



**Interreg**  
**Sverige-Norge**  
Europeiska regionala utvecklingsfonden



# SLUTRAPPORT

## Gränsen som attraktion





## Innehåll

1. Sammanfattning.....	4
2. Abstract.....	5
3. Bakgrunn.....	6
4. Mål, resultat och förväntade effekter.....	6
4.1 Projektets mål.....	6
4.2 Projektets viktigaste resultat .....	7
4.2.1 Nya mötesplatser och nätverk.....	7
4.2.2 Studieresor .....	8
4.2.3 Kurser.....	8
4.2.4 Gränsguiderna .....	9
4.2.5 Gemensam marknadsföring.....	10
4.3 Övriga projektaktiviteter .....	11
4.4 Effekter.....	13
5. Projektorganisation.....	14
6. Indikatorer .....	15
7. Grenseoverskridende merverdi .....	15
7.1 Gränsen som resurs .....	15
7.2 Utnyttjande av kritisk massa.....	16
7.3 Överbryggande av gränshinder.....	16
8. De horisontella kriterierna .....	16
8.1 Hållbar utveckling.....	16
8.2 Jämställdhet.....	17
8.3 Lika möjligheter och icke-diskriminering.....	17
9. Information og kommunikasjon .....	18
9.1 Kommunikation i befintliga kanaler .....	18
9.2 Trycksaker.....	18
9.3 Annonsering i sociala medier.....	19
9.4 Logotyper.....	19
10. Forankring av projektets resultat og effekter .....	20



11. Aktiviteter og økonomi .....	21
11.1 Arbejspaket .....	21
11.1 Kommunikation .....	21
11.2 Projektledning .....	21
11.3 Företagssamarbete och produktutveckling .....	21
11.4 Guidade turer .....	21
11.5 Synliggörande av Svinesundsregionen .....	21
11.6 Utvärdering .....	22
12. Forslag og ideer .....	22



## 1. Sammanfattning

Projektet Gränsen som attraktion har handlat om att stärka besöksnäringen i gränsregionen Bohuslän, Dalsland och Østfold. Besöksnäringen är en basnäring i gränsregionen och vi har arbetat för att skapa ett långsiktigt samarbete mellan både turistorganisationer och företag i regionen. Arbetet inom projektet Gränsen som attraktion har utgått ifrån det huvudsakliga målet om att ”skapa nya långsiktiga företagssamarbeten bland besöksnäringens företag i gränsregionen och öka deras konkurrenskraft. Därigenom ska Svinesundsregionens attraktivitet öka – för företag, boende och besökare”.

För att stärka besöksnäringens företag har vi erbjudit olika kurser som i sin tur har lockat många deltagare. Kurserna har bland annat handlat om att marknadsföra sig i sociala medier och att fotografera med mobilkamera (för att skapa innehåll till sociala medier). En kurs har handlat om hur besöksnäringens företag kan skapa attraktiva paket samt hur dessa kan distribueras och säljas. Projektet Gränsen som attraktion har också arrangerat en guidekurs och utbildat 24 nya guider med kompetens att guida i gränsregionen. Guidekursen har fokuserat på skyddad natur och gränshistoria och tillsammans med guiderna har vi skapat en gemensam guidepool – Gränsguiderna / Grenseguidene. Dessa guider är de första som auktoriserats av både Sveriges guideförbund (SveGuide) och Norges Guideförbund.

Förutom att anordna kurser har projektet också bjudit in till studieresor, till projektets tre delregioner, som har varit riktade mot besöksnäringens företag. Syftet med studieresorna har varit att ge företagen möjlighet att lära känna varandra, lära av varandra och kanske i förlängningen samarbeta med varandra. Studieresorna har också handlat om att lära känna de tre delregionerna för att kunna bli ambassadör för gränsregionen och bli bredare i sitt värdskap. Projektet har resulterat i att nya nätverk har bildats, nya företag har skapats och nya produkter, som numera säljs av turistföretagen, har utvecklats.

Projektet har också arbetat för att gemensamt synliggöra och marknadsföra de tre delregionerna norra Bohuslän, Dalsland och Østfold. Vi har skapat gemensamt informationsmaterial såsom en gränsregional turistkarta och konceptet Turer i grenseland som ger besökarna tips om hur man kan uppleva gränsregionen. Ett stort intresse hos turistorganisationerna har lett till att de har börjat arbeta tillsammans med att skapa gemensamt redaktionellt innehåll och arbetet genomförs av ett nybildat redaktionsråd.

En avgörande anledning till att vi har lyckats med projektet var att det fanns ett intresse och behov av att samarbeta för att utveckla besöksnäringen i gränsregionen och att rätt aktörer har deltagit i projektet. Vi har arbetat för att skapa en långsiktig struktur för det gränsregionala samarbetet inom besöksnäringen och tror att det bidrar till att projektets resultat lever kvar på lång sikt.





## 2. Abstract

The goal of the project The border as an attraction (Gränsen som attraktion) has been to strengthen the tourism industry in the border regions of Bohuslän, Dalsland and Østfold. The tourism industry is a primary industry in the border region, and we have worked to create long-term collaboration between both destination management organizations (DMO's) and companies in the region. The work within The border as an attraction has been based on the main goal of "creating new long-term business collaborations among tourism businesses in the border region and increasing their competitiveness. This will increase the attractiveness of the Svinesund region - for businesses, residents and visitors".

To strengthen the tourism industry, we have offered various courses which in turn have attracted many participants. The courses have, among other things, been about social media marketing and smartphone photography (to create content for social media). One of the courses has been about how tourism enterprises can create attractive packages and how these can be distributed and sold. The project The border as an attraction has also arranged a guide course and has trained 24 new guides with the competence to guide in the border region. The guide course has focused on protected nature and border history and together with the guides we have created a common guide pool - the Border Guides (Gränsguiderna / Grenseguidene). These guides are the first to be authorized by both the Swedish Tourist Guide Association (SveGuide) and the Norwegian Guides Federation.

In addition to organizing courses, the project has also invited tourism enterprises to participate in study trips to the project's three sub-regions. The purpose of the study trips has been to give enterprises the opportunity to get to know each other, learn from each other and perhaps, in the long run, collaborate with each other. The study trips have also been about getting to know the three sub-regions in order to be an ambassador for the entire border region. The project has resulted in the formation of new networks, new businesses have been created and new products, now sold by the tourism enterprises, have been developed.

The project has also worked to jointly increase awareness about and market the three sub-regions of northern Bohuslän, Dalsland and Østfold. We have created joint marketing materials such as a border regional tourist map and the concept Tours in the border region (Turer i grenseland) that give visitors tips on how to experience the border region. A great deal of interest among the tourism organizations has led them to start working together on creating joint editorial content and the work is carried out by a newly formed editorial board.

A crucial reason why we have succeeded with this project was the established interest and need for collaboration to develop the tourism industry in the border region, and that the project had the right partners and participants. We have worked to create a long-term structure for the cross-border collaboration in the tourism industry and believe that this contributes to the long-term viability of the project.



## 3. Bakgrund

Under förstudien GUPP – Guidade upplevelser i skyddad natur väcktes de första idéerna till projektet Gränsen som attraktion. Bakgrunden till förstudien var att Länsstyrelsen i Västra Götaland och Ytre Hvaler nasjonalpark ställde frågan "vad är hållbar turism och hur ska vi arbeta med hållbar turism i ett skyddat naturområde". I förstudien GUPP tog vi fram den skiss som låg till grunden för den guidekurs som genomförts i Gränsen som attraktion.

Samtidigt som vi la grunderna för ett huvudprojekt där guidekursen kunde genomföras identifierade vi – i samtal med bland annat turistorganisationerna i gränsregionen samt företag - ett behov och ett intresse för att utveckla samarbetet inom besöksnäring över gränsen. Därför utvecklade vi, i nära samarbete med våra partners, projektet Gränsen som attraktion.

Det hade tidigare drivits Interreg-projekt inom besöksnäring i gränsregionen men de projekten hade inte lett till ett långsiktigt samarbete. Det fanns inget större samarbete över gränsen år 2016 men det fanns en nyfikenhet och en vilja att lära känna varandra och skapa en starkare gränsregion. Det var en mycket viktig förutsättning och med den grundstenen valde vi att gå vidare och utveckla ett projekt tillsammans.

## 4. Mål, resultat och förväntade effekter

### 4.1 Projektets mål

Arbetet inom projektet Gränsen som attraktion har utgått ifrån det huvudsakliga målet om att "skapa nya långsiktiga företagssamarbeten bland besöksnäringföretag i gränsregionen och öka deras konkurrenskraft. Därigenom ska Svinesundsregionens attraktivitet öka – för företag, boende och besökare". Det huvudsakliga målet har delats upp i två delmål:

- Stärka besöksnäringföretagen i gränsregionen, vidareutveckla befintliga nätverk och skapa nya, gränsregionala produkter.
- Synliggörande och marknadsföring av Svinesundsregionen, företag och produkter genomförs gemensamt så att gränsregionen uppfattas som en sammanhållen, attraktiv destination.

Vi bedömer att vi genom ett stort engagemang och ett målinriktat arbete har uppnått projektets delmål. Projektet har varit framgångsrikt och uppskattat av våra partners och av projektets målgrupp – de små och medelstora företagen inom besöksnäring i gränsregionen. Vi har stärkt besöksnäringföretagen genom att erbjuda olika typer av kompetenshöjande insatser. De kurser som erbjudits har varit attraktiva för företagen och lockat många deltagare. Nya nätverk har bildats och dessa har bland annat lett till att nya produkter har skapats och numera säljs av turistföretagen.

Projektet har också fokuserat på att koppla ihop de tre delregionerna norra Bohuslän, Dalsland och Østfold och skapat gemensamt informationsmaterial såsom en gränsregional turistkarta och konceptet *Turer i grenseland* som ger besökarna tips om hur man kan



uppleva gränsregionen. Ett stort intresse hos turistorganisationerna har lett till att de har börjat arbeta tillsammans med att skapa gemensamt redaktionellt innehåll och arbetet genomförs av ett nybildat redaktionsråd.

En avgörande anledning till att vi har lyckats med delmålen är att projektet var efterfrågat, att rätt aktörer har deltagit i projektet och att det har funnits ett intresse av att utveckla besöksnäringen i gränsregionen. Vi har arbetat för att skapa en långsiktig struktur för det gränsregionala samarbetet inom besöksnäringen och vi tror att det kommer att bidra till att projektets resultat lever kvar på lång sikt.

## 4.2 Projektets viktigaste resultat

De förväntade resultaten har uppnåtts och i detta kapitel presenteras några av de viktigaste resultaten från projektet.

### 4.2.1 Nya mötesplatser och nätverk

Besöksnäringen är en viktig näring i de tre delregionerna Bohuslän, Dalsland och Østfold. Trots att besöksnäringen är välutvecklad har det inte funnits något strukturerat samarbete över landsgränsen. Därför har projektet *Gränsen som attraktion* arbetat med att skapa gränsregionala mötesplatser och nätverk för aktörer inom besöksnäringen. I de tre delregionerna finns redan flera olika typer av nätverk men inga av dem har haft en koppling över landsgränsen. Projektet *Gränsen som attraktion* har arbetat för att ändra detta.

Att utveckla nätverket mellan turistorganisationerna i Svinesundsregionen har varit en förutsättning för att projektet *Gränsen som attraktion* skulle lyckas. Turistorganisationerna Dalslands Turist AB, Tanum Turist, Strömstad Infocenter, Visit Fredrikstad og Hvaler, isarpsborg, och Halden Turist och har varit partners inom projektet och varit aktiva inom projektets aktiviteter. Under projektets två sista år har även Visit Indre Østfold deltagit aktivt i arbetet. Genom arbetet i det gemensamma projektet har de lärt känna varandra, varandras områden och lärt om de andras förutsättningar och utmaningar. Nätverket mellan turistorganisationerna har utvecklats under projektets gång och blivit ett forum där kollegor kan byta erfarenheter med varandra. Turistorganisationerna har satt ett högt värde på dessa möten och några av turistorganisationerna har haft enskilda möten för att byta erfarenheter inom vissa specifika områden såsom att arrangera VM i orientering (O-VM arrangerades i Strömstad och Tanum 2016 och sedan i Østfold 2019 och tack vare det etablerade nätverket kunde en kunskapsöverföring göras här).

Från projektets sida har vi sett att det är grundläggande att turistorganisationerna har ett gott samarbete för att de – som jobbar nära företagen på respektive destination – ska kunna underlätta för företagen att skapa och utveckla långsiktiga gränsregionala samarbeten. Många av de aktiviteter som projektet har jobbat med har utgått ifrån turistorganisationernas ordinarie arbete men utvecklat detta och framförallt kopplat ihop arbetet över gränsen.



Många av projektets aktiviteter har riktat sig mot besöksnäringens företag i gränsregionen. För att kunna uppnå projektets mål har det varit mycket viktigt att ge förutsättningar till ett nätverkande mellan företagen. Projektet har arrangerat aktiviteter som också fungerat som mötesplatser såsom kurser, studieresor och två gränsregionala turismkonferenser. En viktig del av alla mötesplatser som anordnats av projektet har varit att främja nätverkande. För flera företag har detta varit första mötet med kollegor på andra sidan riksgränsen.

Projektet har vid två tillfällen – oktober 2017<sup>1</sup> respektive oktober 2019<sup>2</sup> – anordnat gränsregionala turistkonferenser. Konferenserna har syftat till att både utveckla nätverket mellan företagen men också att ge inspiration och kompetensutveckling till både företag, turistorganisationer och offentliga aktörer.

### 4.2.2 Studieresor

Projektet *Gränsen som attraktion* har fokuserat på att skapa långsiktiga företagssamarbeten bland besöksnäringens företag i gränsregionen. En förutsättning för att kunna samarbeta är att man lär känna varandra och också varandra områden. Från början hade vi planerat att genomföra sex studieresor – till respektive turistorganisation som deltar i projektet men ganska tidigt planerades detta om och istället för att göra dagsbesök till respektive turistorganisationens geografiska område valde vi att istället genomföra studieresor lunch-till-lunch till respektive delregion.

Tre studieresor har arrangerats inom projektet och resorna har gått till projektets tre olika delregioner; till Dalsland i april 2018, till Østfold i oktober 2018 och slutligen till Bohuslän i maj 2019. Studieresorna har genomförts lunch till lunch och har genomförts utanför högsäsong. Studieresorna har haft ett företagsperspektiv för att ge företagen möjlighet att lära känna varandra. Den huvudsakliga målgruppen för studieresorna har varit företagare och resorna har fokuserat på företagsbesök. Detta har varit viktigt för att ge företagen en möjlighet att lära känna varandra, lära av varandra och kanske i förlängningen samarbeta med varandra.

Studieresorna har varit uppskattade av deltagarna som har önskat fler liknande aktiviteter för att lära känna gränsregionen och kollegorna i gränsregionen ännu bättre.

### 4.2.3 Kurser

För att stärka besöksnäringens företag i gränsregionen har projektet *Gränsen som attraktion* anordnat ett flertal kurser. Samtliga kurser som genomförts har varit efterfrågade av företagen. Totalt har 152 företag på något sätt deltagit i projektet och de flesta av företagen har deltagit på någon av kurserna.

<sup>1</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/dokumentation\\_konferens11okt.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/dokumentation_konferens11okt.pdf)

<sup>2</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/11/dokumentation\\_grnsregionalturismkonferens2019.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/11/dokumentation_grnsregionalturismkonferens2019.pdf)





Att anordna kurser är en aktivitet som har blivit avsevärt större än planerat eftersom intresset från företagens sida har varit mycket stort. I projektet har vi haft en god kontakt med många företag och varit lyhörda för deras behov. Detta har lett till att vi arrangerat fler olika typer av kurser och dessutom ökat antalet utbildningstillfällen för respektive kurs.

Under den gränsregionala turismkonferensen som anordnades under hösten 2017 presenterades fyra olika kursutbud och företagen fick möjlighet att göra intresseanmälningar för de olika kurserna. De två kurser där efterfrågan var störst anordnades sedan av projektet.

### *Sociala medier*

Den mest populära kurs som anordnats har varit kurs i sociala medier. Totalt har 14 kurstillfällen anordnats varav 11 kurstillfällen har varit utbildning på grundläggande nivå och tre tillfällen har varit fördjupning. Kurserna i sociala medier har handlat om hur företag på ett effektivt sätt kan använda sociala medier i sin marknadsföring. Projektet hade planerat att genomföra tre kurstillfällen men upptäckte snabbt en stor kunskapsbrist inom ämnet och utökade därför kursutbudet allt eftersom.

### *Fotografering med mobilkamera*

Projektet har också anordnat tre kurstillfällen i fotografering med mobilkamera. Kursen anordnades för att ge besöksnäringens företag möjlighet att kunna ta bättre foton med arbetsverktyget som oftast finns med i fickan – mobiltelefonen. Dessa foton kan sedan användas i marknadsföring på bland annat sociala medier och hemsida.

### *Paketering, distribution och sälj*

Förutom kurser i sociala medier har projektet också erbjudit en kurs i paketering, distribution och sälj. Denna kurs handlade om att ge företagen bättre verktyg till att paketera, distribuera och sälja sina produkter.

## **4.2.4 Gränsguiderna**

Bohuslän, Dalsland och Østfold erbjuder fantastiska naturupplevelser, bland annat i de tre nationalparker Kosterhavet, Ytre Hvaler och Tresticklan. Samtidigt som det är viktigt att invånare och besökare får uppleva den unika naturen är det också viktigt att skydda den. Ett hållbart sätt att ta del av naturen är på en tur med en utbildad guide. Projektet *Gränsen som attraktion* har därför – tillsammans med Länsstyrelsen Västra Götaland, Ytre Hvaler nasjonalpark, Regionalpark Haldenkanalen och turistorganisationerna - utvecklat en guidekurs med fokus på skyddad natur och gränshistoria. En skiss på hur guidekursen skulle läggas upp togs fram i förstudien GUPP – Guidade Upplevelser i skyddade naturområden i gränsregionen.

Guidekursen har varit den största aktiviteten i projektet. Vi genomförde en testutbildning 2017 – 2018 med mycket lyckat resultat och anordnade därför en guidekurs även 2018 –



2019. Totalt 24 personer har deltagit på guidekursen. Kursen har bestått av sex till sju träffar, torsdag till söndag, på olika årstider under ett år. Kursdeltagarna har besökt nationalparker och andra turistdestinationer i gränsregionen och lärt sig om gränsregionen och specifikt de skyddade naturområdena Kosterhavets nationalpark, Ytre Hvaler nasjonalpark, Tresticklan nationalpark och Haldenkanalen Regionalpark. Kursen har varit full av aktivitet såsom vandring, paddling, utomhusmatlagning och övernattnig i tält. Träffarna har innehållit studiebesök, föreläsningar och många praktiska övningar.

Kursen har avslutats med en uppguidning där deltagarna genomför en praktisk examen. Gränsguiderna är de första guider som auktoriserats av både Sveriges guideförbund (SveGuide) och Norges Guideförbund. Detta var viktigt för projektet – att våra guider skulle få den kvalitetsstämpel som det innebär att bli auktoriserad av de nationella guideförbunden. Det var också väldigt viktigt att både det svenska och det norska nationella guideförbundet auktoriserade guiderna eftersom Gränsguiderna har kompetens att guida på både svenska och norska sidan.

De som deltog på guidekursen hade väldigt olika erfarenhet och bakgrund – vissa hade aldrig någonsin genomfört en guidning tidigare medan andra arbetade som guider. Några av kursdeltagarna drev egna företag, andra arbetade som guide åt exempelvis turistorganisationer eller andra verksamheter och andra var privatpersoner som var intresserade av att börja guida. Fem nya företag har startats till följd av guidekursen.

Tillsammans med de guider som har deltagit på guidekursen har projektet tagit fram en guidepool där de auktoriserade guiderna är samlade. Guidepoolen heter Gränsguiderna / Grenseguidene och för att marknadsföra guidepoolen har vi skapat en hemsida ([www.gransguiderna.com](http://www.gransguiderna.com) / [www.grenseguidene.com](http://www.grenseguidene.com)). På webbsidan finns information om de individuella guiderna och vilka produkter de erbjuder. Vi har också tagit fram en folder för att berätta om guiderna och vilka produkter de erbjuder.

### *Kunskapsträffar*

Projektet har också erbjudit kunskapsträffar som har riktat sig till guider och andra aktörer inom kunskapsturism. Kunskapsträffarna har erbjudit en mötesplats för kollegor inom kunskapsturism och framförallt för de guidekursdeltagare som deltagit på den första respektive andra guidekursen. Kunskapsträffarna har också erbjudit en kompetenshöjning inom specifika teman. De kunskapsträffar som genomförts har handlat om granit respektive vårvandring med fokus på flora, fjärilar, det marina fågellivet och marinbiologi. Kunskapsträffar kommer att anordnas av Svinesundskommittén med partners även efter projektets avslut.

### **4.2.5 Gemensam marknadsföring**

Med utgångspunkt i det andra delmålet - *synliggörande och marknadsföring av Svinesundsregionen, företag och produkter genomförs gemensamt så att gränsregionen uppfattas som en sammanhållen, attraktiv destination* - har vi inom projektet arbetat med att



ta fram ett gemensamt informationsmaterial som riktar sig till gränsregionens besökare. Vi har utgått ifrån styrkan i projektets tre delregioner Bohuslän, Dalsland och Østfold och tagit fram material som har lyft upp dessa styrkor tillsammans.

## *Gränsregional turistkarta*

En gränsregional karta, som visar både den svenska och norska delen av gränsregionen, har efterfrågats under lång tid. Majoriteten av de existerande kartorna hade en gemensam egenskap – att den andra sidan av riksgränsen endast bestod av en vit yta utan information. Därför har projektet tagit fram en översiktlig turistkarta över gränsregionen. I kartan visas information gränsregionen och de mest populära turistattraktionerna här. Den gränsregionala turistkartan kompletterar andra turistkartor ger en enkel överblick över utbudet som finns. För att få veta mer om de respektive destinationerna hänvisas besökarna till respektive turistorganisation, antingen via webben eller fysiska besök på turistbyråerna.

En första version av kartan togs fram inför högsäsongen 2018 och kartan uppdaterades och blev mer detaljerad inför högsäsongen 2019. Kartan, som finns både digitalt och i tryck, kan man hitta på turistorganisationernas webbsidor och hos turistbyråerna i gränsregionen.

## *Turer i grenseland*

Inom projektet Gränsen som attraktion har vi utvecklat konceptet Turer i grenseland. Här finns många förslag på upplevelser i gränsregionen Bohuslän, Dalsland och Østfold. Tre av turerna är praktiska turförslag som riktar sig till olika målgrupper såsom aktiva familjer eller kulturintresserade vuxna som får förslag på ett upplägg som sträcker sig över flera dagar. De övriga två gränsregionala broschyrerna har tema lokal mat respektive paddling och visar var gränsregionen har att erbjuda inom dessa områden.

## *Redaktionsrådet*

Inom projektet har ett redaktionsråd bildats. I redaktionsrådet finns medlemmar från de lokala turistorganisationerna samt Svinesundskommittén och Visit Østfold. Redaktionsrådet utvecklar tillsammans redaktionellt material från gränsregionen och har bland annat skrivit artiklar om vad som händer i gränsregionen på påsk och vid jul. Dessa artiklar har sedan publicerats i de befintliga kanalerna, såsom hemsidor och sociala medier, som respektive turistorganisation har tillgång till. Redaktionsrådets arbete kommer att fortsätta.

Projektet har använt sociala medier för att annonsera och sprida information om det material som har tagits fram genom projektet.

## **4.3 Övriga projektaktiviteter**

Nedan presenteras aktiviteter i projektet som inte redan tagits upp som de viktigaste resultaten. Dessa aktiviteter har bidragit till att vi uppnått projektmålen.



- *A1.1 Kartlägga existerande företagsnätverk och branschorganisationer.*  
I början av projektet genomfördes en kartläggning av existerande företagsnätverk och branschorganisationer inom projektets geografiska område. Kartläggningen genomfördes för att identifiera existerande nätverk och för att få information kring huruvida några av dem hade kopplingar över gränsen. Informationen om företagsnätverk och branschorganisationer behövdes för att projektet skulle kunna nyttja och utgå ifrån existerande kanaler istället för att arbeta i något parallellt spår. Kartläggningen visade dock att det fanns en brist på gränsöverskridande nätverk. Med den bakgrunden valde projektet att lägga fokus på att stärka det gränsöverskridande nätverkanudet.
- *A1.2 Kartlägga och göra en sammanställning av andra projekt inom besöksnäringen inom Svinesundsregionen. Projektet Gränsen som attraktion tar också ansvar för att koordinera samarbetet med övriga projekt.*  
Under projektperioden har Gränsen som attraktion arrangerat fem samrådsmöten där vi har bjudit in andra besöksnäringensprojekt som har genomförts i regionen. Dessa möten har varit ett forum där de olika projekten har kunnat informera om respektive projekt och utvecklingen inom projekten men det har också varit ett forum där projektledarna har kunnat diskutera gemensamma möjligheter och utmaningar. Samrådsmötena har lett till erfarenhetsutbyte och också samarbeten mellan olika projekt.

Marker kommune tog initiativ till och anordnade ett första samrådsmöte under 2016. Eftersom det första mötet var värdefullt och uppskattat av deltagarna var det en aktivitet som togs med i Gränsen som attraktion. Svinesundskommittén har tagit på sig ansvaret att fortsätta anordna dessa samrådsmöten.

- *A1.8 Analysera och sammanställa resultat från tidigare projekt inom turism/reiseliv för att identifiera vilka aktiviteter som har varit mest framgångsrika och för att bidra till att säkra ett långsiktigt samarbete.*  
Ambitionen med Gränsen som attraktion är att etablera ett långsiktigt samarbete som lever vidare efter projektavslut. Därför har det varit viktigt att analysera tidigare projektresultat för att bedöma vilka resultat som har levt vidare och hur projektet har säkerhetsställt detta.

I mange år har det vært gjennomført forskjellige interreg-prosjekter i regionen. Som følge av disse har det blitt lettere å ta kontakt med kollegaer over grensen og etablere nye samarbeidsprosjekter.

Prosjektene har bidratt til god samarbeidskultur, kunnskapsutveksling og bevissthet rundt verdien av samarbeidet mellom både destinasjoner og bedrifter i regionen. De forskjellige prosjektene har alle sørget for at det har blitt skapt gode nettverk mellom både bedrifter og destinasjoner på begge sider av grensen. Felles konklusjon for mange av prosjektene synes å være verdien av nettverksbygging, å lære om hverandres produkter/bedrifter og ikke minst delta på studieturer i



regionen. Dette gir felles erfaringsbakgrunn som gjør at terskelen for samarbeid over grensen har blitt mye lavere.

En kritisk suksessfaktor for å fortsette samarbeidet etter endt prosjektperiode er å klare å etablere møteplasser – at noen tar ansvar for å organisere det. Løsningen viser seg ofte å ha vært nye prosjekter som viderefører noen av disse viktige nettverksaktivitetene.

- *A2.3 Utveckla en gemensam digital arrangemangskalender för att kunna erbjuda en lättöverskådlig bild över gränsregionens utbud.*  
Prosjektet har arbeidet for å utvikle en felles, digital evenemangskalender. Her har vi ikke nådd hele veien fram utan støtt på hinder såsom at man använder sig av ulike system på svenska respektive norske sidan. Prosjektets ambition har varit att nyttja de system som finns istället för att bygga parallella system. Att koppla ihop respektive lands evenemangskalendrar med varandra har visat sig svårare och mer kostsamt än planerat och det har därför ikke gjennomført. Istället har redaktionsrådet arbeidet med å ta fram felles, redaksjonell innhald som turistorganisationerna använt sig av.
- *A2.4 Utveckla gränsregionala press- och visningsturer för turoperatörer.*  
Ambitionen med projektet var å gjennomføre gränsregionala press- og visningsturer. Så langt hann vi ikke komme men vi har påbegjort ett samarbeid med Visit Oslo Region og Turistrådet Västsverige som är viktiga aktörer på regional nivå. Planen är å vi tillsammans ska gjennomføre en gränsregional pressresa framöver.

### 4.4 Effekter

Prosjektet har gett mange bestående effekter.

- Nätverket mellom turistorganisationerna har utviklats under prosjektets gånge og har varit verdefullt for de som varit involverte. Svinesundskommittén tar ansvar for å även i fortsætningen anordne ett forum där turistorganisationerna kan treffas.
- De samrådsmøtene som anordnet med andre besøknæringsprosjekt har varit givande og oppskattede. Svinesundskommittén tar ansvar for å fortsatte bjude in till samrådsmøtene.
- Ett redaksjonsråd, med representanter från de lokale turistorganisationerna samt Visit Østfold og Svinesundskommittén, har etablert. Redaksjonsrådet skapar felles, redaksjonell materiale som anvendes av turistorganisationerna i marknadsføringen av gränsregionen. Redaksjonsrådets arbeide fortsætter efter prosjektet.
- Gränsguiderna / Grenseguidene erbjuder guidningar till besøkare. Flera av de utbildede guiderna har startet foretag og andre arbeidar åt turistorganisationer eller andre organisationer. Guidekursen har bidragit till å kvaliteten av erbjudne opplevelser i gränsregionen har højts.





- Arrangörer av event - såsom julmarknader - på norska sidan har upplevt att de har fler svenska besökare. Det tyder på att fler svenskar har fått upp intresset för den norska delen av gränsregionen.

## 5. Prosjektorganisasjon

I egenskap av projektägare har Svinesundskommittén haft det övergripande projektledningsansvaret tillsammans med Visit Østfold. Det har funnits en projektledare på svensk respektive norsk sida. Visit Østfold har haft en personalomsättning vilket inneburit att tre olika personer har haft projektledarrollen under projektets gång. Från Svinesundskommitténs sida har samma personer varit kopplade till projektet under hela projekttiden. Det har behövts olika kompetenser under projektets gång och Svinesundskommittén har därför haft flera olika personer anställda under kortare perioder. Majoriteten av anställningarna har varit kopplade till guidekursen. Visit Østfold har brukt egen marknadsgrupp i förbindelse med marknadsaktivitetene.

Vi har haft en projektgrupp där alla turistorganisationerna har ingått. Projektgruppen har fungerat som en arbetsgrupp som träffats ungefär sex gånger per år.

Projektets styrgrupp – med representanter från projektägarnas styrelser samt turistorganisationernas styrelser – har träffats två gånger under projektets gång.

Lista över projektägare och medfinansierare:

1. Svinesundskommittén
2. Visit Østfold
3. Västra Götalandsregionen
4. Fyrbodals kommunalförbund
5. Dalsland Turist AB
6. Strömstads kommun
7. Tanum Turist
8. Bengtsfors kommun
9. Camp Dalsland
10. Länsstyrelsen Västra Götaland
11. Østfold fylkeskommune – nå Viken fylkeskommune
12. iSarpsborg
13. Sarpsborg kommune
14. Halden Turist
15. Halden kommune
16. Fredrikstad kommune
17. Aktivum AS
18. Ytre Hvaler nasjonalpark
19. Regionalpark Haldenkanalen
20. Utsikten Scandinavian School



## 6. Indikatorer

Indikator	Förväntat resultat	Utfall	Kommentar
Antal företag som får stöd	25 företag	145 företag	Små och medelstora företag inom besöksnäringen samt föreningar
Antal företag som får annat stöd än ekonomiskt stöd	25 företag	145 företag	Små och medelstora företag inom besöksnäringen samt föreningar
Antal nya företag som får stöd	3 företag	5 företag	Projektet har bidragit till att fem nya företag har startats
Företag som genom åtgärder etablerat sig på en större marknad	10 företag	12 företag	Små och medelstora företag inom besöksnäringen samt föreningar
Företag som inlett exportsatsning	5 företag	6 företag	Små och medelstora företag inom besöksnäringen samt föreningar

Det fanns ett större intresse än förväntat hos företagen till att delta i projektet och därför har antalet företag som har fått stöd av projektet blivit många fler än beräknat. En bidragande faktor är att projektet, på grund av stort intresse och hög efterfrågan, anordnade fler kurser än planerat. Det gav möjlighet till fler företag att delta i kurserna vilket har bidragit till ett högt utfall.

Fler företag än förväntat har bildats tack vare projektet. Det är glädjande att projektet bidragit till nya företag som i sin tur breddar utbudet av upplevelser i gränsregionen.

## 7. Grenseoverskridende merverdi

### 7.1 Gränsen som resurs

Svinesundskommittén, i egenskap av gränskommitté, har alltid det gränsöverskridande mervärdet i fokus. Vårt uppdrag är att arbeta med tillväxtfrågor över gränsen och där är besöksnäringen en mycket viktig näring. Genom projektet Gränsen som attraktion stärker vi befintliga kopplingar över gränsen och skapar nya samarbeten. Aktiviteterna inom



projektet har varit utformade för att stärka nätverken och lärandet mellan de olika turistorganisationerna och företagen.

Visit Østfold arbeider på vegne av destinasjonskontorene og Østfold fylkeskommune – nå Viken fylkeskommune – for å øke attraktiviteten og samarbeidet i regionen – lokalt og over grensen. I prosjektet Grensen som attraksjon blir det kompetanseutveksling mellom næringsliv og fagmennesker på to sider av grensen som arbeider geografisk kort fra hverandre, men der det fortsatt er et stort potensiale for samarbeid og læring.

## 7.2 Utnyttjande av kritisk massa

Många av de aktiviteter som projektet har arbetat med har kunnat genomföras tack vare det större underlaget av företag och i förlängningen också besökare som det gränsregionala samarbetet har medfört. Det här gäller exempelvis kurser och studieresor.

## 7.3 Överbryggande av gränshinder

Projektet Gränsen som attraktion har handlat om att överbrygga det mentala/upplevda gränshindret som gränsen innebär. När projektet skrevs, under 2016, fanns ett mycket begränsat utbyte mellan turistorganisationer och företag på svenska respektive norska sidan. Det upplevda avståndet var större än det geografiska och det bidrog till att det inte fanns någon samordning inom besöksnäringen i gränsregionen. Det mentala/upplevda gränshindret har vi, till stor del, kunnat överbrygga inom projektet.

Projektet har också identifierat ett antal gränshinder som Svinesundskommittén kommer att arbeta vidare med. Dessa gränshinder nämns kort nedan.

- *Paketering av opplevelser på två sider av gränsen.* Här upplever företagen att det är svårt att samarbeta och paketera gemensamt beroende på bland annat gällande momsagstiftning. Det gör att utvecklingen av gränsregionala paket hindras.
- *Marknader.* Marknader är viktigt försäljningstillfällen för bland annat mathantverkare och andra hantverkare. På grund av en upplevd svårighet att frakta varor över gränsen – där också överblivna varor ska fraktas tillbaka över gränsen – hindras små aktörer att delta på marknader på andra sidan gränsen.
- *Broschyrmaterial.* Det finns begränsningar i hur man får transportera tryckt material över gränsen vilket projektet. Man får endast transportera en liten mängd tryckt material över gränsen innan varorna beläggs med tull. Detta innebär att om man tagit fram gemensamt informationsmaterial kan tryckprocessen inte samordnas för att trycka material gemensamt utan detta måste göras på respektive sida av gränsen.

## 8. De horisontella kriterierna

### 8.1 Hållbar utveckling

Ett av Svinesundskommitténs övergripande mål är att *"verka för en dynamisk, konkurrenskraftig och miljömässigt hållbar utveckling"* och detta tas i beaktande inom alla våra aktiviteter och projekt såsom *Gränsen som attraktion*. Dette fokuset ligger hos Visit Østfold



gjennom deres felles fokus på FNs bærekraftsmål. Inom projektet har vi använt kollektiva färdmedel i den mån de finns tillgängliga, vi har samåkt så ofta det har varit möjligt, hållit många möten via webb och telefon samt tagit hållbarhet i beaktande i mer vardagliga beslut (ofta beställt vegetariska måltider för att minska koldioxidutsläppen som orsakas av projektet, inhandlat ekologiska varor med mera). Vid ett tillfälle ställdes ett projektmöte in med kort varsel och vi valde därför att testa att spela in en film för att på det sättet sprida information om projektets pågående aktiviteter.

Beslutet att – tillsammans med förvaltare av skyddad natur och de lokala turistorganisationerna – anordna en guidekurs med fokus på skyddad natur och gränshistoria tog avstamp i Svinesundskommitténs övergripande mål och syftet med kursen var att utbilda fler guider som kan ge besökare en upplevelse som är både miljömässigt, socialt och ekonomisk hållbar.

### 8.2 Jämställdhet

Projektet riktar sig främst till turistföretag i gränsregionen, oberoende om det är män, kvinnor eller icke-binära som är verksamma inom företagen. Besöksnäringen är kvinnodominerad och så även projektgruppen. Projektorganisationen har inte möjligheten att styra över könsfördelningen i de organisationer som vi samarbetar med men strävar efter jämställdhet.

### 8.3 Lika möjligheter och icke-diskriminering

Projektets aktiviteter har planerats för att tillgodose allas behov och inte förhindra någon att delta. Genom att det inom besöksnäringen finns fler unga människor och utlandsfödda än inom andra näringar är dessa grupper - som inte alltid representeras - en viktig del av Gränsen som attraktion.

Ett konkret exempel på hur projektet arbetar med inkludering är guidekursen. Andra omgången av guidekursen hade 15 deltagare med en åldersfördelning mellan 25 och 61 år. Det var en jämn fördelning mellan kvinnor och män och mellan svenskar och norrmän. Det fanns också en kursdeltagare med utländskt ursprung och som inte pratade så bra norska (eller svenska). Vi försökte då anpassa informationen till honom så att även han ska kunna ta del av kursinnehållet. En annan person var dyslektiker med stora problem att läsa och vi arbetade med att göra anpassningar så att även hen skulle känna sig inkluderad, kunna ta del av kursinnehållet och lära sig att guida. Flera deltagare hade fysiska åkommor och vi anpassade kursen för att alla skulle kunna ta del av mesta möjliga aktiviteter. Vi anpassade också maten utifrån både allergier, hälsoval och religiösa preferenser för att alla ska känna sig inkluderade.



## 9. Informasjon og kommunikasjon

### 9.1 Kommunikation i befintliga kanaler

Projektet Gränsen som attraktion har framförallt kommunicerats i befintliga kanaler vilket innebär att informationen finns kvar även efter projektet avslutats.

- På Svinesundskommitténs hemsida finns information om projektet och där har också nyheter och samtliga evenemang publicerats<sup>3</sup>.
- Visit Østfold och turistorganisationerna har delat information från projektet – såsom inbjudningar som riktar sig till turistföretagen samt de produkter som tagit fram i projektet – i sina befintliga kanaler såsom nyhetsbrev, hemsidor och sociala medier.
- I samtliga av Svinesundskommitténs nyhetsbrev<sup>4</sup> (som skickas ut fyra gånger per år) har vi inkluderat nyheter från projektet.
- Svinesundskommitténs Facebooksida<sup>5</sup> har använts för att lägga ut inbjudningar och dela information om projektet.
- Svinesundskommittén har skickat ut fem pressmeddelanden och bjudit in till två pressträffar under projektets gång.
- Totalt har tolv artiklar och två tv-inslag på lokala nyheter publicerats om projektet.
- Projektet har genomfört två gränsregionala turismkonferenser. Dessa har dokumenterats och dokumentationen har skickats ut till konferensdeltagarna. Dokumentationen finns också tillgänglig digitalt<sup>6,7</sup>.
- Projektet har deltagit på fyra olika turistmässor – Reiselivsmässan i Oslo i januari 2019, Fiets en Wandelbeurs i mars 2019, och två reiselivsmässor i Oslo i januari 2020.
- En guidepool för de auktoriserade guiderna har skapats<sup>8</sup>.

### 9.2 Trycksaker

- En affisch om projektet<sup>9</sup>
- En folder om projektet – en svensk<sup>10</sup> och en norsk<sup>11</sup> version
- En gränsregional turistkarta som tagits fram inför högsäsongen 2018 respektive 2019<sup>12</sup>

<sup>3</sup> <https://svinesundskommitten.com/turism/gransen-som-attraktion/>

<sup>4</sup> <https://svinesundskommitten.com/vart-nyhetsbrev/>

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/svinesundskommitten/>

<sup>6</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/dokumentation\\_konferens11okt.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/dokumentation_konferens11okt.pdf)

<sup>7</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/11/dokumentation\\_gmsregionalturismkonferens2019.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/11/dokumentation_gmsregionalturismkonferens2019.pdf)

<sup>8</sup> [www.gransguiderna.com](http://www.gransguiderna.com)

<sup>9</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2018/11/affisch\\_gransensomattraktion.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2018/11/affisch_gransensomattraktion.pdf)

<sup>10</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2020/02/gsa\\_broschyr\\_se.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2020/02/gsa_broschyr_se.pdf)

<sup>11</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2020/02/gsa\\_broschyr\\_no.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2020/02/gsa_broschyr_no.pdf)

<sup>12</sup> <https://issuu.com/svinesundskommitten/docs/kart>





- En folder om Gränsguiderna/Grenseguidene<sup>13</sup>
- Totalt fem Turer i grenseland i två versioner (svensk-engelsk och norsk-engelsk) vardera<sup>14</sup>
- Dokumentation från de gränsregionala turismkonferenserna
- Populärversion av slutrapporten

## 9.3 Annonsering i sociala medier

Inom projektet har vi använt annonsering i sociala medier för att nå ut med information.

- Den första guidekursen genomfördes som en testutbildning och våra projektpartners bjöd in utvalda deltagare. Testutbildningen var lyckad och när vi tog beslutet att genomföra en till guidekurs gjorde vi en film för att marknadsföra kursen och skapade en annons i sociala medier för att få uppmärksamhet. Guidekursen blev fulltecknad.

- Turer i grenseland och gränsregional turistkarta. Turer i grenseland och den gränsregionala turistkartan har blitt markedsført via Facebook og Instagram. Små bildevideofilmer er produsert og frister våre besøkende inn på destinasjonenes hjemmesider

- Guidepoolen har också marknadsförts via en kampanj på Facebook och instagram. Guidene blir felles og individuelt markedsført på destinasjonsselskapenes nettsider og på [www.gransguiderna.com](http://www.gransguiderna.com) / [www.grenseguidene.com](http://www.grenseguidene.com).

- Felles markedsaktiviteter påske og jul. Redaksjonsrådets arbeid har resultert i felles artikler som markedsfører aktiviteter og opplevelser på to sider av grensen. Særegne tradisjoner knyttet til påske og jul har blitt presentert gjennom spennende tekst og vakre bilder.

Det felles markedsarbeidet – redaksjonsrådet - startet i slutten av 2018. Det har blitt skrevet felles artikler og i starten ble målgrupper fra norsk og svensk side ledet inn på Visit Østfolds nettsider for prosjektet. Etterhvert ønsket hver destinasjon økt trafikk inn på egne sider. Derfor ble markedsføringen delt mellom innsats på norsk og svensk side med ulike avsendere, men med felles historie for grenseregionen. Prosjektet har i 2019 hatt nærmere 1,1 millioner eksponeringer og nesten 350 000 mennesker er nådd.

## 9.4 Logotyper

Interregs logotyp har använts i samtliga publikation och produkter som tagits fram inom projektet samt på aktuella hemsidor. När projektet har skrivit pressmeddelanden och liknande har det också framgått i texten att projektet varit medfinansierat av Interreg Sverige-Norge.

<sup>13</sup> [https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/folder\\_gransguiderna\\_hog.pdf](https://svinesundskommitten.com/turism/wp-content/uploads/sites/4/2019/01/folder_gransguiderna_hog.pdf)

<sup>14</sup> <https://svinesundskommitten.com/turism/gransen-som-attraktion/>



### 10. Forankring av projektets resultat og effekter

Projektet är väl förankrat hos styrelserna hos projektägarna och ett flertal aktiviteter kommer att arbetas vidare med. Även turistorganisationerna, som har varit mycket aktiva inom projektet, har inkluderat en del av projektets aktiviteter – såsom att regelbundet träffa de andra turistorganisationerna i gränsregionen – i sin ordinarie verksamhet.

Alla partners har haft olika förutsättningar och vissa har haft enklare att implementera projektets aktiviteter och resultat i sina verksamheter. Ett sådant exempel är Strömstad Infocenter (Strömstads kommun) som förutom att aktivt delta i projektet har utvecklat fler aktiviteter i projektets anda. Redan under projektets första år la man till ett uppslag i det lokala turistmagasinet som fick heta "En dagstur bort". Där tipsade man om utflykter till bland annat Østfold och Dalsland. Ett annat exempel är att Strömstad Infocenter tog initiativ till en gränsöverskridande visningsresa som genomfördes i maj 2019 i samarbete med Turistrådet Västsverige. Lokala turistföretag, såsom boendeanläggningar i Bohuslän, bjöds in till en visningsresa där de fick upptäcka destinationen Skjærhalden på Hvaleröarna. Ungefär 50 personer deltog på visningsresan som blev mycket uppskattat. Ett annat initiativ som Strömstads Infocenter har tagit var att inför högsäsongen 2019 välja att ta med sin sommarpersonal på en dagsutflykt/utbildningsresa till Østfold istället för att besöka Strömstad/Bohuslän. De här aktiviteterna har inneburit att turistbyråpersonalen på Strömstad Infocenter har fått ett bredare värdskap och har kunnat bli ambassadörer inte bara för Strömstad, Bohuslän och/eller Dalsland utan också för Østfold.

Projektets styrgrupp har arbetat med att hitta en långsiktig struktur för ett gränsregionalt samarbete inom besöksnäringen. Det finns ett stort intresse för detta och man tittar på olika lösningar till en långsiktigt hållbar struktur.

Projektet har genom regelbundna samrådsmöten haft utbyte med och samverkat med flera andra Interreg-projekt såsom Gränslös naturturism, IDA, LET, Unionsleden. Svinesundskommittén kommer att arrangera samrådsmöten även framöver.



## 11. Aktiviteter og økonomi

	Sverige			Norge		
	Budget (SEK)	Utfall (SEK)	Förbrukat (%)	Budget (NOK)	Utfall (NOK)	Förbrukat (%)
Personal	3 509 900	3 747 078	107 %	1 076 453	1 392 459	129%
Schablon	526 485	562 062	107 %	254 603	268 794	106 %
Externa tjenester	1 593 027	1 408 064	88 %	1 689 654	1 521 334	90%
Resor och logi	348 000	262 864	75 %	204 680	37 669	18 %
<b>Summa</b>	<b>5 977 412</b>	<b>5 980 068</b>	<b>100 %</b>	<b>3 225 390</b>	<b>3220256</b>	<b>99,84 %</b>

### 11.1 Arbeidspaket

Projektet har varit indelat i sex olika arbeidspaket – se nedan.

#### 11.1 Kommunikation

Arbetet inom kommunikation har fortlöpt enligt plan och Svinesundskommittén har koordinerat arbeidspaketet och haft huvudansvar för den gemensamma informationen om projektet. Kommunikationsarbetet är beskrivet ovan i kapitel 9. Informasjon og kommunikasjon.

#### 11.2 Prosjektledning

Svinesundskommittén och Visit Østfold har tillsammans koordinerat projektet och det har funnits en prosjektledare på svensk sida och en prosjektledare på norsk sida. Svinesundskommittén har haft det överordnade prosjektledaransvaret och skött koordineringen av projektet och varit huvudansvarig för gemensamma lägesrapporter och slutrapport.

#### 11.3 Företagssamarbete och produktutveckling

Arbetet inom detta arbeidspaket har utgått ifrån delmålet ”Stärka besöksnäringens företag i gränsregionen, vidareutveckla befintliga nätverk och skapa nya, gränsregionala produkter”. Inom detta arbeidspaket har kurser och studieresor anordnats.

#### 11.4 Guidade turer

Svinesundskommittén har ansvarat för detta arbeidspaket där den viktigaste aktiviteten har varit att genomföra en guidekurs med fokus på skyddad natur och gränshistoria. I kapitel 4.2.4 Gränsguiderna finns mer information om arbetet.

#### 11.5 Synliggörande av Svinesundsregionen

I nära samarbete med turistorganisationerna har Svinesundskommittén och Visit Østfold arbetat med att ta fram ett gemensamt informationsmaterial i form av bland annat en gränsregional turistkarta och konceptet Turer i grenseland. Projektet har marknadsfört



dessa produkter på turistorganisationernas hemsidor, genom kampanjer på sociala medier och genom att delta på turistmässor.

## 11.6 Utvärdering

Svinesundskommittén och Visit Østfold har gemensamt ansvarat för arbetspaketet. En extern utvärdering har inte genomförts – istället har projektleddningen och projektgruppen löpande utvärderat projektet och dess aktiviteter.

## 12. Forslag og ideer

Förslag till kommande projektperioder

- Fördelningen om 65 % respektive 35 % blir problematisk i praktiken då alla projekt blir ojämlikt då tyngdpunkten hamnar på svenska sidan. Det kan vara svårt för den svenska delen av projektet att få ihop en tillräckligt stor budget för att samarbetet ska bli intressant för den norska sidan.
- Den fasta växelkurs på norska sidan bidrar till att göra projektet än mer ojämlikt.
- Skillnader i administration, rapportering och regler mellan svenska och norska sidan försvårar samarbetet mellan svenska och norska sidan.
- Vidare föreslår vi att Interreg-sekretariatet bör agera "matchmaker" så att det blir enklare för projekt med liknande innehåll att utbyta erfarenheter med varandra. I projektet Gränsen som attraktion har vi hållit samrådsmöten med berörda projekt och dessa möten har blivit mycket uppskattade och fortsätter även efter projektavslut.
- På den svenska sidan har vi under hela projektperioden haft stora problem med systemet Min Ansökan. Dessa problem har skapat mycket dubbelarbete och onödig stress. Ska systemet användas vidare måste man säkerställa att det fungerar som det är tänkt.



**Interreg**  
Sverige-Norge  
Europasika regionala utvecklingsfonden



- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-