



Lokale kræfter i aktion

– om en metode til udvikling af landdistrikterne



Lokale kræfter i aktion
– om en metode til udvikling
af landdistrikterne
Juni 2011

Oplag: 3.500
ISBN: 978-87-7120-098-0
Foto: Colourbox, Istockphoto, Lars
Gundersen, Erling Laksafoss, Laurids
Mortensen, Mikkel Skovsbo, Poul Forum
Sørensen, Ole Hertz
Design: Par No 1
Tryk: GP-Tryk A/S

**Ministeriet for Fødevarer,
Landbrug og Fiskeri**
Netværkscentret
Nyropsgade 30
1780 København V
Tlf.: 3395 8989
netvaerkscenter@ferv.dk



Indhold

Indledning	4
LEADER-metodens syv principper	5
Princip: Lokale partnerskaber	6
Princip: Områdebaseret tilgang	6
Eksempel: Unge er med til at udvikle Thy-Mors.....	7
Princip: Bottom up-tilgang	8
Eksempel: Købmandsbutikken fortsætter som samlingspunkt	9
Princip: Tværsektoriel tilgang.....	10
Eksempel: Flere oplevelser på kroen ved Mariager Fjord	11
Princip: Netværkssamarbejde	12
Eksempel: LAG Thy-Mors holder møde for nye projektholdere	12
Princip: Innovative strategier/projekter.....	13
Eksempel: Tang som ø-markedsføring	13
Princip: Samarbejdsprojekter	14
Eksempel: Fælles branding af sønderjyske fødevarer	15
Eksempel: Samarbejde på tværs af grænser.....	16
Effektmåling – projekterne skaber varig udvikling	17
De danske aktionsgrupper skaber attraktive levevilkår og nye arbejdspladser	18
Eksempel: Nordjyske LAG'er skaber smagen af kunsthåndværk	19



Indledning



Fødevareministeriet involverer de lokale kræfter i arbejdet med at udvikle Danmarks landdistrikter og fiskeriområder gennem Landdistriktsprogrammet og Fiskeriudviklingsprogrammet. Det sker via 57 lokale aktionsgrupper (LAG) fordelt over hele landet.

De lokale aktionsgrupper arbejder efter LEADER-metoden. Den sikrer, at lokale borgere har indflydelse på udviklingen, og skaber sammenhæng mellem de mange lokale udviklingstiltag. Desuden er et af målene at overføre viden og erfaringer fra landdistrikt til landdistrikt og fiskeriområde til fiskeriområde – både nationalt og internationalt gennem netværk og fælles projekter.

Denne folder forklarer, hvad LEADER-metoden går ud på, og giver eksempler, hvor aktionsgrupper – gennem et partnerskab af myndigheder, erhvervsfolk og foreninger – har skabt resultater for landdistriktsudviklingen og har opnået lokal gennemslagskraft ved direkte at inddrage borgerne i aktionsgruppens arbejde. På den måde har de lokale kræfter fået ansvaret for at drive udviklingen og kan støtte projekter økonomisk og bistå i arbejdet forud for iværksættelsen.

Eksemplerne favner bredt og viser rækkevidden i de lokale aktionsgruppers arbejde. Og de illustrerer, hvordan LEADER-metoden er med til at skabe bæredygtig udvikling med lokal forankring.





LEADER-metodens syv principper

LEADER-metoden bygger på syv nøgleprincipper, som til sammen kan bidrage med lokal forankring, udblik til omverdenen, fornyelse og brug af lokale ressourcer. Principperne tilfører en større nytteværdi i det enkelte projekt og den lokale aktionsgruppes arbejde generelt, som ikke nødvendigvis var fremkommet uden inddragelsen af den lokale aktionsgruppe og det deraf følgende samspil mellem aktørerne og mellem projekterne.

Med LEADER-principperne kan der skabes resultater, der ikke ellers ville være opnået. LEADER-metoden kan derfor mere end at støtte aktørerne i deres normale aktiviteter – den kan tilføre en større nytteværdi, for eksempel ved at skabe netværk, der fremmer tværsektorielt og nyskabende samarbejde, og sætte projekterne ind i en større sammenhæng, der giver de bedste løsninger på de lokale udfordringer.





Princip: Lokale partnerskaber

Lokale partnerskaber er selve kernen i LEADER-metoden. Første skridt i arbejdet med LEADER-metoden er derfor at etablere et partnerskab af lokale aktører – en lokal aktionsgruppe – der samler repræsentanter for myndigheder, erhvervsliv og

lokale borgere/foreninger. Grundtanken er, at landdistrikternes udfordringer bedst løses gennem forpligtende samarbejde på tværs af den offentlige, private og frivillige sektor til gavn for lokalsamfundet.

Princip: Områdebaseret tilgang

Områdebaseret tilgang betyder, at aktionsgruppen skal udarbejde en lokal udviklingsstrategi med udgangspunkt i områdets specifikke situation, udfordringer og behov. Ethvert geografisk område har sociale, kulturelle eller

naturmæssige ressourcer, der kan inddrages i denne udviklingsproces. Det kan være et ø-samfund eller en yderkommune, hvor styrken ligger i en fælles identitet og social sammenhængskraft.





Eksempel:

Unge er med til at udvikle Thy-Mors

LAG'en etablerer et lokalt partnerskab, der skal tage hånd om en lokal udfordring.

I Thy-Mors er der etableret en ungdoms-LAG, der består af en gruppe unge i alderen 15-21 år, som både er interesseret i at udvikle landdistrikter og at arbejde med innovative ideer til gavn for Thy-Mors. De unge kommer fra områdets erhvervsskoler, ungdomsskoler, gymnasier m.v. Gruppen blev stiftet som en særlig arbejdsgruppe under LAG Thy-Mors. Ved intromødet kom der en stribe forslag på bordet: Ungdomshus, bedre og billigere transport, dokumentarfilm og filmfestival, scootertræf, fokus på den enkelte bys identitet for eksempel som idrætsby, uddannelsescenter, kunst- og musikskole og projektmageri som skolefag.

Opgør med hjerneflugt

Ideen til ungdoms-LAG'en kom fra den etablerede aktionsgruppe på Thy-Mors. Som i mange andre yderområder flytter de unge ikke tilbage til området efter endt uddannelse, hvilket bl.a. har betydet, at mere end to tredjedele af indbyggerne i Thy-Mors er over 50 år. Formålet med LAGSEN, som ungdomsgruppen hedder, er at få de unges indspil til, hvordan Thy-Mors kan udvikles.

LAG'en har efterlyst "skæve" projekt-ideer, som ældre medlemmer i den lokale aktionsgruppe ikke får øje på. LAGSENs opgave er desuden at inspirere andre unge til at deltage i landdistriktsudvikling og tage initiativ til projekter for unge i landdistrikter.

LAGSEN rådede i 2009-2011 over et budget på 364.000 kr. og har bl.a. arbejdet med musikfestival, hjemmeside, internationalisering, kompetenceudvikling om projektudvikling og afvikling af en stor ungdomskulturfestival. Aktiviteterne sker inden for rammen af LAG Thy-Mors' udviklingsstrategi.

LAGSEN arbejder videre i 2011-2013 med primært landdistriktsorienteret kompetenceudvikling for at udvikle konkrete projekter, som skaber værdi for unge, herunder internationale projekter, bl.a. med udgangspunkt i kontakter til en ungdomsgruppe i Letland.





Princip: Bottom up-tilgang

Ved bottom up-tilgang deltager lokale aktører i beslutningsprocessen om den strategi og de prioriteringer, der skal forfølges i deres lokalområde. Aktionsgruppen skal arbejde for, at den lokale befolkning bliver inddraget i beslutninger af betydning for deres område, men også at idéer "nedefra" inddrages

i arbejdet. Det kan ske ved at inddrage borgere, foreningsliv og erhvervsrepræsentanter både i strategiarbejdet og ved forberedelse og gennemførelse af projekter, der udvikler lokalområdet. Beslutningerne bliver mere levedygtige, da vigtige lokale aktører og borgere bakker op om og har medejerskab til dem.





Eksempel:

Købmandsbutikken fortsætter som samlingspunkt

Idéerne kommer fra den lokale befolkning, som inddrages og tager aktiv del i projektet.

Da den lokale købmand i Tybjerglille Bakker ved Herlufmagle måtte lukke i 2007, så en gruppe borgere muligheden for at skabe et samlingspunkt for sognets borgere på tværs af aldersgrupper.

Borgergruppen dannede foreningen "Tybjerghus", og sammen med andre beboerne i området udviklede de planen om et multifunktionshus. Bygningerne skulle rumme en borgercafe drevet af frivillige, og det var herfra, øvrige aktiviteter skulle udgå. Både de formaliserede og de mere spontane. Planen var, at projektet skulle forgrene sig med udløbere til andre dele af lokalsamfundet.

Opfylder mange ønsker og behov

Der kom forslag om værksteder, netcafe, film- og bogklub, og områdets unge blev inddraget for at sætte deres præg på det nye kulturhus. Ud over kulturaktiviteter var der også et bredt ønske om at kunne købe de mest basale dagligvarer i multifunktionshuset.

Det har resulteret i, at huset i dag bl.a. rummer:

- Dagligvarebutikken BoNabo Super

- Café med mødefaciliteter for virksomheder, private fester og foreninger
- Netcafe med fibernet
- Boghjørnet, hvor man kan låne bøger med hjem eller læse i caféen
- Kulturelle arrangementer, markedsdage og udstilling om lokale projekter – for eksempel musikaftener, juletræstændingsfest, fastelavn m.m.

Samspil med lokalområdet

Vel vidende at det er meget svært at skabe en overskudsgivende forretning i et lille sogn, har Foreningen Tybjerghus en aftale med Bo- og Naboskabet Suså-Holmegård om, at de driver butikken som beskæftigelsesprojekt for bostedets udviklingshæmmede.

Det er med til at aflive myter og fordomme om udviklingshæmmede og giver samtidig de udviklingshæmmede en bedre livskvalitet.

Tidligere har der desuden været samarbejde med den lokale skole, Tybjergskolen, om maduger. Foreningen forventer et samarbejde med en ny privatskole om madordning.

Multifunktionshuset i Tybjerg understøtter LAG Næstveds udviklingsstrategi og skaber et tættere og større netværk i lokalområdet.



Princip: Tværsektoriel tilgang

En tværsektoriel og integreret tilgang betyder, at den lokale aktionsgruppes strategi og projekterne, som gruppen støtter, er koordineret og tænkt sammen som en helhed. Dermed udgør projekterne tilsammen en større værdi end blot værdien af de enkelte projekter. Forskellige sektorer inddrages i det enkelte pro-

jekt, for eksempel primærproducenter, forarbejdningsvirksomheder og detail-/ restaurationsbranche i forbindelse med et fødevarerprojekt. Den tværsektorielle tilgang gør projekterne levedygtige, da de på forhånd er afstemt med andre sektorer, som de spiller sammen med og er afhængige af.





Eksempel:

Flere oplevelser på krogen ved Mariager Fjord

Tværsæktorielt og helhedsorienteret projekt, hvor flere sektorer samarbejder om at udvikle området.

“Oplevelser på krogen” er et turisme-projekt i og omkring Mariager Fjord. Projektets formål er at udbrede kendskabet og lysten til at lystfiske i og omkring Mariager Fjord, langs Kattegats østkyst samt i søer og vandløb i Mariagerfjord Kommune. Projektet styres af Turistrådet i Mariager og involverer en lang række lokale interesseorganisationer og foreninger, såsom turistforeninger og fiskerforeninger.

Projektet skal fungere som et guide- og markedsføringsredskab, der både informerer om oplevelses- og fiskerimuligheder og inspirerer lokale og turister til at benytte de oplevelsesmuligheder, som området er så rigt på. Det er intentionen, at projektet med det øgede fokus på oplevelsesmuligheder ved Mariager Fjord kan udvikle relaterede erhverv, for eksempel bed & breakfast, udlejning/salg af fiskergrej, overnatningskoncepter m.m.

Projektet indeholder tre elementer:

- Folder på flere sprog, der fortæller om mulighederne for fiskeri fra både kyst og båd, andre oplevelsesmuligheder i området, servicefaciliteter samt overnatnings- og indkøbsmuligheder i nærområdet.
- Web-modul med samme oplysninger som i folderen. Modulet kobles op på en eksisterende turismehjemmeside.
- Guidede ture til en række udvalgte natur- og fiskerilokaliteter i og omkring Mariager Fjord målrettet lokalbefolkningen, turister og lystfiskere.

FiskeriLAG MidtNord omfatter Brønderslev, Aalborg, Vesthimmerland, Viborg, Rebild og Mariagerfjord kommuner.





Princip: Netværkssamarbejde

Samarbejde mellem lokale aktionsgrupper og med andre aktører. Aktionsgrupperne udveksler informationer, erfaringer og initiativer vedrørende landdistrikts-

udvikling. Der kan både være tale om lokale, regionale, nationale og transnationale netværk.

Eksempel:

LAG Thy-Mors holder møde for nye projektholdere

Lokalt netværk giver erfaringsudveksling, nye idéer og samarbejdsrelationer.

LAG Thy-Mors inviterer en gang om året alle projektholdere, som har fået tilskud fra den lokale aktionsgruppe til et møde, hvor der sættes fokus på afviklingen af projekter. Arrangementet er inddelt i temaer, så projektholderne møder andre projektholdere, der arbejder inden for samme temaområde.

LAG Thy-Mors har oplevet stor opbakning til arrangementerne. På møderne præsenterer projektholderne deres projekter, og der er afsat tid til at skabe netværk og udveksle erfaringer. Møderne fører desuden til nye samarbejdsrelationer.

På tidligere møder har også de to kommuners erhvervschefer, turistchefer og kulturchefer deltaget, og de gik derfra med en meget større viden om, hvad der rører sig i lokalområdet.





Princip: Innovative strategier/projekter

De lokale projektholdere skal være åbne over for nye ideer, processer og samarbejdsrelationer. De skal kunne inspirere andre, og projekterne skal danne model

til efterfølgelse. Det kan eksempelvis være projekter, der udnytter lokale ressourcer på en ny måde eller udvikler nye produkter, processer, organisationsformer m.v.

Eksempel:

Tang som ø-markedsføring

Med afsæt i lokalområdet afprøves nye og uopdyrkede forretningsmuligheder.

Tang signalerer "særlige naturkvaliteter, et rent miljø og en original, lokal madkultur". Sådan lød en af konklusionerne i en undersøgelse, som Småøernes Fødevarenetværk har lavet for Småøernes Aktionsgruppe og LAG Bornholm for at afdække de forretningsmæssige muligheder ved dyrkning af tang.

Undersøgelsen viste endvidere, at udnyttelse af tang kan danne basis for nye job og øget indtjening på øerne. I farvan-

dene omkring de danske øer findes flere spiselige tangarter, som er nemme at høste eller dyrke. Det kan danne basis for virksomheder, der vil udnytte tangen eller endog udvikle andre produkter som for eksempel kosmetik.

Efter gennemførelsen af undersøgelsen er et projekt blevet iværksat. Projektet skal starte en produktion og forarbejdning af spiselige tangarter, som vil kunne bruges til konsum, destillation, substrat og meget andet. Det kan danne grundlag for udvikling af nye mikrovirksomheder på småøerne og Bornholm.





Princip: Samarbejdsprojekter

Flere aktionsgrupper går sammen om at forberede og gennemføre et projekt. Det kan være aktionsgrupper fra nabo-kommuner, aktionsgrupper fra forskellige egne af landet eller fra andre lande. Samarbejde mellem lokale aktører i land-

distrikterne er vigtigt. Samarbejde er en måde at få inspiration til at forbedre lokale udviklingsstrategier på og få ny viden og nye ideer. Samarbejdet kan foregå lokalt, regionalt, nationalt eller internationalt.





Eksempel:

Fælles branding af sønderjyske fødevarer

Regionalt samarbejde på tværs af sektorer med udgangspunkt i områdets styrker og kendetegn.

En række fødevarer virksomheder i Sønderjylland vil gerne nå bedre ud til forbrugerne med deres produkter. Derfor er de gået sammen om at markedsføre sønderjyske fødevarer.

Projektet er blevet til i et samarbejde mellem en arbejdsgruppe under Udviklingsråd Sønderjylland, der består af 12 små og mellemstore fødevarer virksomheder i Haderslev, Sønderborg, Aabenraa og Tønder kommuner, og foreningen Sønderjyske Madglæder, der tæller 34 mikrovirksomheder, som producerer og/eller sælger lokale fødevarer.

Bedre salg af lokale produkter

De lokale fødevarer virksomheder ligger fortrinsvist i landdistrikterne, og hvis virksomhedernes afsætning styrkes, kan det give mulighed for at ansætte nye medarbejdere, og det kan på sigt tiltrække nye tilflyttere. De forventer, at fælles markedsføring kan skabe større synlighed og hermed bedre afsætningsmuligheder. Og at det kan give grundlag for vækst og større indtjening.

En markedsundersøgelse viser, at forbrugerne bl.a. i København forbinder sønderjyske fødevarer med høj kvalitet, men også at forbrugerne generelt har svært ved at finde sønderjyske fødevarer i butikkerne. Grundlaget for fælles markedsføring synes således at være til stede.

Sammen bliver vi stærke

Den fælles markedsføring indeholder aktiviteter, som er målrettet forbrugere af kvalitetsfødevarer i København, Hamborg og Berlin, samtidig med at forbrugergrupper er blevet inviteret til Sønderjylland, så de kan se, smage og opleve sønderjyske fødevarer i de sønderjyske rammer.

Ud over den forventede vækst hos de involverede virksomheder vil projektet være med til at bevare den sønderjyske madkultur. Det vil naturligt føre til netværksdannelse og erfaringsudveksling mellem virksomhederne, men også med andre aktører, der arbejder med udvikling af landdistrikterne.



Eksempel:

Samarbejde på tværs af grænser

Internationalt samarbejde, der er med til at bevare gammelt håndværk.

LAG Bornholm og aktionsgruppen Udvikling Nordvestsjælland indgår i et samarbejdsprojekt med finske LAG-Karhuseutu og estiske LAG-Hiiumaa. Samarbejdet har fokus på den maritime kulturarv, og den praktiske del af projektet er forankret i træskibslaug i de deltagende aktionsgruppers område.

Holder liv i maritim kulturarv

Lokalt bygges træskibsbåde, der er med til at understøtte træbådekulturen og styrke en håndværksmæssig kunnen, der ellers er ved at forsvinde.

Samarbejdet skaber mulighed for at udveksle erfaring og viden om, hvordan

man bygger, vedligeholder og sejler med traditionelle både. På den måde holdes den maritime kulturarv ved lige til gavn for udviklingen i alle fire områder. På Bornholm vil det blandt andet være elever på en efterskole og en produktions-skole, der kommer til at sejle med båden og derved lærer om at sejle med træskibe.

En afledt effekt af projektet er, at den lokale bådebygger på Bornholm kan etablere sit eget bådebyggeri, hvor der er ansat til lærlinge, som er med til at gennemføre byggeriet.

Som en del af samarbejdsprojektet er der opsat web-kameraer, så man kan følge byggeriet på tværs af grænserne.





Effektmåling – projekterne skaber varig udvikling

I enhver tilskudsansøgning, der sendes til en lokal aktionsgruppe, skal projektholderen gøre rede for, hvordan projektet harmonerer med den lokale aktionsgruppes udviklingsstrategi.

Kravet er ganske logisk

Der er tale om offentlige midler, og derfor skal der også kunne måles effekter af indsatsen, som kan overbevise beslutningstagerne om, at det nytter at stille tilskudsordninger til rådighed for at styrke udviklingen i landdistrikterne.

Det kan imidlertid være svært at måle alle effekterne af et projekt, fordi nogle projekteffekter ofte først ses på lang sigt. Alligevel skal aktionsgruppen

kunne påvise en sammenhæng mellem de visioner, aktionsgruppen har skitseret i sin lokale udviklingsstrategi, de indsatsområder, den støtter, og de realiserede effekter til gavn for udviklingen i lokalområdet.





De danske aktionsgrupper skaber attraktive levevilkår og nye arbejdspladser

De lokale aktionsgrupper arbejder ud fra to overordnede målsætninger: nemlig at skabe attraktive levevilkår og nye arbejdspladser. De projekter, som de lokale aktionsgrupper kan give tilskud til, skal

således være med til at opfylde disse overordnede målsætninger. Aktionsgrupperne kan enten nå målene ved at indstille ansøgninger fra projektholdere til tilskud og ved selv at sætte aktiviteter i gang.





Eksempel:

Nordjyske LAG'er skaber smagen af kunsthåndværk

LAG-initiativ med fokus på at etablere og udvikle lokale netværk mellem fødevarerproducenter og kunsthåndværkere.

Keramik, kartofler og kogekunst. Find en karaffel til din bjesk. Æbler i potter og kander. Under disse og mange andre overskrifter gennemføres en række lokale arrangementer, hvor forskellige kombinationer af de lokale smagsvarer og kunsthåndværkerprodukter præsenteres og giver oplevelser.

Vil styrke små, lokale virksomheder

De 5 nordjyske land-LAG'er har igangsat et samarbejdsprojekt om fødevarer og kunsthåndværk. Formålet er at etablere et stærkt netværk mellem mikrovirksomheder inden for oplevelsesøkonomien i Nordjylland. Det skal skabe basis for nye varige arbejdspladser i regionen og samtidig brande regionen – i første omgang nationalt – som et ambitiøst besøgsområde med kvalitetsfødevarer og kunsthåndværk.

Netværkene er forankret lokalt i de involverede LAG-områder – men skal på sigt udvides til regionale samarbejder mellem aktørerne i hele regionen. Projektet skal give turister og lokale borgere unikke oplevelser med lokalt producerede

kvalitetsprodukter og på den måde give øget efterspørgsel på lokale produkter.

VisitNordjylland er projektansvarlig over for de fem LAG'er, og projektet er forankret hos lokale "tovholdere" i hvert af de fem områder for at sikre det lokale ejerskab til projektet. En brochure præsenterer sæsonens arrangementer, hvor man kan smage og opleve sig igennem Nordjylland.



Læs mere om de lokale aktionsgrupper, landdistriktsudvikling og fiskeriudvikling samt se projekteksempler på www.landdistrikter.dk og www.fiskeriudvikling.dk.



Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri



Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne og Den Europæiske Fiskerifond



Danmark og EU investerer i landdistrikterne frem til 2013 samt i et bæredygtigt fiskeri. Landdistriktsprogrammet og fiskeriprogrammet skal give befolkningen gode muligheder for at leve i og af landdistrikterne og fiskeriområderne.

Landdistrikter.dk



Fiskeriudvikling.dk



Aktionsgrupperne er støttet af Fødevareministeriet og EU. Danmark og EU investerer i landdistrikter og bæredygtigt fiskeri.