eller klimatet. Steg 2. Projektet genomför miljöförbättrande åtgärder eller insatser som bidrar till att minska miljö- och/eller klimatpåverkan.	2	40
Gemensamt urvalskriterium			**Projektet bidrar till bestående resultat och långsiktiga effekter**	Steg 1: Projektansökan beskriver hur bestående resultat ska säkerställas. Det innebär en genomtänkt och realistisk plan för att säkerställa ägande av projektetresultat avseende underhåll, ansvar och ekonomi. Med bestående resultat menar vi att projektets resultat finns kvar efter projektets slut. Steg 2: Projektansökan innehåller en plan för insatser som gör att långsiktiga effekter är sannolika och/eller att synergieffekter med andra insatser kan uppnås. Med långsiktiga effekter menar vi till exempel attitydförändringar eller strukturella förändringar i samhället som bidrar till att höja attraktiviteten i lokalsamhället. Strukturella förändringar kan vara till exempel nya arbetstillfällen eller ökad tillgång till service och infrastruktur. Styrelsen bedömer om insatserna kan förväntas generera långsiktiga	Steg 1. Projektet förväntas skapa bestående resultat. Steg 2. Projektet förväntas skapa långsiktiga effekter.	2	60

		Projektet genomförs i samarbete	Samarbete avser att två eller flera aktörer genomför en insats tillsammans för gemensam nytta. Det kan till exempel handla om aktivt utbyte av information eller att planera eller genomföra gemensamma aktiviteter. Samverkan bör ge samordningsvinster, stödja olika utvecklingsbehov eller medföra erfarenhetsutbyte och kompetensöverföring. Ansökan ska beskriva hur berörda deltar i projektet. Samarbete kan genomföras inom och/eller mellan olika sektorer. Med sektorer avses privat, ideell och offentlig sektor. Steg 1. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Det är tillräckligt att aktörer från en och samma sektor samarbetar med varandra. Steg 2. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka aktörer som samarbetar för att genomföra projektet. Aktörerna representerar minst två av sektorerna. Det finns en beskrivning av hur samarbete ska ske och hur detta ger fördelar i projektets genomförande. Till exempel samarbetsavtal, beskrivet i projektets aktiviteter, aktivitetsplan. Steg 3. Ansökan innehåller en beskrivning av vilka	Steg 1. Projektet genomförs i samarbete mellan två eller fler aktörer. Steg 2. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från två sektorer. Steg 3. Projektet genomförs i samarbete mellan aktörer från samtliga sektorer.	3	75
Gemensamt urvalskriterium		**Projektet är lokalt förankrat och har ett underifrånperspektiv**	Med lokal förankring avses att det finns ett lokalt identifierat behov hos de som berörs och att det finns stöd för projektet bland boende och verksamma i det lokala området. Med underifrånperspektiv avses att idén och initiativet ska komma från de som berörs och att lokalt engagemang ska tillvaratas. Personer som berörs är de som aktivt deltar i eller påverkas av projektets insatser. Steg 1: Ansökan innehåller en beskrivning av den lokala förankringen, det vill säga vilket lokalt identifierat behov projektet avser att tillgodose samt hur och hos vilka aktörer som projektidén är förankrad. Projektet ryms inom den lokala utvecklingsstrategin. Steg 2: Utöver vad som krävs för steg 1 finns det även en beskrivning i ansökan för hur målgruppen, det vill säga de som drar nytta av projektet, har deltagit i processen att utforma projektet. Till exempel genom gemensamma möten, avsiktsförklaringar, samarbetskonstellationer, nätverk, arbetsgrupper och/eller protokoll. Steg 3: Utöver vad som krävs för steg 1 och 2 finns	Steg 1. Det finns en lokal förankring av behovet och projektet stämmer överens med strategin. Steg 2. Projektets målgrupp har aktivt deltagit i processen att utforma projektet. Steg 3. Den lokala förankringen bibehålls under projektets genomförande.	3	105
Gemensamt urvalskriterium						
Annat urvalskriterium		**Förstudien innehåller aktiviteter som svarar mot ett identifierat behov**	I ansökan finns tydligt beskrivna insatser och aktiviteter som sva	Hela maxpoängen tilldelas om kriteriet är uppfyllt	1	215
Annat urvalskriterium		**Förstudien leder till ny kunskap**	I ansökan finns en beskrivning vilken ny kunskap man förväntas generera	Hela maxpoängen tilldelas om kriteriet är uppfyllt	1	215
Annat urvalskriterium		**Förstudien beskriver hur kunskapen skall appliceras**	I ansökan finns en beskrivning av vad som händer med resultatet när förstudien är slut. Analyser och slutsatser ska redovisas i en slutrapport och eventuellt en fortsatt handlingsplan.	Hela maxpoängen tilldelas om kriteriet är uppfyllt	1	215

Bilaga 5. Aktörer i partnerskapet

Aktör (organisation)	Sektor (ideell, privat eller offentlig)
KOMMUNER:	
Bromölla kommun	Offentlig
Hässleholms kommun	Offentlig
Kristianstads kommun	Offentlig
Osby kommun	Offentlig
Perstorps kommun	Offentlig
Simrishamns kommun	Offentlig
Sjöbo kommun	Offentlig
Tomelilla kommun	Offentlig
Ystads kommun	Offentlig
Östra Göinge kommun	Offentlig
LAG-STYRELSER:	
Skånes Ess, 4 ordinarie + 4 suppleanter	Offentlig
Skånes Ess, 4 ordinarie + 4 suppleanter	Ideell
Skånes Ess, 4 ordinarie + 4 suppleanter	Privat
Skånes Ess, övriga partners, 2 ordinarie + 2 suppleanter	Offentlig
Skånes Ess, övriga partners, 1 ordinarie + 1 suppleant	Privat
Leader LAG PH, 6 ordinarie + 3 ersättare	Offentlig
Leader LAG PH, 6 ordinarie + 3 ersättare	Ideell
Leader LAG PH, 6 ordinarie + 3 ersättare	Privat
LEADER Sydöstra Skåne, 4 ordinarie	Offentlig
LEADER Sydöstra Skåne, 5 ordinarie + 2 suppleanter	Ideell
LEADER Sydöstra Skåne, 5 ordinarie + 2 suppleanter	Privat
ÖVRIGA :	
Biosfärområdet Vattenriket	Offentlig
EU-kontoret Skåne Nordost	Offentlig
Europa Direkt Sydskåne	Offentlig
Hela Sverige ska leva Skåne	Ideell
Hushållningssällskapet Skåne	Ideell
Högskolan Kristianstad	Offentlig
Krinova Incubator & Science Park	Offentlig
LRF Skåne	Ideell
Länsstyrelsen Skåne	Offentlig
Marint Centrum	Offentlig
Region Skåne	Offentlig
RF SISU Skåne	Ideell
Samarbetskommittén Skåne Nordost	Offentlig
Skånes Bygdegårdsdistrikt	Ideell
Skånes Hembygdsförbund	Ideell
Sydöstra Skånes samarbetskommitté	Offentlig

Bilaga 6. Intressentdialoger och förankring

Intressentdialoger

Dialoger har under 2021 förts med aktörer vars verksamhet bedömts värdefull att samordna den nya strategin kring. Dessa aktörer kan även ha deltagit i andra delar i strategiprocessen. Fem frågor har utgjort grund för dialogen:

1. Vad är de viktigaste prioriteringarna för er organisation i ett femårsperspektiv?
2. Vilka är de viktigaste omvärldsfaktorerna som påverkar östra Skåne och er verksamhet?
3. Vilka samarbetsmöjligheter med Leader kan du se i kommande programperiod (2023–2027)?
4. Har vi överlappande uppdrag och verksamhetsområden?
5. På vilka sätt kan vi uppnå synergier?

ORGANISATION	KONTAKTPERSON	SEKTOR
Biosfärområde Vattenriket	Carina Wettermark	Offentlig
Europa Direkt Hässleholm	Amanda Lindblad	Offentlig
Europa Direkt Sydskåne	Lia Sandberg	Offentlig
Hela Sverige ska leva Skåne	Connie Asterman	Ideell
Hushållningssällskapet	Sven Fajerson	Offentlig
Hållbar Utveckling Skåne (HUT)	Helena Nilsson	Ideell
Hesslecity	Johan Jönsson	Ideell
Hästen i Skåne	Pia Petersson	Ideell
Högskolan Kristianstad	Håkan Pihl och Caroline Georgson	Offentlig
Jämställd utveckling Skåne (JUS)	Karin Blomstrand	Ideell
Krinova Incubator och Science Park	Mia Björkil	Privat
LRF Skåne samt LRF Ungdomen	Maria Hofvendahl, Hans Ramel, Karin Skoog	Ideell
Länsstyrelsen i Skåne (landsbygd)	Kerstin Rietz och Kristina Larsson	Offentlig
Länsstyrelsen i Skåne (miljö)	Tommy Persson och Susanne Dahlberg	Offentlig
Marint Centrum	Madeleine Lundin	Offentlig
Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor (MUCF)	Ellen Lundkvist	Offentlig
Nätverket för idéburen sektor	Mattias Larsson	Annat
Region Skåne, avd.regional utveckling	Oddvar Fiskesjö	Offentlig
Region Skåne, miljöenheten	Susanna Winblad	Offentlig
RF SISU Skåne	Jenny Hellberg	Ideell
Skåne Nordost	Ida Abrahamsson	Offentlig
Skånes Bygdegårdsdistrikt	Karin Olsson	Ideell
Skånsk skogsstrategi	Ann Marke, LRF	Ideell
Stiftelsen Skånska Landskap	Charlotta Kabo Stenberg	Ideell
Studieförbunden i samverkan	Eva Hartman	Ideell
Svenskt Näringsliv	Carina Centrén	Ideell/privat
Sydöstra Skånes samarbetskommitté (SÖSK)	Kommundirektörerna och SÖSK-koordinator	Offentlig
Tourism in Skåne/Visit Skåne Österlen	Pia Jönsson Rajgård	Offentlig
Arbetsförmedlingen, östra Skåne	John Nilsson	Offentlig

Förankring

Vidare har förankring av strategin och nya leaderområdet gjorts genom möten, workshops, enkäter och synpunktsförfarande med ett antal privatpersoner samt följande organisationer:

ORGANISATION	SEKTOR
ABF Österlen	Ideell
Almi	Privat
Andrarums IF	Ideell
Apimelcera	Ideell
Asmoarp Natur AB	Privat
Auto Mat i Skåne-Tranås	Privat
Blåherremöllas vänner	Ideell
Borrby Bio	Ideell
Borrby byalag	Ideell
BTK Ajax Österlen	Ideell
Byalaget Huaröd	Ideell
Byalaget på Kivik	Ideell
Byalagsrådet i Ystads kommun	Ideell
Byggföretagen	Ideell
Coompanion Skåne	Privat
Dillon Kristianstad	Privat
Edbro Jord & skog	Privat
Enskild firma Bengt Marntell	Privat
Enskild firma Ingemar Lavesson	Privat
Envisys AB	Privat
ESF-rådet	Offentlig
Fellow Regional Studies Association	Ideell
Film och Turism, Ystads kommun	Offentlig
FK Boken	Ideell
Folkhögskolor i samverkan	Ideell
Frejdammsgården	Privat
Friskis och Svettis Simrishamn	Ideell
Föreningen Christina	Ideell
Företagarföreningen Åsen	Ideell
GeFo Ekonomisk förening	Privat
Glimåkra Utveckling	Ideell
Göinge hembygdsförening	Ideell
Göingebygdens biologiska förening	Ideell
Havsdrakarnas hus/Fossilforum	Privat
Hovdala Slott	Offentlig
Humleslingan	Ideell
Hälde Hästkraft	Privat

Hässleholm-Hovdala vandrarförening	Ideell
Hästveda Intresseförening	Ideell
IFK Simrishamn	Ideell
Ifö Center	Ideell
Immelns fiskevårdsförening	Ideell
Innovationscenter för landsbygden	Annat
Ivetofta Sparbank	Privat
Jägarförbundet	Ideell
Kiviks museum	Ideell
Kommunerna KS/KSAU	Offentlig
Kommunledningsförvaltningen, Sjöbo kommun	Offentlig
Kristianstads FN-förening	Ideell
Kultur & fritid, Östra Göinge kommun	Offentlig
Kultur och fritidsförvaltningen, Hässleholms kommun	Offentlig
Kultur och fritidsförvaltningen, Perstorps Kommun	Offentlig
Kultur- och fritidsförvaltningen, Simrishamns kommun	Offentlig
Kultur, Bromölla kommun	Offentlig
Kulturföreningen Äntligen	Ideell
Kulturnavet Österlen	Ideell
Kulturstrategi AB	Privat
Källarbacken AB	Privat
Ledning och utveckling, Ystads kommun	Offentlig
LRF kommungrupp Hässleholm	Ideell
Lunnarps BK	Ideell
Marknads- och näringslivsavdelningen, Ystads kommun	Offentlig
Model Forest	Ideell
MTB Österlen	Ideell
Munka folkhögskola	Ideell
Mötesplats Ljungdala	Offentlig
Naturskyddsföreningen	Ideell
Norra Strö Utveckling ek förening	Privat
Norups Gård AB	Privat
NyföretagarCentrum Sydöstra Skåne	Privat
Nymöllabygdens aktivitetsgrupp	Ideell
Näringslivsenheten, Bromölla kommun	Offentlig
Näringslivsenheten, Simrishamns kommun	Offentlig
Oderljunga Skola och Landsbygd	Ideell
Oderljunga-Perstorps LRF-avdelning	Ideell
Offentlig Måltid AB	Privat
Onslunda byalag	Ideell
Regionmuseet Skåne (Kristianstad)	Offentlig
Reumatikerföreningen Österlen	Ideell
Sambruket i Sösdalabygden	Ideell

Samhällsbyggnadsförvaltningen, Simrishamns kommun	Offentlig
Samhällsbyggnadsförvaltningen, Ystads kommun	Offentlig
Samverkan för Hanöbukten	Ideell
Sensus Studieförbund	Ideell
Simrishamns Segelsällskap	Ideell
Skea Gård, Enskild firma	Privat
Skogsstyrelsen	Offentlig
Skånes Hembygdsförbund	Ideell
Skånska Järnvägar, Ångtåget på Österlen	Ideell
Sliperiet Gylsboda	Privat
Solvalla Bygdegård	Ideell
Spjutstorps IF	Ideell
Stiftelsen OH Kroks minne	Ideell
Stiftelsen RUTH	Ideell
Stiftelsen Skånsk MTB utveckling	Ideell
Strategi och Tillväxt, Östra Göinge kommun	Offentlig
Stuteri Rosdala	Privat
Svenska Kyrkan Hässleholm	Ideell
Sösdalaalliansen	Ideell
Tekniska förvaltningen, Sjöbo kommun	Offentlig
Thales film och teater	Privat
Tillväxt & hållbar utveckling, Kristianstads kommun	Offentlig
Tillväxtavdelningen, Hässleholms kommun	Offentlig
Tillväxtavdelningen, Sjöbo kommun	Offentlig
Tosteberga Byalag	Ideell
Tryde Friskola ek för	Privat
Tykarpsgrottan AB	Privat
Utvecklingsenheten, Tomelilla kommun	Offentlig
Vi i Maglehem	Ideell
Vinslövs Scoutkår	Ideell
Västra Torups Byalag	Ideell
Ystads tennisklubb	Ideell
Åhus Sweden	Privat
Ålakademin	Ideell
ÖGRAB	Privat
ÖsterlenAkademin	Ideell
Österlens folkhögskola	Ideell
Österlens ridklubb	Ideell

Bilaga 7. Omvärldsanalyser

Innehåll

Tolv trender för lokal utveckling, Kairos Future 2

Omvärldsdagen – en utbildningsdag för LAG Skånes Ess 7

Landsbygdens roll i framtiden, Terese Bengard, Hela Sverige ska leva 8

Europeisk demokrati och EU:s största utmaningar, Björn Kjellström, Europaparlamentets kontor i Sverige 20

Våra regionala förutsättningar, Malin Wildt Persson 22

Nuläget i nordöstra Skåne, Christian Lindell, Region Skåne 27

Vad är det som gör att vi trivs på den plats vi befinner oss?, Lisa Källström, Högskolan Kristianstad 43

Företagen och innovationsförmågan, Lina Bjerke, Jönköping International Business School 64

Omvärldsanalys – LEADER Sydöstra Skåne 81

Tolv trender för lokal utveckling, Kairos Future

1. Mot hållbarhet i 3D

Samtliga samhällssektorer har gått från ord till handling för att åstadkomma ett mer ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbart samhälle. FN:s globala mål och Parisavtalet skapar en gemensam idé om hållbar utveckling. Nya allianser skapas för att testa nya lösningar för exempelvis hållbara städer. Hållbarhet är numera mindre en fråga om ideologi och alltmer en norm.

EXEMPEL: Företag värderas utifrån sin exponering mot dödförklarad teknologi och allmän opinion. Kapitalförvaltare, också den globala giganten Blackrock, divesterar i fossil energi och uppmanar företag att ta socialt ansvar. The Green Deal. LKAB:s koldioxidfria stålproduktion. Amerikanska delstater valde att agera utifrån Parisavtalet när Trump fick USA att kliva av.

Exempel på drivkrafter:

- Påtagliga klimatförändringar
- Entydig forskning om ohållbarheten med rådande system
- Ökad medvetenhet om effekterna av sociala klyftor
- Växande opinion, inte minst bland unga

2. Många blickar vänds mot det gröna

Naturen och de gröna näringarnas domäner är av intresse för alltfler aktörer med olika agendor: produktion av förnybar energi, träråvara och mat, biologisk mångfald, CO2-fångst, turism, friluftsliv, träning och hälsa är alla eftertraktade verksamheter när samhället ställer om för hållbarhet och många bor i urbana miljöer. Målkonflikterna kan antas öka och äganderätten utmanas.

EXEMPEL: Vindkraftparker som stör boende och rennäring. Ökande intresse och politiska mål kring friluftslivet. Nya domar i konflikter kring renägare och skogsägare. Spänningar mellan skogsägare och naturskyddande myndigheter och organisationer.

Exempel på drivkrafter:

- Klimatförändringar
- Stort fokus på hälsa och välbefinnande
- Turismmöjligheter för lands- och glesbygd
- Ökande konsumtion av upplevelser

3. Politikens återkomst

Efter tre decennier av marknadsvänliga vindar, New Public Management och avregleringar tar politiken mer plats i samhället. Dels på allmän begäran när

klyftor, otrygghet och klimatförändringar blivit mer påtagliga, dels till följd av att tilltron till marknaden har minskat. Folks intresse för politik ökar, men inte intresset för att göra jobbet. Nya auktoritära politiker tar sig allt större mandat.

EXEMPEL: I såväl Sverige som Kina, USA, Ryssland och Brasilien är det enligt World Values Survey fler som tycker politik är mycket viktigt i deras liv åren 2017-2020 jämfört med åren 2010-14. Andra exempel är den svenska debatten om skolsegration och friskolor samt Tillitskommissionens arbete.

Exempel på drivkrafter:

- Stora politiska frågor på agendan: trygghet, klimat, invandring
- Behov av ett kontrolltorn när många stora samhällsutmaningar ska bemötas
- Unga med jämförelsevis mindre skepsis mot politisk styrning

4. Samhällskontrakt i omskrivning

Prognoserna pekar på att det offentliga kommer att prioritera bland sina uppdrag. Ny teknik förändrar hur service och institutioner kan och förväntas fungera. Omställningen till ett hållbart samhälle väcker frågor om individens rättigheter och skyldigheter och politiken hoppas på mer av ideella insatser. Samhällskontraktets villkor justeras när samhället prioriterar om.

EXEMPEL: Avfolkning och urbanisering förändrar likvärdigheten mellan olika platsers välfärd. Det offentliga styr alltmer genom det ekonomiska stödet vad idéburna aktörer ska göra. Nya dyra vårdbehandlingar utmanar allas rätt till bästa tänkbara vård.

Exempel på drivkrafter:

- Resurserna till välfärd växer inte lika snabbt som befolkningen
- Ökande livslängd och jämförelsevis stor invandring sedan 2006
- Marknadifiering av medborgarrelationen
- Avfolkning i gles- och landsbygd

5. Växande och mer heterogen grupp äldre

Andelen äldre ökar snabbt i befolkningen och snart är den stora generationen 40-talister 80+. Inom gruppen varierar hälsa, ekonomi och konsumtionsmönster mer än förr och alltfler äldre väljer att arbeta efter 65. Försörjningskvoten krymper vilket ställer höga krav på produktiviteten inom vård och omsorg, särskilt på lands- och glesbygd där andelen äldre växer mest.

EXEMPEL: Antalet förvärvsarbetande i åldern 16–74 år kommer att öka med cirka 690 000 personer till drygt 5,5 miljoner år 2040. Det är huvudscenariot i SCB:s senaste sysselsättningsprognos. Enligt SCB:s befolkningsframskrivning i april 2019 kommer antalet invånare över 80 år att öka med över 50 procent mellan 2019 och 2030.

Exempel på drivkrafter:

- Ökande livslängd tack vare bättre kost och medicin
- Stora generationer som har levt under gynnsam samhällsekonomisk utveckling
- Kompetensbrist inom många ofta kognitiva yrken
- Unga lämnar små orter för studier, arbete och service i städerna

6. Tillgången till kompetens avgör allt mer

I takt med att många arbeten blir mer kunskapsintensiva ökar betydelsen av platsers kompetenstillgång. Företag som vill kunna rekrytera behöver finnas där kompetens finns. Offentlig sektor kan inte välja plats lika fritt och tvingas hitta nya lösningar för sitt utbud och bli attraktiva arbetsgivare. Det här driver en urbanisering av människor och samhällsservice.

EXEMPEL: Offentlig sektor behöver anställa ca 500 000 personer fram till 2029 (SKR:s prognos).

Exempel på drivkrafter:

- Ökande global kunskapskonkurrens
- Intensiv utveckling av kunskap och innovationer
- Mismatch mellan utbildad och efterfrågad kompetens
- Ökande specialisering i arbetslivet

7. Avstånd betyder allt mindre

Vård, service, konsumtion, utbildning och underhållning blir alltmer tillgängligt för alla med bra digital uppkoppling. Pandemin har minskat behoven av pendling och kontorsytor när vi arbetar allt mer hemifrån och har fått fler att e-handla. Drönare, självkörande fordon och obemannade butiker är exempel på lösningar som gör att avstånd mellan platser minskar i betydelse för ett gott liv.

EXEMPEL: Arbetsverktyg som Zoom, Teams, vård genom KRY, Mindler, streamingtjänster som Netflix, HBO, e-handel som Amazon, Shopify, linje 56 i Göteborg med självkörande buss, Scania med flera självkörande lastbilar, Tesla m fl personbilar, drönarleverans av blod mm.

Exempel på drivkrafter:

- Digitalisering, automation och bredbandsutbyggnad
- E-handel
- Jakten på lönsamhet (färre anställda)

8. Yt-nyttjande under omdaning

Butiker stänger när e-handeln tar över. Kontorsbehoven krymper och fastighetsägarna söker nya lösningar. Bostadsbristen fortsätter på attraktiva platser

samtidigt som ökat distansarbete ökar attraktiviteten hos medelstora städer i täta regioner. I jakt på besparingar flyttar vården hem till patienterna medan striktare regler kring lån gör att många unga inte kan skaffa bostad.

EXEMPEL: Svensk Handels rapport ”Läget i handeln” spår att sällanköpshandeln tappar hela 50 000 jobb inom den kommande tioårsperioden. Bostadspriserna har närapå 5-dubblats sedan 1994, vilket inte köpkraften har. 80 % vill arbeta 2-3 dagar i veckan på kontor enligt Kairos Framtidsbarometer. 238 000 unga i åldrarna 20-27 bor motvilligt hemma hos sina föräldrar, den högst uppmätta andelen sedan den första undersökningen gjordes 1997.

Exempel på drivkrafter:

- E-handel
- En snabb prisökning på en reglerad och lånedopad bostadsmarknad
- Urbanisering
- Demografisk utveckling

9. Färre bevakar men fler berättar

Antalet tidningsredaktioner i landet har minskat kraftigt och därmed har den professionella bevakningen av lokala händelser, politik och myndighetsutövning. Samtidigt har fler människor än någonsin möjlighet att dela sin syn på vad som sker, utan publicistisk etik. Medborgarjournalistik med mer eller mindre uttalad politisk hemvist fyller tomrummet efter lokalmedia.

EXEMPEL: Nedlagda tidningar 2019: Fria Tidningen, Härryda-Posten/Partille Tidning, Karlshamns Allehanda, Metro, Oskarshamnsnyheterna, Partille Tidning, Sölvesborgs-Tidningen, Östra Småland och Nyheterna. ”Alternativa Wikipedia” Metapedia.

Exempel på drivkrafter:

- Plattformar för sociala medier tar över annonsmarknaden
- Läsare nöjer sig med gratisnyheter
- Gammel-medias pålitlighet ifrågasatt kring invandring mm

10. Upplevelser allt viktigare för ekonomin

Människor söker upplevelser både som boende, turister och konsumenter. Det äkta, unika och ”tillsammans” är attraktivt och för invånaren ska det lokala utbudet helst vara variationsrikt. Handelns aktörer konkurrerar genom att göra själva köpet till något extra. Prova-på och lärande fördjupar turistandet till en transformerande upplevelse. Global turism har vuxit snabbt, men hur blir framtiden?

EXEMPEL: Antalet besökande turister ökade med ca 150 % mellan 2010 och 2018 enligt UNWTO.

Exempel på drivkrafter:

- En växande köpkraft i många hushåll
- Sökande efter mening och Wow!
- Växande global medelklass
- E-handel och butiksdöd

11. Resiliens och säkerhet högre på agendan

Stat, regioner, kommuner såväl som privata företag ökar sin beredskap och sina investeringar i teknik och kompetens kring krisberedskap och säkerhet. Svenskarna uppmanas att ”preppa” inför samhällskriser. Även EU rör sig i samma riktning när unionen vill utveckla ”strategisk autonomi”. Inte minst cybersäkerheten uppgraderas.

EXEMPEL: Investeringar för att möta klimateffekter, kraftigt ökade försvarsanslag, etablering av cybersäkerhetscenter mm.

Exempel på drivkrafter:

- Ökad geopolitisk oro
- Klimatförändringar
- Cyberkrig
- Intensiv nedrustning under 90- och 00-talen

12. Nya samverkansformer för nya lösningar

Samhällets sektorer – offentlig, privat, idéburen och kooperativ - söker nya sätt att samarbeta för att finna nya lösningar på samhällets utmaningar. Privatpersoner använder digitala plattformar till delningsekonomi. Detta ger nya möjligheter, mer resurser, en ökad komplexitet i samhällsväven och minskar ibland politikens inflytande över utvecklingen.

EXEMPEL: Sociala företag löser sociala utmaningar enligt marknadslogik, social impact bonds garanterar privata investerare pengarna tillbaka ifall resultat uteblir, i en IOP samverkar offentliga och idéburna aktörer kring exempelvis vård. Kommuner samkör verksamheter som är lagstadgade, Leader, städer har internationella samarbeten.

Exempel på drivkrafter:

- Det offentliga ska tillgodose fler behov och söker partners
- Företag förväntas och vill ofta ta mer samhällsansvar
- Etablerade organ och samverkansformer saknar mandat
- Från att äga till att ha tillgång till

Omvärldsdagen – en utbildningsdag för LAG Skånes Ess

Fredagen den 5 februari, digitalt över Zoom
https://us02web.zoom.us/j/84242301134?pwd=STRIdmxzVG1tNUpSSXlZWEx6VUxSZz09
Meeting ID: 842 4230 1134. Passcode: 735044.

Utbildningsdagen ska ge nulägesperspektiv och fördjupade kunskaper för en framgångsrik lokal utvecklingsstrategi! Det här är en kunskapsgrund inför LAG:s kickoff, då det är dags att kavla upp ärmarna och börja arbeta praktiskt.

Vi önskar att så många som möjligt är med! Våra föreläsare är förberedda på att få många frågor.

Anmäl deltagande till johanna@skanesess.se senast 3/2. Deltagande är arvoderat.

På agendan:

- **09.00-09.15** **Inledning**
- **09.15-10.00** **Landsbygdens roll i framtiden**
  Terese Bengard, Hela Sverige ska leva
- **10.15-10.45** **Europeisk demokrati och EU:s största utmaningar**
  Björn Kjellström, Europaparlamentets kontor i Sverige
- **10.55-11.15** **Våra regionala förutsättningar**
  Malin Wildt Persson
- **11.15-12.00** **Nuläget i nordöstra Skåne**
  Christian Lindell, Region Skåne
- **12.00-12.45** **Lunch**
- **12.45-13.30** **Vad är det som gör att vi trivs på den plats vi befinner oss?**
  Lisa Källström, Högskolan Kristianstad
- **13.45-14.30** **Företagen och innovationsförmågan**
  Lina Bjerke/Sara Johansson, Jönköping International Business School
- **14.30-15.00** **Avslutning**

Landsbygdens roll i framtiden,
Terese Bengard, Hela Sverige ska leva

Dagens
SPANING.
HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!
HELASVERIGE.SE
Allt fler stockholmare lämnar länet – färre flyttar hit
FÖRFLYTTNING?
"Unga vill inte flytta till Stockholm längre"
2020-12-12 • 7 min 22 sek
Våra liv har på mycket kort tid förändrats drastiskt på grund av coronaviruset, och det gäller inte bara hur vi umgås utan även hur vi arbetar och synen på våra hem. Framtidens bostäder ritas om och enligt arkitekten Thomas Sandell kommer vi att se en hel del 2,5:or i framtiden och alla lägenheter ritas med balkong. Närheten till naturen blir bestående.

5 tips för dig som funderar på att flytta ut på landet!

Funderar du på att flytta ut på landet? Då är du inte ensam. Drygt var fjärde svensk vill flytta ut på landet visar en Novus-undersökning som Svensk Adressändring beställt. Social distansering och hemester kan vara anledningar till varför många vill flytta till landsbygden med sin närhet till natur och lugn och ro. Men steget kan vara stort och vi på Svensk Adressändring har därför satt ihop en lista med några tips om du är en av dem som funderar!

HELASVERIGE.SE

INTERNATIONELL TREND.

MARKET REPORTS

U.K. Homes Outside London See Record-Breaking Number of Transactions

Due to pent-up demand, the number of accepted offers is up 52% on the five-year average

Svenska Yle Story
Skulle du flytta till Korsnäs? Finländarna har börjat flytta ut från städerna under coronaepidemin

THE TAKE

For Investors Seeking Stability, Land Maintains Its Classic Appeal

Increased buyer interest, lower taxes and carrying costs, and ease of shopping fr social distance

BY VIRGINIA K. SMITH | ORIGINALLY PUBLISHED ON MAY 1, 2020 | MANSION GLOBAL

NYC IS DEAD FOREVER. HERE'S WHY

Publicerades 14 augusti 2020

James Altucher fluencer
Founder at "The James Altucher Show" podcast
858 artiklar

I love NYC. When I first moved to NYC it was a dream come true. Every corner was like a theater production happening right in front of me. So much personality, so many stories.

HELASVERIGE.SE

Per Schlingmann
Vän
12 mar · ...A Nordström 2014 i vår bok Urban Express apropå kraften i stadens attraktion. Vad säger ni? Blir det ett hack i kurvan om ens det? Eller en mer varaktig effekt? #urbanexpress
URBAN EXPRESS
Johan Pensar och 28 andra
20 kommentarer
HELASVERIGE.SE

JOBB.
INGENJÖRSKARRIÄR
"Behöver vi ens kontoret längre?"
2020-05-24 06:01
60 kommentarer
MOBILITET
Efter coronakrisen – fler vill jobba hemifrån
Coronakrisen har förändrat våra beteenden på nätet. Och fler tror att de kommer att jobba hemifrån även när vardagen återgår till det normala, visar telekomjätten Ericssons studie av effekterna.
Googles besked blev känt i samband med att Facebook meddelat sin personal att de får arbeta på distans under resten av året. Bolaget planerar att öppna sina kontor i början av juli, men att låta personalen avgöra själva om de vill arbeta hemifrån.

Framtiden i Stockholm 2070

Så kommer vi att bo. 2070 bor det cirka fyra miljoner invånare i Stockholms län. Nu är inte bara Stockholms innerstad, Solna och Sundbyberg centrala platser. Flemingsberg, Kista, Barkaby, Nacka, Haninge, Häggvik och Arninge är också **regionala stadskärnor**. Här finns gott om bostäder, bra kollektivtrafik och arbetsplatser.

Samtidigt har urbaniseringen fortsatt vilket innebär att småorter som redan 2020 var glesbefolkade, exempelvis Häringe i Haninge, inte har vuxit i storlek eller omfattning, vissa har nästan försvunnit eller redan gjort det. Däremot kommer mer livskraftiga småorter att finns kvar eftersom Region Stockholm och Stockholmsregionens kommuner arbetat för att hålla landsorter vid liv, bland annat Brottby i Vallentuna och Bergshamra i Norrtälje. Där finns skolor, kollektivtrafik och andra viktiga samhällsfunktioner kvar.

FAKTA

Vilka har Mitt i pratat med?

Matilda Rehn, regionplanerare vid Region Stockholm.

Karim Jebari, forskare vid Institutet för Framtidsstudier.

Pernilla Johnsson, arbetar med SLU Future Food.

Norrland 2070

I visionen tar vi sikte på framtiden. Vi vill ge en glimt av hur stadsutveckling, infrastrukturinvesteringar, internationalisering och mångfald kan utveckla norra Sverige.

Skanska har tillsammans med Umeå universitet tagit fram Vision Norrland 2070 för att bjuda in till konstruktiva samtal om hur Norrland blir en tillväxtmotor för Sverige.

Det öppna Skåne 2030 är den gemensamma övergripande visionen.

De sex visionsmålen är:

- Skåne ska erbjuda framtidstro och livskvalitet
- Skåne ska vara en stark hållbar tillväxtmotor
- Skåne ska stärka mångfalden av goda livsmiljöer
- Skåne ska ha en god miljö och en hållbar resursanvändning
- Skåne ska utveckla framtidens välfärd
- Skåne vara globalt attraktivt

HELASVERIGE.SE

HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!
BALANSRAPPORTER.
• Kultur
• Befolkning
• Infrastruktur
• Hållbarhet
• Naturresurser
• Bredband
• Bostäder
HELASVERIGE.SE

HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!
BOSTÄDER
I HELA SVERIGE.
BALANSRAPPORT #7 2020
Balansrapporterna är en serie kortrapporter som ges ut av Hela Sverige. Rapporternas syfte är att undersöka balansen mellan stad och land. I den här rapporten undersöker vi var människor själva säger att de vill bo, var det finns bostadsbrist, hur politiken satsar på att stimulera bostadsbyggande och hur bostäder på olika platser värderas idag.
HELASVERIGE.SE

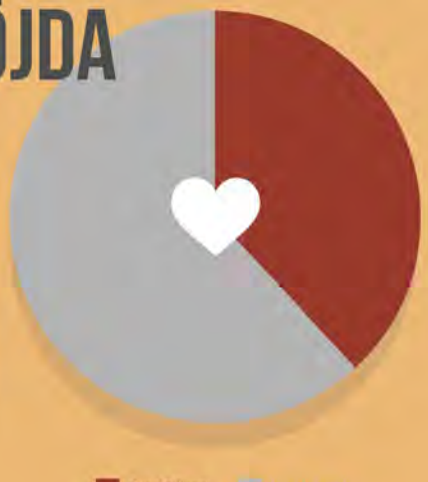
72% PÅ LANDET ÄR NÖJDA

BALANSRAPPORT #7 2020 / HELA SVERIGE SKA LEVA

34% VILL BO GLESARE.

En undersökning som Landshypotek gjort visar att 72 % av de tillfrågade landsbygdsborna känner att de redan idag bor som de drömmer om, medan endast 45 % av de tillfrågade storstadsborna svarar samma sak. Tre av tio vill helst bo på landsbygden, men det är bara två av tio som gör det idag.[3] De svarande i undersökningen har själva angett om de bor i något av alternativen storstad (fler än 300 000 invånare), mellanstor stad (50 000 – 299 999 invånare), mindre stad (15 000 - 49 999 invånare), tätort (upp till 14 999 invånare), eller landsbygd utanför tätort).

Analysföretaget WSP gjorde under våren 2020 en undersökning om pandemin påverkar hur människor vill bo i framtiden. Den visade att 34 % av de tillfrågade vill bo glesare i framtiden än vad de gör nu.

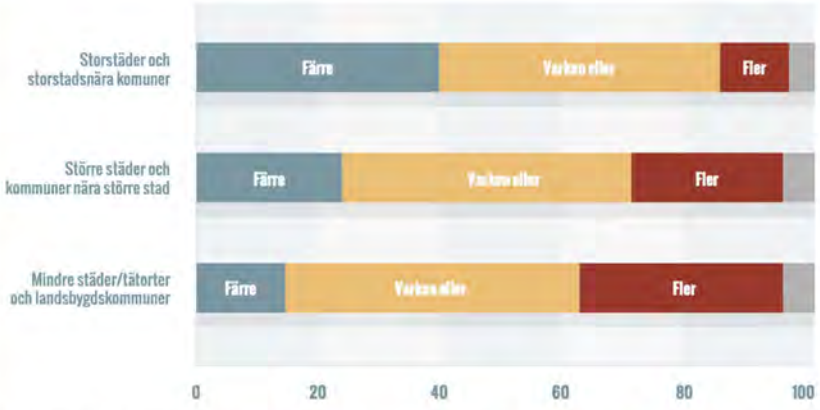


FIGUR 1: **Jag har valt mitt boende med hjärtat.**

HELASVERIGE.SE

BALANSRAPPORT #7 2020 / HELA SVERIGE SKA LEVA

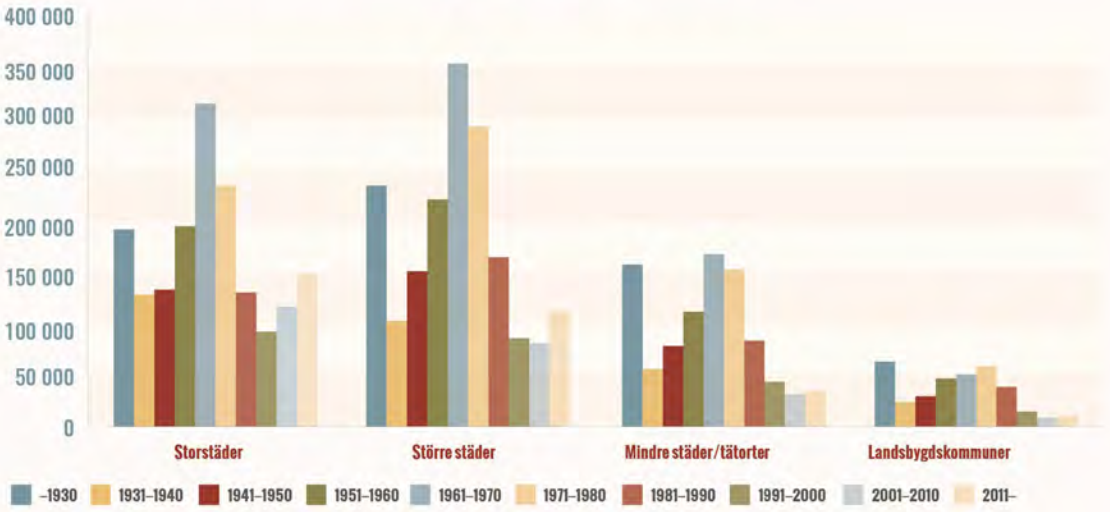
84 % AV STORSTADSBORNA VILL INTE ATT STÄDERNA SKA VÄXA MER.



FIGUR 2: **Vill du att fler ska flytta till din ort?**

HELASVERIGE.SE

FIGUR 6: **Andelen bostäder efter kommungrupp, byggnadsperiod och år.**



POLITIKEN SATSAR PÅ STÄDER.

- 75% investeringsstöd = storstäder
- 270 MILJARDER Sverigeförhandling = 300 000 bostäder
- LANDSBYGD: 300 miljoner SBO
- 43 miljoner stöd för underlätta boende

HELASVERIGE.SE

Man kan
FÖRÄNDRA.
HELA SVERIGE.
HELASVERIGE.SE

GOD IMORGON STADEN!
Du är i ständig utveckling. Du växer. Många kallar dig sitt hem och din värld förändras hela tiden. Du har din själ, ditt kretslopp och dina utmaningar. Vi inspireras av dig och genom innovativa lösningar hjälper vi dig till en bättre morgondag. För framtiden spelar roll.
På Tyréns jobbar vi med samhällsbyggnad med målet att skapa bättre förutsättningar för dagens och framtidens städer. Det är möjligt tack vare våra skickliga ingenjörer, arkitekter och samhällsplanerare och att våra vinster går till forskning och utveckling. Tillsammans med våra kunder hittar vi lösningar för en bättre morgondag.
TYRÉNS
HELASVERIGE.SE

GOD IMORGON LANDSBYGDEN!
Du är i ständig utveckling. Du växer. Många kallar dig sitt hem och din värld förändras hela tiden. Du har din själ, ditt kretslopp och dina utmaningar. Vi inspireras av dig och genom dina innovativa lösningar hjälper vi dig till en bättre morgondag. För framtiden spelar roll.
HELASVERIGE.SE

GOD IMORGON SVERIGE
Här bygger vi det samhälle vi vill ha i framtiden. Här möter vi landsbygdens och stadens utmaningar. Klimatsmart byggande, förnybar energi och förbättrad infrastruktur gynnar hela Sverige, både en levande landsbygd och växande städer. Tillsammans med våra kunder utvecklar vi dagens och morgondagens samhällen.
Läs mer på tyrens.se
HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!
HELASVERIGE.SE

HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!

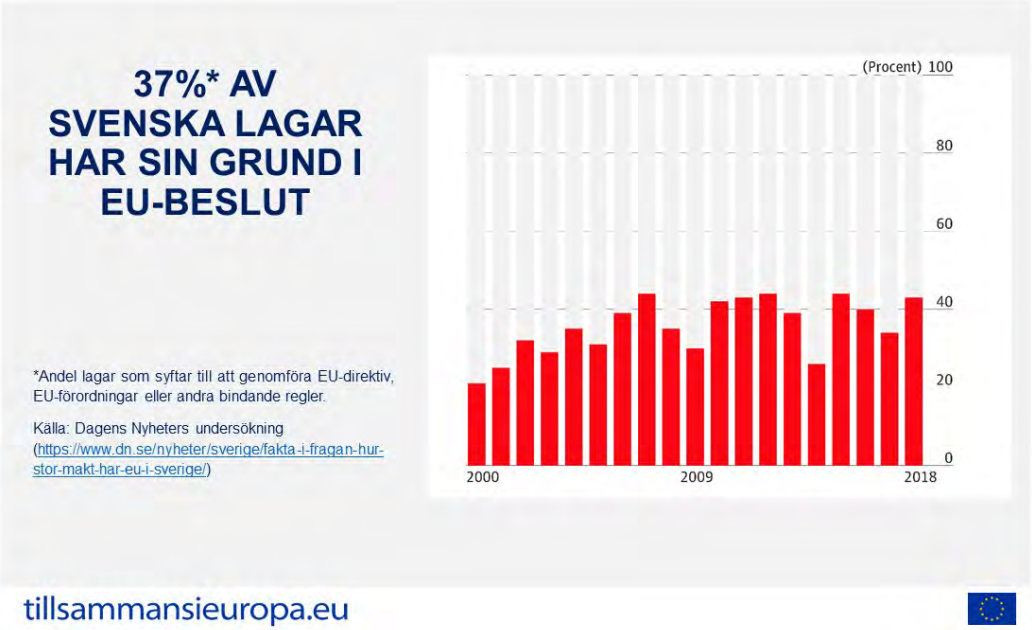
TACK.

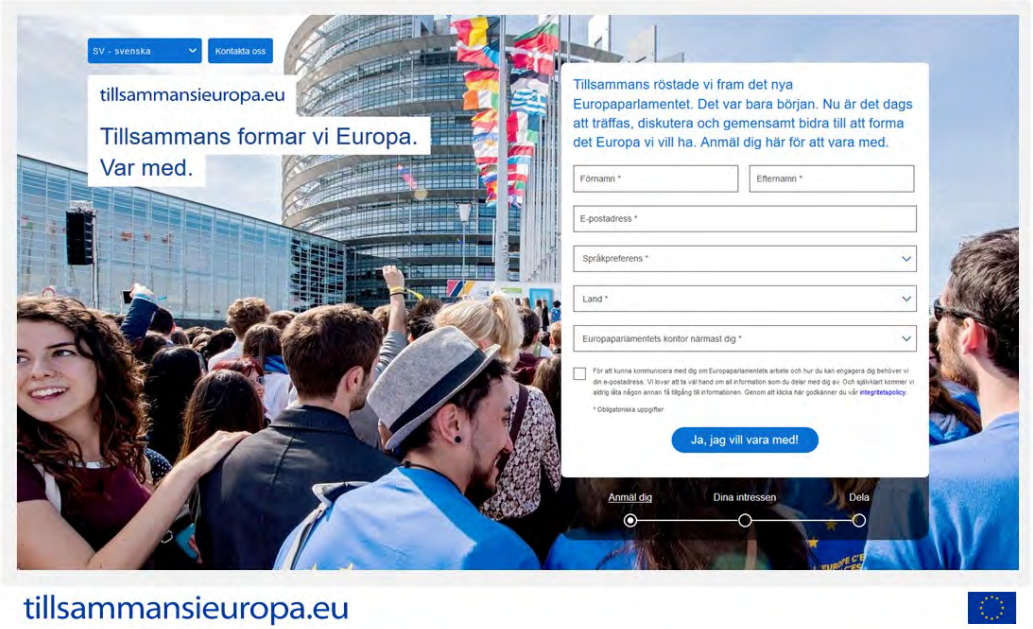
Terese Bengard - verksamhetschef Hela Sverige ska leva
E-post terese.bengard@helasverige.se
Twitter @Tbengard
Facebook terese.bengard
Instagram terese_bengard
#helasverigeskaleva
Foto: Sandra Lee Pettersson

HELA SVERIGE.
Hela Sverige ska leva!

HELASVERIGE.SE

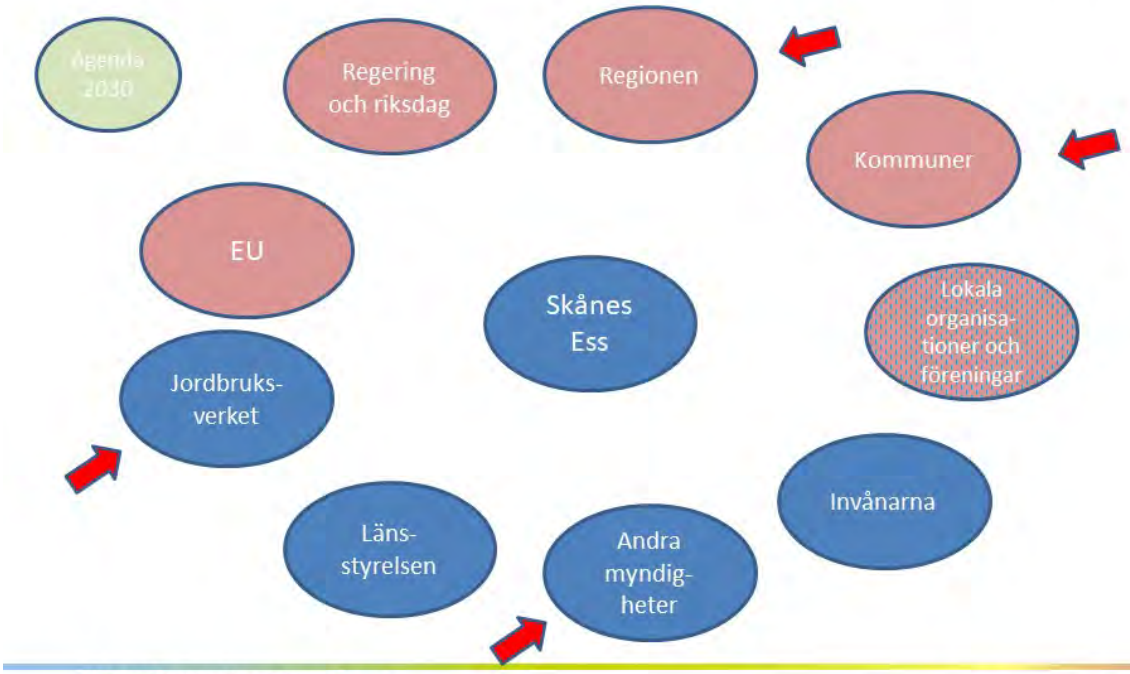
Europeisk demokrati och EU:s största utmaningar, Björn Kjellström, Europaparlamentets kontor i Sverige




SV - svenska
Kontakta oss
tillsammansieuropa.eu
Tillsammans formar vi Europa.
Var med.
Tillsammans röstade vi fram det nya Europaparlamentet. Det var bara början. Nu är det dags att träffas, diskutera och gemensamt bidra till att forma det Europa vi vill ha. Anmäl dig här för att vara med.
Förnamn *
Efternamn *
E-postadress *
Språkpreferens *
Land *
Europaparlamentets kontor närmast dig *
För att kunna kommunicera med dig om Europaparlamentets arbete och hur du kan engagera dig behöver vi din e-postadress. Vi lovar att ta väl hand om all information som du delar med dig av. Och självklart kommer vi aldrig låta någon annan få tillgång till informationen. Genom att klicka här godkänner du vår integritetspolicy.
* Obligatoriska uppgifter
Ja, jag vill vara med!
Anmäl dig
Dina intressen
Dela
tillsammansieuropa.eu

Våra regionala förutsättningar, Malin Wildt Persson

VILKA AKTÖRER ÄR VI?



KOMMUNALA STRATEGIER

- Översiktsplanerna för våra kommuner
  - Kopplas till PBL, Plan- och bygglagen
  - Central roll i kommunernas arbete med hållbar utveckling och utveckling av mark- och vattenområden
  - Ska uppdateras med regelbundenhet
  - Ger, väl genomförd, en god bild av vilka ambitioner kommunen har framöver
- Regionplanen

Lokalt ledd utveckling LEADER SKÅNES ESS

REGIONENS STYRDOKUMENT

Lokalt ledd utveckling LEADER SKÅNES ESS

REGIONALA UTVECKLINGSSTRATEGIN (RUS)

DET ÖPPNA SKÅNE 2030

- Skåne ska erbjuda framtidstro och livskvalitet
- Skåne ska vara en stark hållbar tillväxtmotor
- Skåne ska stärka mångfalden av goda livsmiljöer
- Skåne ska ha en god miljö och en hållbar resursanvändning
- Skåne ska utveckla framtidens välfärd
- Skåne vara globalt attraktivt

INNOVATIONSSTRATEGIN

- Visionen för strategin är att Skåne ska vara en globalt konkurrenskraftig ekonomi som driver hållbar tillväxt.
- Globala utmaningar och hållbarhetsmål
- Specialiseringar
  - Tech, Life Science, Livsmedel, Avancerade material och tillverkningsindustrin, Smarta hållbara städer, ESS, MAX IV och innovationssystemet Science Village
- Breda näringslivsfrämjande insatser
  - Digitalisering, Grön omställning, Innovations- och tillväxtstöd, Exportstöd och nya marknader, Finansiering av företag i utvecklingsfas

DE SKÅNSKA MILJÖMÅLEN

Lokalt ledd utveckling i kommunerna
Bromölla, Kristianstad, Osby & Östra Göinge
www.skanesess.se

DE SKÅNSKA MILJÖMÅLEN

- Det skånska Landsbygdsprogrammet
- Klimat- och energistrategin för Skåne
- Trafikförsörjningsprogram för Skåne
- Åtgärdsprogram för vattenförvaltningen och havsmiljön
- Naturvårdsstrategin för Skåne
- Åtgärdsprogram för hotade arter och naturtyper
- Strategi för skydd och restaurering av sötvattensmiljöer i Skåne
- Regionalt program för efterbehandling av förorenade områden
- Kulturmiljöprogram för Skåne
- Strategier för Det flerkärniga Skåne
- Planeringsunderlag för fysisk planering
- Regional handlingsplan för klimatanpassning

REGIONENS STYRDOKUMENT

Lokalt ledd utveckling i kommunerna
Bromölla, Kristianstad, Osby & Östra Göinge
www.skanesess.se

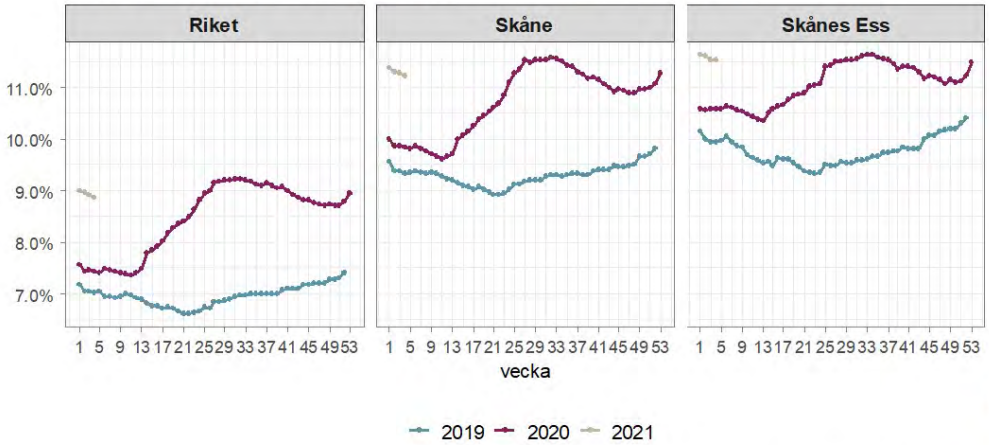
Nuläget i nordöstra Skåne, Christian Lindell, Region Skåne

Skånes ESS

2021-02-05

Elefanten i rummet – Pandemin har inte hunnit komma in i statistiken

Andel arbetslösa per vecka i riket, Skåne och Skånes Ess år 2018-2021



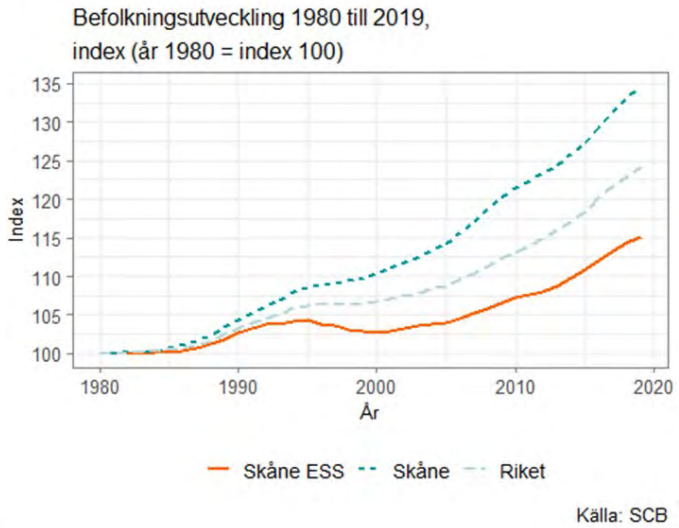
Källa: Arbetsförmedlingen

Upplägg

- Övergripande beskrivning av Skånes Ess
- Skillnader stad och land inom Skånes Ess
- Spekuleringar kring framtiden – Utmaningar kopplade till pandemin
- Sammanfattning
- Funderingar

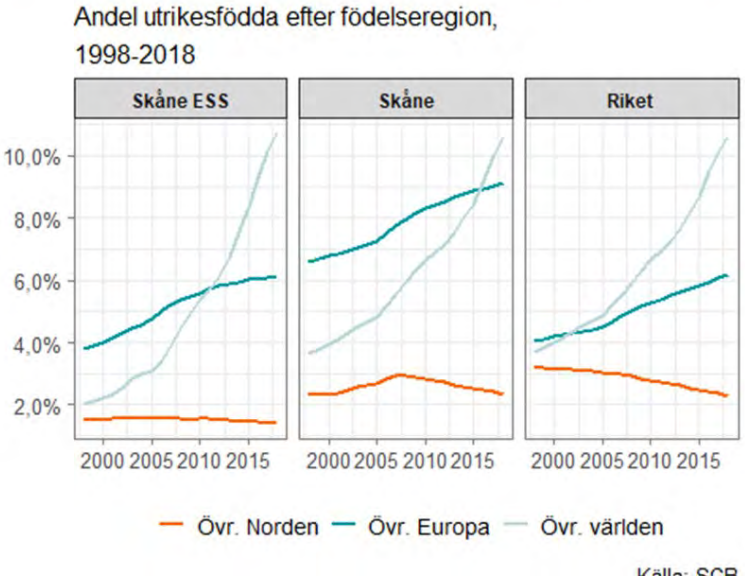
Befolkning

Befolkningen växer – men svagare än i riket och i Skåne som helhet



Källa: SCB

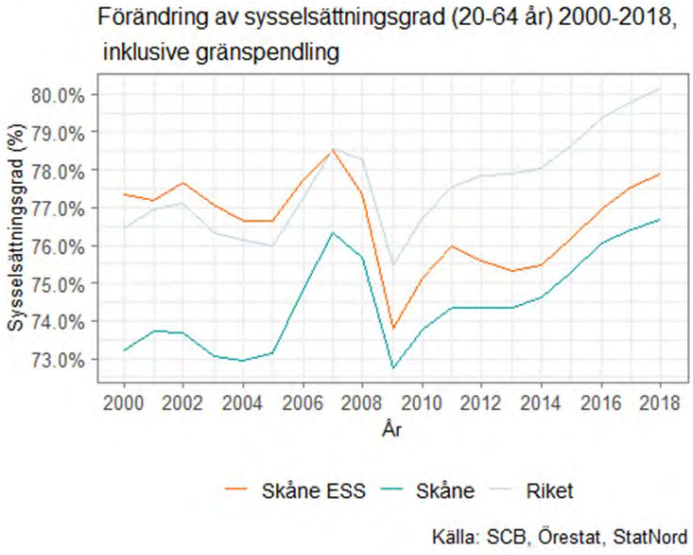
Invandring driver befolkningstillväxten



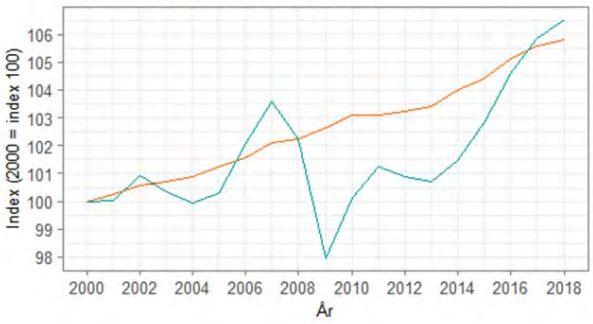
Källa: SCB

Sysselsättning

Finanskrisen drabbade Skånes Ess hårt



Förändring av befolkning och sysselsättning i Skåne ESS (20-64 år) 2000-2018



Källa: SCB, Örestat, StatNord

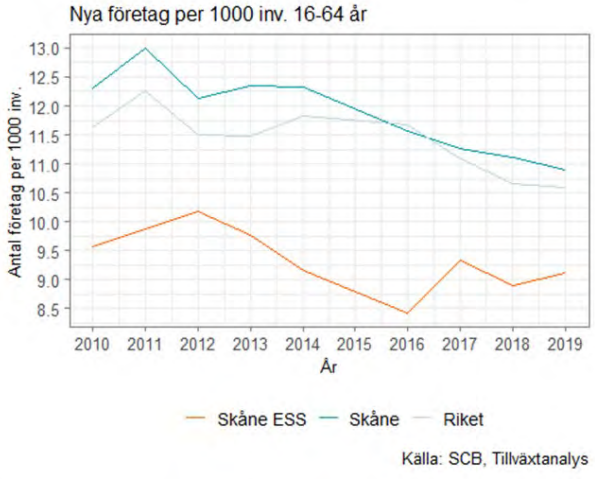
Sysselsatta i Skåne ESS 20-64 år efter arbetsplatsens belägenhet

bransch	2011	2018	förändring
vård och omsorg; sociala tjänster	9 869	10 837	968
tillverkning och utvinning	8 025	6 766	-1 259
utbildning	5 904	6 464	560
handel	5 669	5 892	223
företagstjänster	3 776	3 860	84
byggverksamhet	3 507	3 841	334
offentlig förvaltning och försvar	2 463	2 823	360
kulturella och personliga tjänster m.m.	1 816	1 904	88
transport och magasinering	1 874	1 867	-7
jordbruk, skogsbruk och fiske	1 567	1 332	-235
hotell- och restaurangverksamhet	1 111	1 162	51
okänt	416	875	459
information och kommunikation	751	785	34
fastighetsverksamhet	666	664	-2
finans- och försäkringsverksamhet	516	522	6
energiförsörjning; miljöverksamhet	398	436	38
Totalt	48 328	50 030	1 702

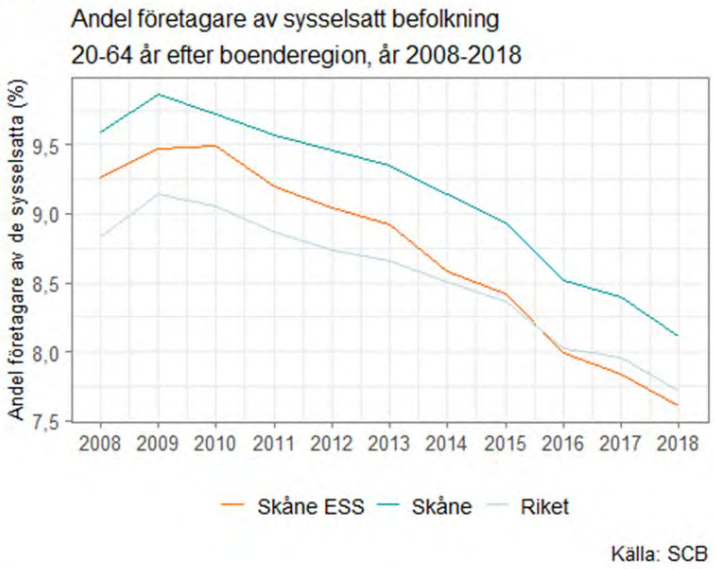
Källa: SCB

Företagande

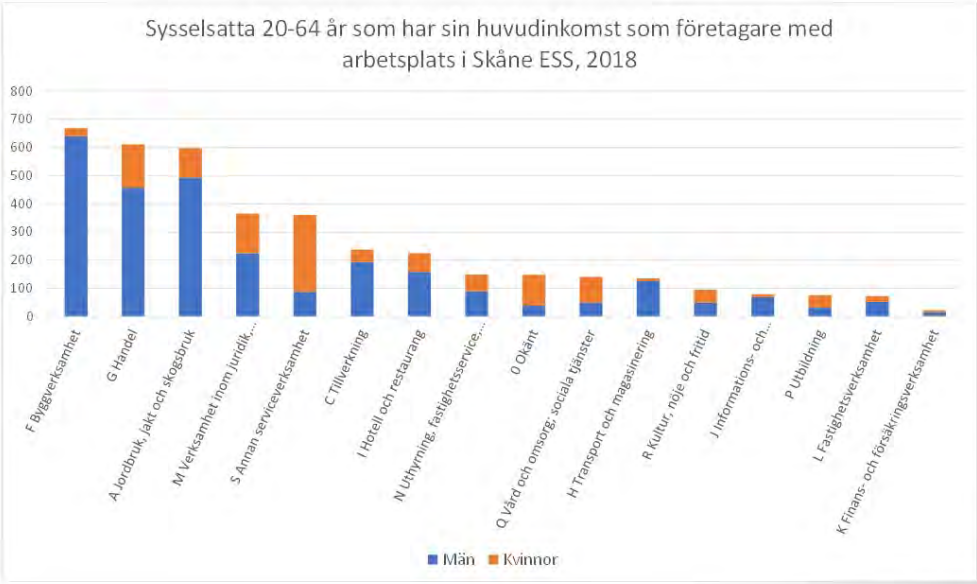
Företagandet minska i högkonjunkturer



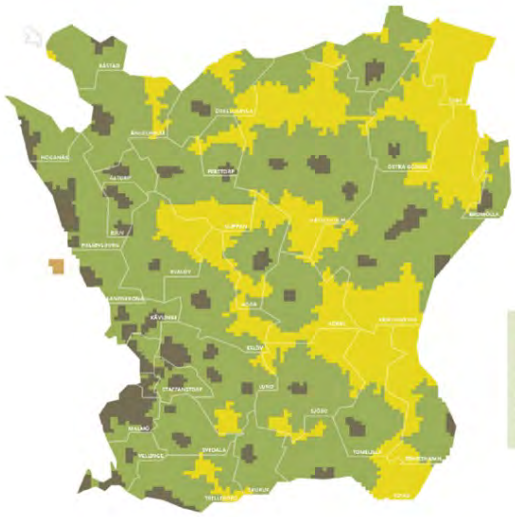
Allt färre sysselsatta har sin huvudinkomst som företagare



Källa: SCB



Hur ser det ut på landsbygden inom Skånes Ess? - Nedbrytning av resultat från Region Skånes landsbygdsrapport från 2017



DEFINITION OBEROENDE AV KOMMUNGRÄNSER

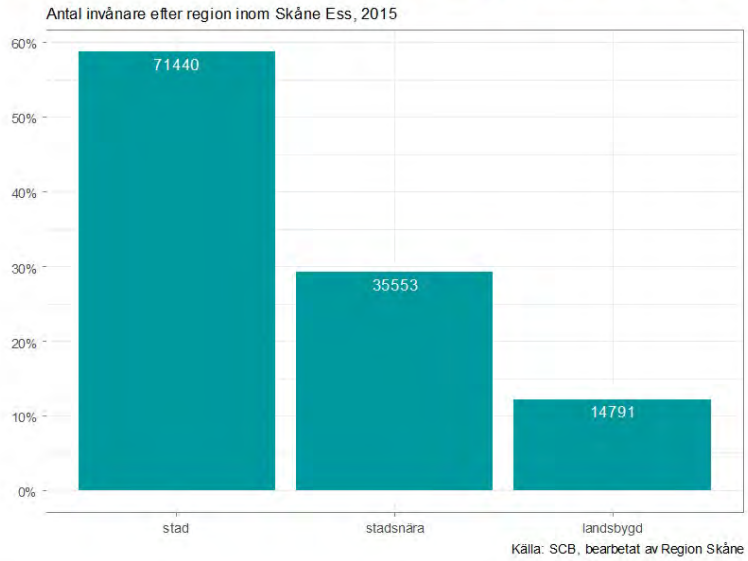
- Stad
- Stadsnära landsbygd
- Landsbygd
- Glesbygd

Region Skåne 2016 Källa: Tillväxtverket

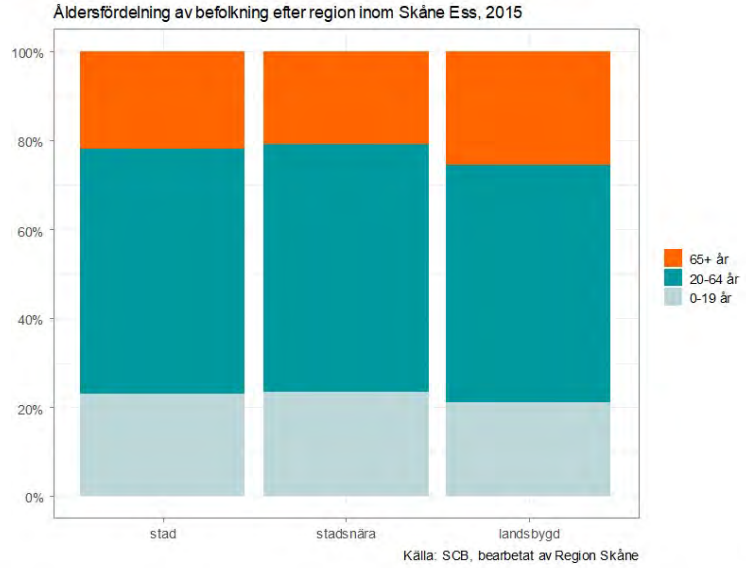
SKÅNE DELAS IN I FÖLJANDE ZONER:

Stad	> 3 000 invånare
Stadsnära landsbygd	> 15 min med bil till stad
Landsbygd	15 - 45 min med bil till stad
Glesbygd	> 45 min, i Skåne endast öarna

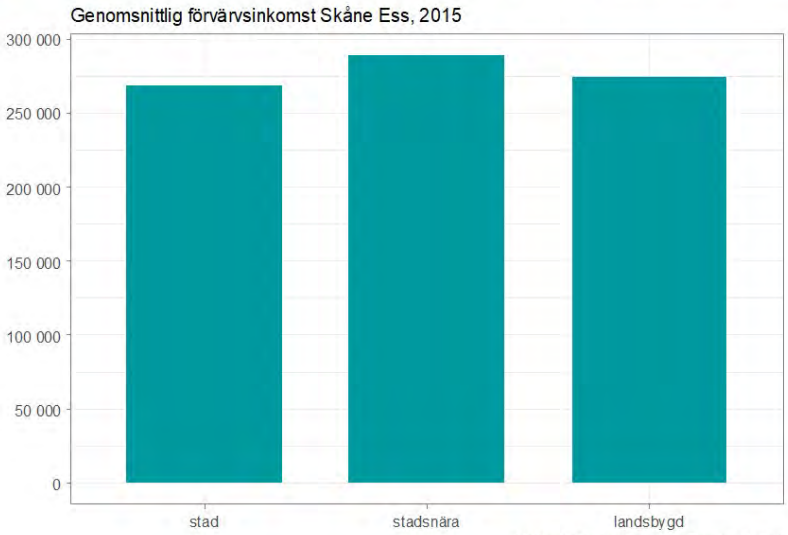
Relativt stor andel landsbygdsbefolkning



Högre andel äldre på landsbygden

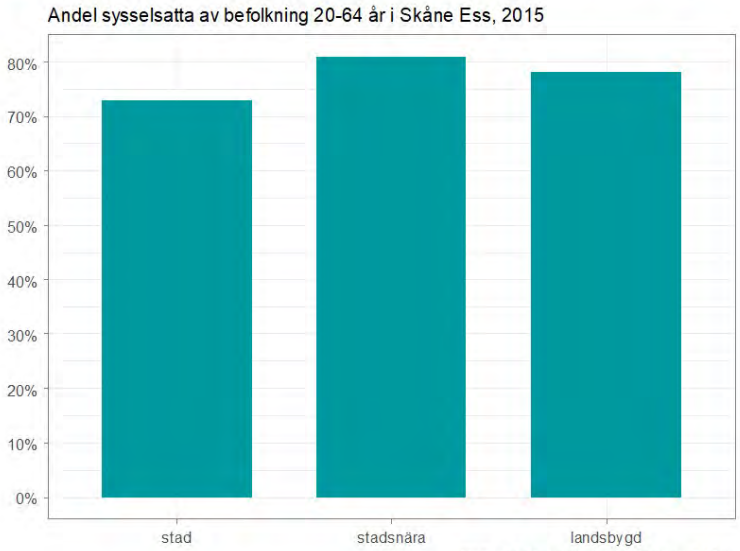


Högre genomsnittsinkomster på landet



Källa: SCB, bearbetat av Region Skåne

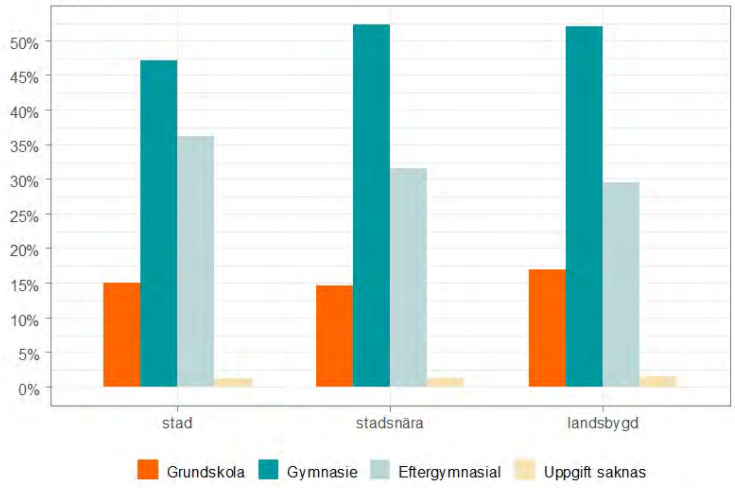
Högre andel av befolkningen arbetar på landet



Källa: SCB, bearbetat av Region Skåne

Något lägre utbildningsnivåer på landet

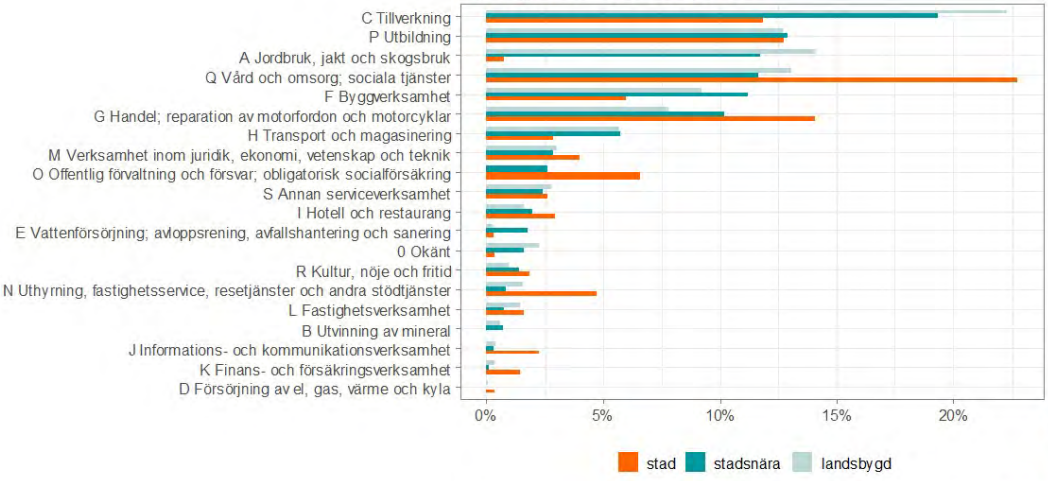
Befolkning 25-64 år efter högsta utbildningsnivå och region i Skåne Ess, 2015



Källa: SCB, bearbetat av Region Skåne

Tillverkningsindustri vanligaste branschen på den stadsnära landsbygden

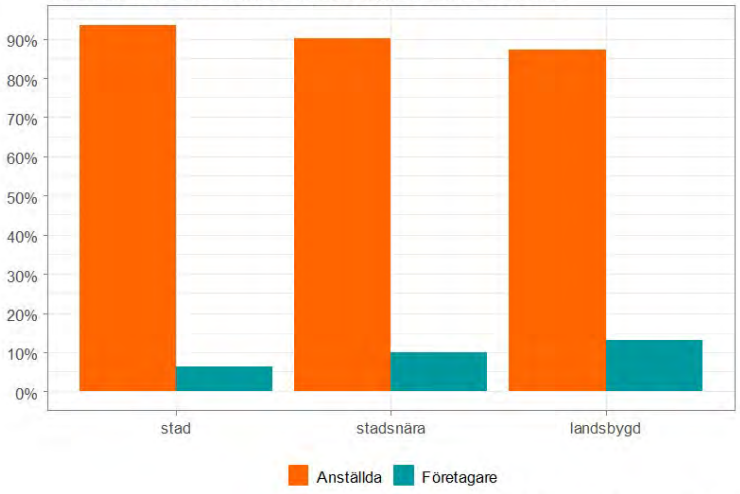
Antal sysselsatta efter arbetsplatsens belägenhet per bransch efter region inom Skåne Ess, 2015



Källa: SCB, bearbetat av Region Skåne

Markant högre andel företagare på landet

Sysselsatta efter bostadens belägenhet fördelat på om de får sin huvudinkomst som anställda eller företagare, Skåne Ess, 2015



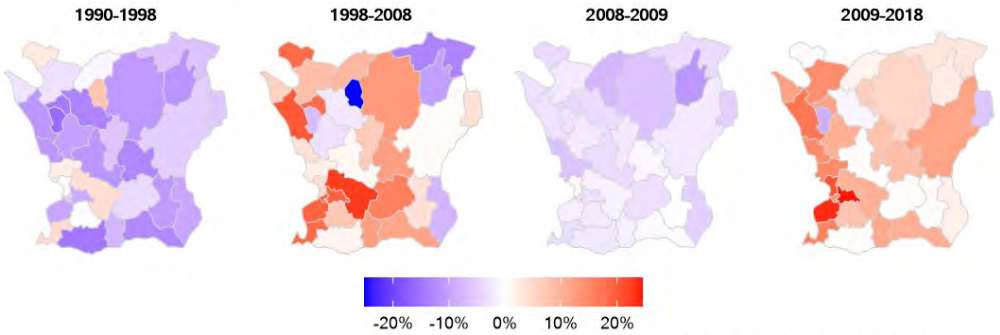
Källa: SCB, bearbetat av Region Skåne

Kris och återhämtning

Två krisers påverkan på Skånes arbetsmarknad och ekonomiska integration

Två krisers påverkan på sysselsättningen – Kriser drabbar alla kommuner medan återhämtningen är mera koncentrerad

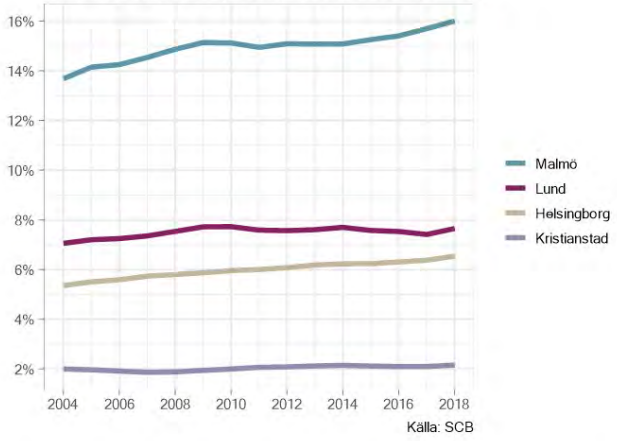
Sysselsättningsförändringar för befolkning 20-64 år efter arbetsplatsens belägenhet, 1990-2018, procent



Källa: SCB, bearbetad av Region Skåne

För Skåne utanför de fyra största kommunerna ökar betydelsen av de större städerna

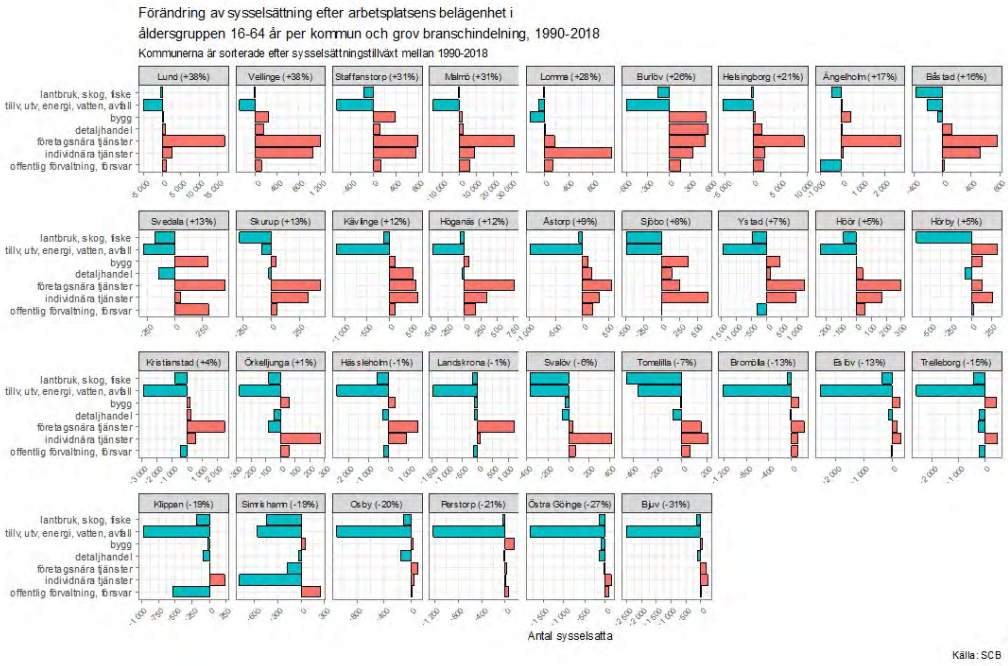
Andel utpendlare till tillväxtmotorer av totalt antal sysselsatta i Skåne exklusive de fyra tillväxtmotorerna, 2004 - 2018



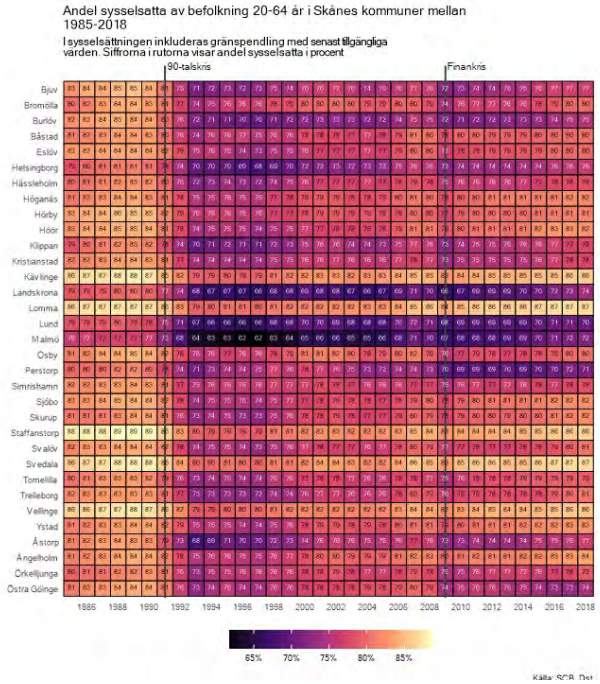
Källa: SCB

Hur ser den långsiktiga strukturomvandlingen ut om vi studerar sju branschaggregat över 30 år?

- *Lantbruk, skog, fiske*
- *Tillverkning, utvinning, energi, vatten, avfall*
- *Byggindustri*
- *Detaljhandel*
- *Individnära tjänster* (hotell- och restaurang, utbildning, vård och omsorg, fritid, kultur, nöje och frisörer m.m.)
- *Företagsnära tjänster* (övriga tjänster som inte täcks av grupperingarna ovan)
- *Offentlig förvaltning, försvar* (Myndigheter, Försvar, Socialförsäkringar. Notera att Vård, skola och omsorg ingår i Individnära tjänster)



Källa: SCB



Flertalet kommuner som tappat betydande andelar av sin sysselsättning har ändå lyckat upprätthålla en relativ hög sysselsättningsgrad. Till stora delar är detta en följd av en ökande utpendling.

Sammanfattning

- 41 % av befolkningen i Skåne ESS bor utanför större tätorter
- Landsbygden domineras stort av den stadsnära landsbygden 29 % av befolkningen, medan 12 % av befolkningen bor på landsbygden.
- Stora skillnader mellan stadsnära landsbygd och ”ren landsbygd”.
- Den stadsnära landsbygden har karaktäristiska som mera påminner om en gles pendlarförort och är starkt uppkopplade mot städerna (stor andel barnfamiljer, hög medelinkomst, majoriteten av befolkningen arbetar i städer).
- Företag utanför storstadskommuner tenderar att vara huvudsaklig inkomstkälla för ägaren i större utsträckning än i städer. Företag i städer är sidoverksamhet/hobbyverksamhet i större utsträckning.
- Jord- och skogsbruk dominerar landskapsbilden utanför städerna, men är relativt små i sysselsättningstermer. Även på ren landsbygd arbetar 85 % av befolkningen i andra branscher.

Några avslutande funderingar…

- Lyft styrkorna på landsbygden. Landsbygden i Skåne är relativt välmående och det stärker inte varumärket att framhäva de svaga sidorna.
- Nästan 30 % av alla sysselsatta i Skåne har potential att arbeta från hemmet (Region Skåne 2020). Erbjud goda boendemiljöer och ställ krav på infrastruktur som möjliggör hemarbete.
- Hoppa på renoveringstrenden! Inventera övergivna hus.
- En stor del av regionens tillverkningsindustrier har avvecklats de senaste decennierna. Vad har hänt med fabrikslokalerna? Finns det en potential att tillvarata dessa miljöer?
- Landsbygdsutveckling ≠ lantbruksutveckling. Lantbruket dominerar landskapet, men sysselsätter en låg andel av landsbygdens befolkning.
- Majoriteten av de sysselsatta på landsbygden arbetar i större tätorter/städer. Samspelet mellan stad och land är viktigt. Landsbygden behöver växande dynamiska städer! Går det dåligt för Kristianstad (eller Malmö, Lund, Helsingborg) går det också dåligt för den omgivande landsbygden.
- En stor del av befolkningsökningen i Skåne ESS består av utomeuropeiska flyktingar som nu börjar bli tillräckligt integrerade för att komma ut på arbetsmarknaden – vad kan göras för att behålla dem?

Vad är det som gör att vi trivs på den plats vi befinner oss?, Lisa Källström, Högskolan Kristianstad

Högskolan Kristianstad

Vad är det som gör att vi trivs på den plats vi befinner oss?

-En platsforskares perspektiv

Lisa Källström
Ekonomie Doktor
Universitetslärare, forskare och samverkansstrateg

Högskolan Kristianstad

Agenda

- Vad menar man egentligen med ”en attraktiv plats”?
  - Populära mätningar
  - Forskning
  - Kommunala årsredovisningar
- Vad säger invånarna själva; vad krävs för att människor ska trivas där de bor?
- Hur kan man arbeta med utveckling av platsattraktivitet? ”Mitt gröna hjärta” som exempel.

En bra plats att bo
-En platsforskares perspektiv

Högskolan Kristianstad

Agenda

- Vad menar man egentligen med ”en attraktiv plats”?
  - Populära mätningar
  - Forskning
  - Kommunala årsredovisningar
- Vad säger invånarna själva; vad krävs för att människor ska trivas där de bor?
- Hur kan man arbeta med utveckling av platsattraktivitet? ”Mitt gröna hjärta” som exempel.

En bra plats att bo
-En platsforskares perspektiv

AFTONBLADET

Här är bästa kommunerna att bo i

av Stefan Hesserud Persson

Här trivs företagen bäst - och sämst

RANKING 2019 Tydlig, tillgänglig och professionell. Så vill många företag att deras hemkommun ska vara. Och alla dessa egenskaper hittar vi hos - just det - Solna. Kommunen är bäst på företagande för tolfte gången i rad, enligt en färsk näringslivsranking.

Nyhet

EXPRESSEN

Listan: Sveriges bästa och sämsta kommuner

Publicerad 16 maj 2013 kl 10.32

I Solna bor du bäst i Sverige, enligt tidningen Fokus. Foto: ROBIN BENGH

I Solna bor du bäst i Sverige, enligt tidningen Fokus årliga lista, där man rankar landets bästa kommuner.
På sista plats hamnade värmländska Grums.
– Det känns lite orättvist, säger Gunilla Andersson (S), andra vice ordförande i kommunstyrelsen i Grums, om placeringen.

PRESSMEDDELANDE

Lomma kommun – bäst att leva i 2020!

Enligt nyhetsmagasinet Fokus är Lomma kommun bäst kommun att leva i 2020!

Varje år listar nyhetsmagasinet Fokus Sveriges kommuner efter olika parametrar, som demografisk utveckling, bostadsmarknad, utbildning, kommunal ekonomi med mera.

Högskolan Kristianstad

4

Populära mätningar av attraktivitet

Statistiska centralbyrån
Statistics Sweden

Nöjd-Region-Index
Medborgarnas betyg på regionen/kommunen som en plats att bo och leva i.

Konsulttjänster
CMA RESEARCH

Att mäta medborgares attityder har blivit en efterfrågad tjänst och vi genomför både kvantitativa och kvalitativa medborgarundersökningar.

Högskolan Kristianstad

Bästa Boende Kommun (Fokus) –Bäst att leva

	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Kristianstad	190	85	49	51	50	54	46	194
Bromölla	270	181	215	215	204	204	227	236
Östra Göinge	271-290	161	188	179	175	186	215	217
Osby	246	211	188	167	190	206	176	159

Vad man mäter, mer intressant än hur man faller ut i utvärderingarna (?)

Högskolan Kristianstad

Fokus 2019

Demografisk utveckling
Tex: In- och utflyttning, Medellivslängd, Befolkningsutveckling

Arbetsmarknad och inkomster
Tex: Andel av invånarna som arbetar, Inkomster, Tillgång till bredband, Nyregistrerade företag

Bostadsmarknad
Tex: Bostadsbyggande 2014-2018, Utvecklingen av hyror och huspriser, Trångboddhet, Närhet till kollektivtrafik

Kommunal ekonomi
Tex: Kommunskatt, Kommunal låneskuld, Resultat och soliditet i kommunen, Skattekraft

Brottslighet och säkerhet
Tex: Antal brott, antal poliser, reponstid vid 112-samtal.

Fritid, kultur och nöje
Tex: kulturkostnader, anställda vid bibliotek, musikskola, biografbesök, restauranger

Demokrati & socialt kapital
Tex: Valdeltagande, Deltidsjobbare, Löneskillnad Män-kvinnor, Skilsmässor, Självmord, Ohälsotal

Utbildning
Tex: Behöriga till högskola, andel med eftergymnasial utbildning, Anmälningar till Skolinspektionen.

Miljö
Tex: Utsläpp, Insamlat avfall, Kustnärhet, Miljöbrott, Cykelvägar

7 Högskolan Kristianstad

Bäst att leva, 2020

Förstärkt:

- ✓ jämförelserna av trygghet (genom att jämföra den statistiska förekomsten av olika brott)
- ✓ av resultat och investeringar i utbildning, i allt från förskola till gymnasieskola
- ✓ utvecklat antalet sociala faktorer som visar hur kommuninvånarna egentligen mår

8 Högskolan Kristianstad

Nöjd Region/Medborgare/Inflytande Index (SCB)

- Nöjd-Region-Index: Kommunen som en plats att bo och leva på
- Nöjd-Medborgar-Index: Kommunens verksamheter
- Nöjd-Inflytande-Index: Medborgarnas inflytande i sin kommun

Högskolan Kristianstad

Exempel på vad man mäter (SCB)

Hur ser du på…

-möjligheterna att få **arbete** inom rimligt avstånd?
-tillgången till **universitets-eller högskoleutbildning** inom rimligt avstånd?
-möjligheterna att hitta ett bra **boende**?
-tillgången till **gång- och cykelvägar**?
-utbudet av **livsmedelsaffärer** inom rimligt avstånd?
-tillgången till **parker, grönområden och natur**?
-hur **tryggt och säkert** du kan vistas utomhus på kvällar och nätter?

- ✓ Hur nöjd är du med din kommun i dess helhet som en plats att bo och leva på?
- ✓ Hur väl uppfyller din kommun dina förväntningar på en plats att bo och leva på?
- ✓ Föreställ dig en plats som är perfekt att bo och leva på. Hur nära ett sådant ideal tycker du att din kommun kommer?
- ✓ Kan du rekommendera vänner och bekanta att flytta till din kommun?

Högskolan Kristianstad

Olika mätningar olika resultat (2018)

Fokus: Plats nummer 49 av 290
SCB: Nöjd-region-Index (NRI): 63
Genomsnitt NRI för kommuner : 62

Kristianstads kommun

- Det är skillnad på mätningar baserat på antagande och uppfattning. Olika mätverktyg har olika fördelar.
- Man bör vara försiktig kring hur man använder mätningarna.

Högskolan Kristianstad

Vad är en attraktiv plats?

Om man frågar forskare inom platsmarknadsföring

Urbanitet & Mångfald	Natur & Rekreation	Arbete	Kostnadseffektivitet
• Brett utbud av kultur • Utbud av shopping • Olika kulturer • Öppenhet och tolerans • Stadens atmosfär och energi • Tillgänglighet av service • Stadens image	• Natur och grönområden • God miljö (tex utsläpp) • Parker och öppna områden • Brett utbud av utomhusaktiviteter • Lugn och ro • En ren stad • Tillgång till sjöar och hav	• Lönenivå • Möjligheter till arbete och utveckling • Generell ekonomisk tillväxt • Professionella nätverk	• Generell prisnivå • Husmarknad och hyresnivåer • Tillgänglighet av hus och lägenheter

(Zenker, Petersen & Aholt, 2013)

Högskolan Kristianstad

Studie av 145 kommunala årsredovisningar

Merparten av kommunerna i studien hade mål kopplade till invånarnöjdhet!

2016: **87,6%** 2014: **86,0%**

(Bång & Persson, 2018)

	Urbanitet & Mångfald	Natur & Rekreation	Arbete	Kostnadseffektivitet
2016 (145 kommuner)	48% (70 kommuner)	54% (78 kommuner)	71% (103 kommuner)	33% (48 kommuner)
2014 (143 kommuner)	45% (65 kommuner)	49% (70 kommuner)	71% (101 kommuner)	33% (47 kommuner)
Vanligaste underkategorier	-Brett urval av kultur -Tillgänglighet av service.	-God miljö (tex utsläpp)	-Generell ekonomisk tillväxt -Möjligheter till arbete och utveckling	-Bostadsmarknad och hyresnivåer

Högskolan Kristianstad

Agenda

- Vad menar man egentligen med "en attraktiv plats"?
  - Populära mätningar
  - Forskning
  - Kommunala årsredovisningar
- Vad säger invånarna själva; vad krävs för att människor ska trivas där de bor?
- Hur kan man arbeta med utveckling av platsattraktivitet? "Mitt gröna hjärta" som exempel.

En bra plats att bo
-En platsforskares perspektiv

Attraktivitet och värdeskapande

Platsmarknadsföring syftar till att skapa, kommunicera och leverera erbjudande som ***har värde*** för invånare, besökare, turister, arbetstagare mfl.

En attraktiv plats ⟶
en plats som har stort värde för (tex) invånaren.

Hur kan man se på värdeskapande, i en platskontext?

Högskolan Kristianstad

(Källström, 2016)

Invånarens roll		Värde-samskapare	Värde-skapare
Leverantörens roll	Värde-facilitator	Värde-samskapare	Värde-facilitator

Högskolan Kristianstad

Vad är en attraktiv plats? Om man frågar invånarna själva

"Allt jag behöver i alla fall finns ju här. Förutom palmer och såna grejer men det kan man ju åka till. Och det vill man kanske inte ha alltid."

Högskolan Kristianstad

Vad är en attraktiv plats? Om man frågar invånarna själva

Värde	*Yttre*	*Inre*
Självorienterat	**Ekonomiskt värde** -Ekonomiska besparingar -Tidsbesparingar -Bekvämlighet	**Hedonistiskt värde** -Välmående -Förtrogenhet -Trygghet
Omgivningsorienterat	**Socialt värde** -Status	**Altruistiskt värde** -Hängivenhet

Källström (2019)

Högskolan Kristianstad

Unikhet/Identitet

"När någon frågor om Kristianstad, så vill man kunna lyfta fram något! Kristianstad.. Då säger jag normallt Vattenriket, DET är något som är verkligt unikt här. Det är fantastiskt."

Högskolan Kristianstad

Platsens utseende och estetik

"Jag måste verkligen få säga det. Jag tycker att det är en VACKER stad. De flesta delar iallafall, det finns så klart delar.. Men, det är en vacker stad, det är det verkligen!"

Vad är en attraktiv plats? Om man frågar invånarna själva

Värde	*Yttre*	*Inre*
Självorienterat	**Ekonomiskt värde** -Ekonomiska besparingar -Tidsbesparingar -Bekvämlighet	**Hedonistiskt värde** -Välmående -Förtrogenhet -Trygghet
Omgivningsorienterat	**Socialt värde** -Status	**Altruistiskt värde** -Hängivenhet

Källström (2019)

Högskolan Kristianstad

Värdeerbjudande som skapas tillsammans

- Atmosfär *Mysigt-lugnt-inget stök*
- Mångfald *Vänner över kulturgränser*
- Gemenskap *Grannsämja, solidaritet, respekt*
- Nätverk *Stödjande nätverk och vänner*
- Synlighet *Alla känner alla, del av ett sammanhang*

Högskolan Kristianstad

Vad är en attraktiv plats? Om man frågar invånarna själva

Källström (2019)

Högskolan Kristianstad

Vem ska göra platsen attraktiv då?

Högskolan Kristianstad

Kommunen?

En (attraktiv) plats samskapas av många olika intressenter:

Offentlig sektor: kommunen (organisationen, tjänstemän, politiker, kommunalanställda), region och stat.

Företagare, ideell sektor, religiösa samfund och elitklubbar.

Invånare, besökare och media.

"Vi [kommunen] har så klart ett väldigt stort ansvar. Vem är så stora som vi och kan ta det ansvaret? Men, det är inte bara vårt ansvar: vi delar det med företag, invånare, ideella sektorn, Kristianstad Högskola och många fler, som alla är ambassadörer för sin stad."

Vem? Vi tillsammans

Högskolan Kristianstad

Nyckelaktiviteter

(Källström, 2019)

Högskolan Kristianstad

Högskolan Kristianstad

Agenda

- Vad menar man egentligen med ”en attraktiv plats”?
  - Populära mätningar
  - Forskning
  - Kommunala årsredovisningar
- Vad säger invånarna själva; vad krävs för att människor ska trivas där de bor?
- Hur kan man arbeta med utveckling av platsattraktivitet? ”Mitt gröna hjärta” som exempel.

En bra plats att bo
-En platsforskares perspektiv

Platsmarknadsföring (place branding, place making)

Ett gemensamt långsiktigt arbete

Kommunikation av, men även
skapandet av, en attraktiv plats

28

Högskolan Kristianstad

Inkluderande platsmarknadsföring

- ✓ Platsvarumärket ägs tillsammans
- ✓ Relationer är centralt
- ✓ Varumärket byggs inifrån

→ Invånare, näringsliv och offentliga aktörer behöver kraftsamla kring platsmarknadsföring

.

Högskolan Kristianstad

ÖSTRA GÖINGE

Mitt gröna hjärta

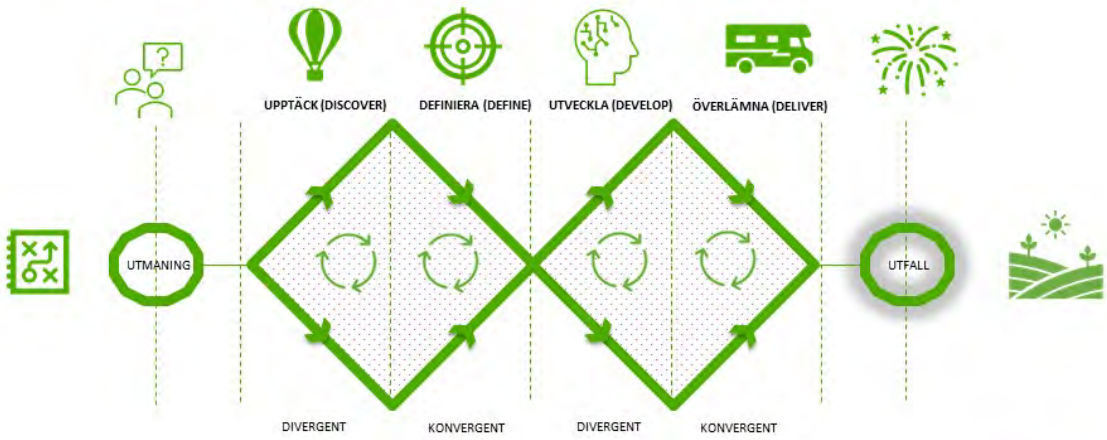
Platsvarumärkes- och forskningsprojekt, i samverkan mellan Högskolan Kristianstad, Östra Göinge kommun och platsens intressenter.

Med Mitt gröna hjärta vill vi låta platsens intressenter tillsammans stärka platsvarumärket, vill vi skapa relationer, dialog, möjlighet att påverka och känsla av ägandeskap

31

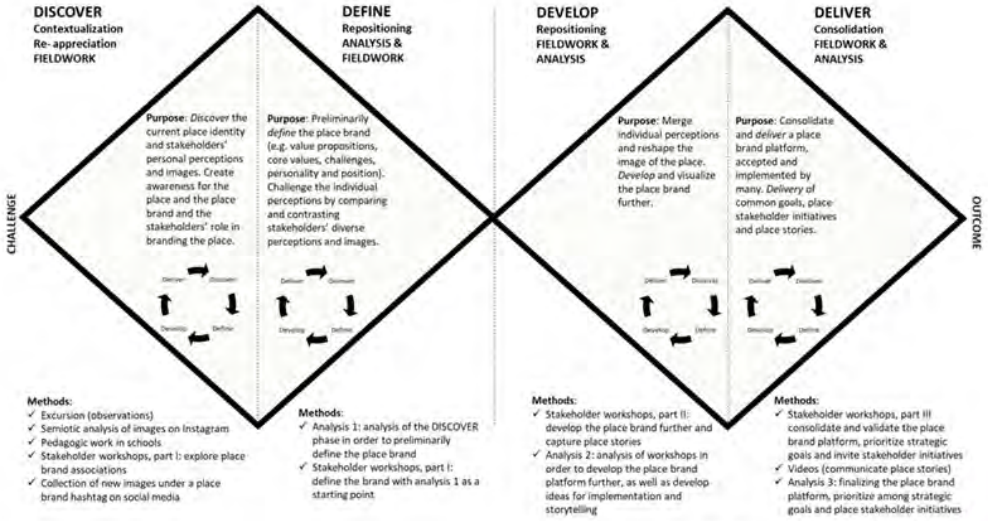
Högskolan Kristianstad

Design thinking –
en utforskande problemlösningsmetod



Källa: Vår modell är utvecklad utifrån Double Diamond, Design Council 2019

Högskolan Kristianstad



(Källström & Siljeklint, 2021)

33

Högskolan Kristianstad

En pågående process

Upptäcka
-Observationer
-Bildanalys Instagramkontot Skånes Gröna Hjärta
-Pedagogiska uppgifter
-Workshop 1

✓ Fånga individers personliga bild och uppfattning!

Definiera & Utveckla
-Workshop 2
-Bildanalys #skånesgrönahjärta

✓ Utmana individuella bilder av Östra Göinge, jämföra och se helheten!

Överlämna
-Workshop 3
-Vidare implementering

✓ Uppmana till ägandeskap av varumärket!

Högskolan Kristianstad

Workshop 1 (Upptäcka)

Utforska Östra Göinges identitet och fånga individers personliga bild och uppfattning!

1. **Individuell reflektion**
2. **Ta del av varandras uppfattningar**

Spelregler

-Sätt upp Post-it på väggarna (enligt tema)
-Fördela er vid olika stationer med uppgift att gruppera/klustra
-Rotera mellan tema.
-Tillbaka där du startade sätter du nu rubrik på klustren.
-Diskussion i storgrupp -'Dot-vointing'.

Spelregler

-5 minuter per fråga
-En sak per Post-it
-Gärna många Post-it till varje fråga.
-En färg per fråga.

Högskolan Kristianstad

Workshop 2 (Definiera & Utforska)

Utmana individuella bilder och börja definiera varumärket

World café – dialoger. Workshop 1 som utgångspunkt.

Spelregler

Rond 1: Diskutera och arbeta med frågan
Rond 2: En 'värd' stannar kvar. Övriga går till andra bord.
Rond 3: Nytt bord besöks
Rond 4: Tillbaka där man började: vad har utvecklats?

Summering: Poster och 'laget runt'

Högskolan Kristianstad

Workshop 3 (Överlämna)

Validera arbetet så här långt och uppmana till ägandeskap av varumärket!

Bekräftelse/validering av varumärkesarbetet

✓ **Utmaningar för platsen & Fortsatt implementering**

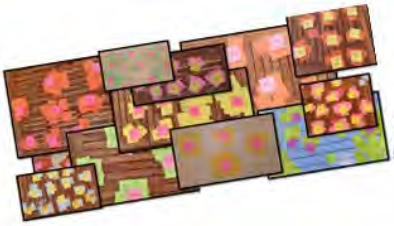
Konkreta förslag på fortsatt implementering

Viktigaste utmaningarna

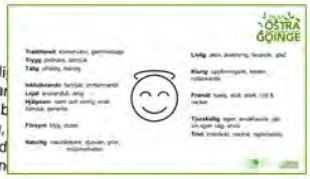
Högskolan Kristianstad

Resultat

- ✓ Levande varumärkesplattform: tydlighet och synliggörande av vad Skånes gröna hjärta representerar och står för
- ✓ Dialog om platsens identitet det centrala, platsen fortsätter att utvecklas och varumärket med den.



traditionell, konservativ, gammeldags trygg, jordnära, ödmjuk tåli
uthållig, ihärdig, inkluderande, familjär, omfamnande lojal, ansvar
ärlig hjälpsam, varm och vänlig, snäll, ödmjuk, generös, försynt, b
sluten, naturlig, naturälskare, djurvän, grön, miljömedveten, livlig,
äventyrlig, levande, glad, klurig, uppfinningsrik, kreativ, nytänkand
framåt, kaxig, stolt, stark, vild & vacker, tjurskallig, egen, avvaktan
går sin egen väg, envis trist, inskränkt, neutral, ogästvänlig



Högskolan Kristianstad

38

Intressanta reflektioner

MENING OCH FRAMTIDSTRO
- Hoppfullt
- Framtidstro
- Jag har blivit mer uppmärksam på den drivkraft som finns
- Positivt och hoppfullt

ENGAGEMANG
- Skånes Gröna hjärta engagerar
- Att engagera många, inte enbart kommunfolk
- Många kloka och engagerade deltagare

GEMENSKAP / INKLUDERING
- Trevligt att vara en del av detta samhälle och gemenskapen
- Gemenskap
- Trevlig sammankomst där man träffar olika folk från olika delar i kommunen
- Samsyn i gruppen och en osminkad bild gavs.

STOLTHET
- Bra och stolt
- Är nu en ännu stoltare Göing

ÄGANDESKAP
- Det berör många fler än vad jag trodde
- Positivt, mycket roligt att få medverka och få påverka
- Kul att vara delaktig och få dela med sig av tankar och funderingar.
- Intressant att ta med sig nya tankar och infallsvinklar

KOMPLEXITETEN
- Att det speglas på olika sätt utifrån olika faktorer, ålder, härifrån/inte härifrån..
- Att det finns så många olika "personligheter" i detta

Högskolan Kristianstad

Vårt bidrag

1. Social inkludering (nya kontakter, förståelse för varandra)
2. Meningsfullhet (positiv känsla)
3. Ägandeskap (ambassadörskap)
4. Implementering (en pågående process)
5. Komplexiteten (mångtydigheten blir synlig)

6. Men också en plattform för att kommunicera platsen!

Högskolan Kristianstad

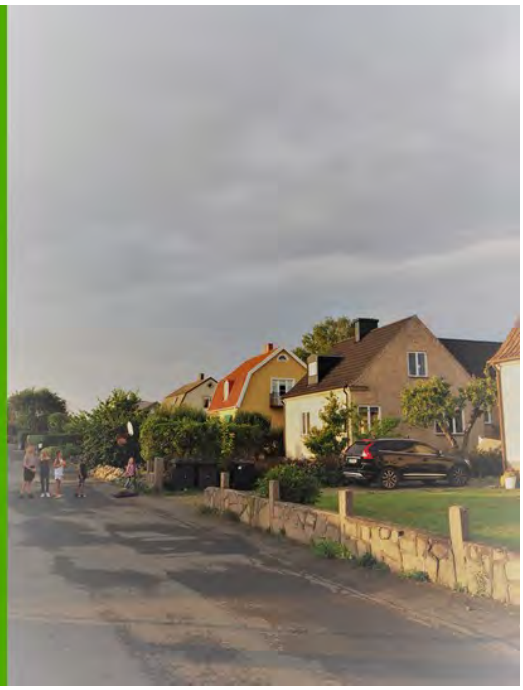
Högskolan Kristianstad

En bra plats att bo

-En platsforskares perspektiv

Lisa Källström

Lisa.Kallstrom@hkr.se
0703-368782



Företagen och innovationsförmågan, Lina Bjerke, Jönköping International Business School

INNOVATION I REGION SKÅNE

Lina Bjerke och Sara Johansson

Jönköping International Business School

2021-02-05

VARFÖR INNOVATION?

- En regions näringslivsförnyelse och förmåga att stimulera innovationsaktiviteter är betydelsefullt för långsiktigt konkurrenskraft, förädlingsvärden och lönebetalningsförmåga.
- Innovation och förnyelse är, jämte resurser som kapital och arbetskraft, det som förklarar ekonomisk tillväxt.
- Innovationer har en särskild betydelse i avseende att kunna bidra till att den teknologiska nivån utvecklas till alltjämt högre nivåer.

VAD ÄR INNOVATION?

- Ofta framhålls de *radikala* innovationerna som de viktiga med stor effekt på samhällsekonomin.
- De *inkrementella* innovationerna förfinar och optimerar egenskaperna och resulterar i tekniskspridning
- De inkrementella innovationerna spelar minst lika stor roll som de radikala.
- .....en mer modern definition: innovation kan vara en förbättring av en produktionsprocess eller en förändring av attribut hos säljbara produkter.

HUR UPPSTÅR INNOVATIONER?

- Innovationer är resultatet av *många faktorer* såsom kunskap, kreativitet och acceptans för förändring.
- Innovationer uppstår ofta som ett resultat av *kombinationer* av olika kunskaper och kompetenser.
- Kombination av olika kunskaper och kompetenser främjas också av att olika aktörer *samverkar*.

HUR BEDRIVS INNOVATIONSPOLITIK?

Nationell innovationsstrateg

Regionala innovationsstrategier

Offentlig statistik

CIS (*community innovation survey*)

Är detta alltid lätt och rätt?

Tabell 10. Företagens totala innovationsutgifter samt utgifter för FoU, 2018. Mnkr

Näringsgren och storleksklass	Innovationsutgifter exkl. FoU	KI, 95%	Utgifter för egen FoU	KI, 95%	Utgifter för utlagd FoU	KI, 95%
Totalt	35 616	4 243	120 797	10 248	45 502	4 618
10-49 anställda	10 634	9 963	9 660	1 395	4 288	3 992
50-249 anställda	9 963	2 966	14 347	1 460	2 992	507
250 anställda eller fler	15 019	1 932	96 789	10 047	38 222	2 266
Varuproducerande företag, totalt	12 842	1 901	68 321	9 926	20 952	2177
10-49 anställda	2 679	557	1 861	445	322	61
50-249 anställda	4 010	1 593	5 710	725	1 625	369
250 anställda eller fler	6 153	875	60 750	9 889	19 005	2 145
Tjänsteproducerande företag, totalt	22 775	3 793	52 475	2 549	24 550	4 073
10-49 anställda	7 955	2 271	7 799	1 322	3 966	3 992
50-249 anställda	5 954	2 502	8 637	1 267	1 367	348
250 anställda eller fler	8 866	1 723	36 039	1 773	19 217	730

Totalt i företagssektorn uppgick utgifterna för egen FoU till 60 procent av de totala utgifterna. Utgifter för utlagd FoU stod för 23 procent medan innovationsutgifter exklusive FoU stod för 18 procent.

SCB – Innovationsverksamhet i svenska företag 2016-2018 . Community Innovation Survey 2016-2018 30

VINNOVA

SYFTE

Öka kunskapen om hur den offentliga sektorn kan arbeta för att stärka innovationskraften hos näringslivet i mer landsbygdsdominerade områden.

BAKGRUND

- Samhällsförändringar
- Kunskap
- Data
  - CIS (community innovation survey)
  - Stora och små företag
  - Stad och landsbygd
- En näringspolitik som riskerar att missa många utmaningar och behov

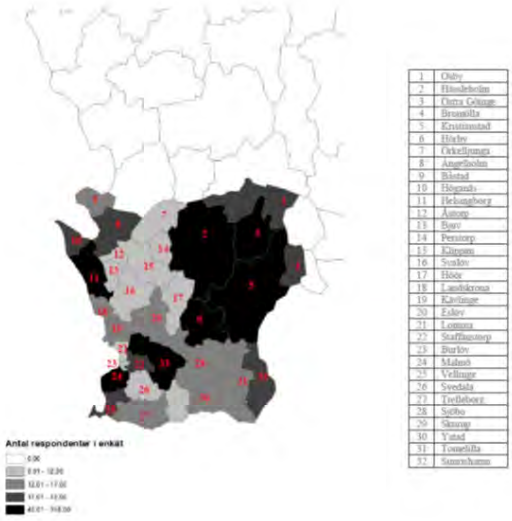
SYFTE

- Samla in data kring innovationer och innovationsprocesser
  - Region Skåne
  - Region Kalmar
  - Region Kronoberg
  - Livsmedelsindustrin
  - Region Jönköping
  - Fyrbodal
  - Jordbruksverket

DATA FRÅN FÖRETAGEN I REGION SKÅNE

VAD VET VI OM FÖRETAGEN I ENKÄTEN?

- Sektor
- Storlek
- Utbildningsnivå
- Åldersstruktur
- Etnisk bakgrund
- Omsättning
- Ålder på företag
- Marknadsorientering
- Ägarstruktur
- Generationsskiften (gjorda eller planerade)
- Innovationsmiljön



Antal respondenter per storleksklass

Antal anställda	Antal respondenter
1-4	667
5-9	199
10-19	321
20-49	181
50-99	90
100-199	28
200-499	12
500-999	3
1000-1499	1
Summa	1502

Företagens innovationsaktivitet

Har företaget under perioden 2017 – 2019 introducerat en ny eller väsentligt förbättrad produkt, process, marknadsföringsmetod?

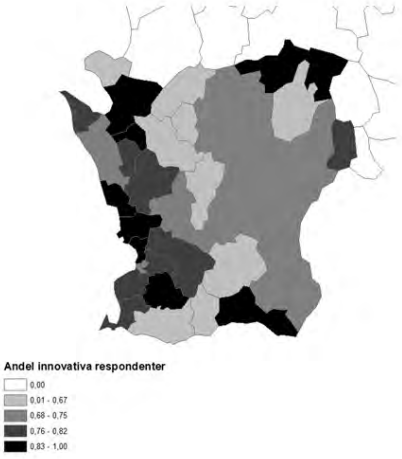
	Antal företag
Innovativ	1133
Icke innovativ	369
Produktinnovation	940
Processinnovation	553
Marknadsinnovation	475

Offentlig innovationsstatistik (CIS) som ej räknar med 1-10 anställda: **ca 55 %**

	Antal kommuner	Antal respondenter	Andel innovativa, %	Min /max för andel innovativa
Storstadskommuner	6	371	80	75 / 83
Täta kommuner nära en större stad	18	774	75	50 / 88
Landsbygdskommuner nära en större stad	8	337	68	44 / 80
Landsbygdskommuner avlägset belägna	1	20	75	

Storlek (anställda)	Andel innovativa
1-4	66,1
5-9	78,4
10-19	79,1
20-49	90,1
50-99	90,0
100-199	92,9

Storleksklass (antal anställda)	Andel innovativa respondenter
1-4	65,7
5-9	73,7
10-19	82,2
20-49	81,9
50-99	65,5
100+	95,5

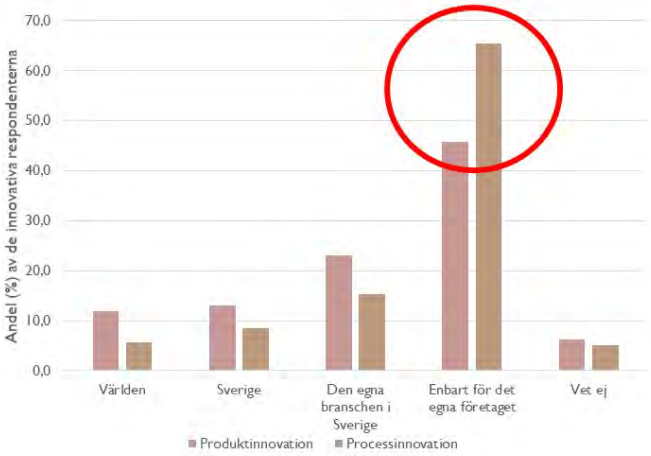


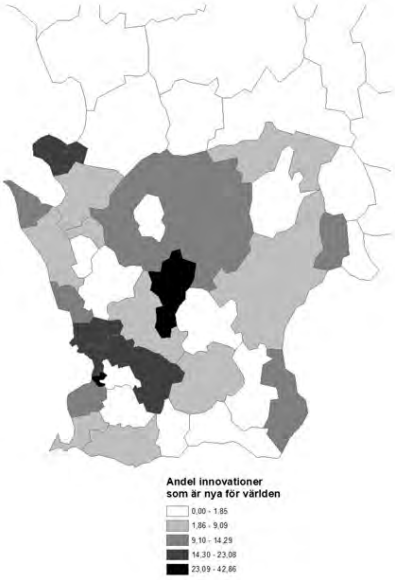
INNOVATIONSGRAD I KOMMUNER

INNOVATIONSHÖJD

Är produkten/processen/metoden ny för

- *Världen?*
- *Sverige?*
- *Den egna branschen?*
- *Ny enbart för det egna företaget?*

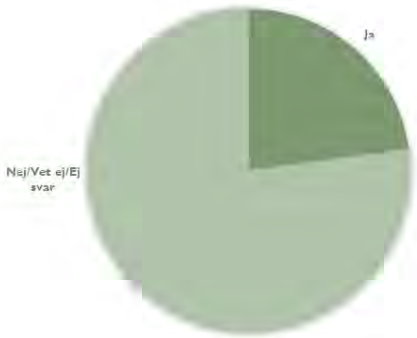


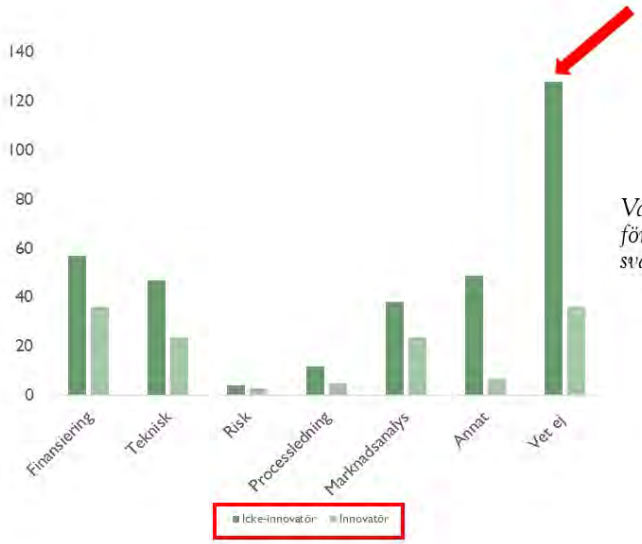


"NYA UPPFINNINGAR ÄR OFTA ETT RESULTAT AV EN RAD MISSLYCKANDEN..."

"I've failed my way to success."
Thomas Edison

Har företaget gjort ansträngningar för innovation under 2017–2019 som inte har lyckats?



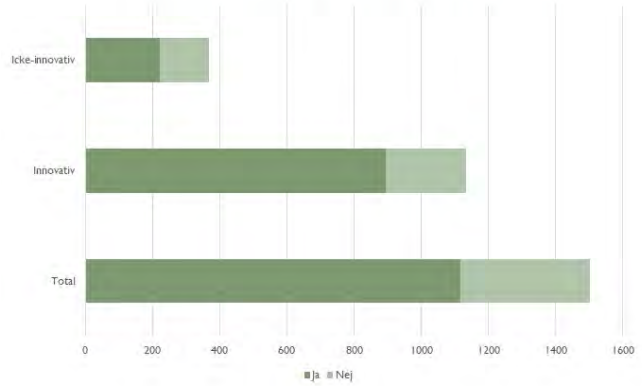


Vad skulle ni som företag behöva ha hjälp med för att stärka/underlätta innovationsarbetet? (fler svar är möjliga..)

ENSAM ÄR INTE ALLTID STARK....

SAMVERKAR NI ELLER INTE?

"SAMVERKAR NI ÖVERHUVUDTAGET MED ANDRA AKTÖRER?"

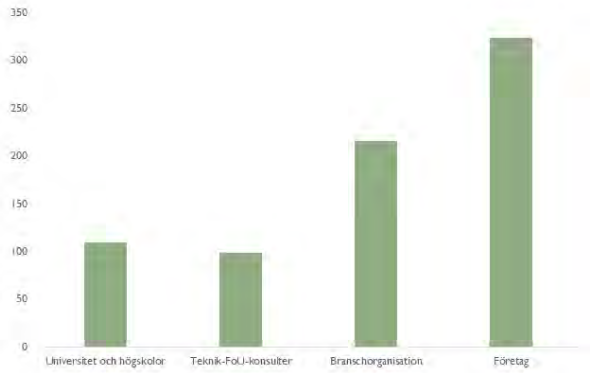


TYP AV SAMVERKAN

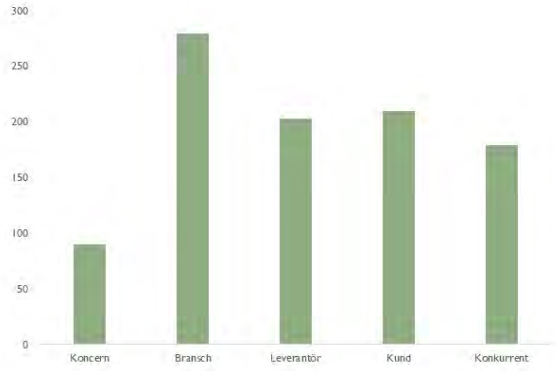
	Andel av alla samverkande företag (%)	Varav Innovativa (%)
Kompetens	71,4	81,5
Logistik	33,6	83,3
Marknad	63,7	81,2
Personal	33,7	80,9
Maskiner	25,2	82,6

SAMVERKAN KRING KOMPETENS

I vilket sammanhang togs första kontakten?

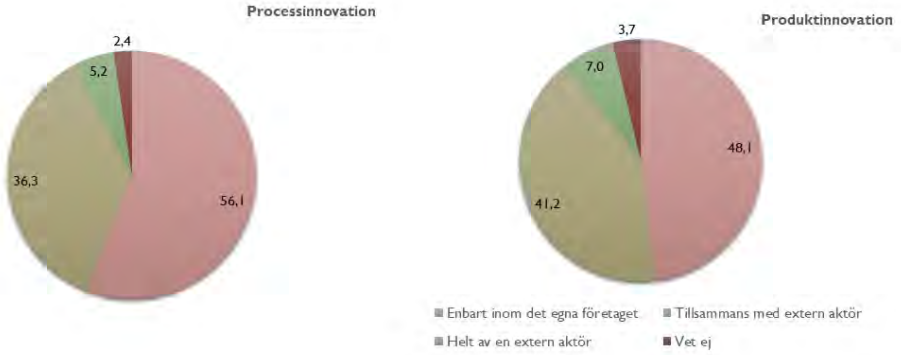


VEM?

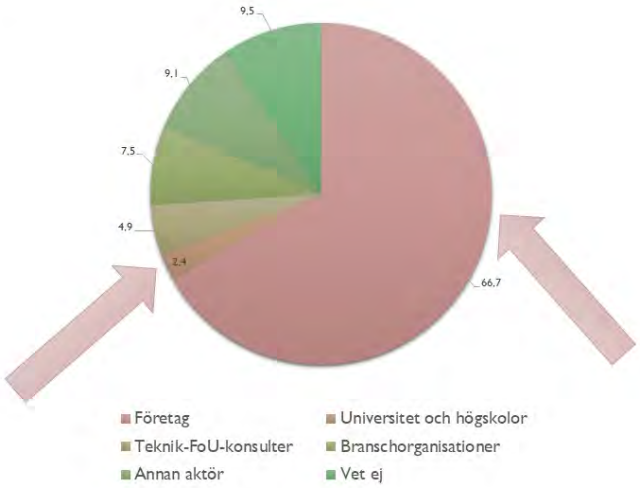


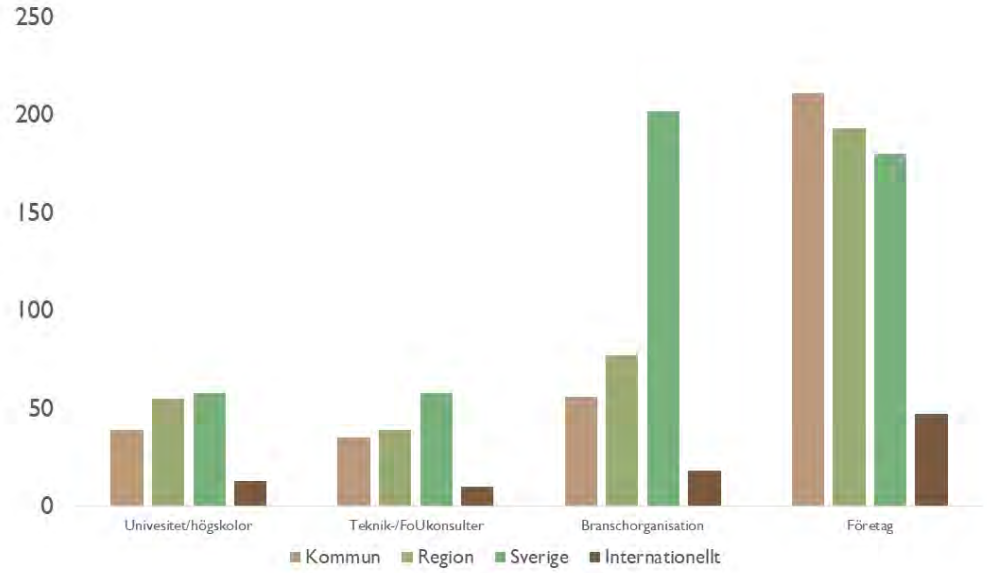
VILKEN TYP AV FÖRETAG?

*Utvecklades **innovationen** enbart inom det egna företaget, tillsammans med extern aktör eller helt av en extern aktör?*



Vilken samarbetsaktör var mest värdefull för företagets innovationsverksamhet? (%)





Har företaget tagit emot något offentligt stöd till innovationen?

(Andel av alla innovativa)

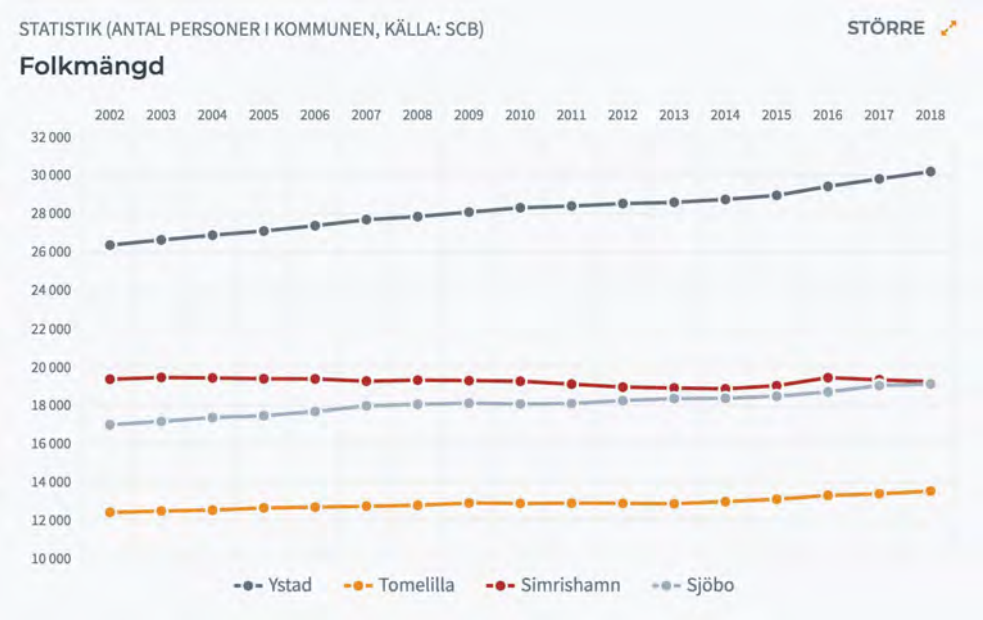
SAMMANFATTANDE KOMMENTARER

- Hög innovationsgrad bland företag alla storleksklasser men en stor andel av företagen gör innovationer som enbart är nya för det egna företaget. 12 procent av företagen anger att de gjort en produktinnovation som är ny på världsmarknaden. Innovationshöjden är generellt lägre för processinnovationer.
- Hög innovationsgrad bland företag i alla sektorer men primärproduktionen särskiljer sig med en lägre andel innovativa företag.
- Det är svårt att urskilja några tydliga geografiska mönster för innovation på kommunnivå men innovationsgraden tycks vara något högre i de västra kommunerna i Skåne än i de östra.
- De delar av innovationsprocessen som flest respondenter anger att de behöver stöd i handlar om finansiering, teknisk kompetens och marknadsanalys.
- Företag samverkar i hög utsträckning med andra företag och jämförelsevis få samarbeten involverar forskningsmiljöer.
- För de flesta företag är ett annat företag den mest värdefulla samarbetspartnern när det kommer till innovationsaktiviteter och det rör sig i hög utsträckning om ett företag i samma bransch.
- Samverkan sker både lokalt, regionalt och nationellt där samverkan med akademiska miljöer företrädesvis sker inom den egna regionen medan samverkan med branschorganisationer oftast ser på nationell nivå. Det är en relativt liten andel av företagen som samverkar med aktörer utanför Sverige.

Omvärldsanalys – LEADER Sydöstra Skåne

Levnadsvillkor

Demografi



Figur 1. Antal invånare per kommun i sydöstra Skåne från 2002 till 2018. Källa: SCB

Befolkningen i sydöstra Skåne, som motsvarar 7,5 procent av Skånes totala folkmängd, minskade under slutet av 1990-talet, men därefter har trenden vänt uppåt. Sydöstra Skåne har ett positivt inflyttningsnetto, men befolkningen ökar långsamt i relation till övriga Skåne, förutom i Ystads kommun där befolkningen ökar mer än genomsnittet för hela Skåne.

Generellt sett så blir befolkningen allt äldre och friskare. Medelåldern i sydöstra Skåne ligger över både Skånes och Sveriges medelålder. Befolkningen i arbetsför ålder förväntas minska här, vilket bland annat kommer att ge ekonomiska konsekvenser då kostnader för välfärdstjänster kommer att öka och färre personer ska försörja fler. Detta innebär också att våra verksamheter kommer att få allt svårare att hitta rätt arbetskraft.

Idag bor omkring 57 % av världens befolkning i städer, vilket kan jämföras med 30 % år 1950. FN förutspår att år 2050 kommer 70 % av världens befolkning att bo i städer. Av alla länder i EU så har Sverige den snabbaste urbaniseringstakten. För sydöstra Skåne innebär detta en ökad risk för lägre tillväxt av befolkning och ekonomi som följd. Coronan har dock inneburit en beteendeförändring och många talar om en ny grön våg där människor i städerna vill flytta ut till landsbygden.

Sydöstra Skåne har en lägre andel utrikesfödda, vilket omfattar personer födda utanför Sveriges gränser, än Skåne totalt. Andelen personer med funktionsnedsättning i sydöstra Skåne är något högre än snittet för Skåne.

Sydöstra Skåne har ett stort flöde av människor till regionen men det är mycket ojämnt fördelat över året.

Boende

Sydöstra Skåne har en fantastisk och skiftande natur med närhet till havet och det finns goda och varierande boendemiljöer i området. Detta attraherar medborgare och företagare som vill leva "det goda livet". Dock finns det i området procentuellt mindre antal hyresrätter än i Skåne och i Sverige. Trots att bostadsbyggandet generellt sett har ökat i Skåne så har samtliga kommuner i sydöstra Skåne ett underskott på bostäder enligt Boverkets årliga kommunenkät. (Boverket)

Hela Skåne brottas med en ökad ojämlikhet på bostadsmarknaden. Äldre, yngre och nyanlända, det vill säga de grupper som ökar mest i hela Skåne, är också de som har svårast för att ta sig in på arbetsmarknaden eller byta bostad. (Region Skåne) Sydöstra Skånes utveckling med en växande åldrande befolkning innebär en minskad rörlighet på bostadsmarknaden men också ett ökat krav på anpassade bostäder. I dagsläget har ingen kommun i sydöstra Skåne så kallade särskilda ungdomsbostäder enligt Boverkets årliga kommunenkät.

Transporter och service

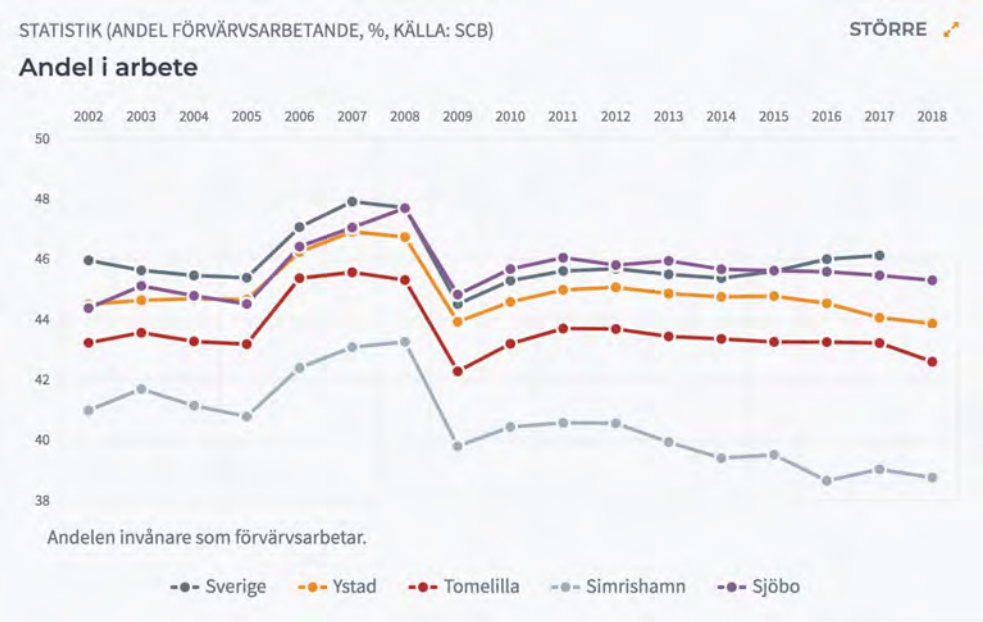
Generellt sett så har andelen resor med bil minskat något i Skåne och allt fler cyklar eller åker kollektivt. Men i stora delar av sydöstra Skåne är kollektivtrafiken alltför dåligt utbyggd för att fungera för pendling, vilket gör att det på många platser saknas realistiska alternativ till bilen. Detta begränsar särskilt de personer som inte har körkort, till exempel unga och utrikes födda, då de inte kan bo, arbeta och/eller studera var de vill.

Sedan mitten av 1990-talet har antalet mindre butiker minskat både i både tätort och på landsbygderna i Skåne, medan de större butikerna har blivit fler. Antalet mindre dagligvarubutiker på landsbygden har också minskat och många som bor i sydöstra Skåne har därmed fått längre till dessa butiker. Tillgängligheten till kommersiell service (dvs. kontantuttag, betalningsförmedling, dagskassehantering, dagligvarubutiker, post- och pakettjänster samt drivmedel) varierar mellan Skånes kommuner och tillgängligheten i sydöstra Skåne tillhör den sämre, framförallt i Sjöbo och Tomelilla kommuner. (Region Skåne)

Tillgången till bredband via fiber är otillräcklig och ojämnt fördelad i Skåne trots målet om att minst 95 % av Skånes hushåll och arbetsplatser skulle kunna ansluta sig till fiber med en hastighet om minst 100 Mbit/s år 2020. Relativt hög andel befolkningen i Ystads kommun (80 %) har god tillgång till fiber och höga hastigheter, även de som bor på landsbygden. I Simrishamns, Sjöbo och Tomelilla

kommuner ser statistiken dock något sämre ut (71, 57 respektive 60 %). (Bredbandskartan)

Sysselsättning, utbildning och inkomst

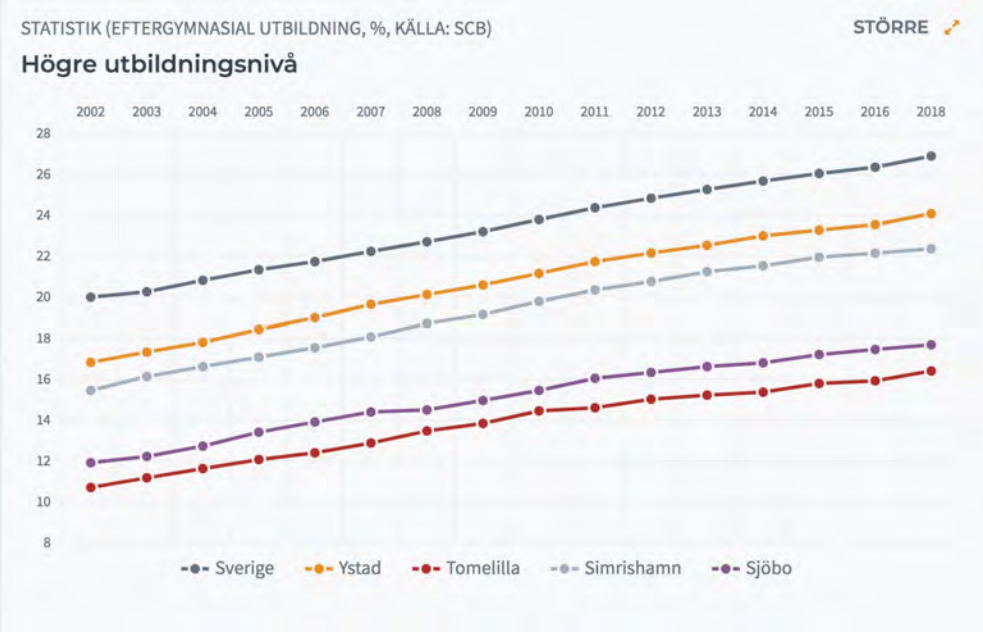


Figur 2 Andel (%) invånare i åldern 16-64 år i Sverige samt kommunerna i sydöstra Skåne som förvärvsarbetar från 2002 till 2018. Källa: SCB

Sverige har den högsta andelen sysselsatta i Europa och i sydöstra Skåne är sysselsättningsgraden högre än Skånesnittet och ligger i nivå med Sverigesnittet (SÖSK). Men samtidigt så är skillnaderna på på arbetsmarknaden i Sverige mellan utrikes och inrikes födda större än i övriga Europa och den största skillnaden är mellan utrikes och inrikes födda kvinnor.

Medelinkomsten för förvärvsarbetande i sydöstra Skåne ligger något under snittet i Skåne, förutom i Ystads kommun där medelinkomsten är något högre. Den faktiska inkomstskillnaden mellan män och kvinnor i Skåne är 20 procent, vilket även avspeglas i kommunerna i sydöstra Skåne. Dock är löneskillnaden mellan män och kvinnor något lägre i Simrishamns kommun. (Länsstyrelsen Skåne)

Utbildningsnivån i sydöstra Skåne är lägre än i Skåne i stort, och samtliga kommuner ligger under Skånesnittet vad gäller övergång till universitetsutbildning. Tre av de fyra kommunerna ligger under Skånesnittet vad gäller ungdomars behörighet till gymnasiet. (SÖSK) Enligt Skolverket ligger andelen behöriga till gymnasiet cirka tre procentenheter högre bland flickor än bland pojkar. (Skolverket)



Figur 3 Andel (%) invånare i åldern 16-74 år med eftergymnasial utbildning i Sverige samt kommunerna i sydöstra Skåne från 2002 till 2018. Källa: SCB

Inkomstklyftorna har vuxit i Sverige under de senaste decennierna och inneburit allt större skillnader mellan olika gruppers levnadsstandard. Segregationen ökar sett till välstånd, utbildningsnivå, bostäder och social tillit inom samhällen, vilket i sin tur påverkar människors livskvalitet. Det går att se en tendens mot en minskad tillit hos socialt utsatta grupper. (Region Skåne)

Samtidigt förutspås än ökade ekonomiska klyftorna i Sverige under pandemin, bland annat som en följd av stigande arbetslöshet och högre fastighetspriser. (Daniel Waldenström, professor i nationalekonomi vid Institutet för näringslivsforskning)

Delaktighet och engagemang

Generellt sett så ökar intresset för politik i hela Sverige genom ett ökat valdeltagande och sydöstra Skåne ligger i nivå med riket. Sydöstra Skåne har ett levande och aktivt föreningsliv, dock med en dålig föryngringsprocess. (SÖSK) I idrottsföreningarna är det dock främst personer i ålder 7-25 år som är medlemmar. (RF-SISU Skåne)

Kultur och fritidsliv

Ett rikt och levande kulturutbud ökar kreativt tänkande och tolerans, gynnar folkhälsan och ökar ett samhälles attraktivitet. Region Skånes kulturplan för 2021–2024 pekar ut följande fem prioriterade områden: Konstnärligt skapande, Delaktighet och medskapande, Kulturens rum och platser, Barns och ungas rätt till kultur, Digital utveckling. (Region Skåne)

Kultur, inte minst bildkonst och konsthantverk, är viktiga komponenter i sydöstra Skåne och en viktig anledning till att människor besöker och flyttar till området. Andelen personer som är sysselsatta inom kulturella och kreativa näringar (KKN) är relativt hög i såväl Simrishamns som Ystads kommun. (Region Skåne)

Sydöstra Skåne har stor potential att utveckla kulturutbudet ytterligare, detta då det finns stora billiga lokaler, inspirerande miljöer och många kreativa aktörer. Kultur kan även skapa mervärde till andra områden. En upplevelse eller berättelse kring en vara, tradition, historia och identitet är en del av kulturen och kan stärka ett varumärke.

Rekreation, friluftsliv och naturupplevelser är värdefulla för både den enskilda människan och för samhället i stort. Utöver att förbättra folkhälsan, vilket indirekt leder till samhällsekonomiska besparingar, bidrar också ett områdes friluftsliv till lokal utveckling och en ökad miljömedvetenhet.

För att få ett bra och utvecklat friluftsliv som är tillgängligt för alla behöver kunskapen om möjligheterna till friluftsliv samlas för att underlätta att hitta informationen om områden, leder, anordningar och olika aktiviteter. Det behöver även vara lätt att hitta information om områden med funktionsanpassade anordningar och leder. För att få ett bra och utvecklat friluftsliv som är tillgängligt för alla behöver kunskapen om olika målgruppers behov öka och samtidigt göra mer riktade insatser. (Länsstyrelsen Skåne)

Sydöstra Skåne har erbjuder ett rikt och varierat friluftsliv och intresset för naturupplevelser ökar ständigt.

Hälsa och trygghet

I de nationella folkhälsopolitiska målen uppmärksammas att hälsoskillnaderna är en utmaning i hela Sverige och i Skåne har skillnaderna i medellivslängd mellan olika socioekonomiska grupper ökat sedan början av 1990-talet vilket sägs bero på utvecklingen med växande sociala klyftor, ökad psykisk ohälsa, segregerade bostadsområden och minskad tillit. (Folkhälsomyndigheten)

I sydöstra Skåne har medellivslängden för både kvinnor och män generellt sett ökat, men den ligger något under den svenska medellivslängden. Resultat från Region Skånes Folkhälsoenkäten från 2019 visar att den självskattade hälsan i sydöstra Skåne ligger under skånesnittet, men även att det skiljer sig åt mellan kommunerna i området. (Region Skåne)

Personer med låg utbildningsnivå och de som står utanför arbetsmarknaden har i de flesta fall sämst hälsa, och i dessa grupper ses oftare riskbeteenden såsom låg fysisk aktivitet, rökning, alkoholvanor och matvanor. Sex av tio män och nästan fem av tio kvinnor i Skåne har övervikt eller fetma, dessa siffror är något högre i kommunerna i sydöstra Skåne. Andelen riskkonsumenter av alkohol samt dödlighet orsakat av alkohol är högre i sydöstra Skåne än i Skåne. Andelen personer med lågt

socialt deltagande i aktiviteter är anmärkningsvärt högre i Tomelilla än i övriga kommuner i Skåne. (Region Skåne)

Den psykiska ohälsan har ökat i hela Sverige de senaste decennierna. Andelen med psykisk ohälsa bland vuxna män och kvinnor är något högre i Skåne jämfört med riket. Men det är dock de yngre som mår sämst enligt nationella kartläggningar. Bland dem är en övervägande andel flickor och kvinnor, men den senaste tiden har det även skett en tydlig ökning bland yngre män. Andelen personer med nedsatt psykiskt välbefinnande är något färre i sydöstra Skåne än i genomsnittet för Skåne. (Region Skåne)

Enligt lokalpolisområdet Ystads trygghetsmätning från 2020 så är de största problemen i sydöstra Skåne otrygghet vid kvälls- och nattetid, utomhusstörningar, buskörningar och höga hastigheter vid bilkörning samt missbruksrelaterade problem. (Polisen)

Miljö, klimat och energi

Sydöstra Skåne står, precis som resten av världen, inför enorma klimat- och miljöutmaningar. De förändringar som samhället står inför kräver kraftfulla förändringar. Samtidigt innebär omställningen möjligheter, inte minst för landsbygden. Det kan till exempel skapa möjligheter att öka landsbygdens attraktionskraft, skapa förutsättningar för nya arbetstillfällen i gröna näringar och påskynda omställningen till ett hållbart cirkulärt bioekonomiskt[1] samhälle. Här kan helt nya typer av affärsmodeller skapa nya värdekedjor både inom privata, offentliga och ideella verksamheter.

I ett bioekonomiskt samhälle använder vi förnybara råvaror från skogen, jorden och havet i stället för fossila bränslen och material. På så sätt minskar vi vår klimatpåverkan och optimerar ekosystemtjänsternas värde och bidrag till ekonomin.

De nationella miljökvalitetsmålen beskriver det tillstånd i den svenska miljön som ska nås. Dessa mäts och rapporteras på nationell, regional och kommunal nivå. I publikationen *Skånska åtgärder för miljömålen 2016-2020* beskrivs fem utmaningar som anses vara särskilt viktiga för Skåne:

- Hållbara transporter i Skåne
- Hänsyn till Skånes hav, sjöar och vattendrag

[1] ”Bioekonomin omfattar alla sektorer och system som förlitar sig på biologiska resurser – djur, växter, mikroorganismer och biomassa från dessa, bl.a. organiskt avfall – samt deras funktioner och principer. Den omfattar och kopplar samman följande: ekosystem på land och till havs och de tjänster som de tillhandahåller, alla primärproduktionssektorer där man använder och producerar biologiska resurser (jordbruk, skogsbruk, fiske och vattenbruk) och alla ekonomiska och industriella sektorer där man använder biologiska resurser och processer för att producera livsmedel, djurfoder, biobaserade produkter, energi och tjänster.” (Europeiska kommissionens bioekonomistrategi, 2018)

- Hushållning med Skånes mark- och vattenresurser
- Skydd av Skånes natur- och kulturvärden
- Hållbar konsumtion i Skåne

Sydöstra Skåne är, med hänsyn till de klimat och miljöutmaningar vi står inför, synnerligen sårbart bl.a. avseende regionens stora andel areella näringar.

Miljö

Trots att flera miljöåtgärder genomförs med positivt resultat visar analysen att miljötillståndet i Skåne är fortsatt allvarligt och att målen inte nås. Länsstyrelsen Skåne gör en regional bedömning av 12 av de 15 miljökvalitetsmålen, resterande tre bedöms på nationell nivå. Inget av de 12 miljökvalitetsmålen som bedöms på regional nivå i Skåne bedöms kunna nås. De senaste årens stora budgetneddragningar har påverkat planerade naturvårdsinsatser negativt. Till exempel har arbetet med skötsel och restaurering av skyddade områden kraftigt bromsats upp, problemen med invasiva arter ökar och det sviktande beståndet av torsk i Östersjön innebär både ett försämrat ekosystem och försämrat yrkesfiske.

Endast två mål, *Bara naturlig försurning* och *God bebyggd miljö*, bedöms ha en positiv utveckling. För *Bara naturlig försurning* är det en förbättring jämfört med tidigare år. 2018 bedömdes trenden för *Frisk luft* vara positiv på grund av flera års minskade kvävedioxidhalter. Denna utveckling har avstannat och trenden bedöms därför vara neutral.

Två mål, *Ett rikt odlingslandskap* och *Ett rikt växt- och djurliv*, har en fortsatt negativ utveckling. För övriga mål går det inte att se en tydlig riktning för utvecklingen i miljön eller så finns det inte tillräckligt med underlag för att kunna göra en bedömning.

Både dessa mål har särskild betydelse för just sydöstra Skåne eftersom vår del av regionen i stor utsträckning är beroende landskapet, främst ur ett biologiskt perspektiv men också som brukbar resurs och som attraktionskraft för livskvalité och inflyttning. Den totala åkerarealen har under längre tid minskat på grund av rationalisering och tätortsutbyggnad. Antalet småbiotoper och landskapselement har minskat liksom arealen betesmarker och slåtterängar. Det krävs samverkande insatser för landsbygdsutveckling för att stoppa den negativa trenden. Samtidigt minskar värdefulla habitat, många arter är hotade och främmande arter sprids. Tillståndet för den biologiska mångfalden är inte hållbart och påverkan på ekosystemen fortsatt hög. Större hänsyn när resurser nyttjas, ökat skydd och skötsel av naturmiljöer och anpassade styrmedel behövs.

Även budgeten för *Åtgärdsprogram för hotade arter och naturtyper* har minskat. I budgetarbetet hösten 2018 ströks den tidigare införda våtmarkssatsningen inom LONA (Den lokala naturvårdsatsningen) som skulle löpa mellan 2018 och 2020. Pengarna återkom i vårändringsbudgeten, men avbrottet skapade förseningar i arbetet.

Det finns flera lokala miljöutmaningar som behöver adresseras. Jordbrukets utsläpp, minskad biologisk mångfald, resurseffektivitet, vattenkvalitet, hållbara transporter och stranderosion (oavsett om den är orsakad av klimatvariationer eller fysisk påverkan) är bara några exempel.

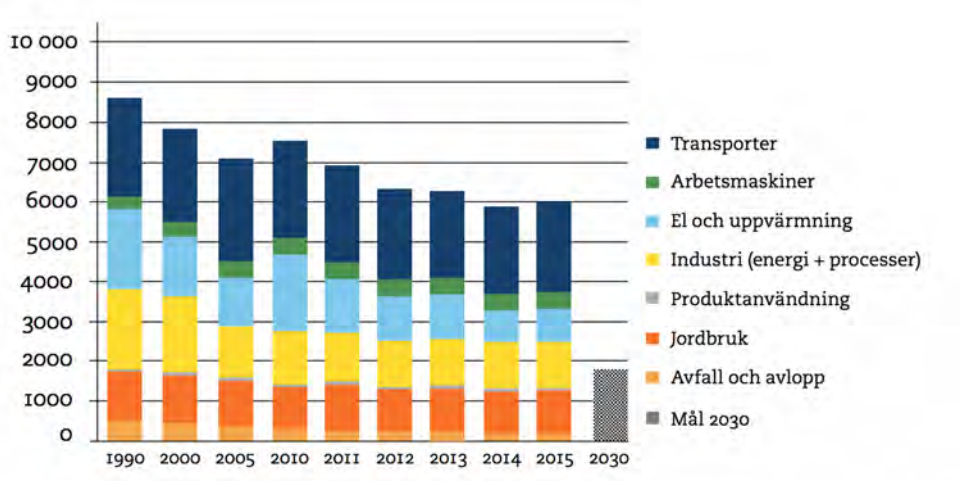
Klimat

Klimatförändringarna är vår tids största utmaningar. Det finns stora möjligheter att förändra samhällets energiförsörjning och använda jordens resurser både mer effektivt och långsiktigt hållbart. En omställning till ett klimatneutralt och fossilbränslefritt samhälle är nödvändigt för att möta den globala klimatutmaningen vi står inför.

Skånes största utmaning ligger i omställningen till fossilbränslefria transporter och att bryta trenden av ökande trafikvolym i länet. En stor del av potentialen för utsläppsminskningar ligger i bränslesnålare fordon och ökad grad av elektrifiering, vilket samtidigt minskar energianvändningen i transportsektorn genom ökad energieffektivitet. En annan viktig del är ökad produktion och användning av biogas och andra förnybara drivmedel för att ersätta bensin och diesel i befintliga fordon.

Klimatsamverkan Skåne (RS, LS, KFSK) har tagit fram den regionala klimat- och energistrategin *Ett klimatneutralt och fossilbränslefritt Skåne Klimat- och energistrategi för Skåne* och formulerar följande klimatmål för Skåne till 2030:

- Utsläppen av växthusgaser i Skåne ska vara minst 80 procent lägre än år 1990.
- Utsläppen av växthusgaser från konsumtion i Skåne ska vara högst 5 ton koldioxidekvivalenter per person och år.
- Energianvändningen i Skåne ska vara minst 20 procent lägre än år 2005 och utgöras av minst 80 procent förnybar energi.
- Andelen resor som görs med cykel eller gång ska vara minst 30 procent och andelen resor som görs med kollektivtrafik ska vara minst 28 procent av det totala antalet resor i Skåne.
- Utsläppen av växthusgaser från transporter i Skåne ska vara minst 70 procent lägre än år 2010.



Figur 4 Totala utsläpp av växthusgaser i Skåne per sektor för perioden 1990-2015 och regionalt mål till år 2030 (kton CO2ekv). Källa: SMED

”Majoriteten av skåningarna uppger också att de tar ett eget ansvar för klimatförändringarna, dels av omtanke för kommande generationer och dels av oro för klimatförändringarnas konsekvenser. De flesta skåningar tycker att näringslivet bör ta ett större ansvar för att genomföra åtgärder som minskar klimatpåverkan, följt av enskilda människor och staten som bör styra mer för minskad klimatpåverkan.” (Region Skåne)

Skånepanelen har frågat cirka 3000 skåningar om vad de vet om klimatförändringar, och hur de tycker att vi ska göra klimatsmarta val. Flertalet skåningar kan tänka sig att ändra sitt beteende för att minska sin klimatpåverkan, till exempel genom att välja mer närproducerad mat, minska elförbrukningen och konsumtion av produkter samt ändra sina resvanor. Pris och utbud är för många två viktiga faktorer för att kunna göra klimatsmarta val. Många skåningar uppger att om miljö- och klimatvänliga alternativ blev billigare skulle de leva mer klimatsmart. Även ett bättre utbud av till exempel cykelvägar, större turtäthet i kollektivtrafiken, information om klimatvänliga sparformer, mer kunskap om vegetariska maträtter etcetera, skulle bidra till att många skåningar skulle göra fler klimatvänliga val i vardagen.

Många unga upplever idag att frågorna inte är tillräckligt framträdande i den allmänna debatten som grundläggande förutsättningar för en hållbar samhällsutveckling. Upplevelsen av att samhället inte förmår att agera tillräckligt kraftfullt för att minska miljö- och klimatpåverkan och erbjuda hållbara lösningar riskerar att leda till negativa känslor som maktlöshet och hopplöshet istället för hopp som kan ge handlingskraft i miljöfrågorna. Ungdomarna har svårt att se hur vuxenvärlden som utbildningsväsende, politiker och näringsliv kan hjälpa dem i att skapa en hållbar framtid. Enligt ungdomarna finns det ett sätt att nå en hållbar framtid och det är genom att omedelbart hantera miljöfrågorna på ett positivt sätt och vända rådande negativa trender. (Skolporten)

Energi

Energiförsörjningen i sydöstra Skåne lyfts ofta som en riskfaktor, inte minst för lokal tillväxt. Eftersom regionen befinner sig långt ifrån elproduktionen och på grund av en eftersatt energiinfrastruktur är elförsörjningen inte tryggad. Två möjliga åtgärder är att öka den lokala elproduktionen, där t ex Simris energianläggning för självförsörjning är ett intressant pilotprojekt. Det finns också potential att öka produktionen av biobränslen, t ex flis och biogas. Samtidigt behöver sydöstra Skånes elförbrukning som helhet minska, t ex genom mer energieffektiva byggnader och beteendeförändring hos såväl individ och näringsliv. Det finns också andra behov inom energi som är särskilt viktiga för landsbygden, till exempel att öka andelen markdragna elnät.

Klimatsmart jord- och skogsbruk

Utvecklingen mot ett klimatsmart jord- och skogsbruk bör inriktas på att minska de direkta, såväl som de indirekta, utsläppen av växthusgaser. Samtidigt ska hänsyn tas till den nationella livsmedelsstrategins övergripande mål om ökad livsmedelsproduktion.

Skåne har Sveriges bästa jordbruksmark och länet består till nästan hälften av åker- och betesmark. Hushållning med den skånska jordbruksmarken är viktig för att säkerställa en långsiktig livsmedelsförsörjning i ett förändrat klimat och bevara förutsättningar för en ökad regional produktion av livsmedel, biobränslen och biobaserade material, vilket minskar importbehovet för dessa varor och klimatpåverkan i ett globalt perspektiv. Detta kan också ge goda marknadsförutsättningar för de gröna näringarna i länet.

Den stora delen av klimatpåverkan från jord- och skogsbrukssektorn i Skåne är förknippade med jordbrukets djurhållning och gödselhantering. Jordbruket står för nästan 20 procent av de klimatrelaterade utsläppen i Skåne, främst utsläpp av klimatgaserna metan och lustgas.

Skogsbruket levererar mycket mer klimatnytta än de utsläpp som orsakas, förutom på dikade torvmarker där nettoeffekten ofta är negativ i Skåne. För att nå målbilden om ett klimatneutralt och fossilbränslefritt Skåne kan jord- och skogsbruket bidra främst genom ökad produktivitet, systematiskt arbete med energieffektivisering, uthållig produktion och omställning till förnybar energi, minskade utsläpp av växthusgaser samt leverans av biomassa både till traditionella marknader (bygg, papper och förpackningar) och nya marknader (förnybar energi, biomaterial och biokemi).

I den övergång till en biobaserad ekonomi som eftersträvas är produktionen inom skogsnäringen en huvudfråga. En ökad produktion och förädlingsgrad innebär också ett större bidrag till den regionala ekonomin i form av både ekonomisk tillväxt och jobb i Skåne.

I tätortsnära Skåne utgör skogen basen för en stor del av friluftslivet och är viktig för hälsa och välbefinnande. Att uppleva skogen på olika sätt ger dessutom ökad kunskap om alla dess nyttor och olika värden för ett livskraftigt mångbruk.

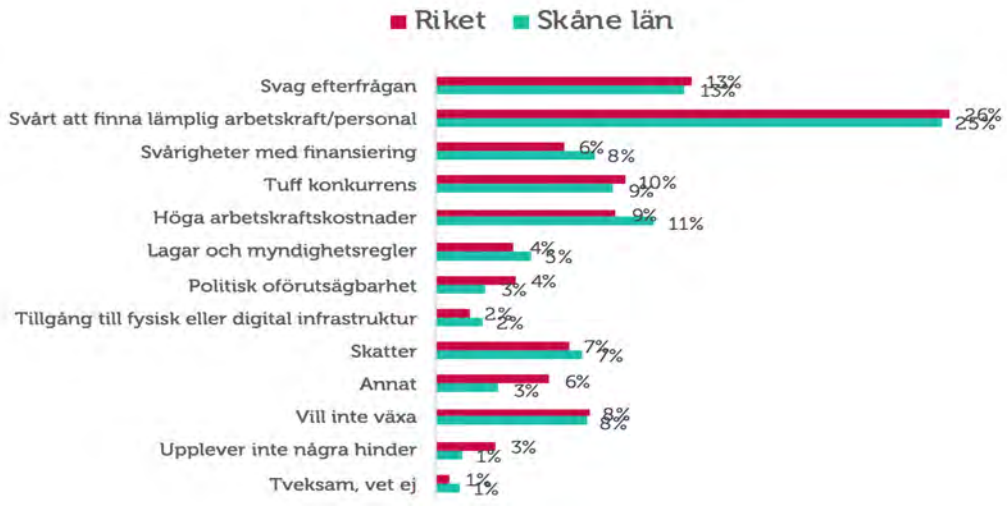
Skogen har en betydelsefull roll för att klara klimatmålen och uppnå ett fossilfritt Sverige. Bevarande och hållbart nyttjande av biologisk mångfald är grunden för de ekosystemtjänster som bidrar till vårt välstånd.

Näringsliv

I *Företagarnas landsbygdsrapport 2016* kan vi läsa att näringslivet på landsbygden har en större andel små företag, ofta ensamföretagare utan anställda. De är ofta verksamma i näringar som inte är beroende av en geografisk närhet till marknaden och utbildningsgraden är lägre än i storstadsområdena. Landsbygdsföretag säger att det ofta är svårt att finna lämplig arbetskraft, och att kostnaderna för arbetskraft är för hög. De har också ofta svårt att hitta finansiering för investeringar och tillväxt. De upplever regelkrångel och långa handläggningstider som hinder för sina verksamheter, vilket även bristande samhälleliga funktioner, kommersiell service och infrastruktur uppges vara.

Sydöstra Skåne har låg tillväxt och en låg skattekraft. Det är längre till tillväxtregionerna i Skåne, vilket innebär att Ystad har en viktig roll som regional kärna. Här finns en stark koppling till Polen och Bornholm via Ystads hamn, men interaktionen inom Greater Copenhagen kan förbättras. Som transitnod vad gäller gods- och persontrafik blir kapaciteten är allt mer ansträngd på både väg och järnväg i sydöstra Skåne.

Hinder för tillväxt



Figur 5 Tillväxthinder enligt företagen i Skåne län och i riket 2020. Källa: Företagarna

De främsta hindren för företagens tillväxt är svårigheterna med att hitta lämplig kompetens, svag efterfrågan samt höga arbetskraftskostnader. Många företag upplever att det är svårt att hinna med och i Skåne har nästan fyra av tio företag

tackat nej till order under det senaste året. De främsta skälen till att företagen tackat nej till order är återigen kapacitetsbrist och svårigheterna med att hitta arbetskraft med rätt kompetens.

Sveriges små och medelstora företag finansierar välfärden. De har skapat fyra av fem nya jobb under de senaste decennierna och är motorn i svensk ekonomi. Förutsägbara villkor som underlättar och stödjer företagande är avgörande för Sveriges långsiktiga konkurrenskraft. Småföretagens tillgång till kompetens, kostnaden att anställa, samt incitamenten för företagande genom bland annat skattesystemets utformning och andra för konkurrenskraften viktiga frågor måste prioriteras, annars är risken att nyinvesteringar skjuts på framtiden och lågkonjunkturen cementeras. (Företagarna)

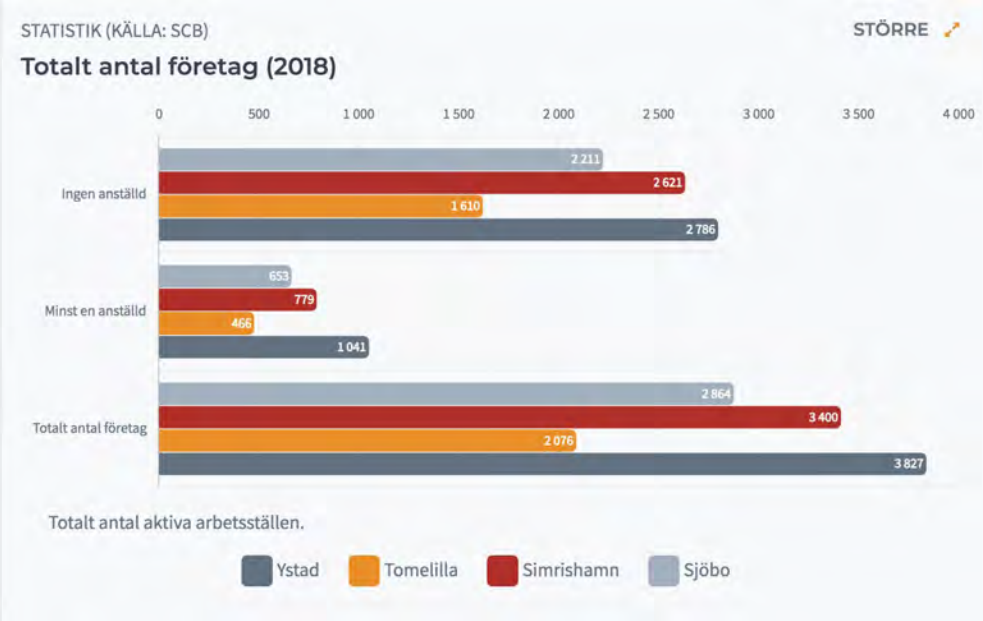
Figur 6 Hur företag (1-49 anställda) på landsbygden ser på tillväxtmöjligheterna (%). Källa: Småföretagarbarometer 2016

Företagsklimat

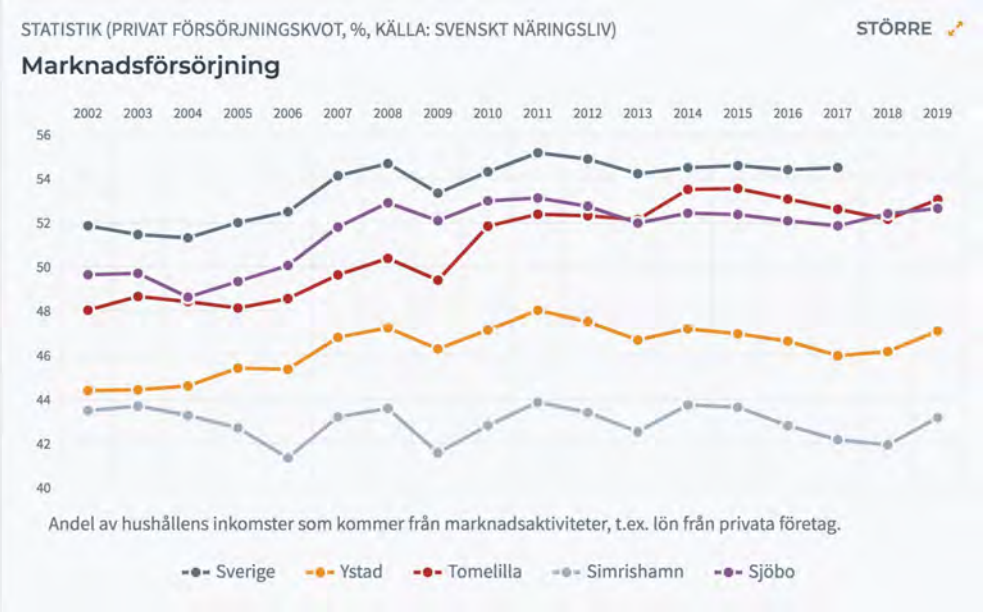
Kommun	2020	2019	2018	Förändring
Ystad	91	64	35	-27
Sjöbo	137	137	96	0
Tomelilla	143	112	132	-31
Simrishamn	164	211	262	+47

Källa: Företagsklimat Svenskt Näringsliv 2020

Företagsstruktur



Figur 7 Totalt antal aktiva arbetsställen i kommunerna i sydöstra Skåne. Källa: SCB



Figur 8 Andel (%) av hushållens inkomster som kommer från marknadsaktiviteter, t.ex. lön från privata företag i Sverige samt kommunerna i sydöstra Skåne från 2002 till 2019. Källa: Svenskt näringsliv

Faktorn marknadsförsörjning visar hur stor andel av kommuninvånarnas inkomster som kommer från privata företag, föreningar och stiftelser. Marknadsförsörjning kan ses som ett mått på det lokala näringslivets vitalitet och omfattning. Att en kommun har en låg marknadsförsörjning beror på att en stor andel av invånarna får sina inkomster från det offentliga. Det kan leda till att förutsättningarna för

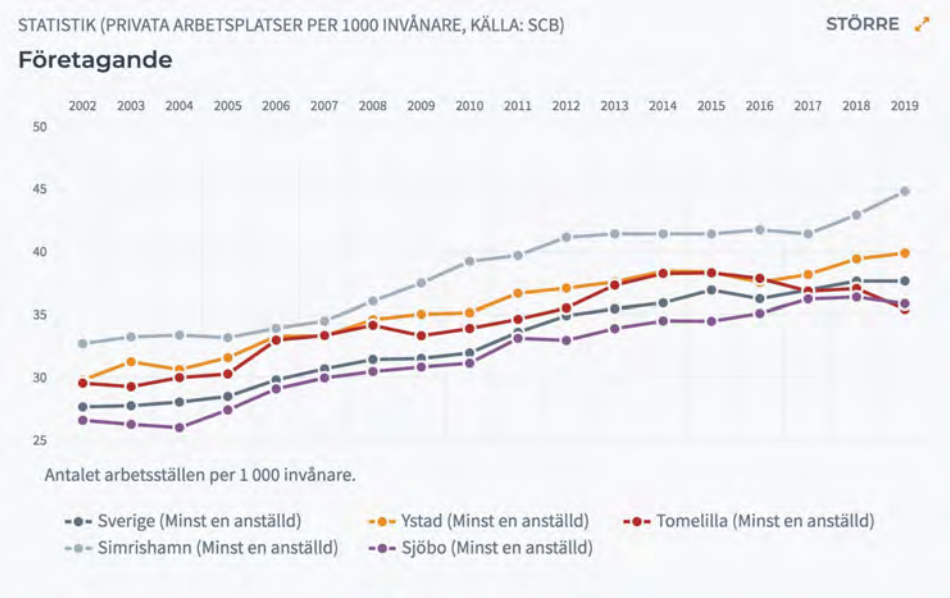
entreprenörskap och nyföretagande försämras. Om marknadsförsörjningen ökar, och fler får sina inkomster från den privata sektorn, stärks finansieringen av den offentliga servicen.

Arbetstillfällen i olika näringar

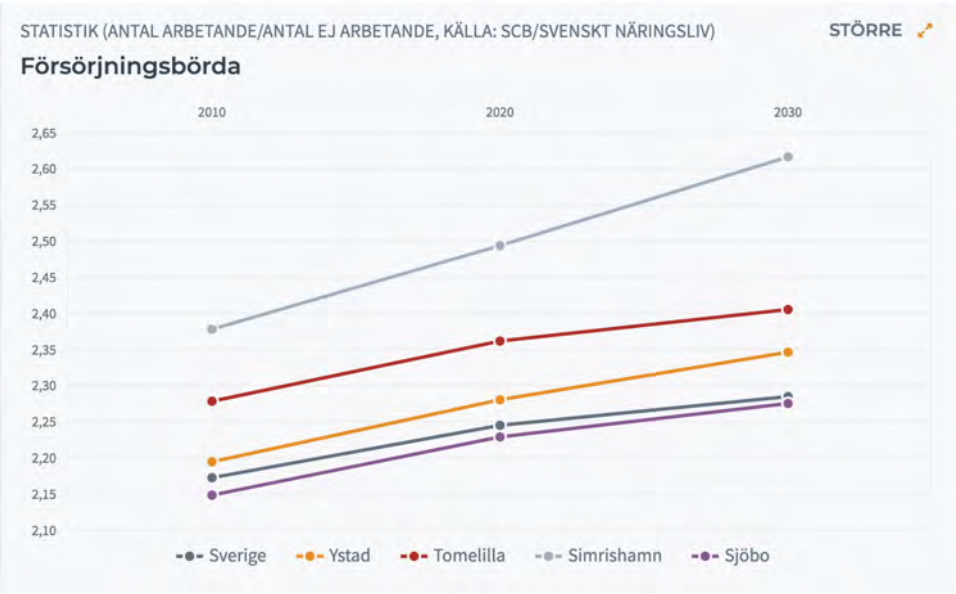
Näringsgren	Sverige	Ystad	Tomelilla	Simrishamn	Sjöbo
Energiförsörjning; miljöverksamhet	1,03	0,42	0,75	0,72	0,78
Okänd verksamhet	1,04	0,89	1,92	1,89	2,04
Fastighetsverksamhet	1,63	1,61	1,04	1,86	3,1
Finans- och försäkringsverksamhet	1,94	1,62	0,63	0,69	0,73
Jordbruk, skogsbruk och fiske	1,96	3,06	8,26	7,14	9,9
Hotell- och restaurangverksamhet	3,47	4,89	3,58	5,31	2,19
Information och kommunikation	4,09	1,09	0,48	0,78	0,75
Kulturella och personliga tjänster m.m.	4,4	4,66	4,56	4,2	4,06
Transport och magasinering	4,69	5,31	3,28	3,04	3,24
Offentlig förvaltning och försvar	5,85	5,86	3,53	4,32	1,82
Byggverksamhet	7,12	8,26	8,93	8,51	16,77
Utbildning	10,79	10,34	12	8,96	13,34
Tillverkning och utvinning	11,37	8,67	15,22	12,74	6,26
Företagstjänster	11,77	8,12	5,39	6,93	6,81
Handel	12,05	11,89	14,87	11,48	11,52
Vård och omsorg; sociala tjänster	16,82	23,29	15,56	21,43	16,68

Arbetstillfällen efter näringsgren. Källa: SCB

Arbetskraft



Figur 9 Antalet arbetsställen per 1 000 invånare i Sverige samt kommunerna i sydöstra Skåne från 2002 till 2019. Källa: SCB



Figur 10 Försörjningsbördan med antalet arbetande i delat med antalet som inte arbetar i Sverige samt kommunerna i sydöstra Skåne 2010, 2020, 2030. Källa: SCB/Svenskt Näringsliv

Kompetensförsörjning

Hög utflyttning och därmed brist på arbetskraft är ett av de största tillväxthindren landsbygden står inför. Det är svårt att få tag på erfaren arbetskraft och den som är oerfaren är för dyr. Det är därför viktigt att regioner och kommuner kan erbjuda utbildning som motsvarar näringslivets behov.

Att förbättra förutsättningarna för små- och medelstora företag att kunna rekrytera rätt kompetens är en ödesfråga för framtidens jobb och tillväxt. Utvecklingen i landet är att de glesa landsbygderna kännetecknas av stora avstånd och därmed sämre förutsättningar för utbildning och effektiv kompetensförsörjning.

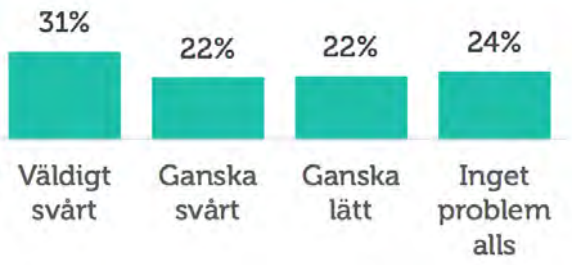
Det finns en rad framgångsfaktorer för att möta landsbygdens långsiktiga utmaningar med att få högutbildade att stanna kvar eller för att kunna attrahera arbetskraft till regionen. En ökad dialog krävs mellan skola och arbetsmarknad för att förbättra matchningen och för att anpassa utbildningssystemet till vad arbetsmarknaden behöver.

Fjärrstudier eller annan möjlighet att utbilda sig där man bor kan få människor att stanna kvar och på så sätt kan företag lättare få tag på den kompetens som de tidigare har sökt efter.

Regionala högskolor har även visat sig vara viktiga för den regionala kompetensförsörjningen och attraktionskraften. Dessutom kan gymnasiala lärlingsutbildningar samt yrkeshögskoleutbildningar som anpassas efter det regionala näringslivets behov ha en positiv effekt på en orts attraktionskraft.

Figur 11 Företag som upplever ”svårt att finna lämplig arbetskraft” som tillväxthinder. Källa: Företagarna, enkätundersökning Landsbygdsföretagare maj/juni 2016

Kapitalförsörjning



Figur 12 Hur företag (1-49 anställda) på landsbygden upplever möjligheten att finansiera företagets investering(ar) med extern finansiering de senaste tolv månaderna. Källa: Företagarna, enkätundersökning Landsbygdsföretagare maj/juni 2016

Landsbygdernas lokala ekonomier är viktiga för både familjer och företag men utmanas samtidigt av strukturomvandlingen. För många landsbygdsföretag är finansieringsfrågan fortfarande ett problem som utgör ett av de största hindren för att starta och driva företag på landsbygden. Drygt hälften av småföretagen på landsbygden upplever att det är väldigt svårt att finansiera företagets investeringar med extern finansiering. För att förnyelse, utveckling och omställning ska ske måste därför kapitalförsörjningen förbättras. På så sätt kan nyföretagandet öka och det kan bli fler jobb i växande landsbygdsföretag. En liten del av bankernas utlåning går till små företag, och en ännu mindre del till små företag på landsbygden. Den utvecklingen beror bl.a. på ökade upplåningskostnader som en följd av olika bankregleringar. Bankerna minimerar vanligtvis sina risker genom att låna ut till företag som investerar i växande tätorter hellre än på landsbygden. Ett växande landsbygdsföretag som kan inteckna sina fastigheter som säkerhet för lånen har lättare att få banklån än det mindre nystartade företaget inom servicebranschen.

Hållbar tillväxt

Ekonomisk tillväxt behövs för att skapa nya ekonomiska resurser – resurser som behövs för att utveckla hela samhället och för att företag ska bli konkurrenskraftiga. För att få hållbar tillväxt, ekonomiskt, miljömässigt såväl som socialt, behöver vi se till att de resurserna skapas på ett hållbart sätt. Tillväxten är hållbar när vi kan tillfredsställa våra behov idag samtidigt som vi ger förutsättningar för kommande generationer att tillgodose sina behov.

Branscher med hållbara tillväxtmöjligheter

De gröna näringarna är mer jobbskapande än många andra branscher. En miljon kronor i ökad omsättning innebär 2,5 nya jobb. Motsvarande siffra i övriga näringslivet är 1,4 nya jobb. En ökad tillväxt inom jordbrukssektorn på 2 procent per år fram tills 2030 kommer att ge närmare 50 000 nya jobb i stad och land. Ungefär hälften av alla jordbruksföretag har sidoverksamheter som bidrar till nytta för bygden, exempelvis snöröjning, livsmedelsförädling och produktion av förnybar energi.

Några trender som talar för tillväxt i de gröna näringarna är:

- Nationellt tryck för en högre grad av självförsörjning av livsmedel (Jordbruk)
- Ökad efterfrågan, produktion och förädling av råvara och biprodukter för t ex bioenergi (Skogsbruk)
- Ökat intresse och efterfrågan på landbaserad och hållbar fiskodling (Jordbruk/Fiske)
- Stark efterfrågan och ett växande inhemskt resande tack vare attraktiva natur- och kulturmiljöer (Besöksnäring)
- Växande efterfrågan och goda produktionsförutsättningar samt nya innovativa distributionslösningar (Småskalig livsmedelsproduktion och förädling)
- Nya tjänsteområden till följd av en växande utflyttningstrend, men också digitalisering och en växande marknad inom GIG-ekonomin (Service och tjänstesektorn).

Digitalisering som tillväxtfaktor

Internet är den i särklass viktigaste förbindelsen en företagare har till marknader och leverantörer. Den digitala infrastrukturen är också en förutsättning och möjlighet att anställa rätt kompetens. Det handlar inte bara bredband utan mer generellt om trådlös teknik. Regeringens 2020-mål om att 90 procent av alla hushåll och företag ska ha tillgång till bredband om minst 100 Mbit/s är inom räckhåll.

Frekvent återkommande störningar i bredbandsnätet skapar stora svårigheter för företagare på landsbygden. Att inte ha en bra nätverksuppkoppling kan medföra extra kostnader för företagare.

Tillgång till elektronisk infrastruktur behöver säkras eftersom IT-användning blir allt viktigare för många företag och kan ha stor påverkan på företagens produktivitet, konkurrenskraft och tillväxt.

Infrastruktur avser såväl bredbandsuppkoppling som snabb utrullning och access till 5G-tjänster för platsoberoende access och utvecklingen inom t ex IoT (Internet of Things).

Bilaga 8. Kommunikationsplan

Detta utgör ett förslag på arbetsplan för kommunikation inom driften för Leader Östra Skåne. Dokumentet är levande och uppdateras halvårsvis utifrån utfall och behov.

Fas	Aktivitet	Kanal	Målgrupp	Budskap	Kommunikationsmål	Syfte	Ansvarig
Införande	IT-system (delad server, backup, e-post mm)	Ej relevant	Internt		1,2,5		Verksamhetsledare/ kommunikatör
Införande	Köpa Adobe-licens		Internt		1,2,3,4,5	För att kunna arbeta proffessionellt med kommunikation.	Kommunikatör
Införande	Inhandla filminspelningskit och övrig utrustning (ex headsets för möten)	Ej relevant	Internt		1,2,3,4,5	För att kunna arbeta proffessionellt med kommunikation.	Kommunikatör
Införande	Grafisk profil och mallar	Ej relevant	Internt			Synliggöra Leader Östra Skåne och ge material från oss en tydlig avsändare.	Kommunikatör
Införande	Upprätta webbplats	Ej relevant	Internt		1,2,3,4,5	Öka kunskapsöverföring kring leadermetoden, strategin och stödet. Ha hög transparens.	Kommunikatör
Införande	Etablering sociala medier + policy + inläggsplanering	Digitalt	Allmänheten	Leader Östra Skåne arbetar med lokal utveckling och stödjer dina idéer	1,4,5	Informera om stöd, väcka intresse för landsbygd och landsbygdsutveckling, inspirera genom goda exempel, sprida resultat från projekt.	Kommunikatör
Införande	Skapa nyhetsbrev	Ej relevant	Internt		1,2,3,4,5		Kommunikatör
Införande	Populärversion strategi	Trycksak	Allmänheten	Detta är Leader Östra Skåne, leadermetoden och vi kan stödja ditt lokala utvecklingsprojekt	1,2,3,4,5	Öka kunskapsöverföring kring strategin och stödmöjligheten. Få personer och organisationer att söka stöd.	Kommunikatör
Införande	Broschyrer	Trycksak	Allmänheten	Detta är Leader Östra Skåne, leadermetoden och vi kan stödja ditt lokala utvecklingsprojekt	1,4,5	Öka kännedomen om Leader Östra Skåne och stödmöjligheten. Vägleda till mer information på vår webbplats.	
Införande	Beachflaggor		Allmänheten	Vi <3 lokal utveckling	4,5	Synliggöra Leader Östra Skåne i de fysiska sammanhang vi finns i.	Kommunikatör

Fas	Aktivitet	Kanal	Målgrupp	Budskap	Kommunikationsmål	Syfte	Ansvarig
Införande	Pressmeddelande/ pressträff	E-post / fysiskt	Lokaljournalister	Nu arbetar Leader Östra Skåne med lokal utveckling och stödjer lokala idéer till nytta för samhälle och miljö	1,5	Väcka intresse för Leader och möjligheterna inom nya strategin.	Kommunikatör + övrig personal
Införande	Uppstartsbrev	Personliga mejl	Intressenter/ partnerskap	Nu arbetar Leader Östra Skåne med lokal utveckling och stödjer lokala idéer till nytta för samhälle och miljö	4	Väcka intresse för Leader och möjligheterna inom nya strategin.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Införande	Leaderlathund	Trycksak	Internt	Detta är Leader Östra Skåne, leadermetoden och vad vi arbetar för 2023-2027	3	Skapa en samsyn och tydlighet kring vad vi arbetar med. Göra styrelsen till bra ambassadörer.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Införande	Utbildning för styrelsen			Detta är Leader Östra Skåne, leadermetoden och vad vi arbetar för 2023-2027	3	Skapa en samsyn och tydlighet kring vad vi arbetar med. Göra styrelsen till bra ambassadörer.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Införande	Retorikkurs för styrelse och personal		Internt		1,2,3	Skapa en säkerhet i hur vi pratar om vår verksamhet.	
Införande	Steg-för-steg-guide/ genomförandeguide	Tryck + film	Sökande	Tillvägagångssätt för att söka stöd	2	Göra det lätt att göra rätt för projektägare.	Kommunikatör/ handläggare
Införande	Projektkarta	Tryck	Internt/ kontorsbesökare		1,5	Synliggöra geografi och spridning av projekt.	Kommunikatör
Införande	Profilmaterial (kläder för personal, pennor, block, nyckelband, kassar)		Internt	Vi <3 lokal utveckling	5	Synliggöra LÖS i de fysiska sammanhang vi finns i.	Kommunikatör
Införande	Projektcafé/ idéutveckling/ öppet hus	Evenemang	Sökande		1,2	Inspirera och informera för att få fler att upptäcka möjligheten med Leader och skapa projekt.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Nyhetsbrev	Digitalt	Prenumeranter: projektägare, intressenter	Leader Östra Skåne arbetar med lokal utveckling och stödjer lokala idéer till nytta för samhälle och miljö	4,5	Informera om stöd, väcka intresse för landsbygd och landsbygdsutveckling, inspirera genom goda exempel, sprida resultat från projekt.	Kommunikatör
Genomförande	Inlägg sociala medier enligt plan	Digitalt	Följare	Leader Östra Skåne arbetar med lokal utveckling och stödjer lokala idéer till nytta för samhälle och miljö	4,5	Informera om stöd, väcka intresse för landsbygd och landsbygdsutveckling, inspirera genom goda exempel, sprida resultat från projekt.	Kommunikatör

Fas	Aktivitet	Kanal	Målgrupp	Budskap	Kommunikationsmål	Syfte	Ansvarig
Genomförande	Nyheter och projektarkiv: löpande hantering av information	Webb	Allmänheten	Leader Östra Skåne arbetar med lokal utveckling och stödjer lokala idéer till nytta för samhälle och miljö	1,2,4,5	Väcka intresse för landsbygd och landsbygdsutveckling, inspirera genom goda exempel, sprida resultat från projekt.	Kommunikatör
Genomförande	Projektträffar	Fysiskt eller digitalt	Projektägare		2,5	Bidra till bredare nätverk och synergier.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Egna evenemang	Fysiskt eller digitalt	Blandade		1,4,5	Olika syften. För att inspirera och informera.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Posters eller infomaterial för evenemang	Tryck	Blandade		1,4,5	Olika syften. För att inspirera och informera.	Kommunikatör
Genomförande	Medverkan i andras evenemang, ex Europaforum, Europa Direkt, Näringslivsdagar, konferenser etc	Fysiskt eller digitalt	Blandade		1,4,5	Olika syften. För att inspirera och informera.Samordning och syneriger.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Artiklar	Webb			4,5	Lyfta goda exempel eller aktuella händelser mm.	Kommunikatör
Genomförande	Projektledarutbildning - ges löpande	Fysiskt eller digitalt	Projektägare		2	Göra det lätt att göra rätt för projektägare.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Projektguide (samlad nödvändig information som krävs för att genomföra projekt)	Tryck eller digitalt			2	Göra det lätt att göra rätt för projektägare.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Styrelseutbildning			Detta är Leader Östra Skåne, leadermetoden och vad vi arbetar för 2023-2027	3	Skapa en samsyn och tydlighet kring vad vi arbetar med.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Genomförande	Retorikkurs för styrelse och personal		Internt		1,2,3	Skapa en säkerhet i hur vi pratar om vår verksamhet.	
Genomförande	Uppföljning - kommunikation (årligen)		Internt			Ge möjlighet att anpassa och utveckla kommunikationen för att nå kommunikationsmålen.	Kommunikatör
Genomförande	Projektfilm				1,4,5	Visa resultat av vår verksamhet. Inspirera genom goda exempel.	Kommunikatör

Fas	Aktivitet	Kanal	Målgrupp	Budskap	Kommunikationsmål	Syfte	Ansvarig
Genomförande	Lägesrapport	Tryck och digital	Allmänheten		1,3,4,5	Visa resultat av vår verksamhet. Inspirera genom goda exempel.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Slut	Slutlig lägesrapport	Tryck och digital	Allmänheten		1,5	Visa resultat av vår verksamhet. Inspirera genom goda exempel.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Slut	Gala		Framförallt projektägare och styrelse		1,5	Visa resultat av vår verksamhet. Inspirera genom goda exempel.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Slut	Hyllningsfilm	Film	Allmänheten		1,5	Visa resultat av vår verksamhet och lyfta de aktörer som tillsammans drivit en positiv utveckling.	Kommunikatör
Slut	Dialogmöten	Fysiskt eller digitalt	Partnerskap och kommuner			Visa resultat.	Verksamhetsledare/ kommunikatör/ coach
Slut	Utvärdering - kommunikation					Visa vad vi uppnått.	Kommunikatör

Bilaga 9. Strategier och planer

Avsämning har gjorts mot följande strategier och planer. Dokumenten har lästs i sin helhet i de fall där det varit relevant och i övriga fall har punktavstämningar skett i gemensamma beröringspunkter. I några fall har avstämningen skett genom intressentdialoger med de aktuella planernas/strategiernas utgivare.

Dokument	Nivå	Utgivare
Agenda 2030 FN:s globala mål	Nationell	FN
Att leva, uppleva och lära i Hässelholms kommun	Lokal	Hässleholms Kommun, 2007
Biosfärområde Kristianstads Vattenrike Handlingsprogram 2021–2025	Lokal	Biosfärsområde Vattenriket
Bostads och markförsörjningsplan för Hässleholms Kommun	Lokal	Hässleholms Kommun
Bostadsförsörjningsprogram – riktilinjer för bostadsförsörjning för Simrishamns kommun 2021–2025	Lokal	Simrishamns kommun
Bostadsförsörjningsprogram för Sjöbo kommun 2017–2020	Lokal	Sjöbo kommun
Bostadsförsörjningsstrategi	Lokal	Tomelilla kommun
Bredbandsstrategi för Skåne	Regional	Region Skåne
Bredbandsstrategi och IT-infrastrukturplan för Sjöbo kommun	Lokal	Sjöbo kommun
Bromölla – Översiktsplan	Lokal	Bromölla kommun
Det öppna Skåne 2030 (Regional utvecklingsstrategi)	Regional	Region Skåne
Digitaliseringsstrategin	Nationell	Regeringskansliet
En digital strategi för Tomelilla på Österlen	Lokal	Tomelilla kommun
En sammanhållen politik för Sveriges landsbygder – för ett Sverige som håller ihop	Nationell	Regeringskansliet
Energi- och klimatplan Tomelilla 2020–2025	Lokal	Tomelilla kommun
Energi och Klimatstrategi 2015–2020	Lokal	Ystads kommun
Ett jämställt Skåne – jämställdhetsstrategi för Skåne 2017–2020	Regional	Länsstyrelsen Skåne
EU Action for SMART VILLAGES	EU	EU-kommissionen
EU-kommissionens lagförslag för den framtida jordbrukspolitiken	EU	EU-kommissionen
EU-kommissionens prioriteringar 2019–2024	EU	EU-kommissionen
EU-strategi för sydöstra Skåne	Lokal	Ystads kommun
EU-strategi för sydöstra Skåne	Lokal	Sjöbo kommun
Fokus Landsbygd	Regional	Region Skåne
Fokus på byarna	Lokal	Ystads kommun
Folkhälsoprogram	Lokal	Ystads kommun

Folkhälsorapporten 2020	Regional	Region Skåne
Framtiden – Översiktsplan för Simrishamns kommun	Lokal	Simrishamns kommun
Fördjupad översiktsplan Bjärnum	Lokal	Hässleholms Kommun
Fördjupad översiktsplan Sösdala	Lokal	Hässleholms Kommun
Fördjupad översiktsplan Tyringe	Lokal	Hässleholms Kommun
Fördjupad översiktsplan Vinslöv	Lokal	Hässleholms Kommun
Företagen hittar inte rätt arbetskraft	Nationell	Svenskt Näringsliv, 2018
Handlingsplan för Skånes Friluftsliv 2018–2021	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Hela Sveriges landsbygdspolitiska program (2018)	Nationell	Hela Sverige ska leva
Hur har det gått i Skåne? Uppföljning av regionalt utvecklingsarbete	Regional	Region Skåne
Hållbara leadereffekter i teori och praktik, Delrapport 2	Nationell	Jörgen Johansson, Mats Holmquist
Hässleholms stad 2030	Lokal	Hässleholms Kommun
Infrastrukturstrategi för sydöstra Skåne	Lokal	Ystads kommun
Innovationsstrategi	Lokal	Ystads kommun
Integrationsstrategi för Hässleholms kommun	Lokal	Hässleholms Kommun
Interaktivt verktyg för folkhälsostatistik	Regional	Region Skåne
Kommunen Ystad 2030 – Översiktsplan för Ystads Kommun (antagandehandling)	Lokal	Ystads kommun
Kristianstad – Översiktsplan	Lokal	Kristianstads kommun
Kulturmiljöstrategi	Lokal	Hässleholms Kommun, 2021
Landsbygdsstrategi för Kristianstads Kommun, antagen 2016-03-15	Lokal	Kristianstads kommun
Landsbygdsstrategi för Ystads kommun – Remissversion	Lokal	Ystads kommun
Ledningsplan för sydöstra Skåne med Ystad som regional kärna 2020	Lokal	SÖSK
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Leader LAG PH
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Leader Lundaland
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Leader MittSkåne Utveckling
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Leader Nordvästra Skåne med Öresund
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Leader Söderslätt LLU
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	Skånes Ess
Lokal utvecklingsstrategi 2014–2020	LEADER	LEADER Sydöstra Skåne
LRFs landsbygdsstrategi	Nationell	LRF
Miljömål och åtgärdsprogram för Tomelilla kommun	Lokal	Tomelilla kommun
Miljöplan för Leader Skånes Ess	LEADER	Skånes Ess
Miljöprogram för Ystads kommun	Lokal	Ystads kommun

Miljötillståndet i Skåne	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Miljöutmaningar för Skåne	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Mot en hållbar framtid: Hållbarhetspolicy för Simrishamns kommun, 2021–2030	Lokal	Simrishamns kommun
Mål för jämställdhet	Nationell	Regeringskansliet
Naturvårdsstrategi (Remiss) 2019-06-26	Lokal	Hässleholms Kommun
Näringsliv och arbetsmarknad i Simrishamn 2020-04-23	Lokal	Region Skåne
Näringsliv och arbetsmarknad i Sjöbo 2020-04-23	Lokal	Region Skåne
Näringsliv och arbetsmarknad i Tomelilla 2020-04-23	Lokal	Region Skåne
Näringsliv och arbetsmarknad i Ystad 2020-04-23	Lokal	Region Skåne
Näringslivsanalys Perstorps Kommun	Lokal	Perstorps Kommun, 2019
Näringslivsplan	Lokal	Tomelilla kommun
Näringslivsstrategi för Sjöbo kommun 2019–2022	Lokal	Sjöbo kommun
Omvärld och trender 2019–2029	Regional	Region Skåne
Omvärldsanalys för Leader Sverige	Nationell	Kairos Future
Osby – Översiktsplan	Lokal	Osby kommun
Rapport Metoder och framgångsfaktorer för utrikesföddas möjligheter till sysselsättning och företagande	Nationell	Landsbygdsnätverket
Region Skånes Servicerapport 2018	Regional	Region Skåne
Regional bostadsmarknadsanalys för Skåne 2020	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Regional handlingsplan för klimatanpassning för Länsstyrelsen Skåne 2020–2024	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Regional handlingsplan för landsbygdsprogrammet och havs- och fiskeriprogrammet 2020	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Regional kulturplan för Skåne 2021–2024	Regional	Region Skåne
Regionala utvecklingsnämnden Inriktning och internbudget för verksamhetsår 2021	Regional	Region Skåne
Regionplan för Skåne 2022–2040 – Samrådshandling	Regional	Region Skåne
Remissversion: Tillsammans för ett hållbart Skåne - Regionalt åtgärdsprogram för miljömålen 2021–2025	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Resultat trygghetsmätning 2020 (Simrishamn, Sjöbo, Skurup, Tomelilla och Ystad)	Lokal	Polisen
RF-SISU strategi 2025	Regional	RF-SISU
Servicerapport 2018	Regional	Region Skåne, Länsstyrelsen
Skånes befolkningsprognos 2020–2029	Regional	Region Skåne
Skånes innovationsstrategi för hållbar tillväxt	Regional	Region Skåne
Skånes livsmedelsstrategi 2030 – Smart mat	Regional	Region Skåne
Skånsk skogsstrategi	Regional	Länsstyrelsen Skåne m.fl.
Skånska åtgärder för miljömålen 2016–2020	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Slutrapport: Lärande och innovation (Modell för utvärdering av leadereffekter, M.Holmqvist och J. Johansson)	Regional	Lokalt ledd utveckling Halland m.fl

Strategisk plattform – För en växande, lönsam och hållbar besöksnäring i sydöstra Skåne: Simrishamn, Sjöbo, Tomelilla och Ystads kommuner	Lokal	SÖSK
Städer och landsbygder – forskning, fakta och analyser	Nationell	Tillväxtverket
Sverige fullt med rörelse och gemenskap	Regional	RF-SISU
Tillgänglighet och delaktighet för alla	Lokal	Hässleholms Kommun
Tomelilla kommun – Med kundens fokus – serviceplan	Lokal	Tomelilla kommun
Tomelilla kommuns omvärldsanalys för 2021–2022	Lokal	Tomelilla kommun
Tomelilla på Österlen – varumärkesstrategi	Lokal	Tomelilla kommun
Tourism matters	Regional	Tourism in Skåne
Trafikplan för Sjöbo kommuns tätorter	Lokal	Sjöbo kommun
Ung idag 2020	Nationell	MUCF
Utkast på Ystads landsbygdsstrategi	Lokal	Ystads kommun
Verksamhetsplan 2020 Prioriteringar för Länsstyrelsen Skåne 2019–2021	Regional	Länsstyrelsen Skåne
Vilka skall med?	Nationell	MUCF
Ystads roll som regional kärna, Ett projekt om regional utveckling, delar och helhet, Slutrapport 2019	Lokal	SÖSK
Östra Göinge – Översiktsplan	Lokal	Östra Göinge kommun
Översiktsplan 2025 med utblick mot 2040 (Antagandehandling)	Lokal	Tomelilla kommun
Översiktsplan 2030 Perstorps kommun	Lokal	Perstorps Kommun, 2020
Översiktsplan för Hässleholms kommun	Lokal	Hässleholms Kommun, 2017
Översiktsplan för Sjöbo kommun, ÖP 2009	Lokal	Sjöbo kommun