

# Firkløver Strategien

**Bølling**



**Sædding**



**Hanning**



**Finderup**



## Udviklingsstrategi for lokal landdistriktsudvikling i Firkløver-området: *Firkløver Strategien*

### Baggrund

Velfærdsministeriet har bevilliget midler til et udviklingsprojekt i de fire sogne: Bølling, Finderup, Hanning og Sædding – med landsbyen Rækker Mølle i midten. Projektet hed oprindeligt ”Smagfulde Rækker Mølle” da projektet oprindeligt var tænkt i relation til det store Rækker Mølle Bryghus-projekt – deraf navnet ”Smagfulde”. Projektet havde oprindeligt til opgave at kombinere områdets resurser for via et samarbejde med Bryghuset at iværksætte nye aktiviteter i området. Da aktieselskabet Rækker Mølle Bryghus gik konkurs, og da der endnu ikke er fundet en løsning, har projektledelsen været nødsaget til at gå til opgaven fra en lidt anden vinkel end oprindeligt tænkt. Ikke mindst fordi bryghusprojektets uheldige situation gør det endnu mere nødvendigt at tænke i nye udviklingsmuligheder, samt at den uvisse fremtid gør, at smagsoplevelses-temaet realistisk set ikke kan spille så betydningsfuld en rolle som oprindeligt tænkt.

Situationen er stadigvæk, at lokalbefolkningen i området er stærkt motiverede til at gøre en indsats for at se fremad og eftersøge nye bæredygtige muligheder for deres lokalområde. Resultaterne af projektet er positive og konstruktive for en fremtidig udvikling. Lokalområdets talerør og paraplyorgan Foreningsrådet, som repræsenterer alle områdets foreninger og interesseorganisationer, har indgået i projektudviklingen. Foreningsrådet vil i fremtiden fungere som koordinator i forhold til strategiens implementering.

Målsætningen for projektet er stadigvæk de tre følgende opgaver:

- Kortlægning af områdets resurser og aktører
- Udviklingsplaner for særlige indsatsområder
- Markedsføringskoncept for hele området.

Mellem 80 og 100 af lokalområdets 1800 indbyggere har taget del i projektet i samarbejde med projektleder og lokal ildsjæl Ejnar Tylvad, Foreningsrådet repræsenteret ved formand Poul Nielsen, Rækker Mølle Pastoratet ved sognepræst Jens Kristian Holmgaard og det lokale statsanerkendte Ringkøbing-Skjern Museum ved museumsinspektør Per Lunde Lauridsen.

Strategien for lokal landdistriktsudvikling af de fire sogne er udviklet af lokalbefolkningen i fællesskab:

- via deltagelse i et fremtidsværksted
- via deltagelse i udviklingsgrupper
- via deltagelse i fællesmøder

Projektleder Ejnar Tylvad har i samarbejde med museumsinspektør Per Lunde Lauridsen sammenfattet resultater og konklusioner i den overordnede *Firkløver Strategi*. Projektbeskrivelsens

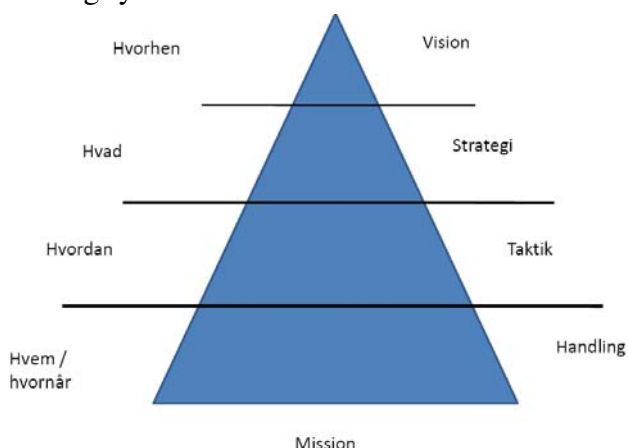
arbejdstitel ”Smagfulde Rækker Mølle” er blevet ændret, af grunde nævnt tidligere, til *Firkløver Strategien*. Dette skyldes at de fire sogne både af omverdenen og i deres eget arbejde anvender betegnelsen ”Firkløver” for meget af det samarbejde der finder sted mellem de fire sogne.

## Vision

En del af projektet omhandlede beskrivelsen af en fælles vision for området – som eventuelt kunne fungere som et slogan for området. Ud fra dialoger på projektets gruppemøder blev visionen ”*Det gode liv på landet*” valgt som den overordnede vision. Målet for projektet er, at udarbejde en strategi som bevirker, at området opnår målsætningen om at skabe forudsætningerne for det gode liv på landet. Visionen indtænker både forbedrede levevilkår for de besiddende – men også imødekommelsen af potentielle tilflytters ønsker og drømme om det gode liv på landet. En vision skal være kort og kontant for netop at skabe genkendelighed, entydighed og retning. Den skal være kort og genkendelig, så alle relevante aktører og borgere kan huske den – og dermed anvende den internt og eksternt. Visionen trækker på lokalbefolkningens ønsker om at deres levevilkår forbedres og forbliver i en positiv udvikling – og at de ikke ønsker forringelser af deres lokale aktiviteter og muligheder. Visionen er ligeledes baseret på viden om potentielle tilflytters begrundelser for at bosætte sig på landet.

I 2008 gennemførte Ringkøbing-Skjern Kommune i samarbejde med Skive og Norddjurs kommuner en undersøgelse af befolkningens syn på at bo i et landdistrikt. Undersøgelsen blev uarbejdet af Capacent Epinion og fik titlen: ”*Tiltrækning og fastholdelse af borgere i landdistrikterne*”. Projektet blev finansieret via Velfærdsministeriet. Undersøgelsen undersøgte potentielle tilflytters begrundelser for, at de overvejede at bosætte sig på landet. Konklusionerne på undersøgelsen blev at fordelene ved at bo i landdistrikter var følgende: Det sociale sammenhold i form af, at man kender hinanden og har et fællesskab. Dette kommer til udtryk i foreningslivet og et tættere netværk. Effekten deraf er tryghed, omsorg og indbyrdes ansvarlighed. Fællesskabet er også en forudsætning for det store lokale engagement, som findes i landdistrikterne. Undersøgelsen viste også, at folk oplevede, at det var nemmere at blive integreret på landet end i storbyerne, og det samtidig med at man fandt, at der faktisk var god plads til forskellighed – både mentale og fysiske forskelle. Ydermere var konklusionen også at de klassiske værdier såsom fred og ro samt nærheden til naturen, stadigvæk er nogle af de vigtige fordele ved livet på landet.

En opsummering af potentielle tilflytters motiv for et landliv/landsbyliv vil være: at kunne realisere en drøm om hygge, samvær og en god bolig i landsbyagtig idyl – eller kortere sagt ”Det gode liv på landet”.



Projektet har som pyramide-diagrammet viser til opgave at beskrive de to øverste elementer nemlig visionen for hvorhen området ønsker at bevæge sig, samt hvad man mener der sker til for at man kommer derhen.

Da projektet har taget en drejning fra en fokusering på turisme og kultur- og oplevelsesøkonomi med udgangspunkt i smagsoplevelser, til en mere generelt udviklingsstrategi med fokus på forbedring af levevilkår og markedsføring overfor og tiltrækning af tilflyttere, har visionen fået en undertitel med ordene ”firkløversognene som attraktivt levested for beboere og tilflyttere”. Undertitlen har til opgave at tydeliggøre og forklare visionens målsætning, så ingen er i tvivl om overskriften og sloganet betyder. Derfor har nærværende projekt og dermed *Firkløver Strategien* følgende vision:

Vision:

*Det gode liv på landet*

- firkløversognene som attraktivt levested for beboere og tilflyttere

## **Firkløver Strategien**

*Firkløver Strategien* består af tre delelementer, som hver især er en strategi. De tre elementer er: en Resursestrategi, en Markedsføringsstrategi og en Udviklingsstrategi.

En strategi skal altid tage udgangspunkt i den historiske baggrund og de tilstedeværende resurser. Ellers risikerer strategien at blive tomme og urealiserbare ord og tanker. Derfor har en stor del af udviklingsprojektet bestået i at indsamle data om områdets resurser – et katalog over områdets resurser. Et landdistrikts resurser består af sammensætningen af de fysiske resurser såsom bygninger og landskabet, de sociale resurser såsom foreningslivet, befolkningens værdier og holdninger samt de institutionelle resurser såsom erhvervslivet og kulturbærende institutioner. Indsamlingen af områdets resurser havde primært til opgave at skabe grundlaget for udarbejdelsen af en overordnet og bæredygtig strategi. Hele *Firkløver Strategien* er baseret på det overblik og den indsigt i området – som resursekataloget giver.

Resursekataloget udgør også kernen og udgangspunktet i delelementet Resursestrategi. Denne strategi har til hensigt at skabe opmærksomhed og bevågenhed omkring områdets potentialer hos områdets borgere. Strategien indtænker ligeledes aktiviteter, som kan iværksættes for at skabe motivation, optimisme og viden, som kan resultere i nye konstruktive initiativer. Sagt med andre ord at skabe bevidsthed og stolthed omkring områdets kvaliteter samt at skabe forudsætninger for aktiveringen af disse resurser. Resursestrategien er især målrettet lokalbefolkningen.

Det indsamlede resursemateriale indgår også i delelementet Markedsføringsstrategien. I arbejdet med at udvikle markedsføringsstrategien blev det konkluderet, at hvis man skal formidle områdets mest attraktive elementer måtte foreningslivet og de øvrige resurser være oplagte at præsentere. Derfor fandt man det oplagt at bruge materialet aktivt i forhold til at præsentere lokalområdet overfor omverdenen. Markedsføringsstrategien er især målrettet omverdenen og ikke mindst potentielle tilflyttere og turister.

Udviklingsstrategien eller udviklingskataloget, som det blev benævnt i projektbeskrivelsen, består af de indsatsområder, som lokalbefolkningen via deltagelse i fremtidsværksted og udviklingsgrupper og fællesmøder har udvalgt til at være fremtidens arbejdsopgaver for Firkløver-området.

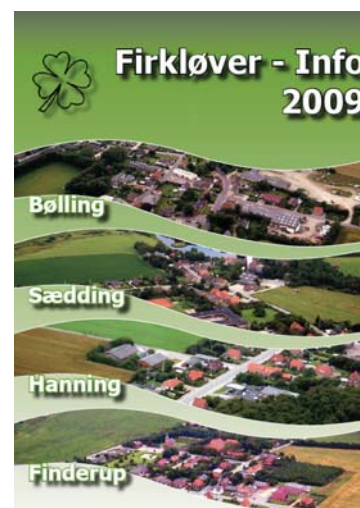
*Firkløver Strategien* består kort fortalt af tre overordnede opgaver:

- Finde og skabe forudsætninger for fortsat udvikling
- Formulere strategiske mål for konkrete initiativer
- At markedsføre området som dynamisk og attraktiv.

## Resursestrategi

I 2008 gennemførte Ringkøbing-Skjern Kommune i samarbejde med to andre landdistriktskommuner en undersøgelse af befolkningens syn på at bo i et landdistrikt. Undersøgelsen blev uarbejdet af Capacent Epinion og fik titlen ”Tiltrækning og fastholdelse af borgere i landdistrikterne” 2008. Konklusionerne på undersøgelsen blev at fordelene ved at bo i landdistrikter var følgende: Det sociale sammenhold i form af, at man kender hinanden og har et fællesskab. Dette kommer til udtryk i foreningslivet og et tættere netværk. Effekten deraf er tryghed, omsorg og indbyrdes ansvarlighed. Fællesskabet er også en forudsætning for det store lokale engagement, som findes i landdistrikterne. Undersøgelsen viste også, at folk oplevede at det var nemmere at blive integreret på landet end i storbyerne, og det samtidig med, at man fandt at der faktisk var god plads til forskellighed – både mentale og fysiske forskelle. De sociale elementer er dermed uhyre væsentlige i forhold til udviklingen af et landdistriktsområde. Derfor har man vurderet at de sociale resurser eller med et mere teoretisk ord: ”den sociale kapital” – er afgørende i forhold til udvikling og markedsføring af området.

På baggrund af ændrede forhold i lokalområdet i forhold til projektbeskrivelsen har man valgt at fokusere meget på optegnelsen af områdets resurser i et katalog. Kataloget indeholder korte beskrivelser af alle egnens foreninger, erhverv, institutioner og seværdigheder m.m.



Ambitionen med kataloget er at skabe en bevidsthed om områdets mange aktiviteter og aktører – og dermed skabe forudsætningerne for nye samarbejds løsninger og en øget koordinering af de sociale resurser i området. Kataloget har den funktion internt i forhold til befolkningen i området, at skabe en øget bevidsthed om hvad området rent faktisk formår at opnå i fællesskab – og dermed skabe en stolthed og tro på områdets muligheder og resurser. Resursekataloget anvendes desuden, som den centrale del af markedsføringsstrategien i form af et profileringskatalog med titlen ”Firkløver Info” (Bilag 1). Indsamlingen af informationer til resursekataloget skete via skabeloner både i papirversion samt webversion på rkmolle.dk (Bilag 2).

Det centrale i resursestrategien er bevidstgørelsen hos lokalbefolkningen om områdets muligheder og kvaliteter. Målet er at skabe et positivt alternativ til samfundets generelle negative omtale af landdistrikterne som udkantsområder, der er i tilbagegang og uden positive fremtids løsninger. Lokalbefolkningens selvforståelse og syn på deres nærmiljø er afgørende i forhold til deres tilbøjelighed til at deltage i udviklingen af lokalområdet. En forudsætning for en positiv tilgang til området er primært erfaringsbaseret tillid til at ting kan lade sig gøre. Best-case-practice og succeshistorier er gode til at motivere og skabe optimisme.

Teoretisk har man ladet sig inspirere af empowerment-tankerne. Empowerment-metoden tager sit udgangspunkt i troen på menneskers muligheder for at tilkæmpe sig magt over deres eget liv. Derfor er Initiativkataloget, som oplister alle de konstruktive og almen relevante projekter og initiativer som lokalområdet har iværksat, meget inspirerende. Det er vigtigt at skabe bevidsthed om de ting, som lykkes – da succes har det med at avle succes.

Resursekataloget og Initiativkataloget har til målsætning at dokumentere lokalebefolkningens evner og sociale kapital. Ud fra dette har de endvidere til målsætning at inspirere og opmuntre til nye aktiviteter. Nedenfor beskrives deres målsætninger mere detaljeret.

#### A. Resursekataloget (Firkløver Info)

- a. Skaber et samlet overblik over områdets resurser.
- b. Skaber indsigt i områdets evner til at skabe aktiviteter m.m.
- c. Skaber stolthed over områdets evner til at opretholde aktiviteter i fællesskab (social kapital)
- d. Skaber mulighed for at indlede nye samarbejds løsninger ml. aktørerne
- e. Skaber fælles ejerskab til områdets aktiviteter m.m. hos alle fire sognes borgere

#### B. Initiativkataloget (Firkløver Info side 44-45)

- a. Skaber et samlet overblik over områdets initiativer
- b. Skaber indsigt i områdets evner til at iværksætte nye initiativer

- c. Skaber stolthed over områdets evner til løfte opgaver i fællesskab med succes
- d. Skaber erfaringsbaseret tro på at ting kan lykkes i området
- e. Skaber fælles ejerskab til områdets initiativer hos alle fire sognes borgere
- f. Skabe fælles identitet og øge selvforståelsen af området hos borgerne

En anden opgave i Resursestrategien er at forbedre og udvikle forudsætningerne for nye bæredygtige initiativer. Derfor indgår der også planen om et Videnskatalog, som rummer målsætninger om iværksættelsen af nye aktiviteter. Den generelle målsætning er at øge vidensniveauet hos lokalbefolkningen for derigennem at inspirere og motivere til nye ideer.

### C. Videnskataloget

- a. Landsbyvandring i de fire landsbyer. Foreningsrådet har tradition for at indbyde til guidede ture i lokalområdet, hvor fortællinger og viden om egnen bliver formidlet. Denne aktivitet opretholdes og udvikles til flere dele af området.
- b. Aktivisering af lokalarkivets viden. Der skal etableres en plan for, hvordan den viden, som lokalarkivets frivillige sidder inde med, kan formidles til områdets ildsjæle m.fl. jf. pkt. e

- i. Eksempler på

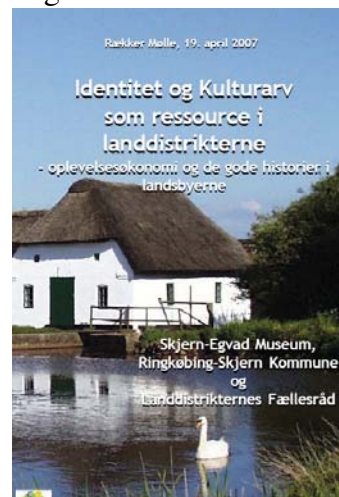
faglitteratur: Sæddingbogen, Hanningbogen, Finderupbogen, Møllebogen m.m.

- c. Kursus i udviklingsprojekter. Der skal etableres en plan for afholdes af kort kursus i, hvordan man arbejder med udviklingsprojekter.
- d. Kursus i støttemuligheder. Der skal etableres en plan for afholdes af kort kursus: Hvilke fonde, puljer og andre støttemuligheder som landdistrikterne har mulighed for at søge – og om hvordan man udarbejder en ansøgning til disse.

### Initiativkatalog – de sidste 20 år.

1989 Otte andelsboliger bygges på Møllebakken.  
 1990:  
 1991:  
 1992: Rækker Mølle Gården købes og restaureringen begynder derefter.  
 1993: SFO opstartes på Rækker Mølle Skolen.  
 1994:  
 1995: Rækker Mølle Invest dannes og mejeriet omdannes til lejligheder.  
 Clausager Kunstvirke åbner.  
 Udvidelse af Børnehaven Lærkereden.  
 1996: Stort anlagt 25 års jubilæum på Rækker Skolen.  
 1997: Sædding forsamlingshus renoverer gangen og eksisterende toiletter samt nyt handicaptoilet.  
 Opstart af udebørnehaven Mejsen ved Rækker Mølle Gården.  
 Rækker Mølle Invest køber naboejendommen Åglimt 11, og den lejes ud.  
 1998: Videbæk-Skjern Veteran- og Modeljernbane udlejer skinnecykler fra Herborg til Kongsholm.  
 Sædding Forsamlingshus tilbygger ny sal og depotrum.  
 1999: Søren Kirkegaards mindestue indvies på Rækker Mølle Gården.  
 Rækker Mølle Invest erhverver Købmandsgården.  
 Udebørnehaven Solstrålen etableres mellem Børnehaven Lærkereden og skolen.  
 Rækker Mølle Kroketteklub starter og etablerer baner ved Rækker Mølle Gården.  
 Bølling Forsamlingshus renoveres.  
 2000: Ombygning af pensionistboliger til ældreboliger påbegyndes.  
 Rækker Mølle Skolen tilbygges klasselokaler og billedkunst.  
 2001: Sædding forsamlingshus renoverer køknet.  
 2002:  
 2003: Revy med over 400 deltagere til fordel for minihallens opførelse.  
 Spejdgården bygges med flot beliggenhed.  
 Finderup Efterskole etableres som et godt til unge med særlige behov.  
 Minihallen, motionsrum, ungdomsklub, mødelokale m.m. bygges ved Rækker Mølle Hallen.  
 2004: Firkløver weekend opstartes, som et samarbejde mellem mange foreninger i området.  
 Rækker Mølle Prisen indstiftes.  
 Endnu en tilbygning til Børnehaven Lærkereden.  
 Rækker Mølle Gårdens park får Alsiger stenen og motionsstien langs Ganer Å.  
 2005: Rækker Mølle KFUM Håndbolds Herrer rykker i 2. Division  
 Rækker Mølle Foreningsråd etableres som paraply for de fire sogne.  
 Bølling Forsamlingshus får klimaanlæg efter indsamling ved 100 års jubilæum.  
 Finderup forsamlingshus tilkøber parkeringsplads.  
 Rækker Mølle Portalen rkmolle.dk, starter som de fire sognes platform og nyhedsmedie.  
 2006: Møllen restaureres og ombygges til Rækker Mølle Bryghus.  
 Rækker Mølle KFUM Håndbold - Herre Ynglinge Liga – håndboldens højeste niveau  
 Bøllinghus åbner i flotte renoverede lokaler med MC træf og andre aktiviteter.  
 2007: Revy med 630 deltagere med musik af Madam Blå  
 Rækker Mølle bliver årets landsby i Ringkøbing-Skjern Kommune.  
 Rækker Mølle KFUM Håndbold - Herre Ynglinge Liga – håndboldens højeste niveau  
 Rækker Mølle fik en Verdensmester – René Rasmussen vandt guld ved Ynglinge VM.  
 Tilbygning undervisnings lokaler - Finderup Efterskole.  
 Sædding Forsamlingshus renoveres med bl. a. nye vinduer.  
 2008: Forskønnelsesprisen indstiftes.  
 Tilbygning til minihallen med redskabsrum til gymnastik.  
 Det tidligere Rådgivningscenter i Hanning bliver kommunens kursusvejendom.  
 Sommerskole starter, som et tilbud til børnene arrangeret af frivillige kræfter.  
 Hanning Forsamlingshus renoverer køknet.  
 Finderup Forsamlingshus renoverer tag.  
 2009: Ny legeplads ved Rækker Mølle Skolen under opførelse.  
 Fremtidsværkstedet afholdes på Sædding Efterskole.  
 Ny minihal og værkstedlokale ved Finderup Efterskole.  
 Ny præstebolig bygges i Rækker Mølle.  
 Clausager Kunstforening stiftes.  
 Firkløver Info udkommer som profileringskatalog for hele området.  
 Rækker Mølle Invest planlægger udvidelse af aktiekapitalen og købmandsgården.  
 Nyt udelokale kombineret med vedvarende energi etableres i løbet af sommeren ved skolen.

- e. Foredragsrække om relevante emner indenfor landdistriktsudvikling, samfunds-trends, bosætning, kulturmiljøer, etc. Man ønsker, at der bliver skabt kontakt til relevante miljøer såsom Landdistrikternes Fællesråd, den Lokale AktionsGruppe m.m. som arbejder med landdistriktsudvikling for samme med disse at afholde en foredragsrække omkring temaer, som er relevante for landdistriktsudvikling. I 2007 blev der afholdt en national konference i Rækker Mølle – med titlen ”Identitet og Kulturarv som ressource i landdistrikterne”. Man ønsker at følge op på den store succes og om muligt at lave det til et tilbagevendende arrangement.
- f. Informationstavle om relevante konferencer, foredrag, politiske og forvaltningsmæssige høringsmøder, erfaringsudveksling indenfor landdistriktsudvikling, LokalAktionsGruppe, etc. Man ønsker at etablere en side på områdets webportal [www.rkmolle.dk](http://www.rkmolle.dk) – som informerer om alle de tiltag som finder sted om emnet landdistriktsudvikling samt emner der direkte berører områdets fremtidige udvikling



#### D. Motivering og koordinering

- a. Foreningsrådet vil stå for koordinering og motivering
- b. Rkmolle.dk portalen medvirker til at skabe viden om aktiviteter – og dermed forudsætninger for en konstruktiv koordinering.
- c. Rækker Mølle Prisen – årlig uddeling af pris til en person som har kæmpet for området og opnået positive resultater (Bilag 3)



### Udviklingsstrategi

Lokalområdets borgere har været direkte aktive i valget af udviklingsstrategiens emner og målsætninger. En del af udviklingsprojektet var en borgerinddragelse, som fik form af et fremtidsværksted med efterfølgende udviklingsgrupper og fællesmøder for alle grupperne.

#### Fremtidsværksted:

##### *Udvikling eller afvikling?*

Fremtidsværkstedet som blev afholdt d. 10. jan 2009 på Sædding Efterskole – med titlen ”Udvikling eller afvikling” (Bilag 4a). Processen tog en hel eftermiddag og resulterede i mange nye initiativer. Fremtidsværkstedet blev ledet af to konsulenter fra Landdistrikternes Fællesråd. Efter en introduktion til arbejdet med udvikling fik alle mulighed for at komme med deres forslag til udviklingsmuligheder. Deltagerne skrev ideerne op på papiraviser på væggene. Det blev til over 260 ideer (Bilag 4b).



Efterfølgende var opgaven at prioritere ideerne. Alle deltagere fik hver 10 små klistermærker, som de kunne fordele på de ideer, de fandt mest relevante. Man kunne sætte alle på én ide – eller fordele dem på flere. De ideer som fik mest opbakning blev til arbejdsgrupper, som deltagerne fordelte sig på. Disse grupper blev grundlaget for det udviklingskatalog, som udgør Udviklingsstrategiens kerne.

For at markedsføre fremtidsværkstedet sørgede projektleder Ejnar Tylvad for at samle tre tilflytterfamilier omkring nogle fængende temaer – og inviterede Ringkøbing-Skjern Dagblad, som villigt kom (da opgaven var defineret og folkene samlet) og skrev en stor artikel om emnet ”at flytte til et landdistrikt – og at flytte til firkløverområdet”. Avisartiklen medvirkede både til at flere fra lokalområdet blev bekendt med arrangementet, men også en måde at signalere til omverdenen at området er i udvikling (Bilag 5). Projektleder Ejnar Tylvad kontaktede også TV2 regionalen TVMidtVest – som sendte en journalist, der deltog under hele fremtidsværkstedet. Dette resulterede i et længere indslag i regionalnyhederne:

<http://www.tv2regionerne.dk/reg2005/player.aspx?id=462798&r=6>

Derved fik endnu flere informationer om områdets initiativ, samt at det fik informeret en stor del af lokalbefolkningen om projektet og dets aktiviteter. Efterfølgende blev fremtidsværkstedet også formidlet via områdets portal: <http://www.rkmolle.dk/10337-1/>.

### Udviklingskatalog:

Visionen søges opnået via fokusering på områdets særlige resurser gennem følgende indsatsområder:

- Byforskønnelse
- Smagsoplevelser
- Kunst
- Natur
- Velkomstgruppen
- Skolens fremtid
- Multihus
- Livskvalitet i den 3. alder
- Landsbyudvikling via vindmøller

**Udvikling eller afvikling?**

**Indbydelse**

Til et fremtidsværksted/ udviklingsmøde i Firkløversogne: Hanning, Finderup, Sædding og Bølling.

Lørdag den 10. januar 2009 kl. 12.30 – 16.30

På Sædding Efterskole. En spændende eftermiddag, hvor der brug for alle med interesse i vores sognes udvikling.

**Fremtidsværksted - Hvordan?**

- Historien – fundamentet.
- Drømmen – Hvor vil vi hen?
- Realiseringsfasen – Hvordan bliver det så til noget?

Kan vi gøre noget sammen? Alle er meget velkomne.

Tilmelding og yderligere info på [rkmolle.dk](http://rkmolle.dk)  
Eller telefon 9736 8100 Poul Nielsen, Conny Enevoldsen 8688 3462, Ejnar Tylvad 2634 2033.  
Seneste tilmelding tirsdag den 22. december.  
Med venlig hilsen  
Rækker Mølle Foreningsråd og Sogne og Borgerforeningerne i Hanning, Finderup, Sædding og Bølling.

- Byforskønnelse

Der er to overlæggere at hæve – den nederste og den øverste.

- Førstnævnte er at fjerne det dårlige i bybilledet fx kondemnerede bygninger. Man arbejder med mulighederne for at nedrive forfaldne bygninger. Og i den proces få adgang til informationer om tvangsauktioner så hurtig som muligt. Der arbejdes med mulighederne for at indgå i et partnerskab med kommunen om disse forhold. Man overvejer mulighederne for at etablere den økonomiske platform som skal indgå i opkøb af bestemte bygninger – fx stand ved firkløverweekend. Inspirationen kommer fra Mors, hvor man har etableret en form for investeringfond, som kan opkøbe gamle bygninger (se bilag: artikel fra Berlingske Tidende: *Landsbyboere gør oprør mod tomme ruiner*) (Bilag 6). Folk kan give tilsagn i tilfælde af tvangsaktion – værdien af grunden skal tilfalde indskyderne. Hvert lokalområde skal fokusere på deres område. Forsøgsprojekter: Oprydningsteam.

- Den anden overlægger omhandler forskønnelse af bygninger med kulturmiljøværdier, hvilket oplysningsarbejdet omkring landsbyernes kulturmiljøer har som målsætninger. Dette delelement omhandler det forhold, at en primær grund til at folk flytter på landet eller til en landsby er muligheden for at opfylde en drøm om at bo i en attraktiv bolig. Attraktive boliger er ofte unikke og æstetiske bygninger, som signalerer kvalitet og overskud. Desuden skal boligernes nærmiljø eller med et andet ord ”kulturmiljø” også være interessant. Andre elementer i forhold til tilflytning er, at mange mennesker associerer landdistrikterne med idyl og hygge – elementer som ikke mindst historiske bygninger i god byggeskik bidrager markant til (s. 45, *Tiltrækning og fastholdelse af borgere i landdistrikterne*, 2008)

(<http://www.norrdjurs.dk/3+-+kommune+samarbejde.3923.aspx>)

- Der ønskes undersøgt mulighederne for at indgå i et kommunalt områdefornyelsesprojekt – og om det er muligt, at motivere kommunen til investeringer ved at lokalområdet selv aktivt deltager og supplerer med egne investeringer og planlægning af ”områdefornyelses-tiltag”. Udgangspunktet kan være kortlægningsprojektet *Landsbyernes kulturmiljø som resurse* – som dækker Finderup og Rækker Mølle ([www.riskmus.dk](http://www.riskmus.dk) /publikationer) samt inspirationskataloget *Forskøn og bevar din landsby* – som dækker Bølling (Bilag 7).

- Lokalområdet har indstiftet en komite som uddeler en forskønnelsespris hvert år. Målet med prisen er, at honorere de mennesker som bidrager positivt til områdets forskønnelse – og derigennem at motivere alle i lokalområdet til at være opmærksomme på vigtigheden af, hvordan området tager sig ud (Bilag 8)

# NY FORSKØNNELSESPRIS

- Prisen på kr. 3.000.- gives til forskønnende bygninger og grønne anlæg i sognene: Finderup, Hanning, Sædding og Bølling.
- Indstillinger afleveres senest den 3. juni hos Andelskassen eller Købmanden i Rækker Mølle eller mail til: [e-tylvad@mail.dk](mailto:e-tylvad@mail.dk) gerne med billede.
- Overrækkelse 20. juni kl. 14.00 på Clausager Kunstvirke

Yderligere oplysning ses på [www.rkmolle.dk](http://www.rkmolle.dk)

 **Andelskassen**

- sammen kan vi mere

- Bryghusprojektet var som udgangspunkt et byforskønnelsesprojekt. Man vil undersøge mulighederne for i samarbejde med Arla Foods at finde midler til at istandsætte et af de gamle mejerier i Rækker Mølle eller Finderup og omdanne det til et oplevelsesmejeri for turister og skoler – samt indgå i Arla's og områdets markedsføringsstrategier. Kommunen er Danmarks "Mejeriland" med ikke mindre end 4 mejerier – den største koncentration af mejeridrift i Danmark. Dette sammenholdt med områdets erhvervs sammensætning af meget kvægladbrug og stor turisme bevirker, at projektet kunne tænkes at være et bæredygtigt initiativ.

- Borgerforeningen i Rækker Mølle har som målsætning at udvikle en smagsfuld Juleudsmykning i Rækker Mølle landsby

- Man ønsker at undersøge muligheder og potentialer i at istandsætte bygninger som foreningslivet efterfølgende kan leje til foreningslokale. Mulighederne for ansøgning om udviklingsmidler til dette projekt skal undersøges hos Lokale- og Anlægsfonden.

- Beplantningsplaner for landsbyerne. Et pilotprojekt er allerede gennemført ved Finderup Efterskole i Finderup landsby, hvor man har iværksat en beplantning ved indkørslen til landsbyen.

- Smagsoplevelser

- Rækker Mølle Bryghus. Der arbejdes på at finde en fremtidig løsning for de "smagsfulde" lokaler i de velbevarede kulturhistoriske møllebygninger og bestyrerbolig, køkken/selskabslokale og bryggeri m. lager. Formålet er at udnytte de kulturhistoriske resurser og de smagsoplevelsesmæssige muligheder, som de unikke fysiske rammer med en historie tilbage fra 1600-tallet bibringer. Udfordringen er at finde løsninger, som giver mulighed for at kommercialisere de ovennævnte forudsætninger til gavn for områdets udvikling.

- Bryghusets nabo og kulturhistoriske ophav Rækker Møllegården bidrager med smagsoplevelser gennem overleverede opskrifter på bagværk samt ved særlige lejligheder salg af lokale fødevarer såsom røgede fisk fra området.

- Dette punkt er et samarbejde mellem byforskønnelse og smagsoplevelser. Derfor er teksten en gentagelse i forhold til et af punkterne under byforskønnelse. Man ønsker at udvikle et koncept for de gamle mejerier i Rækker Mølle og Finderup – og ansøge midler til at istandsætte et af de gamle mejerier og omdanne det til et oplevelsesmejeri for turister og skoler – samt indgå i Arla's og områdets markedsføringsstrategier. Man har som plan at tage kontakt til salgsdirektør Lars Aagaard, Arla – som tidligere har vist interesse for at samarbejde omkring oplevelser og branding i relation til et mini-mejeri.

- Kunst

- Der er blevet etableret en kunstforening for firkløversognene med tilknytning til Clausager Kunstvirke. Kunstforeningen vil være den lokale operatør i forhold til iværksættelsen af nye kunstopplevelser i området. Kunstforeningen vil arbejde på at kunst i højere grad end tidligere indtænkes i de aktiviteter, som finder sted i firkløversognene. Foreningen giver mulighed for at borgerne bliver involveret og engageret i arbejdet med at skabe gode rammer for kunst i området.

Clausager kunstforening blev stiftet foråret 2009. Foreningen opstod som følge af et stigende behov for fælles kunstneriske oplevelser samt at der på Clausager Kunstvirke ønskes kompetent assistance til udvælgelse af kunst som udstilles i huset. Foreningens formål er at bidrage til kreativt virke i området og at varetage opgaver af fælles kunstnerisk interesse for medlemmerne.

Alle som har interesse kan optages i foreningen

- Natur

I projektet er det blevet undersøgt om mulighederne for at anlægge mere ambitiøse naturbaserede oplevelser. Det har ikke kunnet lade sig gøre, da der ikke har været interesse, menneskelige resurser eller økonomisk støtte at finde. Opgaven er derfor blevet defineret til at øge tilgængeligheden til den allerede eksisterende natur og det lokale landskab. Det være sig vandre-, cykel- og ridestier, skinncyklernerne på det nedlagte jernbanelegeme m.m. ved fx å, sø, skov og i kulturlandskabet.

- Man ønsker, at der skal udvikles et koncept, som grundlæggende er en skabelon for, hvordan lokale lodsejere og engagerede borgere kan etablere og markere nye stier. Konceptet følger tankerne fra sorftware-udviklere – som alle bidrager med lidt til et større program – modsat de forkromede løsninger med stram organisering, ledelse og tidsplaner. Ideen er lidt ligesom Wikipedia, hvor alle kan komme med deres input. Planen er at anvende fx Google Earth til at indtegne forskellige ruter og stier i det lokale landskab.

- Man ønsker at anvende naturen og landskabet til at skabe øget infrastrukturel integration mellem sognene. Via flere stier og ruter som motiverer til, at beboere i et sogn bruger naturen i nabosognet, vil man opnå endnu større ejerskab til hele området.
- De fremtidige stiforløb skal gerne i så høj grad som muligt kombinere natur og kultur – bla. i form af formidling af det kulturlandskab og de historier, som er integreret i den vestjyske natur. I forhold til dette vil der tages kontakt til lokalarkivet.
- Ganer Å Naturprojektet, hvor åløbet er blevet lagt tilbage i den oprindelige form, skal gøres mere tilgængelig. Det er ambitionen at følge op på kommunens egne planer for udviklingen af området. Bl.a. i forhold til stiforbindelse mellem Rækker Mølle og Skjern bymidte langs Ganer Å.
- I forbindelse med øget bebyggelse i Rækker Mølle landsbys parcelhusområder er der planer for etableringen af et forsænkelsesbassin i landsbyens nærhed. Man ønsker at udnytte denne situation således at bassinet bliver til en naturperle– og ikke blot et funktionelt hul i jorden.

**Kommentar til indsatsområderne; Kunst og Natur.** I den oprindelige projektbeskrivelse blev der beskrevet tre mindre delelementer i form af undersøgelser, der skulle afdække mulighederne for at inddrage kunstnere i forhold til kulturoplevelser i naturen. Motorsavskunst, musik og dramaevents, samt undersøgelser i forhold til hvorvidt erhvervslivet ville sponsere nye aktiviteter. Pga. det ændrede fokus i projektet og at de deltagende i projektets interesser var andet steds – samt at projektledelsen ikke fandt, at der var en positiv indstilling til disse emner i lokalområdet – har man måtte konkludere at emnerne ikke var bæredygtige på nuværende tidspunkt.

- Velkomstgruppen

- Projektet ønsker at udvikle et system til at byde tilflyttere i området velkommen. Dette skal ske i samarbejde med foreninger og borgerforeningerne.

- Den personlige velkomstpakke

Formålet med dette tiltag er at alle tilflyttere i Firkløver-området:

- skal føle sig særlig velkommen til et spændende område fra første dag
- skal blive bredt orienteret om områdets institutioner, aktiviteter og muligheder
- skal blive integreret så hurtigt som muligt
- skal få fornemmelsen af, at her hører vi hjemme.

Velkomstpakken består af 3 dele:

- et personligt fremmøde med blomst, Firkløver Info og god snak

- invitation til at vælge to lokale arrangementer med personlig ledsagelse af foreningen.
- Særlig invitation til guidet tur rundt i firkløverområdet hvert andet år

Ideen er at borger/sogneforeninger finder 3-4 ambassadører i hvert sit område. Disse sørger for at aflægge et besøg med ovenstående emner senest 14 dage efter tilflytternes ankomst. Det er en kendsgerning, at fremtiden vil betyde langt oftere boskifte end tidligere, og tilflytterne vil ofte være meget fremmede for området. Derfor bliver det helt afgørende, at kunne tage godt imod fremtidens tilflyttere, hvis man vil være et lokalsamfund, der evner at integrere nye mennesker til fordel for lokalsamfunds udvikling. Området skal kendes på, at man ikke blot er et stærkt fællesskab, men et sted, hvor nye føler sig velkommen.

”Når vi vælger, hvor vi vil bo er der to hovedspor, hvor det kan være svært at afgøre, hvilken vej vinden vender. Den ene opfattelse er, at bosætning er et fornuftigt valg, hvor familien ser på objektive faciliteter som nærhed til arbejdsplads, infrastruktur, skole, daginstitution, dagligvarebutikker mv. Her er ”stedet” altså underordnet prisen og faciliteter. Det andet hovedspor siger, at vi er på vej ind i et mere følelsesorienteret samfund, hvor vi vælger med maven, fornemmelse og søger identitet via de valg, vi træffer. Her er de objektive faciliteter ikke så vigtige som romantik, æstetik eller den historie, som et område fortæller. Her er det altså centralt for området at drøfte, hvorvidt det vigtige er faciliteter og billige gode parcelhusgrunde, eller om der skal sendes et signal om, hvad der er særligt i området (fællesskab, natur, aktiviteter etc.) – altså en form for ”branding” af sognene. Det er dog vigtigt, at et sådan signal er ægte, dvs. passer sammen med virkeligheden som borger eller turist i området. Ellers holder det ikke på sigt.” citat Anne-Marie Dahl, fremtidsforsker ved afslutningsseminar i Hanning, marts 2009.

- Skolens fremtid

- Projektets målsætning er at oprette en støtteforening for Rækker Mølle Skolen, som skal inspirere til et forpligtende samarbejde mellem skole og lokalsamfund. Støtteforeningen skal skabe en ”bank” af kompetencepersoner, som vil stille deres evner til rådighed for skolen fx indenfor praktiske opgaver indenfor grønne/udendørs arealer, arrangementer, men også indenfor PR, fundraising og aktiviteter som gør det attraktivt at være lærer, elev og forældre på skolen.

- Samtidig er det også målet at skabe en større følelse af lokalt medejerskab gennem i højere grad at inddrage frivillige lokale kræfter i arbejdet med skolen.

- Et konkret indsatsområde vil være at starte indsamlinger af private midler til at bidrage til en bedre økonomi – så man undgår en discount-skole. De ekstra midler kan gå til fælles oplevelser uden for skolen bl.a. til transportomkostninger.

- Til inspiration vil gruppen besøge landsbyerne Spjald og Højmark. Begge steder formår man, via lokale donationer, at sætte dagsordenen mht. udviklingen af kommunale institutioner.

- Etableringen af udeskolelokale der øger tilgængeligheden til områdets naturressurser kombineret med 'hands-on' aktiviteter omkring vedvarende energi.

- Multihus

- Målsætningen for gruppens arbejde er at undersøge muligheder og fordele ved at samle flere aktiviteter under samme tag for derigennem at skabe bæredygtige fælles mødesteder.

- Man er fokuseret på, hvad et multihus skal bruges til. Dvs. at et fremtidigt fælles multihus skal bygges i forhold til de krav og fordringer fremtidens aktiviteter stiller. Målet er at fremtidssikre foreningslivet og mulighederne for nyskabende aktiviteter – via moderne og fleksible lokalefaciliteter.

- Første skridt i processen er at overveje, i samarbejde med unge og børn, hvilke behov som nutidens og fremtidens fritidsaktiviteter stiller. Og dernæst indgå i en dialog med bl.a. Lokale- og Anlægsfonden om et udviklingsprojekt i Firkløver-området.

- Livskvalitet i den 3. alder

- Målet er at øge livskvalitet gennem mere interaktion/integration mellem aldersgrupper suppleret med fleksible boligløsninger.

- Ambitionen er at man via et samarbejde med landsbyen Hovborg og Landdistrikternes Fællesråd vil arbejde med at etablere et pilotprojekt, der arbejder med livskvalitet i den 3. alder – og temaet "*længst muligt i eget liv*".

- Landsbyudvikling via vindmøller

- Vedvarende energi med lokal delfinansiering med den sidegevinst at det generer et overskud som delvis går til lokalområdets udvikling.

- Konceptet som er almen kendt i området, søges undersøgt yderligere i et samarbejde med JKP Local Energy ved konsulent Jens K. Pedersen, Hemmet.

- Målet er at være med i beslutningerne omkring placering af vindmøller i området – og at lokalområdet får tildelt en passende del af det økonomiske overskud – til anvendelse i udviklingen af området og områdets foreningsliv.

## Markedsføringsstrategi

Oprindeligt i projektansøgningen blev sloganet ”Smagfulde Rækker Mølle” anvendt som en arbejdstitel til projektet. Pga. at den primære aktør Rækker Mølle Bryghus gik konkurs, har man i stedet valgt et mere generelt koncept som dækker det faktum, at området består af fire sogne, som i en årrække har samarbejdet omkring forskellige tiltag. I folkemunde og dagspressen er derved opstået benævnelsen ”firkløver-sognene” eller ”firkløver-området”. Da firkløveren symboliserer ”held og lykke” og dermed sender et positivt signal og et konstruktivt input i forhold til områdets image – har man valgt at satse på dette koncept.



Markedsføring, image og profilering er afgørende for en positiv fremtid. I 2008 gennemførte Ringkøbing-Skjern Kommune i samarbejde med Norddjurs og Skive kommuner et projekt om tiltrækning af borgere til landdistrikterne. Projektet blev finansieret via Velfærdsministeriet. Målet var at undersøge mulighederne for ”Tiltrækning og fastholdelse af borgere i landdistrikterne” – hvilket også var titlen på rapporten. Undersøgelsen blev gennemført af Capacent Epinion. Konklusionen på det stort anlagte undersøgelsesprojekt var at ”Image og markedsføring af afgørende” (s. 45) – endvidere står der sammesteds: ”kommunerne skal satse på markedsføring, hvis fraflytning skal vendes til tilflytning. Det er hverken bedre offentlig transport eller kortere afstande til sygehuse, der i fremtiden skal sikre livet i landdistrikter, men derimod markedsføring af den realiserbare drøm om hygge, samvær og en god bolig i landsbyagtig idyl” (vores kursivering). Det er tydeligt at firkløver-området skal være meget mere opmærksomt på image og udviklingen af et bestemt image.

Markedsføringsstrategien for Firkløver-området består af nedenstående aktiviteter. Ideen er at området med dets omkring 40 foreninger, mange små virksomheder og en lang liste af vellykkede initiativer – har så mange gode historier, at opgaven er at fortælle dette til omverdenen. Det, som skal være genkendeligt, er to ting: logoet firkløveren med de fire sognenavne i de fire blade – samt sloganet og visionen ”det gode liv på landet”.

### - Profileringskatalog: Firkløver Info

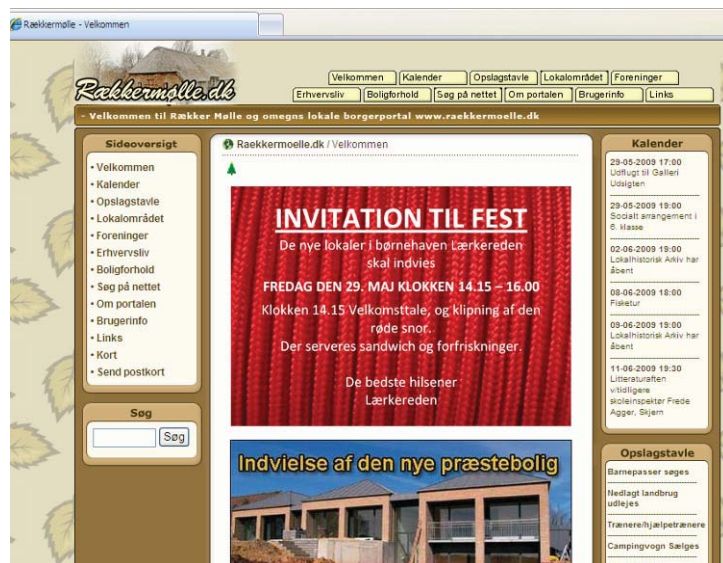
- Firkløver Info – profileringskataloget er et A5 størrelses hæfte på ca. 50 sider, med et oplag på 2000 stk. (Bilag 1).
- Kataloget findes også i digital form på områdets webportal – og kan der ajourføres årligt.



- Revideres og genoptrykkes efter behov. Man vil afprøve og undersøge mulighederne for at gøre profileringskataloget relevant og økonomisk bæredygtig – over en treårig periode.
- Indgå i lokale ejendomsmægleres informationsmaterialer for at fokusere markedsføringsindsatsen direkte mod potentielle tilflyttere.
- Tilbydes virksomheder i lokalområdet og nærområdet – så de i forbindelse med ansættelser kan uddele kataloget til nye eller potentielle medarbejdere.
- Profileringskataloget uddeles til alle husstande i firkløverområdet.
- Informationer om:
  - Seværdigheder
  - Foreningsliv
  - Virksomheder
  - Institutioner
  - Kulturliv
- Trykning og distribution af hæftet er blevet finansieret udenfor projektet via eksterne midler fra Landdistriktsrådet i Ringkøbing-Skjern kommune, Turistforeningen i Skjern og annoncemidler.
- Markedsføringssamarbejde
  - Undersøger mulighederne for samme med to nabosogne FASTER-Astrup og BORRIS, at udvikle et fælles markedsføringstiltag for at markedsføre seværdigheder i området overfor turister i kommunen.
- Velkomstkøntcept v. Velkomstgruppen
  - Velkomst til samtlige tilflyttere med information om områdets tilbud indenfor kultur og natur m.m.
  - Velkomst-arrangement direkte henvendt til alle tilflyttere – fx en del af Firkløver Weekend.
  - Profilerings-arrangement - en folkefest: Firkløver Weekend.

- Portalen: [www.rkmolle.dk](http://www.rkmolle.dk)

- Tilgængelighed til informationer om området
- Suppleres med domænet [www.firkløver.info](http://www.firkløver.info) – så der er sammenfald mellem logo, profileringskatalog og hjemmesiden. Domænet linker hen til portalen [rkmolle.dk](http://rkmolle.dk)
- Link: ”Ny i området”
- Ajourføres kontinuerligt



- Firkløver Informationstavler ved alle fire landsbyer. Dette tiltag er blevet gennemført i forbindelse med nærværende projekt.

- Signalerer firkløverområdets samhørighed og fælles markedsføringsstrategi
- Skaber genkendelighed og afgrænser og definerer dermed området i forhold til omverdenen.

- Markedsføringsaktører

- Rækker Mølle Foreningsrådet (evt. navneændring til Firkløver Foreningsrådet). Foreningsrådet engagerer en person til at tage ansvar for markedsføring af området.
- Direkte adgang til dagspressen via dagbladets lokalmeddeler
- Kirkebladet for Firkløversognene (Rækker Mølle pastorat) – informere om både kirkelige og andre aktiviteter af fælles interesse.

- Varemærke: Firkløveren

- Tilgængelig som jpg./tif. via portalen: [www.rkmolle.dk](http://www.rkmolle.dk)
- Firkløveren kan anvendes af alle i området – lige fra foreninger til virksomheder og institutioner.
- Varemærket er med til at skabe samhørighed i lokalområdet – samt skabe genkendelighed udadtil.



## Formidling af projektet

Nærværende projekt og dets resultater er blevet formidlet til lokalbefolkningen via offentlige møder og via publikationen "Firkløver Info", som er blevet husstandsomdelt i hele området. Hele nærværende rapport tilgængeliggøres via områdets portal [www.rkmolle.dk](http://www.rkmolle.dk). I forhold til omverdenen har projektleder Ejnar Tylvad formidlet områdets arbejde og fokusering på en strategi for området til 21 lokalområder ved mødet *FREMTIDEN - ER DET NOGET FOR OS?* arrangeret af Fællesrådet for landdistrikterne i Vejen kommune d. 15. april 2009 [www.vejenland.dk](http://www.vejenland.dk) (Bilag 9). Tidligere på året blev projektet formidlet til en projektgruppe fra landsbyen Køng på Sjælland, som besøgte Firkløverområdet d. 14. febr. 2009 (Bilag 10). I fremtiden er både projektleder Ejnar Tylvad og assisterende konsulent og museumsinspektør Per Lunde Lauridsen villige til at formidle projektets proces og resultater til de aktører, som vil finde projektet relevant og interessant.

## Projektforløb

vedr. fremtidsværkstedet og resursecataloget Firkløver Info.

1. Indledende og involverende møder med borgerforeningerne og foreningsrådet. Formålet med møderne var at skabe fælles forståelse og engagement om udviklingsarbejdet og resursecataloget Firkløver Info. (Bilag 11)
  2. Indbydelse udviklingsarbejdet ved fremtidsværkstedet til borgerne på portalen samt annoncen i lokale medier
  3. Presseomtale og pressevinkel. Dagbladet Ringkøbing Skjern bragte 2. januar en omtale forud for fremtidsværkstedet. Omtalen blev bragt på forsiden samt en dobbelt side inde i bladet. Vores vinkel på historien var at spørge 3 par tilflyttere som har boet her i henholdsvis 2, 4 og 6 år om deres gode og dårlige erfaringer med området som hvad de synes om at der afholdes et fremtidsværksted. Denne vinkel blev valgt da det jo ellers er svært at få omtale at et fremtidsværksted der endnu ikke er afholdt. (Bilag 5)
  4. Resultat fremtidsværkstedet med deltagelse af over 80 personer blev 261 ideer som efterfølgende blev prioriteret og gjort åben for dannelse af arbejdsgrupper. (Bilag 4b)
  5. Koordinering og opfølgning på arbejdsgrupper samt afholdelse af fællesmøder (bilag 4c og 4d)
- Byforskønnelse

- Smagsoplevelser
  - Kunst
  - Natur
  - Velkomstgruppen
  - Skolens fremtid
  - Multihus
  - Livskvalitet i den 3. alder
  - Landsbyudvikling via vindmøller
6. Livliner i form af personer som arbejdsgrupperne kan trække på ved forskellige problemstillinger.
  7. Resursekataloget Firkløver Info indledtes med at projektmedarbejderne fik fastlagt rammerne for kataloget efterfulgt af udarbejdelse af infomateriale og skabeloner, for sikre en let tilgængelig tilgang for aktørerne i Firkløver Info.
  8. Udformning af ansøgninger til resursekataloget Firkløver Info vedr. ekstern finansiering af trykning af oplag på 2000 stk (bilag 1)
  9. Involvering af de medvirkende i Firkløver Info gennem netværk/mail, lokalområdets portal og personlig kontakt. I alt 65 aktører fordelt på foreninger, institutioner, virksomheder – herudover årlige begivenheder, seværdigheder, kulturhistorie og Initiativkataloget over de seneste 20 års tiltag i området.
  10. Formidling gennem trykning af 2.000 stk. kataloger, hvortil der er hjem søgt midler fra turistforeningen og det landdistriktsrådet i Ringkøbing-Skjern kommune. Endvidere vil kataloget være tilgængeligt i en web udgave på Rækker Mølle Portalen. Fire ejendomsmæglere i Skjern og Videbæk ser Firkløver Info som et kærkomment info-værktøj til potentielle tilflyttere.
  11. Ekstern formidling: Læborg , Køng, dagbladet (se afsnittet: Formidling af projektet)

## **Konklusion**

Projektet har opnået målsætningen om at udarbejde en strategi for lokal landdistriktsudvikling. Projektet har taget udgangspunkt i områdets resurser – med særlig fokus på områderne: kulturmiljø, kunst, natur og smagsoplevelser. Flere fokusområder er blevet inddraget. Projektet har ydermere fået

et meget konkret resultat i form af Firkløver Info-hæftet, som udgør et stort element i både bevidstgørelsesprocessen om områdets resurser internt – men også et meget væsentligt element i markedsføringsstrategien. Projektet har bevirket at en meget stor del af lokalbefolkningen har taget del i udviklingsprocessen bl.a. i form af fremtidsværksted og efterfølgende i udviklingsgrupper. Projektledelsen opfatter hele processen som meget succesfuld – og forventer at arbejdet med at udarbejde strategien – og det værktøj som strategien er i forhold til områdets egentlige koordinering – såvel som et redskab i forhold til relationerne til kommunale, regionale og fondsmæssige ansøgninger og samarbejdspartnere – har medvirket endog meget positivt i forhold til områdets fremtidige udvikling.