

LEDGUIDE 4

Skapa intäktskällor

Det är inte alldeles enkelt att hitta direkt finansiering av byggnation av en led, dess infrastruktur, skyltning, information och marknadsföring. I synnerhet inte för det långsiktiga underhållet. Men det finns ändå en del olika sätt att underlätta finansiering och inte minst skapa intäkter och minska kostnader på sikt.

Gör det lätt för besökaren att betala

Enligt allemansrätten ska alla ha tillgång till naturen. Det är därför inte möjligt att ha tvingande avgifter för t.ex. längdskidåkning på mark där allemansrätten gäller. För att kunna ta ut avgifter måste skidspåret/leden vara en anläggning i juridisk mening, då upphävs allemansrätten. Det finns däremot inget hinder för *frivilliga* avgifter, som spår-/ledavgifter. Inte heller för avgifter i anslutning till lederna, exempelvis parkeringar, vallabodar, omklädnings- eller bastulokaler. Det ska ju dock kännas okej för både den som ber om avgiften och för användaren.

Det är fortfarande ganska ovanligt med ledavgifter (frivilliga eller ej) för vandringsleder och cykelleder. Men här är ändå några tips:

- Gör det enkelt för besökaren att betala. Lätta betalssystem ökar chanserna att folk ska betala.
- Skylta/informera ordentligt, synligt och på relevanta ställen om hur betalningen ska ske.
- Frivilliga spårvärdar kan hjälpa besökare att betala och leda gästen rätt. Informera om varför en ledavgift tas ut och vad pengarna går till. En välskött led med goda intilliggande serviceinrättningar ökar också chanserna till betalningsvilja hos besökaren.

Vad gör en led populär?

När man designar en led bör man tänka på följande principer: *Bekvämlighet, tillgänglighet, säkerhet, trevlighet och attraktivitet*. Samtliga principer är viktiga och de ska inte utesluta varandra. Exempelvis kommer en väldigt säker men tråkig led inte leda till många besök, eller vice versa. En led som uppfyller samtliga principer ovan, ökar chanserna maximalt att bli populär och därmed möjligheterna att på olika sätt skapa intäkter genom den.

En led som går genom vacker natur, som har bra flow när det kommer till cykling, som gärna får vara dragen som en rundslinga med exempelvis café eller våffelstuga halvvägs, blir oftast en populär led. Lagom lutning, bra vattenavrinning, att leden går genom fin natur och kanske har en utsiktsplats eller spännande historia att berätta, är andra saker som utmärker en bra led.

Så fundera på vad som kan locka besökare att gå eller cykla leden. Kan ni lyfta fram en historia, ett kulturmärke? Finns det en vacker utsiktsplats på vägen? Vad kan locka barnfamiljerna? Är leden lagom lång och lätt att ta sig fram på? Är det lätt att ta sig till leden? De flesta uppskattar välbyggda leder som underhålls, men att tillföra fler mervärden ger besökare som kommer och återvänder.

Bygg lätta till medelsvåra leder. Dessa är populärast bland de flesta vandrare/cyklister. Familjer gör generellt av med mer pengar än eliten. Café/shop, uthyrning, och sådant som toalett/dass och sophantering är något man bör tänka igenom innan man anlägger en led som ska bli populär och locka familjer och andra sällskap.

Tänk på tillgängligheten. Ta bort hinder som försvårar för olika typer av grupper att ta sig till och runt på leden och få information om den.

Fler finansieringsmöjligheter

Ekonomiskt stöd/projektmedel: Se gärna över möjligheterna att söka pengar för att bygga en led. Det är svårare att hitta stöd för det långsiktigt underhållet. Se därför till att bygga en led som håller så bra som möjligt, även om man inte kan undvika underhållskostnader helt och hållet.

Trailcenter/ledcentral: Om man kan utforma ledsystemet så att lederna utgår ifrån ett trailcenter eller liknande, kan man underlätta både för sig själv och för besökarna. Där kan man samla information och intäktskällor som café, uthyrning, sportshop, serviceinrättningar och liknande. Ett trailcenter är ingen förutsättning för att kunna genomföra motionslopp och andra evenemang, men kan definitivt underlätta det och därigenom för sådant som också kan generera intäkter.

Spårknappar och ledavgifter har vi diskuterat ovan. Ta reda på hur andra gjort och inspireras av det.

Parkeringsavgift kan vara ett sätt att få intäkter, men det är inte så vanligt att ta ut det i fjällmiljö. Fundera över om man kan ge besökaren möjlighet att swisha ett mindre eller valfritt belopp, med information om att det är för ledunderhåll och ledutveckling.

Aktörer inom naturturism som har aktiviteter på någon annans mark, som motionslopp, cykellopp, toppturer eller fiskeguidningar, och använder sig av anlagda leder, kan betala markägaren/ledaktören för att få kunna ha det. Marknadsföring, information och förvaltning kan behöva samordnas med flera aktörer då leder, liksom aktiviteter av olika slag, kan gå över kommun- och länsgränser osv. Arrangörer av organiserade aktiviteter i naturen har ett särskilt ansvar, läs mer om det här: www.naturvardsverket.se/Var-natur/Allemansratten/Det-har-galler/Organiserat-friluftsliv/. Värt att fundera över är också balansen av vad naturen klarar av, och även olika besökares förväntningar. Olika former av tävlingar sliter ofta hårt på naturen och kan även sinka upplevelsen för andra besökare.

Turistskatt och medlemsavgifter: Vandring är en populär och alltmer efterfrågad aktivitet bland besökare till fjällen sommartid. Cykling växer också och ökar såväl nationellt som internationellt. Det innebär en ökad efterfrågan på attraktiva, hållbara och kvalitetssäkrade leder. Investeringar i leder genererar nya intäkter och arbetstillfällen, så tänk därför igenom hur en del av intäkterna till turistsektorn kan gå tillbaka till att förbättra och underhålla ledsystemet. Kanske alla aktörer i området ska vara med och bidra, både de som direkt och indirekt gynnas av en ökad tillströmning av besökare? Ska man ta ut en touristskatt? Kan man ta ut en liten extra avgift på något som säljs i området där pengarna går tillbaka till ledunderhåll? Det finns utmaningar i att hantera ett system med touristskatt, t.ex. hur det ska uppfattas som rättvist och genomtänkt, hur det ska tas ut, vad skatten ska gå till etc.

Utländsk turism: Utländska turister spenderar generellt mer pengar per person på sin semester i Sverige än vad svenskar gör här. Att på olika sätt därför marknadsföra sig och rikta information mot den grupp utländska turister som kan tänkas vara attraherade av just ert område är därför ett tips. Underlätta för dem när de väl är på plats genom att exempelvis ha information på olika språk som kan nås genom QR-koder, vilket bör vara ett mer resurseffektivt alternativ än att ha alla skyltar och broschyrer på flera olika språk.

Ideella krafter och lokalt engagemang: Ta hjälp av ideella krafter för att utföra ledunderhåll, ha spårvärdar etc. Det minskar utgifterna för personal, men kräver god styrning och långsiktig



förvaltning - den inledande entusiasmen brukar ofta snabbt lägga sig. Tänk över volontärernas olika drivkrafter och vad de vill och kan få tillbaka av att jobba ideellt. Gemenskap? Erfarenhet? Erbjudande och rabatter? Ideella krafter är en guldkälla om man förvaltar det väl.

Boende och förtäring i anslutning till ledsystemen skapar intäktskällor och jobb.

Teknikbana och övningsmöjligheter för cyklister lockar inte minst barnfamiljer, som behöver köpa både fika, lunch och kanske prylar och annat. Cykeltvätt är en fin service att erbjuda.

MTB-skola för barn/vuxna av samma anledningar som man har skidskola på vintern.

Vandringsgrupper eller löpargrupper kan arrangeras men betalningsviljan för dessa är kanske inte så hög, beroende på hur man lägger upp det, hur och mot vilka man marknadsför sig. Fler exempel kan vara blomstervandring, svampvandring, spökvandring, historievandring etc.

Evenemang av olika slag kan skapa långsiktiga affärsmöjligheter, och få fler att upptäcka era leder.

Merchandise i form av kläder, prylar mm. med er logga på kan fungera som intäktskälla.