



# Seljord og sogene



*Eit prosjekt for å byggje omdøme og attraksjonskraft*

## **KULTURBASERT STADUTVIKLING**

Vedtatt i Kommunestyret den 24. april 2008.

Revidert 29.10.08 i tiltak og budsjett.

Kontaktperson: plan- og nærings sjef i Seljord kommune - Harriet Slaaen.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### Innhold

<b>1. VISJON OG MÅL</b> .....	<b>8</b>
1.1 Det strategiske utgangspunktet .....	8
1.2 Prosjekt mål .....	8
1.3 Resultatmål .....	8
<b>2. BAKGRUNN</b> .....	<b>10</b>
<b>3. OMDØMEBYGGING OG ATTRAKSJON</b> .....	<b>10</b>
3.1 Fysisk tilrettelegging .....	11
3.2 Kulturbasert næringsutvikling .....	11
3.3 Kulturproduksjon .....	11
3.4 Bygdeutvikling gjennom kreative prosessar .....	12
3.5 Mobilisering og kompetanse .....	12
3.6 Internasjonalisering .....	12
<b>4. ORGANISERING</b> .....	<b>13</b>
4.1 Styringsgruppa .....	13
4.2 Prosjektgruppe .....	13
4.3 Ressursgruppe .....	13
4.4 Delprosjekta .....	14
<b>5. ØKONOMI</b> .....	<b>15</b>
5.1 Budsjett .....	15
5.2 Finansiering .....	15
<b>6. DELPROSJEKT MED TILTAK</b> .....	<b>16</b>
<b>A. TURVEGEN - FOLKESTIEN</b> .....	<b>16</b>
Fysisk tilrettelegging .....	17
Formidling, skilting og møblering .....	17

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Opplevelingar .....	17
Tiltak.....	17
Organisering .....	18
Budsjett og finansiering.....	18
<b>B. FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING.....</b>	<b>18</b>
Beskrivelse.....	18
Fysisk tilrettelegging.....	19
Tiltak.....	19
Organisering .....	19
Budsjett og finansiering.....	19
<b>C. DYRSKUPLASSEN .....</b>	<b>19</b>
Beskrivelse.....	19
Fysisk tilrettelegging.....	20
Formidling, skilting og møblering .....	20
Opplevelingar .....	20
Tiltak.....	20
Organisering .....	20
Budsjett og finansiering.....	21
<b>D. GRANVIN.....</b>	<b>21</b>
Beskrivelse.....	21
Regional aktør.....	21
Fysisk tilrettelegging.....	21
Formidling, skilting og møblering .....	22
Marknadsføring .....	22
Opplevelingar .....	22
Tiltak.....	22
Organisering .....	22
Budsjett og finansiering.....	22
<b>E. OMRÅDET SKULEN OG KUNSTLÅVEN .....</b>	<b>22</b>

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Beskrivelse.....	22
Fysisk tilrettelegging.....	23
Formidling, skilting og møblering.....	23
Opplevingar:.....	23
Seljord kunstforening.....	23
Tiltak.....	24
Organisering.....	24
Budsjett.....	24
<b>F. LOMODDOKKI.....</b>	<b>24</b>
Beskrivelse.....	24
Fysisk tilrettelegging.....	24
Formidling, skilting og møblering.....	24
Opplevingar.....	25
Seljordsdagane.....	25
Tiltak.....	25
Organisering.....	25
Budsjett og finansiering.....	25
<b>G. TUSENÅRSSTADEN.....</b>	<b>25</b>
Beskrivelse.....	25
Fysisk tilrettelegging.....	26
Formidling, skilting og møblering.....	26
Opplevingar.....	26
Seljordspelet.....	26
Landstadsentret.....	27
Tiltak.....	27
Organisering.....	27
Budsjett og finansiering.....	27
<b>H. VALLARÅI OG BJØRGEØYAN.....</b>	<b>27</b>
Beskrivelse.....	27

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Fysisk tilrettelegging.....	27
Formidling, skilting og møblering.....	28
Opplevelingar .....	28
Tiltak.....	28
Organisering .....	28
Budsjett og finansiering.....	28
<b>I. EVENTYRØY.....</b>	<b>28</b>
Beskrivelse.....	28
Fysisk tilrettelegging.....	29
Formidling, skilting og møblering.....	29
Opplevelingar .....	29
Tiltak.....	29
Organisering .....	29
Budsjett og finansiering.....	29
<b>J. VATNET OG SJØORMEN.....</b>	<b>29</b>
Beskrivelse.....	29
Kunstproduksjon.....	30
Sjøormspel for born.....	30
Sogekart.....	30
Fysisk tilretteleggjing.....	30
Formidling .....	30
Opplevelingar .....	31
Tiltak.....	31
Organisering .....	31
Budsjett og finansiering.....	31
<b>K. STOPPESTADEN.....</b>	<b>31</b>
Beskrivelse.....	31
Fysisk tilrettelegging.....	31
Formidling .....	31

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Opplevingar .....	32
Tiltak.....	32
Organisering .....	32
Budsjett og finansiering.....	32
<b>L.    TVERRKUNSTNERISKE SELJORD.....</b>	<b>32</b>
Beskrivelse.....	32
Kunst i uterom .....	32
Foto og lyd på turvegen.....	32
Tverrkunstnerisk TURVEG vandring.....	33
Sogekart.....	33
Formidling/marknadsføring/profilering .....	33
Tiltak.....	33
Organisering .....	33
Budsjett og finansiering.....	33
<b>M.    MARKNADSFØRING .....</b>	<b>33</b>
Beskrivelse.....	33
WEB .....	34
Tiltak.....	34
Organisering .....	34
Budsjett og finansiering.....	34
<b>7.    DOKUMENTASJON.....</b>	<b>34</b>
<b>8.    OM AKTØRANE I PROSJEKTET.....</b>	<b>35</b>
Seljord kommune .....	35
Seljord kunstforening .....	35
Stiftinga Seljordspelet .....	35
Granvin .....	35
Landstadsentret .....	35
Dyrsku'n arrangement.....	36

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

<b>Festivalane</b> .....	<b>36</b>
<b>Møtestad Seljord</b> .....	<b>36</b>
<b>Seljord Næringslag</b> .....	<b>37</b>
<b>Feste landskapsarkitekter</b> .....	<b>37</b>
<b>Springer kulturstudio</b> .....	<b>37</b>
<b>Telemarksforskning</b> .....	<b>37</b>
<b>Telemark fylkeskommune</b> .....	<b>37</b>
<b>9. VEDLEGG 1: "SELJORD OG SOGENE" KART</b> .....	<b>38</b>
<b>10. VEDLEGG 2: "VATNET OG SJØORMEN" PROSJEKTBEKRIVELSE</b> .....	<b>38</b>
<b>11. VEDLEGG 3: "VATNET OG SJØORMEN" KART</b> .....	<b>38</b>
<b>12. VEDLEGG 4: FORPROSJEKT INTERREG</b> .....	<b>38</b>
<b>13. VEDLEGG 5: WORKSHOP 2009</b> .....	<b>38</b>
<b>14. VEDLEGG 6: KULTURMAGNETEN</b> .....	<b>38</b>

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 1. VISJON OG MÅL

Seljord kommune skal vera ein attraktiv stad å bu, vitje og drive næring.

"Seljord og sogene" er eit heilskapleg bygdeutviklingsprosjekt der fysisk tilrettelegging og kunst, kultur og opplevingar vert bruka aktivt inn som eit strategisk verkemiddel i stadutviklinga. Prosjektet vert bygd opp med ei rekkje delprosjekt som alle verkar saman mot eit felles mål. Delprosjekta har konkrete tiltak som skal sjåast i samanheng med kvarandre. Prosess, samarbeid og felles løft med langsiktig tenking er metoden for å nå målet.

#### 1.1 DET STRATEGISKE UTGANGSPUNKTET

Analyserapporten (vedlegg nr. 3) syner at "besøksnæringane" handel, reiseliv og kultur står for nesten 40 prosent av dei private arbeidsplassane i Seljord. Samstundes er desse næringane i vekst, og har vore med på å gje Seljord ei god utvikling innan næringliv og folketal dei siste åra. Besøksnæringane gjev samstundes liv og trivsel i kommunen og aukar tilbodet til befolkninga. I dei fleste andre kommunar må ein satse på to frontar; næringsutvikling for å auke talet på arbeidsplassar, og attraktivitet for å stimulere busetjinga. I Seljord vil ein vellukka «attraktivitetsstrategi» både auke omsetjing i sysselsetjing i næringslivet, og trekkje fleire til for å busetje seg i bygda. Seljord har også eit etablert namn som er godt kjent og gjev mange positive assosiasjonar.

For å kunne føre vidare denne positive trenden, vil det derfor være viktig å oppretthalde den posisjonen Seljord har som ein sterk handels-, kultur- og festivalstad. Vidare vil det vera naturleg å styrkje Seljord som feriestad, både for turistar, reisande langs E134 og for hyttefolket. Tiltak som er med på dette vil samstundes gjera Seljord meir attraktiv som bustad.

#### 1.2 PROSJEKTMÅL

- Skape attraksjonskraft og fysiske omgjevnadar med varige kvalitetar, der miljøvenlege og nyskapande løysingar og universell utforming står sentralt.
- Synleggjera potensialet i dei felles møtestadane, plassane og grønne lungene gjennom bruk av kunst og kultur som identitetsskapande element.
- Vera ein regional aktør gjennom omdømmebygging og fokus på nyskapande prosjekt, nye metodar og arbeidsformer der tverrfagleg samspel er sentralt.
- Opparbeide kunnskap og erfaringar på kreativ stadutvikling som har overføringsverdi til andre bygder i regionen.

#### 1.3 RESULTATMÅL

"Seljord og sogene" skal gjera Seljord meir attraktiv for dei som vitjar bygda og dermed føre til at det samla talet på gjester aukar. Tilboda skal gjerast meir attraktive, slik at kvar einskild som vitjar bygda legg att meir pengar i kommunen. Dette skal føre til fylgjande målbare resultat:

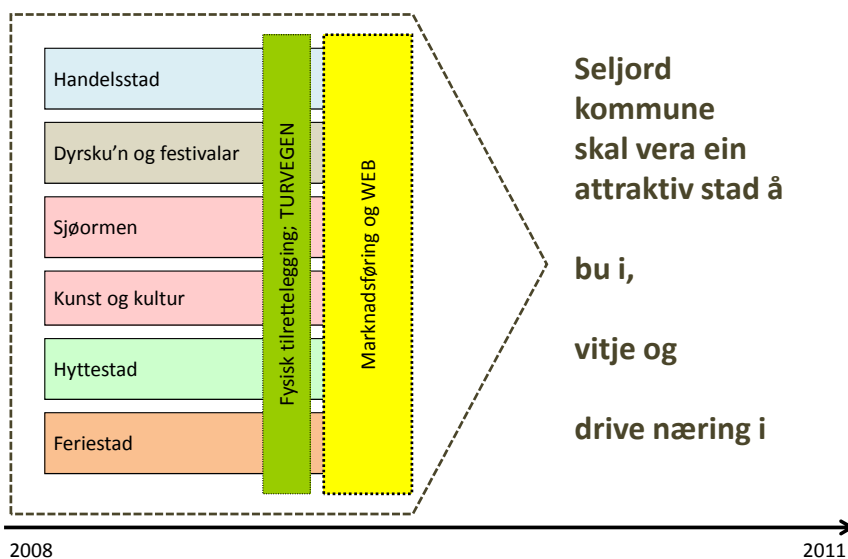
## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

1. Talet på tilsette innan handel skal auke med 5 prosent pr år, totalt 20 prosent i prosjektperioden. Dette svarar til ei auke frå 300 til 360 tilsette.
2. Talet på gjestedøgn til festivalar og aktivitetar i Seljord skal auke med 5 prosent pr år, totalt 20 prosent i prosjektperioden.
3. Talet på overnattingsdøgn i hotell og campingplassar skal auke med 5 prosent per år, totalt 20 prosent i prosjektperioden.
4. Dette skal føre til ei aukiing i talet på tilsette i turistnæringane frå 100 til 120 tilsette.
5. Samla tal på arbeidsplassar i privat næringsliv skal total auke med 100 i prosjektperioden, frå 855 til 955.
6. Netto innflytting til kommunen frå andre delar av Noreg skal vera på ein prosent i prosjektperioden. Innbyggjartal pr 1. januar 2008 var 2 932.
7. Oppnå auka omtale i media og presse med 20 prosent. Måle dette gjennom antall redaksjonelle oppslag i TV, radio, web og trykt presse/media.
8. Sikre forankring i og informasjon ut til lokal befolkninga, og gjennomføre ein prosessevaluering for å måle dette. Dette vil bidra til å sikre overføringsverdien av prosjektet ut til andre bygdekommunar.

Desse resultatmåla skal målast kvart år i perioden. Ei målsetting på netto innflytting på ein prosent i perioden kan synast lite ambisiøs, men dette må sjåast på bakgrunn av at Seljord er ein liten distriktskommune, og slike kommunar må forventast å ha netto utflytting i denne perioden.

Det vert understreka at målet er å vera ein synleg og aktiv pådrivar i høve til å auke flyttestraumen til Vest-Telemark, ikkje å få folk til å flytte til Seljord frå dei andre bygdene i regionen.



## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 2. BAKGRUNN

Bakgrunn for prosjektet er å fylgje opp arbeidet frå «Seljord 93», som den gongen vart definert som eit pilotprosjekt i norsk tettstadutvikling. I 2008 er det fysisk tilrettelegging saman med kunst, kultur og opplevingar som er innhaldet i prosjektet. Målet med dette er å ha ei offensiv halding i utviklinga av Seljord. «Kulturmagnet Seljord» (vedlegg nr. 3) syner at Seljord er eit godt handelssenter for Vest-Telemark, og har hatt ei netto innflytting dei tre siste åra. Seljord vil markere seg som eit senter i regionen også i høve til kunst, kultur og opplevingar. Kulturmagneten Seljord peikar på at det viktigaste strategiske grepet Seljord kan ta er «attraktivitetsstrategien». Der det å arbeide med å opparbeide gode møteplassar og kunst og kultur er viktige tiltak.

Dette er bakteppet for ynskje om å utarbeide ein heilskapleg utviklingsplan for Seljord under paraplyen; "Seljord og sogene". Prosjektet vert bygd opp som eit bygdeutviklingsprosjekt med bruk av kulturbasert næringsutvikling som verkemiddel. Prosjektet legg vekt på utvikle ein modell for utvikling av bygdesamfunn. Modellen vil kunne overførast til andre kommunar og på sikt kunne gje Sogelandet kraft til å fungere som eit overordna (profilering og merkebygging) utviklings-prosjekt , forankra i konkrete kreative utviklingsprosjekt i kvar kommune.

Prosjektet skal ta utgangspunkt i det arbeidet som alt er gjort og lyfte det inn i eit heilskapleg bygdeutviklingsperspektiv. Forankring hjå næringsliv og lokale aktørar i Seljord er viktig. Engasjement frå innbyggjarar, næringsliv og kulturliv må på plass. Det vil vera viktig å formidle informasjon om prosjektet til ei kvar tid.

Prosjektet er bygd opp med fire fokusområde:

1. Næringsutvikling. Med fokus på nyskaping innafor reiseliv og småskalaproduksjon.
2. Oppleving, kunst og kulturutvikling. Utvikling og formidling både via alt eksisterande kulturaktørar og spesiellaga kunst og kulturtiltak knytt opp til prosjektet (eksempelvis kunstprosjekt Sjøormen).
3. Grøne stader, grønne rammer, grønne rom, kulturlandskapet og turvegane. Dei viktige og identitetsskapande møteplassane.
4. Marknadsføring og formidling av Seljord og det Seljord har å by på. Både via web, digitale historiar (med bruk av bilete, film og lyd), og fysisk med skilting og anna materiell.

### 3. OMDØMEBYGGING OG ATTRAKSJON

Prosjektet skal ivarta utviklinga av Seljord som ein god plass å bu og drive næring i og ein god plass å vitje. Dette skal gjerast ved at fysisk tilrettelegging vert knytt opp mot utvikling av kulturprosjekt, der ein byggjer vidare på identitetsskapande møtestader i Seljord, kulturminne og soger. Både historiske, notids- og framtidssoger om og frå Seljord skal formidlast.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 3.1 FYSISK TILRETTELEGGING

Det er arbeidd med fysisk tilrettelegging og grøn infrastruktur i sentrum sidan 1991. Det som er nytt i dette prosjektet er at turvegen vert ein del av hovudgrepet for utvikling og formidling av staden Seljord. I tettstadutviklingsprosjektet «Seljord -93» var det raude fortauget ein «raud tråd» som knytte handlegata saman og gav rom for fotgjengarane over Brøles. I dette prosjektet går vi eit steg vidare og gjer turvegen til eit samanbindande fysisk element som knyter viktige identitetsskapande møteplassar i heile sentrum saman. Ved å fylgje turvegen gjennom og rundt Seljord sentrum skal folk få opplevingar, forståing og syn for Seljord sine kvalitetar og særdrag. Dagleg liv, næring, kulturminne og kulturlandskap vert vove saman med opplevingar. Turvegen vil vera tilgjengeleg for bygdefolk, turistar, hyttefolk, festivalfolk og tilreisande langs E 134. Han vil binde Seljord saman frå Dyrskuplassen gjennom sentrum, til vatnet og Bjørgesida.

### 3.2 KULTURBASERT NÆRINGSUTVIKLING

I Høgskulen i Lillehammer sitt studietilbod frå 2006 er det sagt fylgjande om kulturbasert næringsutvikling:

*«Kulturnæringene har betydelig vekst- og verdiskapingspotensial både direkte gjennom egen produksjon og indirekte gjennom produksjon av innsatsfaktorer til annen næringsaktivitet. De innehar også en rekke av de egenskapene som andre vare- og tjenesteproduserende næringer etterstreber. Bedriftene er både lærende og innovative og de fremstiller sine varer og tjenester i fleksible, tidsavgrensede nettverk. I tillegg kan kulturnæringene bidra til å øke et steds attraktivitet og dermed styrke deres posisjon i konkurransen om å beholde og/eller tiltrekke seg både mennesker og økonomisk aktivitet.»*

I «Fylkeskommunenes satsinger på kulturbasert næringsutvikling», Rapport, 4 2007 Oslo, heiter det:

*«Kulturbaserte virksomheter kjennetegnes ved at det sjelden skorter på kreativitet, kulturkompetanse eller ideer. Derimot mangler gjerne forretningsmessig kompetanse og markedsforståelse, og aktivitetene avhenger ofte av en eller noen få ildsjeler.»*

Prosjektet "Seljord og sogene" er bygd opp med utgangspunkt i eit ynskje om å styrke kulturaktørane og arbeide med å vidareutvikle levedyktige kulturnæringar som del av eit stadutviklingsprosjekt. Prosjektet er derfor m.a. bygd opp rundt dei elementa som gjev attraksjonskraft og dannar grunnlag for det gode omdømmet Seljord har i dag. Sentrale kulturaktørar i Seljord er: Dyrsku'n og festivalane, Seljord kunstforening, Seljordspelet, Granvin, profesjonelle kunstnarar og brukskunstnarar.

### 3.3 KULTURPRODUKSJON

Eit kulturelt produkt er eit meiningsberande produkt, som er framstilt for å kommunisere med publikum eller kundane. Kulturnæringane er dei næringane som framstiller produkt der dei kommunikative aspekta er dei primære. I dette prosjektet vil vi styrke kulturnæringane i Seljord som driv med kulturproduksjon, som eksempelvis Dyrsku'n og festivalane, Seljord kunstforening, Seljordspelet, Granvin, kunstnarar og brukskunstnarar.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 3.4 BYGDEUTVIKLING GJENNOM KREATIVE PROSESSAR

I bygdeutviklingsprosjektet "Seljord og sogene", er samspelet mellom kultursatsing og fysisk tilrettelegging av identitetskapande stader i bygda det sentrale. Kommunen sine avdelingar innafor plan, næring og kultur har eit særskilt samarbeid gjennom prosjektet "Seljord og sogene", der planlegging av dei fysiske rammene har spesielt fokus på å skape uformelle møteplassar som rammer om opplevingar knytt til kunst og kultur.

### 3.5 MOBILISERING OG KOMPETANSE

I prosjektetperioden vil det bli planlagt og gjennomført mobiliserande og kompetansehevande tiltak. Blant anna vil det bli gjennomført fleire workshop retta mot unge.

I 2009 vil det bli gjennomført ein tverrfagleg workshop retta mot studentar på høgskulenivå, der tema for workshopen er kultubasert stadutvikling.

I 2010 vil det bli gjennomført ein workshop retta mot unge kunstnarar som arbeider med kunst og teknologi. Denne workshopen vil bli knytt til innhaldsproduksjonen i delprosjekta.

I 2011 vil prosjektet avslutte med ein workshop knytt til utveksling av erfaring og kompetanse i utvikling av opplevelsesøkonomi og kreativenæringar i distrikta.

Workshopane skal koblast til internasjonaliseringa av prosjektet.

### 3.6 INTERNASJONALISERING

Seljord har gjennomført ein forstudie "Monsters of Europe" (våren 2008) for å kartleggje og utvikle korleis Seljord kan bruke og byggje opp eit internasjonalt prosjekt rundt Sjøormen. Forstudiet har kartlagt at Seljord har som mål å satse internasjonalt på eit attraksjonsprosjekt som skal formidle historia knytt til vatnet - både Sjøormen, kulturhistoriske spor rundt vatnet og andre element og fenomen. Det skal leggjast til rette for ein heilskapleg oppleving av natur, segn, historie og kunst.

I forstudie vart det avdekkja at berre bruk av Sjøormen i vidare arbeid er for snevert. Prosjektet har difor som mål å løfte satsinga frå "Monsters of Europe" til "Experince Culture". Det vil sei at opplevingsøkonomi vil vere i fokus og at me brukar natur, segn, historie og kunst som verkemiddel for å utvikle attraksjon og kreative næringar.

I forprosjektet (hausten 2008 og våren 2009) skal dette takast vidare, for å sjå om det er mogeleg å få på plass partnarar, utvikle eit fellesprosjekt og ein søknad til Interreg-programma for Nordsjøen eller Skagerak/Kategatt.

Seljord kommune ynskjer å opparbeide seg internasjonaliserings-kompetanse og har ein klar målsetting med å nytte internasjonalisering, som verktøy i samfunnsutviklinga av kommunen.

Eit hovedprosjekt er aktuelt frå sommaren 2009, og aktuelle deltakere vil vere Seljord kommune, Telemark fylkeskommune, Innovasjon Norge- Telemark, reiselivsbransjen, næringslivet og kulturæringene i Seljord.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 4. ORGANISERING

Organiseringa av "Seljord og sogene" skal byggjast opp med prosjektorganisering, der heilskapstenking og langsiktig arbeid er berande for å lukkast. Det som er nyskapande i prosjektet er mellom anna måten å arbeide på; prosjektet skal utviklast og gjennomførast i nettverk og gjennom samarbeid. Prosessen og opparbeiding av nye samarbeidsformer i prosjekta er like viktig som resultatane. "Seljord og sogene" skal innehalde ei rekkje konkrete tiltak som skal munne ut i ulike typer arrangement og fysisk tilrettelegging, men det skal óg vera ein arena for kompetanseheving, profesjonisering, utvikling av nye nettverk og nyskaping gjennom samarbeid.

#### 4.1 STYRINGSGRUPPA

Abrahamsen, Solveig S. – ordførar og leiar av styringsgruppa  
Espeland, Inger Marie – medlem av kultur og næringsutval  
Liane, Nils Øverbø - leiar av plan, miljø og teknisk  
Lind, Lita Sandsdalen – medlem i planutvalet  
Storrusten, Asbjørn - medlem av kommunestyret  
Stundal, Iselin Børsheim – leiar av kultur og næringsutvalet  
Torp-Hansen, Kristian - rådmann  
Tuft, Ole - Seljord Næringslag (Tormod Tveitan personleg vara)  
Haugan, Halfdan, Seljord Næringslag  
Nordtveit, Geir Berge, kultursjef Telemark fylkeskommune  
Forslag: ein frå kulturlivet lokalt

Styringsgruppa er omfattende, og vil arbeide for å sikre god forankring inn i Seljord kommune, i næringslivet og i fylkeskommunen. Styringsgruppa skal ivareta heilskapsperspektivet og dei overordna måla. Prosjektgruppa rapporterar til styringsgruppa jamnleg.

#### 4.2 PROSJEKTGRUPPE

Harriet Slaaen, prosjektleiar  
Solveig S. Abrahamsen, ordførar  
Asle K. Bø, kultursjef  
Iselin Børsheim Stundal, leiar av kultur og næringsutvalet  
Halfdan Haugan, Seljord Næringslag

Prosjektgruppa skal ivareta framdrift og stimulere til samarbeid, nettverksbygging og nyskaping.

#### 4.3 RESSURSGRUPPE

Telemarkforskning - Bø ved Knut Vareide og Telemark fylkeskommune ved Lene Hennem

Aktive: Feste landskapsarkitektar ved Tone Telnes, Springer kulturstudio ved Gunn Marit Christenson.

Alle fungerer som ressurspersonar i heile prosjektperioden.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

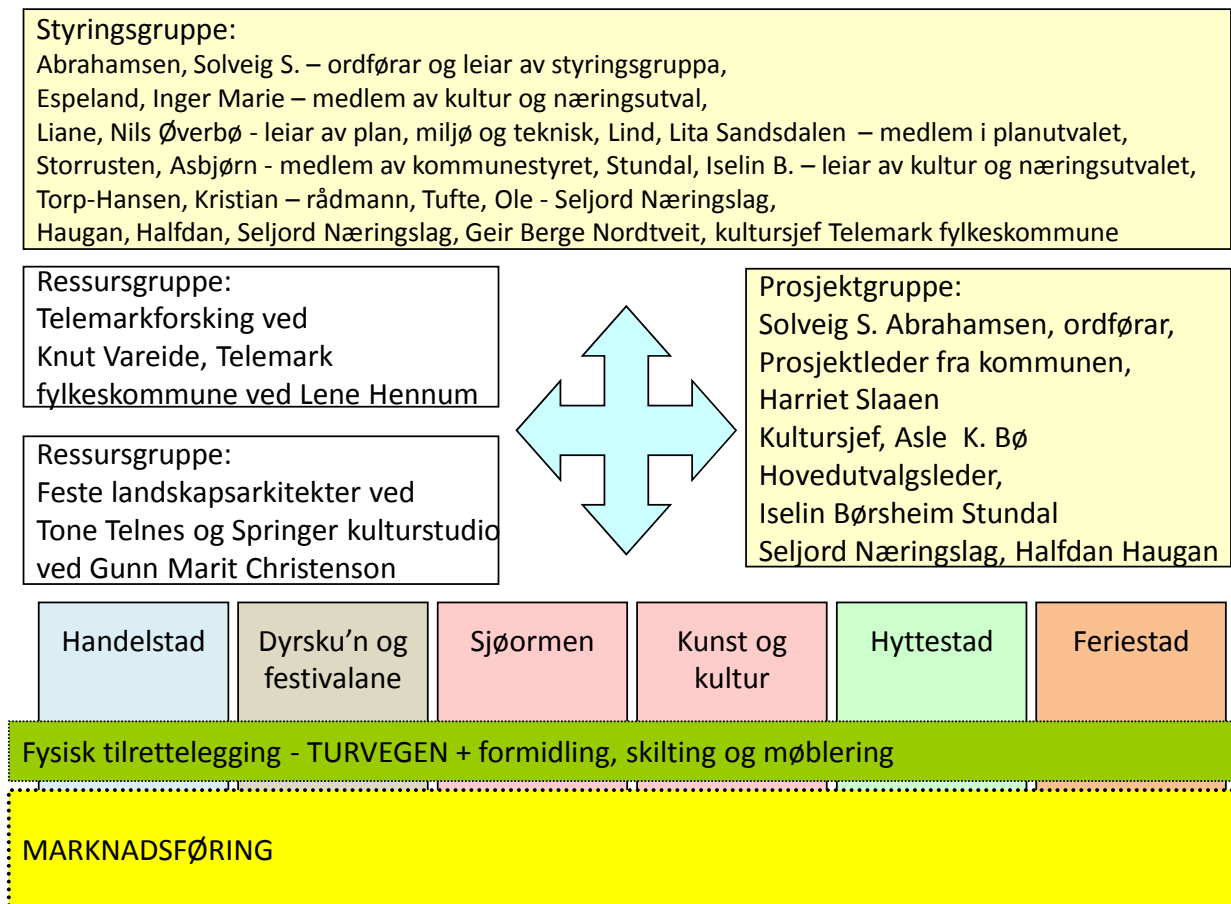
Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 4.4 DELPROSJEKTA

Det vil opprettast egne arbeidsgrupper for dei ulike delprosjekta og tiltaka.

Organiseringa av desse skal klargjerast under kvart delprosjekt/tiltak. Førebels er det bare lagt inn forslag til kompetanse som bør inn på dei ulike stadane. Det skal arbeidast vidare med dette og endeleg samansetjing av arbeidsgrupper skal drøftast på møte i slutten av februar.

Arbeidsgruppene skal utforme det endelege innhaldet og løysingane i dei ulike delprosjekta. Nokre av delprosjekta er alt langt komne i utforming og innhald, medan andre kun er tidlege «skisser» eller idéar til kva ein skal fram til. Det er viktig at delprosjekta vert utvikla gjennom dei kreative prosessane ein her set igang, samstundes som prosjektgruppe og styringsgruppe har ansvar for å halde fast på hovudrammer og heilskaplege målsetjingar i det samla stadutviklingsprosjektet.



## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 5. ØKONOMI

#### 5.1 BUDSJETT

Prosjektet har ein prosjektperiode på 4 år (2008 -2011). Budsjettet er bygd opp med utgangspunkt i TURVEGEN som den raude tråden, og samstundes er kunst, kultur og opplevingar integrerte i prosjektet. Når prosjektet er slutført i 2011 skal TURVEGEN vere ferdigstilt med skilting og møblering. Samstundes som det skal ha vore gjennomført utsmykkingar, kunst og kulturprosjekt, styrking av kulturnæringane og marknadsføring. Etter dagens krav til stadutvikling er det viktig at eit utviklingsprosjekt også inneheld opplevingar.

Prosjektet har eit overordna budsjett på totalt kr. 20 000 000,- der tiltak og aktivitetar fordelar seg utover dei 4 prosjektåra. Sjå budsjett og finansiering og kalender med milepolar.

<b>Revidert oktober 2008</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>SUM</b>
Egeninnsats	500 000	900 000	700 000	500 000	2 600 000
Gangbru Vallaråi		4 000 000			4 000 000
Fysiskoppr./TURVEG	1 650 000	2 500 000	2 000 000	1 100 000	7 250 000
Dokumentasjon		100 000	100 000	100 000	300 000
Formidling/skilting/møblering		500 000	210 000		710 000
Tverrkunstneriske Seljord/internasjonalisering		600 000	500 000	600 000	1 700 000
Vatnet og Sjøormen/internasjonalisering	450 000	830 000	830 000	830 000	2 940 000
Marknadsføring/web	50 000	300 000	100 000		450 000
<b>SUM</b>	<b>2 650 000</b>	<b>9 730 000</b>	<b>4 440 000</b>	<b>3 130 000</b>	<b>19 950 000</b>

#### 5.2 FINANSIERING

<b>Revidert oktober 2008</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>SUM</b>
Seljord kommune	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>	4 000 000
Egeninnsats	<b>500 000</b>	<b>900 000</b>	<b>700 000</b>	<b>500 000</b>	2 600 000
Telemark fk regionale	<b>500 000</b>	<b>500 000</b>	<b>500 000</b>	<b>500 000</b>	2 000 000
KRD, kultur og næring		800 000			800 000
Spillemidler		400 000	400 000		800 000
Folkehelsep./universell utforming	<b>50 000</b>	150 000	100 000		300 000
Gangbru Vallaråi/Gjensidigefondet og andre		4 000 000			4 000 000
Næringsliv	<b>500 000</b>	<b>540 000</b>	<b>500 000</b>	<b>300 000</b>	1 840 000
Tverrkunstneriske Seljord/internasjonalisering		400 000	400 000		800 000
Vatnet og Sjøormen/internasjonalisering	<b>100 000</b>	840 000	840 000	830 000	2 610 000
Sponsor		200 000			200 000
<b>SUM</b>	<b>2 650 000</b>	<b>9 730 000</b>	<b>4 440 000</b>	<b>3 130 000</b>	<b>19 950 000</b>

Alle tal med utheva skrift (bold) er sikre tal.

Finansiering vil koma på plass over tid i 2008, via ei rekkje søknadar, samt nokon postar utover i prosjektet.

\*Spelemidar: turvegen er organisert som ein folkesti knytt til ulike nærmiljøanlegga.

\*Prosjektet vil invitere inn ein hovedsponsor.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 6. DELPROSJEKT MED TILTAK

Det følger no ein gjennomgang av delprosjekta med tiltak. Delprosjekta med tiltak er organiserte etter møtestadene på kartet, kvart delprosjekt har fått sin bokstav. Møtestadene, som TURVEGEN bind saman, er skraverte med raudt. Stoppestaden er lagt inn som ein av møtestadene. I tillegg er det egne delprosjekt på formidling/skilting og møblering, på vatnet og Sjøormen, på det tverrkunstnersike Seljord og marknadsføring. Delprosjekta har fått kvar sin bokstav, som de finn att på kartet. Det er lagt inn tiltak på kvart av delprosjekta. Framdrifta på delprosjekta er lagt inn i tiltakskalenderen, sjå vedlegg 2.

#### A. TURVEGEN - FOLKESTIEN

Turvegen er tenkt som ein folkesti, som vert knytt opp mot ulike nærmiljøanlegg og opplevingspunkt i Seljord sentrum. Dette vil vere eit samanbindande fysisk element som knyter viktige møteplassar i sentrum saman. Ved å fylgje turvegen gjennom og rundt Seljord sentrum, skal folk få opplevingar, forståing og syn for Seljord sine kvalitetar og særdrag. Samstundes ynskjer prosjektet å ivareta ulike aldersgrupper og ulike aktivitetar gjennom dei tiltaka og stadane som er valde som møtestadar. Universell utforming vil vere eit viktig gjennomgåande trekk i utforminga.

Tenk deg opplevinga av Seljord, ei vakker bygd omkransa av høge fjell og Seljordsvatnet, der folkestien blant anna er tilrettelagt for :

- barneskuleeleven som bur på Bjørgesida og kan gå trygt heimatt på turvegen,
- mor og far på tur med barnevogn,
- barnet som skal lære å sykle,
- kulturskulen som arrangerar konsert i Lomoddokki,
- ungdommen som sjølv ynskjer å bruke stien som ein "kjærleikssti", der dei på vandringa kan flørte og slappe av på Seljordbenken eller på ei trapp ned i vatnet på Eventyrøy. Kanskje dei treng ein kald dukkert samtidig?
- pensjonistane som er på trimtur,
- campinggjesten som vil gå til fots til sentrum for å handle, gå på kunstutstilling og kjøpe is på ein vakker sommardag.
- festivaldeltakaren som overnattar i hytte på Seljord Camping og vil vandre til Dyrskuplassen for å oppleve Seljordfestivalen.

Mykje av turvegen vart bygd som oppfølging av tettstadutviklingsprosjektet «Seljord 93», men nokre viktige delar manglar. Blant anna gangbru over Vallaråi frå Evnetyrøy til Bjørgesanden. I dag må fotgjengarar nytte køyrebrua som er trong og kun har eit smalt fortaug. Ei ny gangbru vil gje trygg kryssing av Vallaråi direkte frå turvegen .

Målsetjinga for dette prosjektet vil vera å opparbeide dei delane av turvegen som framleis manglar og for å få til ei samanhengjande rundløype med møteplassar som binder sentrum saman frå Dyrskuplassen til Bjørgesanden.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### FYSISK TILRETTELEGGING

Opparbeiding av sjølve turvegen med grunnarbeid og toppdekke. Terrenghilpassing med natursteinsmurar og terrenghforming. Gangbru over Vallaråi frå Eventyrøy til Bjørgeøyen (er lagt inn under eige prosjektark Vallaråi og Bjørgeøyen). Bevaring av vegetasjon, supplering av vegetasjon for å skape grønne rammer, styre siktliner og skjerming evt. innsyn, eller tynning av vegetasjon for å opne landskapet og gje utsyn. Innpassing av evt. gjerde og portar der private soner skal skjermast og allmenn ferdsel skal regulerast.

Møblering av dei ulike stoppestadane. Kvar enkelt stad skal møblerast utfrå sine fysiske rammer. Det kan utviklast nokre gjennomgåande produkt som benk og bord som kan nyttast på fleire av stoppestadane. Men det skal også arbeidast med å framheve dei ulike stadane sin eigenart og særlege kvalitetar i landskap, terreng, evt. bygningar og vegetasjon. Sjå eige delprosjekt formidling.

Plassering, montering og fundamentering av møblar og skilt kjem inn under fysisk tilrettelegging.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Langs turvegen vil det vere aktuelt å formidle stadnamna, gjerne knytt saman med små forteljingar om dei ulike stadane. Det kan også vere fint å på ulike vis formidle kva ein ser frå stoppestadane/møteplassane; som t.d. fjell/nutar, andre landskapsformasjonar, bygningar, spesiell vegetasjon m.m. Vegvisarar som peikar ut til sti-/turvegnett utanfor sentrum; t.d. mot Bringsåsnuten, Raudkleiv, Bjørgenuten m.fl. bør også vera med som del av skiltprosjektet. Sjå eige delprosjekt formidling.

Det skal arbeidast med å utvikle ein gjennomgåande skiltserie for heile turvegen. Skilta skal vise veg, formidle stadnamna og gje informasjon om dei ulike stadane. Må arbeidast med i samanheng med formidlingsprosjektet; kva skal formidlast på dei ulike stadane og korleis skal det formidlast. Sjå eige delprosjekt formidling.

### OPPLEVINGAR

Langs turvegen skal det arbeidast med å leggje inn siktliner som gjev særleg fine utsyn. Arbeide særleg med å gje turvegen god terrenghilpassing, grønne rammer og god lineføring gjennom landskapet. Velge ut små og store stoppestadar/møtestadar langs vegen som gjev særlege opplevingar. Tiltak i kulturlandskapet og sentrumsopprustingstiltak går inn som viktige rammer for turvegopplevinga. I tillegg har prosjektet ein opplevingsdel, som både inneheld utsmykking, temporære kunstuttrykk og ulike arrangement. Dette vil fordele seg utover langs TURVEGEN, i prosjektåra 2009, 2010 og 2011. Opplevingsdelen er særleg viktig for å skape lokalt engasjement og forankring inn i kulturlivet i Seljord. Sjå nærare omtale under dei ulike møtestadane.

### TILTAK

Aktivitetar som er lagt inn her er fyrst og fremst knytt til opparbeidinga av sjølve turvegen og infrastruktur knytt til denne. Planar for dette er langt på veg alt utarbeidd gjennom sentrumsprosjektet.

- Gangveg frå ungdomsskolen til Granvin.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

- Gangveg langs Vallaråi, frå Eventyrøy til gangbru.
- Gangveg frå Ingrid Slettens veg til Nyveg.
- Gangveg frå Dyrskuplassen til Granvin.

Milepelar: sjå eigen kalender, vedlegg 2.

### ORGANISERING

Samarbeid mellom kommune, grunneigarar, næringsdrivande. Hovuddelen av dei fysiske tiltaka som gjeld bygging av turvegen med tilhøyrande anlegg må leggjast ut på anbod til entreprenørar. Ein del av dei enklare tiltaka kan gjerast som dugnadstiltak om det er vilje til og ynskje om det. I så tilfelle må det arbeidast med ein god plan for dugnadsorganisering.

Det kan vere fleire modellar for korleis arbeidet bør lysast ut. Avklarast mot teknisk etat og offentlege innkjøpsreglar.

Arbeidsgruppe: Forslag til kven som skal vere med i arbeidsgruppe skal drøftast på møte i slutten av februar. Gruppa bør ha kompetanse på landskap, teknikk, utsmykking, lokalhistorie. Oversikt over heilskapen i prosjektet.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Turvegen med møtestadene har eit budsjett på kr. 7 250 000,-

Gangbru over Vallaråi på kr. 4 000 000,-

Dette er ca. kostnadsrammer før pris er innhenta.

Inneheld: planlegging, prosjektering, gjennomføring.

## B. FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

### BESKRIVELSE

Tilrettelegging med skilting og formidling av soger (gamle segner og nye samtidssoger), kulturminne og kulturlandskap, gjennom lyd, bilete og tekst. Opparbeide nokre av stadane/møteplassane til særlege opplevingspunkt.

Turvegen og formidlinga av opplevingane langs denne, skal knyte delprosjekta saman, både fysisk, på web og i anna materiale som vert produsert. Kartfesting av stadnamna og viktige stader knytt til segner og særlege spor i landskap eller bygningsmiljø skal inn som del av prosjektet. Utarbeiding av kulturhistorisk kart. Oppbygging av webside. Produksjon av hefte, bøkar, informasjonsmateriell. Lydopptak, film, foto som dokumentasjon; gamalt og nytt.

Få fram kva som finst av dokumentasjon, lydopptak, film, foto. Arbeide med utvelging av informasjon og forteljingar og ei best mogeleg formidling av dette stoffet.

Utvikle skiltserie for å vise veg, formidle stadnamna og gje informasjon om dei ulike stadane.

Arbeide med utvikling av interaktiv web-side parallellt med formidling knytt til fysisk tilrettelegging.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### FYSISK TILRETTELEGGING

Arbeide med korleis ein kan nytte eksisterande og ny dokumentasjon inn i fysisk tilrettelegging langs turvegen og på møteplassane. Knyttast opp mot den fysiske tilretteleggjinga gjennom arbeid med møblering og skilting.

Møblering av dei ulike stoppestadane. Utvikle møblar knytt til dei enkelte stoppe-/møteplassane utifrå kva ein vil vise fram og kva forteljing som er sentral på staden.

### TILTAK

- Nedsetjing av arbeidsgruppe.
- Utarbeide forslag til kva som skal formidlast på dei ulike stadane.
- Innhente dokumentasjon, utarbeide ny dokumentasjon.
- Utvikle eit heilskapleg program for formidlingsprosjektet. Korleis skal stoffet presenterast; i bokform, på skilt, på webside, i møblering på staden (td. med lyd, film, foto, titteskåp som styrer det ein ser m.m.), som temporær utstilling t.d. I Kunstlåven, som forestilling (spelstykke, konsert)
- Utvikling av møblar og vidare bruk av Seljordbenken – prosjektering.
- Produksjon av møblar med oppfølging.
- Utvikling av skilttyper – prosjektering. Samkøyrast med arbeidet med kva som skal formidlast.
- Produksjon av skilt med oppfølging.
- Utvikling av interaktiv web-side knytt mot fysisk opprusting.

Milepelar: Skilting og møblering fylgjer tiltaka under fysisk tilretteleggjing.

### ORGANISERING

Oppretting av arbeidsgruppe. Arbeidsgruppa bør ha kompetanse på lokalhistorie, designer, kunstnar, landskapsarkitekt og eventuelt andre.

Arbeidsgruppa skalsjå på korleis gammalt og nytt stoff kan nyttast/utviklast i formidling av dei ulike stadane. Utvikling av møblar. Utvikling av skilttyper.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Formidlingsprosjektet har eit budsjett på kr. 710 000,-

Dette er ca. kostnadsrammer før pris er innhenta.

Inneheld: Planlegging, prosjektering, produksjon av formidlingsmateriell, skilt og møblar.

## C. DYRSKUPLASSEN

### BESKRIVELSE

Dyrskun Arrangement as arbeider med å utvikle seg til å bli ein aktiv bidragsytar for småskalamat-innovatørane i fylka, dvs. Telemark, Buskerud, Vestfold og Agder fylka, knytt til Dyrskuplassen. Der er bygd nytt, fullverdig produksjonskjøkken og kurs-/ konferanseavdeling.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Tanken er å hjelpe produsentane med produksjon, marknadsføring, grafisk design, handsaming av søknadar, emballering, merking, arrangere kurs og gje kompetanse.

Prosjektet skal vera med på å auke interessa for småskalamat i desse fylka, både hjå dagens produsentar, komande produsentar og forbrukarar. Seljord skal setjast på kartet som ein stad med mattradisjonar, historie og kvalitet.

Utvikle eigne Dyrsku produkt for vidaresal til forbrukarar.

Arbeidet med å styrke småskalaproduksjon rundt om i bygdene i regionen, er viktig for å oppretthalde busetjing og levande kulturlandskap. Dei fysiske rammene på Dyrskuplassen burde også avspegle denne viktige samanhengen.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Eit av tiltaka i tillegg til å stimulere småskala produksjon vil vere å styrke kulturlandskapet på plassen. Det er eit ynskje å synleggjera det historiske landskapet med gravhaugane, småtuna, det gamle fjoset. Styrke grønne rammer og kulturlandskapet omkring Dyrskuplassen. Tiltak omkring det nye bygget for å få dette til å «høyre betre til» i anlegget. Arbeide med synlege identitetskapande tiltak. Kobling til turvegen.

Føredøme kan ligge i anlegg som t.d. Maihaugen på Lillehammer, som har arbeidd godt med landskap, vegetasjonsbruk, gamle hus, gjerdeløysingar, fysisk profilering m.m. Vest-Telemark Muséum sitt anlegg i Eidsborg er også eit fint døme.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: Seljord og Dyrsku'n

Formidle det historiske landskapet på plassen og som formidlar stemning og opplevingar knytt til Dyrsku'n og festivalane, før og nå. Setja Dyrskuplassen inn i den samanhengen han ynskjer å ha som formidlar og aktiv part i småskalaproduksjonsutviklinga.

Formidling av det historiske landskapet med skilt på utvalde stader. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

### OPPLEVINGAR

Leggje tilrette for særlege opplevingspunkt som formidlar historien og aktiviteten knytt til plassen idag. Videre utvikle festivalane, dette ere it eige tiltak som festivalane arbeider med.

### TILTAK

- Formidling og skilting.
- Fysisk tilrettelegging: kobling til turvegen.

### ORGANISERING

Småskalmat: Det er tilsett ein koordinator for prosjektet. Som medhjelpar har koordinatoren ein kokk, som har ansvaret for blant anna kursverksemd. Det er oppnemnt ei styringsgruppe for

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

prosjektet som består av 9 personar med tilknytning til Innovasjon Norge, fylket, fylkesmannens landbruksavdeling, Tine, bondelaget, småskala næringa og DAAS.

Arbeidsgruppe for formidling og fysisk tilrettelegging: Oppretting av arbeidsgruppe i slutten av februar. Forslag: Arbeidsgruppe frå formidlingsprosjektet supplerast med representant(ar) frå styringsgruppa for småskalamat-prosjektet og representant frå Vest-Telemark Muséum.

Arbeidsgruppa skal sjå på korleis gammalt og nytt stoff kan nyttast/utviklast i formidling av Dyrskuplassen sin historie. Velje ut særlege opplevingspunkt for plassering av informasjon.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Småskalamatprosjektet har eit eige budsjett med finansieringsplan.

Formidling, skilting og møblering er budsjettetert inn under eige delprosjekt B.

Fysisk tilrettelegging er budsjettetert under Turvegen delprosjekt A.

## D. GRANVIN

### BESKRIVELSE

#### REGIONAL AKTØR

Granvin har status som regionalt kulturhus, og Seljord er på mange måtar eit sentrum i regionen. Det vil vere naturleg å arbeide med å synleggjera Granvin som regional aktør. Særleg med tanke på kulturtilbodet på kveldstid og i helger og i høve til kurs- og konferansedelen. For å lukkast med dette, må det arbeidast med betre marknadsføring, mellom anna med gode websider.

Granvin er ein viktig motor i dagleg kulturliv i Seljord, dette inkluderar idretten. Granvin er ein aktiv møteplass for lag og foreningar, for skulen og for kulturskulen. Granvin er seljordingane si storstøtte. Her held hovuddelen av bygdi sine lokale kulturaktørar til;

- Ungdomslaget med songlag, leikaring, spelemannslag, teatergruppe.
- Idrettslaget med alle sine ulike undergrupper har stor glede av idrettshallen.
- Kulturskulen.

Denne posisjonen er det viktig å vedlikehalde og utvikle. Granvin er også ein god plass for kurs og konferansar, både når det gjeld lokalitetar og i høve til servering av mat.

Granvin har sjølve gjeve uttrykk for ynskje om å få til betre gangvegsamband mot skulen og Dyrskuplassen, utvikle det å vera eit kulturhus for regionen og betre marknadsføring av tilboda. Styrke drift og skape gode rammer om kulturliv og -hus er eit overordna mål.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Få etablert viktig gangakse mot ungdomsskulen og Kunstlåven.

Etablere logiske gangamband mot Dyrskuplassen, Telesenteret, kommunehuset.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Avspegle i utforming av nybygg og uteområde at dette er kulturhuset som skal kunne samle heile bygdi til fest og forestillingar; inne eller ute.

Opparbeide området ved kulturhuset til ein sentrumspark for den nye delen av sentrum.

Knyte utforming til tema inspirert av Seljord sine segner, evt. landskapskunst i samarbeid med bygda sine kunstnarar. Leggje tilrette for fysiske aktivitetar også i uteområda.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Formidling av det som skjer her. Presentasjon av dei ulike laga og aktørane knytt til aktiviteten i huset. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

### MARKNADSFØRING

Tema: Seljord og kulturlivet

Arbeide med innhaldet: Web. Formidling av det som skjer her. Presentasjon av dei ulike laga og aktørane knytt til aktiviteten i huset. Differensiering og segmentering av brukarar og publikum.

### OPPLEVINGAR

Granvin har eit rikt opplevingstilbod med konsertar, teater, film, revy, idrettsarrangement, treningar, øvingar. Viktig både formell og uformell møtestad for unge og gamle.

### TILTAK

- Fysisk tilretteleggjing.
- Skilting og møblering.
- Marknadsføring med web.

Milepelar: sjå eigen tiltakskalender.

### ORGANISERING

Fysisk tilrettelegging: Granvin, representantar frå lag og foreningar, kunstnar, landskapsarkitekt.

Skilting og møblering: same som formidlingsdelen.

Marknadsføring med web.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Fysisk tilrettelegging er budsjettert under Turveg, delprosjekt A.

## E. OMRÅDET SKULEN OG KUNSTLÅVEN

### BESKRIVELSE

Skuleområdet er ein viktig og svært synleg plass i sentrum. Gjennom medverknad frå ungdom og vaksne i sentrumssprosjektet har det kome ynskje og innspel om å ruste opp området og tilrettelegge det betre for fysisk aktivitet.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Som næraste nabo til skuleområdet ligg det ein kunstlåve som er eigd av Seljord kunstforening. Kunstlåven har i alt utstillingsflate på 1400 m<sup>2</sup> fordelt på 13 større og mindre rom. Seljord Kunstforening er ei 40 år gamal forening som i tillegg til å eige eigen låve har opparbeidd seg ei kunstsamling til stor verdi; 700 verk. I mange år var Kunstforeninga sin aktivitet og alle utstillingar knytt til Seljord ungdomskule, både inne og ute. Idag er aktiviteten i Kunstforeninga fyrst og fremst knytt til Kunstlåven med hovudvekt på Sommarutstillinga i juli/august. Sommarutstillinga vert halden open til etter skuleferien slik at alle skuleklassene kan oppleve utstillinga som del av tilbodet i «Den kulturelle skulesekken». Kunstforeninga starta opp eit treårig prosjekt i år for å kunne få til heilårsdrift og på den måten også kunne tilby aktivitetar mot skulane, ungdommen og bygdefolket heile året. Dagleg leiar vart tilsett 1. september I år.

Ei samanbinding av uteområda der ei samankobling mellom kunstuttrykk og aktivitet/leik kan koma til uttrykk, er derfor ei målsetjing for opparbeidinga av dette området.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Det er viktig å gje skuleområdet ei vakrare og meir positiv ramme enn idag. Det er drøfta tiltak saman med skuleelevane om å legge tilrette for amfiløysingar i skråning, ballbanar/-binge, grusflate som kan isleggast, terrengforming. Ballbinge vart bygd no i September og er I full bruk. Området skal elles utviklast med fokus på fysisk aktivitet.

Samarbeid med Seljord kunstforening om utsmykking av området i form av installasjonar, kunstverk, landskapskunst kan tenkast. Skape overgang frå området ved Kunstlåven og vidare inn på skuleområdet. Mogeleg uteamfi ved Kunstlåven.

August 2008 vart ny barnehage opna i Seljord. Tilkomstveg til barnehagen går mellom Kunstlåven og ungdomsskulen. I det høvet vil er det viktig å planlegge området betre, som ein trygg stad for både kunstlåvens gjester og elevar ved Seljord Ungdomsskule.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: t.d.

    Seljord og ungdommen – kva rører seg hjå Seljordungdommen idag og framover?

    Seljord og kunsten – historien om Seljord Kunstforening

Innhald skal utformast i samarbeid med skulen og Kunstlåven.

Skilting og innhald skal utformast i samarbeid med skulen og Kunstlåven.

### OPPLEVINGAR:

#### SELJORD KUNSTFORENING

Seljord kunstforening har som målsetjing og arbeidsoppgåve å vise samtidskunst for eit breiast mogeleg publikum. Dei siste tiåra har dette stort sett vore konsentrert om «sommarutstillinga» som etterkvart har opparbeidd seg ein respektert og kjend plass blant andre kunstutstillingar. Men som ein aktiv deltakar i eit levande bygdemiljø ynskjer dei å vidareutvikle drifta av laget og basere arbeidet på ei jamnare verksemd gjennom heile året. Dei ynskjer å vidareutvikle drifta ved å få til eit

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

betre samspel og samarbeid med kunstnarar, kunsthandverkarar, kunstutøvarar, institusjonar og lag i bygda og bygdene omkring. Seljord kunstforening har utarbeidd ein egen prosjektbeskrivelse som har eige budsjett og finansieringsplan.

### TILTAK

- Fysisk tilrettelegging
- Skilting og møblering
- Kunstnerisk utsmykking
- Heilårsdrift av kunstforeninga, eige utviklingsprosjekt.

Milepelar: sjå eigen kalender.

### ORGANISERING

Forslag til arbeidsgruppe:

Skulane (lærarar, born og ungdom), kunstnar, landskapsarkitekt, produsent, fysioterapeut, idrettslag. Vert endeleg fastsett i slutten av februar 2009.

### BUDSJETT

Fysisk tilrettelegging er budsjettert under Turveg, delprosjekt A.

Tverrkunstneriske Seljord, delprosjekt L.

Styrking av kunstforeninga har eige budsjett med finansieringsplan.

## F. LOMODDOKKI

### BESKRIVELSE

Lomoddokki er eit alt opparbeidd område som høyrer naturleg heime som stopp-punkt langs ein samanbindande "opplevings-turveg". Lomoddokki har ein viktig møteplass-funksjon med gangveg og sitjeplassar. Dette er det gamle sentrum (Brøles) sin sentrumspark.

Låvebrua på Lomodden var i gamal tid Brøles sin «Musikk-paviljong», heitest det. Ein stad der folk samla seg og fekk oppleve spel og dans.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Fysiske tiltak som forenklar arrangementdelen; t.d. tilretteleggjing for scenebygging, sitjeløysingar/amfi i skråningen. Bør sjåast i samanheng med Tusenårsstaden sine behov.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: Seljord og bygdesegnene - livet på Brøles før og nå.

Bruke forteljingar frå Brøles før og nå som ramme om små spelstykke eller konsertarrangement gjennom året. Seljordspelet set opp spelstykke knytt til bygdelifvforteljingar med Lomoddokki som scene.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Formidling av stadnamna på Brøles. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

### OPPLEVINGAR

Området kan ved særlege høve takast i bruk som grøn scene midt i sentrum der konsertar og spelstykke kan finne stad (Nattopent/Seljordsdagane i juni er alt i gang med dette).

### SELJORDSDAGANE

Aktivitet og handeldagar i Seljord knytt til natt-ope. Med ynskje om å etablere dette som eit fast tiltak.

Scene i Lommedokki og på Tusenårsstaden ved kyrkja. Salsboder på Fjellheimtomti og egne uteaktivitetar ved dei fleste butikkane.

Det vert arbeidd saman med næringskontoret for å få faste aktivitetstavler ved dei eksisterande kommunale informasjonstavlene. Bør sjåast i samanheng med det overordna formidlingsprosjektet.

Marknadsføringskanalar er: Seljordportalen, kommuneportalen, presseomtale, eiga kundeavis og annonsering i lokal og fylkesavisene.

### TILTAK

- Arrangere Seljordsdagane kvart år i juni/juli. Tiltaket vart starta opp i år og arrangement gjennomført juni 2008.
- Fysisk tilretteleggjing arrangementteknisk del.
- Formidling

### ORGANISERING

Eit samarbeid mellom: Seljord Næringslag, Seljord Kommune, Seljordspelet, Seljord Kunstforening, Landstadsentret, Seljord Sokneråd og Nordigard Bjørge.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Seljord-dagane har eige budsjett for kvart år.

Fysisk tilretteleggjing er budsjettert under turvegen, delprosjekt A.

Formidling, skilting og møblering er budsjettert under formidling, skilting og møblering, delprosjekt B.

## G. TUSENÅRSSTADEN

### BESKRIVELSE

Området omkring Seljord kyrkje med Tremerrhaugen, Sterke-Nils steinen, middelalderkyrkjegarden, Tusenårsstaden og Seljord prestegard er eit viktig kjerneområde for den delen av Seljord sin historie som er knytt opp mot tidleg busetjing, middelalderforteljingar (t.d. Draumkvedet) og folkevisene/segnstoffet som Landstad samla inn saman med Olea Crøger.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Både Seljordspelet og Landstadinstituttet er viktige aktører knytt til staden. Kjeldene å ause av finst her i rikt monn og området bør utviklast inspirert av desse.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Vidareutvikle Seljord sin tusenårsstad. Samarbeid med Seljordspelet om utvikling av dette som scene, konsertarena og identitetskapande parkområde (Taraldskogen, labyrinten).

Det må gjerast supplerande tiltak for skjerming av parkeringsplass og betre rammer for scenografi.

Labyrinten som var planlagt som del av tusenårsstaden den gongen denne vart vald, burde gjennomførast i ei enklare form.

Seljord Prestegard – aktuell som senter for vidareformidling av Landstad sitt arbeid.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: Seljord og middelalderlandskapet - kyrkja på Vallarhaugen.

Landstad og Olea Crøger. Segnstoffet og folkevisene dei samla.

Ibsen og Byggmester Solnes.

Formidling av staden sin historie. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

### OPPLEVINGAR

Vidareføring av Tusenårsstaden som arena for Seljordspelet og ramme om konsertopplevingar og arrangement knytt til kyrkje og historie. Utgangspunkt for Landstadsentret sine arrangement ligg også her, knytt til kyrkja og prestegarden.

### SELJORDSPELET

Stiftinga Seljordspelet har ambisjonar om å bli ei god kulturnæring i Seljord, og dermed vere ein sentral aktør i kulturbasert næringsutvikling for Seljord og regionen. Dette er i tråd med vyane til stiftarane av Seljordspelet, og det utfyller godt satsinga Seljord kommune nå har i bygdeutviklingsprosjektet "Seljord og sogene".

Seljordspelet har dei siste åra opparbeidd ein god kunstnarleg plattform, men det som nå er naudsynt er å opparbeide Seljordspelet til ei god kulturnæring og eit godt reiselivsprodukt, slik at ein får tilreisande publikum. Stiftinga Seljordspelet treng å utvikle forretningsdrifta og profesjonalisere verksemda. Målet er i tillegg til å ha gode kunstnarlege produkt, å opparbeide ein god økonomi som gjev rom for ein planleggingshorisont på minimum to år. På lengre sikt vil dette gje nye arbeidsplassar til Seljord. Stiftinga Seljordspelet skal ha lokal forankring, men ha eit nasjonalt nedslagfelt.

Stiftinga Seljordspelet er i gang med tettare samarbeid både med kulturliv og næringsliv i Seljord, og dette er noko ein ynskjer å utvikle vidare. I tillegg er ein godt i gang med dialog med Telemarkreiser.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Seljordspelet har lange tradisjonar å byggje på, då Seljordspelet er det nest eldste utespelet i Noreg. Det er truleg heilt unikt med eit spel som i alle desse åra, med få unntak, er bygd på lokale segner og søger, og med våre eigne forfattarar og utøvarar.

### LANDSTADSENTRET

Landstadinstituttet har gjennom mange år vore ein viktig kulturaktør i Seljord, med fokus på å formidle arven etter folkeminnesamlaren, dikteren og presten M.B. Landstad. Arrangement som Taraldsmess, historiske tidsbilete/spelstykkje for å formidle lokale segner og forteljingar, «Det smakar jol», ulike typer konsertar, m.m. har gjennom mange år vore faste innslag i Seljord sitt kulturtilbod. Arrangementa har på ein fin måte tatt i bruk landskapet og dei historiske plassane som ramme om kulturopplevingar, som t.d. bygdedagane rundt om i Seljord sine grender med tidsbilete knytt til segner og historiske personar/stader.

### TILTAK

- Skjerimplanting mot parkeringsplass og som bakvegg for scene.
- Planting av Taraldskogen.
- Etablering av labyrinten t.d. som bjørkeplanting.
- Tiltak knytt til arrangement-tekniske behov.

### ORGANISERING

Vidareutviklast saman med Seljordspelet, Landstadsentret, kyrkjeverge, kunstnarar m.fl.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Fysisk tilrettelegging er budsjettert under Turveg, delprosjekt A.

Formidling er budsjettert under delprosjekt B.

Arrangement og spel har eigne budsjett.

## H. VALLARÅI OG BJØRGEØYAN

### BESKRIVELSE

Prosjektet "Seljord og sogene" har fokus på å skape møteplassar og samlingsstadar der daglegliv, kultur, tradisjon og landskap saman skal gje bygdefolket og tilreisande særlege opplevingar.

Samstundes er gardbrukarane på Nordigard Bjørge i gang med å utvikle garden sin, med kjerneproduksjon knytt til telemarksfe, gardsturisme og kulturlandskap. Arbeidet med kulturlandskapet spenner frå formidling av mytiske landskap, med Grunningsdalen og Bjørgefjellet som nedslagsfelt, til istandsetjing av våtmarklandskap og turvegar ned mot Seljordsvatnet.

Ei samanknytning og samhandling av desse to prosjekta på det som går på samanbinding og tiltak knytt mot vatnet, vil vera ynskjeleg og naturleg for begge partar.

### FYSISK TILRETTELEGGING

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

For turvegen trengs det ei gangbruløysing over Vallaråi. For betre vassgjennomstrøyming på Bjørgeøyen trengs det å få lagt inn ei løysing der vatn kan hentast inn frå Vallaråi. Eit felles prosjekt kan løyse fleire omsyn.

Kulturlandskapstiltak og styrking av beitelandskapet på Bjørgeøyen er viktige for å gje vakre og levande rammer om turvegopplevinga.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: Seljord og telemarkskyri.

Formidling av samanhengar mellom fysisk kulturlandskap, småskalproduksjon og sogene om telemarkskyri. Mykje stoff er alt samla inn i regi av Nordigard Bjørge og Telemarksforskning. Sigurd Telnes har stått for mykje av innsamlinga og er igang med å skrive ut forteljingar som bør formidlast på ulike måtar; som bok, lyd og bilde/film i utstilling på garden.

Formidling av kulturlandskapet og forteljingar om telemarkskyri. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

Eigne turvegar i kulturlandskapet som syner fram beitelandskapet oppover Bjørgefjellet. Stoppestadar og utkikks plassar. Møblering og kikkeskåp med utssyn over bygdi. Turløype mynta på ungar knytt mot garden og dyri.

### OPPLEVINGAR

Legge tilrette for oppleving av kulturlandskap med aktiv gardsdrift. God samanheng mot badestrand og vatnet på Bjørgesanden. Fine utkikkspunkt frå det bratte beitelandskapet bak Nordigard Bjørge. Kobling mot gardsturisme, kafé og gardsdrift med småskalproduksjon knytt opp mot telemarkskyri.

### TILTAK

- Gangbru over Vallaråi, frå Eventyrøy til Bjørgeøyen.
- Kulturlandskapstiltak med gangveg og mudring på Bjørgeøyen.
- Formidlingsdel knytt mot telemarkskyri.

### ORGANISERING

Vidareutviklast saman med Nordigard Bjørge, Telemarksforskning, Fylkesmannens landbruksavdeling.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Fysisk tilrettelegging er budsjettert under Turveg, delprosjet A.

Formidling er budsjettert under delprosjekt B.

## I. EVENTYRØY

### BESKRIVELSE

Eventyrøy er Seljord sitt utandørs idrettsanlegg. Det ligg vakkert plassert mot vatnet. Den gamle fotballbanen ligg fint omgitt av furuskogen medan trengingsbanane ligg ute på den opne grasflata mot vatnet. Turvegen er alt bygd langs vatnet frå Ringmyri (Skutevollen) til Eventyrøy. Kobling mot Seljord og sogene

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Tusenårsstaden er ivarettatt i vegen opp Kyrkjejordet fram til turveg langs Vallaråi vert etablert. Småbåthavna ligg her.

I vidareutvikling av Eventyrøy er det fyrst og fremst å styrke dette som ein møteplass knytt mot vatnet som har vore fokus. Det bør lagast gode løysingar for å gje tilgang til vatnet. Anlegget som heilskap og tiltak knytt mot vatnet er synlege for dei som køyrer forbi Seljord på hovudvegen.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Arbeidet med kva som skal inn av konkrete tiltak er på idéstadiet og må drøftast i den arbeidsgruppa som vert sett ned.

Idéar som har vore nemnt er stupeskulptur eller vass-skulptur ute i vatnet, ljossetting som er synleg frå hovudvegen, trapp ned i vatnet for opphald, soling, sitting. Tilrettelegging for grilling.

### FORMIDLING, SKILTING OG MØBLERING

Tema: møteplass for ungdom knytt mot vatnet.

Blikkfang frå hovudvegen inn mot kyrkja og idrettsanlegget. Viktig visuelt punkt i forhold til hovudvegen og foripasserande. Formidling av staden sin historie. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Vegvisarar som knyter plassen til turvegen.

### OPPLEVINGAR

Utsyn over vatnet. Idrettsarrangement. Tilfeldige møte. Småbåtliv.

### TILTAK

- Nedsetjing av arbeidsgruppe
- Utarbeide kravspesifikasjon
- Fysisk tilrettelegging
- Møblering
- Skilting

### ORGANISERING

Vidareutviklast saman med ungdommen; via idrettslag og ungdomsråd?

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Fysisk tilrettelegging er budsjettert under Turveg, delprosjekt A.

Formidling er budsjettert under delprosjekt B.

## J. VATNET OG SJØORMEN

### BESKRIVELSE

Skape eit attraksjonsprosjekt som skal formidle historiane knytt mot vatnet, både om sjøormen og om andre element og fenomen. Forteljingane om Sjøormen er tatt vare på gjennom muntleg

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

tradisjon og er bare delvis nedskrivne. Det finst også nokre teikningar - og frå moderne tid fotografi. Det er forteljingane, ikkje bildematerialet, som har borte historien om Sjøormen. Dette delprosjektet har ein eigen prosjektbeskrivelse.

### KUNSTPRODUKSJON

Bruke landskapskunst/ samtidskunst for å formidle saga om sjøormen.

Velje ut viktige utsynspunkt og stoppestader rundt vatnet.

### SJØORMSPEL FOR BORN

Seljordspelet vil utvikle og setje opp ei familiforestilling som dramatiserar saga om Sjøormen. Spelplass blir nede ved vatnet.

### SOGEKART

Det vert utarbeida eit kart over vatnet om området rundt vatnet, som tek opp i seg alle vitneobservasjonane og sogene i landskapet rundt. Samt alle kulturminne og nye kunstproduksjonar. Sogekartet skal bli interaktivt på nettsida etter kvart.

### FYSISK TILRETTELEGGJING

Tilkomst og tilrettelegging av stopp-punkt/utsynspunkt langs vatnet. Parkering og gangtilkomst. Grunneigaravklaringar.

### FORMIDLING

Tema: Sjøormen og vatnet

Formidle historiane knytt mot vatnet, både om sjøormen og om andre element og fenomen. Kulturhistoriske spor rundt vatnet; bergmåling på Bruredynni, skålgropsteinar i Vefall Brekke, kulturlandskap i Brekkegrendi, kopling til Ballongfararsteinen og Lifjell, kobling til Seljordhei og Trollebotnen, Gagnås med segnmateriala, Sjøormsogene m.m.

Me kan tenke oss plakater som fortel historia i tekst, og lydopptak med bygdefolk. Slike lydfiler kan vere tilgjengelige på utkikkspunkt med radiosendarar med kort rekkevidde, der publikum brukar sin mobiltelefon for å koble seg på. Ein radiosending vil kanskje i sterkare grad gje truverd og føling av autensitet – dette har særleg tyding når det gjeld Sjøormhistoriane.

Slike radiosendingar kan også vere tilgjengleg for bilistar langs vegen. Her kan det vere lengre sendingar som går i kontinuerleg slynge. Det kan plasserast skilt ved innfartsårene som syner radiofrekvens for "Seljord og sogene".

Lydfilene som brukast i radiosendingar kan også leggjast ut på nettsider. Dei kan også lastast ned til mobiltelefon – enten fra nettside eller på plassen ute i naturen.

Formidling av historiar om Seljordsvatnet og Sjøormen. Skilttyper skal fylgje mal frå det overordna formidlingsprosjektet. Stadnamna. Kart og info om vatnet. Kikkertpunkt.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### OPPLEVINGAR

Bruke landskapskunst/ samtidskunst for å formidle saga om sjøormen.

### TILTAK

- Internasjonalisering
- Kunstproduksjon
- Sjøormspel for born
- Sogekart
- Formidling, skilting og møblering
- Fysisk tilrettelegging

### ORGANISERING

Vidareutviklast saman med fylkeskommunens interreg.prosjekt, Seljord kunstforening, utvalde kunstnarar, m.fl.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Sjøormprosjektet har eit budsjett på kr. 2 940 000,-

Dette er ca. kosnadsrammer før pris er innhenta.

Delprosjektet finansierast via "Seljord og sogene" og Interreg.

## K. STOPPESTADEN

### BESKRIVELSE

Kva er det som får folk til å stoppe i Seljord? Stoppar tilfeldig forbipasserande av andre grunnar enn å fylle bensin og kjøpe «pylsur»? Dei som alt kjenner Seljord skal kanskje hit likevel. Dei veit om arrangement på Dyrskuplassen eller Sommarutstillinga eller kappleik på Granvin eller fotballkamp på Eventyrøy eller Seljordspel på Tusenårsstaden.

Men dei som bare er på veg forbi. Korleis kan vi få dei til å stoppe?

Det må arbeidast kritisk og seriøst med alternative måtar å skape stopp-effekt på. Stoppestaden vert innarbeidd som ein del av det tverrkunstneriske prosjektet.

### FYSISK TILRETTELEGGING

Det må arbeidast med det visuelle vegbildet og siktsoner. At det er ein eintydig og tiltalende veg inn til sentrum er viktig. At det er stopp-effekt i landskap og bebyggelse i kryssområdet. At noko skiljer seg ut og markerar at nettopp dette er avkøyringa til Seljord.

### FORMIDLING

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Skulptur-kyrne til Trygve Barstad står her og markerar avkøyringa. Det vil vera hensiktsmessig å bruke samtidskunst vidare for å markere og formidle stoppestaden. Det er viktig at dette blir gjort på ein sprek og iaugnefallande måte.

### OPPLEVINGAR

Stopp-effekt - få lyst til å stoppe...

### TILTAK

- Ingrid Slettens veg – opprusting med trerekker og tosidige natursteinsmurar.
- Tussejubekken – steinsetting og terskelbygging.
- Få opp eit fysisk kunstelement som skaper stoppeffekt.
- Landskapskunst – arbeide med store terrengformer eller med ljossetting, t.d. i det indre bassenget omkring Skutevollen.

Milepelar: sjå eigen kalender.

### ORGANISERING

Arbeidsgruppa vil vere den same som i det tverrkunstneriske prosjektet og vert fastsett i slutten av februar.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Fysiske tilrettelegging er ein del av totalpakka under Turveg, delprosjekt A.

Stoppeffekten/kunstprosjekt er budsjttert under Tverrkunstneriske Seljord, delprosjekt L.

## L. TVERRKUNSTNERISKE SELJORD

### BESKRIVELSE

Utvikle og gjennomføre eit tverrkunstnerisk prosjekt som vert bygd opp rundt det å etablere og ta i bruk turvegen. Hovudmålet med prosjektet er å utvikle opplevelsespunkta knytt til turvegen. Prosjektet skal gå over ein 4 års periode, slik at kunstnarane som er med i prosjektet kan utvikle opplevinga over tid og i samspel med bygdefolk og lokale aktørar. Aktuelle aktørar som skal vera med i prosjektet er Seljord kunstforening, Granvin, Seljordspelet, lag og foreningar, Dyrskun, lokale kunstnarar og utøvarar. Og 3-4 eksterne kunstnarar.

Delprosjektet skal også fungere som eit utviklingsprosjekt for kunstaktørane i Seljord, slik at dei via dette prosjektet kan profesjonalisere drifta.

### KUNST I UTEROM

Det skal utviklast eit kunstnerisk plattform/utgangspunkt for kunst i uterom langs turvegen. Gjennomføringa av kunstproduksjonen skal gjennomførast i samspel med den fysiske tilrettelegginga på turvegen. Noko skal produserast i 2009.

### FOTO OG LYD PÅ TURVEGEN

Fotokunst, lyd og musikk som materialiserer seg på Stoppestaden og rundt på turvegen: eit foto og lydprosjekt som skal ha fokusområde på Stoppestaden og utvalgte stader rundt turvegen. Med avduking og konsertarrangement i 2010.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### TVERRKUNSTNERISK TURVEG VANDRING

Eit fleire dagars program der heile turvegen blir tatt i bruk, med mange kunstneriske uttrykk. Der lokale krefter, lag og foreningar er medprodusentar, i 2011.

### SOGEKART

Det vert utarbeida eit sogekart knytt til sentrum og turvegen, der sogene vert avmerkt på kartet. Eksempelvis; saga om Steke- Nils steinen, Guro Lomodden osb.

### FORMIDLING/MARKNADSFØRING/PROFILERING

Tverrkunstneriske Seljord vil vera sentralt inn i formidlingsdelen av «Seljord og sogene», både gjennom trykksaker, på skilt, på web og i "den kulturelle skulesekken".

Prosjektet vil nyttast direkte inn i profilerings- og marknadsføringa av Seljord. Prosjektet skal skape attraksjon!

Det vil vera naudsynt med ei god webside som kan presentere turvegen og opplevingspunkta rundt turvegen.

### TILTAK

- Nedsetjing av arbeidsgruppe
- Utarbeide kravspeifikasjon / oppdrag.
- Få på plass kunstnarar til ulike delar
- Kunst i uterom
- Fotokunstprosjekt med konsert/ «event» - Stoppestaden m.m.
- TURVEG-vandring med innhald - planlegging
- TURVEG-vandring med innhald - gjennomføring
- Dokumentasjon - fortløpande.

Milepelar: sjå eigen kalender.

### ORGANISERING

Seljord kunstforening og andre kunst og kulturaktørar vil vera sentrale aktørar i delprosjektet.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Det tverrkunstneriske prosjektet har eit budsjett på kr. 1 700 000,-

Dette er ca. kosnadsrammer før pris er innhenta.

Finansiering via "Seljord og sogene", Seljord kunstforening, Seljordspelet og andre.

## M. MARKNADSFØRING

### BESKRIVELSE

Opparbeide «strategisk marknadsføring» i marknadsføringa i Seljord. Det handlar om å utvikle fokuset på service og kunderelasjonar. Bedrifter og verksemder opererar i marknadar der dei har relasjonar til kundane sine, som vert utvikla over tid. Relasjonane gjev viktige premiss for kundens Seljord og sogene

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

kjøp av varer og tenester. Evna til å forvalte og optimalisere relasjonane i kundeportefølja, gjennom auka kundetilfredshet og betra økonomi er avgjerande kompetanse.

### WEB

Det er viktig å opparbeide ei funksjonell og god webside for "Seljord og sogene". Som i møtekjem dei behova som ein har I dette prosjektet og delprosjekta. Eksempelvis; engelsk utgåve, Sjøormklubb og formidling av sogematerialet og sogekarta.

### TILTAK

- Utvikle arbeid med strategisk marknadsføring, der kundar/publikum vert delt inn i segment: festivalfolket, hyttefolket, turistar/tilreisande, handlande frå Vest-Telemark, kurs/konferanse (som igjen må segmenterast), stoppestaden. Utvikle kommunikasjons- og marknadsføringsstrategiar for dei ulike segmenta og utvikle relasjonar til dei ulike segmenta, med bakgrunn i ei marknadsundersøking. Utvikle bruken av teknologi i dette arbeidet.
- Utvikle webportalen for Seljord. Med god presentasjon av Seljord med bilde, film med meir. Med god funksjonalitet, segmentering av kundar innafor ulike tilbod, online booking med meir.
- Utvikle kurs- og konferansepakker med kulturinnhald og marknadsføring for dette.
- Utvikle felles tiltak for reiselivsnæringa.
- Utvikle felles tiltak for kulturturnæringar.
- Produsere eit omfattande magasin der Seljord vert presentert via prosjekta.
- Produsere ein DVD der Seljord vert presentert via prosjekta. Ei type dokumentar som tek opp i seg dei møta, produksjonane og opplevingane som vert generert via prosjektet.
- Produsere effekter med utgangspunkt i prosjektet.

### ORGANISERING

Ein sentral aktør i marknadsføringa av Seljord er Møtestad Seljord.

### BUDSJETT OG FINANSIERING

Marknadsføring har eit budsjett på kr. 450 000,-

Dette er ca. kosnadsrammer før pris er innhenta.

## 7. DOKUMENTASJON

Prosjektet skal dokumenterast godt undervegs. Dette vil vere ein viktig del av dokumentasjonen inn i formidlingsdelen av prosjektet og i presentasjon av metoden/modellen. Dokumentasjonen er tenkt som både film, bilete og lyd.

Dokumentasjon har eit budsjett på kr. 300 000,-

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### 8. OM AKTØRANE I PROSJEKTET

#### SELJORD KOMMUNE

Seljord kommune er prosjekteigar og prosjektleiar for det kulturbarte stadutviklingsprosjektet "Seljord og sogene".

Kontaktperson: plan- og nærings sjef Harriet Slaaen

[www.seljord.kommune.no](http://www.seljord.kommune.no)

#### SELJORD KUNSTFORENING

Seljord kunstforening er i gang med heilårsdrift, og utvikling av drifta på Kunstlåven. Kunstforeninga er ein aktiv og viktig aktør i Seljords kulturliv og i "Seljord og sogene", spesielt i delprosjekta "Vatnet og Sjøormen" og "Tverrkunstneriske Seljord".

Kontaktperson: daglig leiar/intendant Thomas Kintel.

[www.seljordkunstforening.no](http://www.seljordkunstforening.no)

#### STIFTINGA SELJORDSPELET

Stiftinga Seljordspelet er i gang med arbeidet for å bli ei kulturnæring på scenekunst- og spelfeltet i regionen. Seljordspelet er ein viktig aktør i Seljords kulturliv og "Seljord og sogene", spesielt knytt til delprosjekta "Vatnet og Sjøormen" og "Tverrkunstneriske Seljord".

Kontaktperson: Gunn Marit Christenson

[www.seljordspelet.no](http://www.seljordspelet.no)

#### GRANVIN

Granvin er eit regionalt kulturhus, og ein viktig arena for formidling av kulturuttrykk. Granvin er ein viktig møteplass, og kan huse kurs og koneransar. Granvin er også ein arena for prøver i produksjonar. I "Seljord og sogene" er Granvin ein viktig aktør i hove møter, presentasjonar, kurs, konferansar og forestillingar. I tillegg er Granvin ein av dei viktige identitessakapnde plassane på turvegen.

Kontaktperson: Randi Nordskog

[www.granvin.no](http://www.granvin.no)

#### LANDSTADSENTRET

Landsatadsentret blei etablert i 2008, etter ein lengre periode som Landsatdinstituttet. Landsatdsentret forvaltar og formidlar arven etter Landstad, som inneheld ein lang rekke av ulikt sogemateriale.

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

Kontaktperson: Rune Lia

### DYRSKU'N ARRANGEMENT

Dyrsku'n er arrangement driftar ulike arrangement på Dyrskuplassen. Blandt anna Dyrsku'n, Jolemarknad, Bruktmarknad og Småskalaproduksjon. Dei leiger og ut plassen til andre arrangement, som eksempelvis festivalane. Dyrskuplassen er ein av dei identitetskapane stadene på turvegen i "Seljord og sogene", og er ein viktig aktør i Seljord som marknadsplass, og i marknadsføringa av Seljord. Det er ca 70 000 besøkande på Dyrsku'n kvart år.

Kontaktperson: Henry Mæland

[www.dyrskun.no](http://www.dyrskun.no)

### FESTIVALANE

#### Seljordfestivalen AS

Vart fyrste gong arrangera i 2001 med stor suksess, i 2008 hadde me over 20000 betalande gjester. Seljordfestivalen er ein danse- og musikkfestival med eit vaksent publikum. Festivalen arrangerast frå onsdag til sundag kvart år i veke 27 på Dyrskuplassen i Seljord, som kanskje er landets flottaste arrangement stad. Seljordfestivalen er ein av Noregs største dansefestivalar.

#### Countryfestivalen Seljord AS

Nordens største countryfestival, som vart arrangera for 10. gong i 2008, med heile 32000 betalande gjester.

Festivalen arrangerast kvart år frå onsdag til sundag i veke 30 på Dyrskuplassen i Seljord, som kanskje er landets flottaste arrangement stad.

Festivalområdet har kapasitet til om lag 4000 campingeiningar, og det er ein stor campingplass.

Kontaktperson: Kunt Inge Skoland

[www.seljordfestivalen.no](http://www.seljordfestivalen.no) og [www.countryfestivalen.no/seljord/](http://www.countryfestivalen.no/seljord/)

### MØTESTAD SELJORD

Møtestad Seljord er eit samarbeidsselskap mellom Seljord Næringslag, Dyrsku'n Arrangement as og Seljord kommune som skal synleggjera og profilere næringslivet i Seljord, og Seljord som arrangementstad.

Selskapet driv turistinformasjon på heilårsbasis i klasse 1.

Kontaktperson: Elisabeth Rett

[www.seljordportalen.no](http://www.seljordportalen.no)

## Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

### SELJORD NÆRINGSLAG

Seljord Næringslag har til formål å samle næringsdrivande innan handel, handverk, industri, tenesteyting og reiseliv i Seljord kommune for å fremje saker til gang for medlemene innan kommunen. Seljord Næringslag er opptekne av å utvikle staden og bygda si. Dei er aktivt med i "Seljord og sogene", både på finansieringssida og på tiltakssida.

Kontaktperson: Birger Teigen.

### FESTE LANDSKAPSARKITEKTER

Feste landskapsarkitekter har utvikla "Seljord og sogene" på oppdrag frå og i samarbeid med Seljord kommune, kultur og næringsaktørar i Seljord. Med bakgrunn i "Kulturmagneten" og med tiltak retta inn mot kulturbasert stadutvikling.

Konatktperson: Tone Telnes.

[www.feste.no](http://www.feste.no)

### SPRINGER KULTURSTUDIO

Springer kulturstudio har utvikla "Seljord og sogene" på oppdrag frå og i samarbeid med Seljord kommune, kultur og næringsaktørar i Seljord. Med bakgrunn i "Kulturmagneten" og med tiltak retta inn mot kulturbasert stadutvikling.

Kontaktperson: Gunn Marit Christenson.

[www.kulturstudio.no](http://www.kulturstudio.no)

### TELEMARKSFORSKING

Telemarksforskning har gjort analysa på dei besøkande til Seljord; "Kulturmagneten", på oppdrag frå Seljord kommune, Dyrsku'n, Festivalane, Seljord næringslag m.fl. I "Kulturmagneten" anbefalar Telemarksforskning Seljord å gå for "attraksjonsstrategien", og igangsette tiltak som utviklar kulturtilboda. "Seljord og sogene" er tiltakspakka på "attraksjonsstrategien".

Konatktperson: Knut Vareide.

[www.telemarksforskning.no](http://www.telemarksforskning.no)

### TELEMARK FYLKESKOMMUNE

Telemark fylkeskommune er aktivt med i "Seljord og sogene" some in utviklingsaktør, både på kultursida og med regional utvikling.

Kontaktperson: Lene Hennem

[www.telemark-fk.no](http://www.telemark-fk.no)

## **Vedlegg 6.2 "Seljord og sogene"**

Strategisk næringsplan 2009 - 2012

9. VEDLEGG 1: "SELJORD OG SOGENE" KART
10. VEDLEGG 2: "VATNET OG SJØORMEN" PROSJEKTBEKRIVELSE
11. VEDLEGG 3: "VATNET OG SJØORMEN" KART
12. VEDLEGG 4: FORPROSJEKT INTERREG
13. VEDLEGG 5: WORKSHOP 2009
14. VEDLEGG 6: KULTURMAGNETEN