

### **Punkt 1: Undersök och utvärdera förutsättningarna**

När du ska vara med och skapa en fungerande led börjar du med att en ordentlig nulägesanalys. Om du planerar att ta fram en helt ny led är din första uppgift given: kontakta markägarna. Får du inte med dig dessa aktörer är det mer eller mindre omöjligt att fortsätta ledutvecklingsarbetet. Ställ även följande frågor:

- Arbetar vi med en befintlig led eller ska vi ta fram en helt ny led?
- Finns det turistisk infrastruktur i form av "bo/äta/göra" längs leden? Hur jobbar dessa boenden, aktivitetsföretag och restauranger/caféer i så fall med turism?

Om du kommer fram till att det finns goda förutsättningar, gå vidare till punkt 2. Finns det inga turistiska förutsättningar – avbryt!

### **Punkt 2: Bestäm ledens dragning**

Planerar du att utveckla en redan existerande led är det nu läge att kontakt med markägarna. Har du inte med dig markägarna från början är du ute på ett omöjligt uppdrag. Se till att ingå överenskommelser. Det finns avtalsmallar som går att använda.

Ta på dig "landskapsarkitekt-glasögonen"! Undersök hur det är tänkt att besökarna ska ta sig fram längs leden. Se till att få en tydlig bild av vad du vill visa och vad du vill berätta ur ett naturperspektiv. Hur ska besökarna få den bästa upplevelsen?

I inventeringen kontrolleras också vilka attraktiva platser som leden eventuellt passerar. Detta kan handla om alltifrån sjöar, utkiksplatser och naturfenomen till ett rikt djurliv. Kom ihåg: Om ett område längs leden innehåller exempelvis känsliga arter – styr förbi detta område.

### **Punkt 3: Inventera och bokför varje meter**

Bege dig ut i terrängen! Handlar det om en befintlig led så tar du med dig GPS, papper, penna, mobiltelefon och kamera. Om det är en ny led – använd den teoretiska kartbilden.

Notera hur naturen ser ut. Behövs det mycket byggnation av spänger till exempel? Behövs det göras några röjningsinsatser? Försök också att inta ett gästperspektiv och fundera kring avstånd mellan boende, aktivitet och mat. Detta är väsentligt för att kunna göra en bra guidebeskrivning längre fram.

### **Punkt 4: Samla ihop data**

Kontakta kommunens samhällsplaneringsavdelning och dess GIS-ingenjörer. Får du inte fram informationen från punkt 3 till dessa nyckelpersoner så att de kan lägga in all data i sina GIS-skikt är det svårt att få till en kvalitativ led.

I detta läge ska det också bestämmas vilken aktör som ska vara huvudman för leden. Är det ett företag, en förening, du själv eller kommunen? Vår erfarenhet är att den bästa lösningen är att kommunen tar på sig huvudmannaskapet. Detta underlättar i kontakterna med samhällsplaneringsfunktionen.

### **Punkt 5: Planera för förvaltning och utveckling**

Om leden går genom flera kommuner – se till att påtala vikten av samarbete mellan dessa olika aktörer. Kan beslutet förankras politiskt för att sedan gå vidare till förvaltningschefer i respektive kommuner kan exempelvis samordning kring kommunala budgetar löpa betydligt smidigare.

Ha också respekt för att denna delen av processen är mycket tidskrävande. Ofta kan det ta mellan 12 och 18 månader innan ett beslut om huruvida kommunen ska stötta ledutvecklingsinsatsen eller inte kan tas. Ju fler förvaltningar som kommer fram till att man vill samverka, desto bättre för projektet.

### **Punkt 6: Säkra leden ur vandrarens ögon**

Nu börjar det mer handfasta arbetet ute på plats i form av uppsättning av markeringar, hänvisningsskyltar och övrig märkning. Prioritera tydlighet framför allt annat. Gästen ska alltid se nästa markering. Det är också instrumentellt med exempelvis hänvisningsskyltar vid stigmörning. Sätt också gärna upp avståndsmarkeringar med jämna mellanrum. Om gästen vet hur långt/kort det är kvar till målet fås en bekräftelse på att hen är på rätt väg.

### **Punkt 7: Rapportera in till Lantmäteriet**

När själva sträckningen av leden är utmärkt och klar ska Lantmäteriet kopplas in. Detta görs bland annat för att kunna säkerställa att exempelvis guideboksproducenter, men också kartappar som Google, Hitta och Eniro får in kvalitetssäkrad information kring hur man tar sig fram längs leden.

### **Punkt 8: Samarbeta fram service och förutsättningar**

Intensifiera kontakten med "bo/äta/göra"-entreprenörerna. När leden är på plats blir det mycket enklare att ha en dialog om hur leden och dess framtida besökare kan komma att gynna entreprenörerna och deras verksamhet. I samråd med entreprenörerna kan du börja rulla ut information om vad som är på gång.

En nyckelfaktor i sammanhanget är också att bestämma vilken säsong som är optimal för just den här leden. Om samtliga entreprenörer har stängt under vintern kan det till exempel vara bättre att fokusera på sommarhalvåret eller tvärtom. Alternativet är att vara tydlig i information till besökare att det inte finns samma typ av service under låg- som under högsäsong.

### **Punkt 9: Kommunicera att leden finns**

För att ytterligare sprida till allmänheten att det finns såväl en led som massor av boende-, aktivitets- och matalternativ ska du nu inleda marknadsförings- och kommunikationsinsatser. Det kan vara läge att här påbörja samarbete med kommunala och regionala turistorganisationer. Ta fram en folder och se till att få ut information på webben.

Turistrådet Västsverige eller motsvarande organisation kan vara behjälplig när det gäller att fortsätta utvecklingen av paket längs leden. På destinationswebbplatsen (i det här fallet [vastsverige.com](http://vastsverige.com)) lyfts höjdpunkter och attraktiva delsträckor längs leden.

### **Punkt 10: Följ upp och utvärdera leden**

När leden är framtagen, marknadsförd och kommuniceras kontinuerligt kommer du in i uppföljnings- och förvaltningsfasen. Se därför till att med jämna mellanrum göra avstämningen såväl med näringsidkarna som med markägare och kommun. Frågor att ställa:

- Till markägare: Kan vi göra något för att förbättra leden ytterligare? Finns det speciella platser där leden är extra utsatt/åtgången? Skapa gärna en mejlgrupp med kontinuerligt uppdaterad information.
- Till kommunen: Fungerar alla processer som de ska? Exempel: Fungerar röjningen om ett träd blåser ner?
- Till näringsidkare: Hur fungerar informationsmaterialet? Märker ni av en ökad ström av gäster?