

Frist: 24. april

Sendes til: postmottak@krd.dep.no

Sluttrapport BOLYST

Til: KRD

Fra: Seljord kommune

Dato: 20.02.2012

Kommune:	Seljord kommune
Prosjektnavn:	Seljord & Sogene (S&S)
Prosjektleder:	Plan- og næringssjef Harriet Slaaen
Leder i styringsgruppen:	Ordfører Solveig Sundbø Abrahamsen
Kontaktperson i fylkeskommunen:	Lene Hennum og Sylvi Berge Holene.
Forankring av prosjektet (flere kryss er mulig)	a) Styringsgruppe X b) Forankring i befolkningen X c) Samarbeid med andre aktører lokalt, regionalt eller nasjonalt X
Mål og eventuelle delmål med prosjektet. I hvilken grad har prosjektet nådd eller er prosjektet på vei til å nå sine mål?	Målet med bulystsatsinga Etter vår vurdering har Seljord kommune med prosjektet "Seljord & Sogene" bidratt inn i KRD sin bulystsatsing: - S&S har vore med på vidareutvikle (erfaringsoverføring) kunnskap om korleis lokale og regionale utviklingsprosjekt skapar bulyst og attraktive stader. Prosjektleiinga vert invitert til kommunar for å fortelje om prosjektet, Seljord kommune har besøk av kommunar som ynskjer å høyre/lære om prosjektet, fleire ringer for å få gode råd, samt prosjektleiar har hatt om lag 50 foredrag i 2010/2011 om S&S i ulike fora (fagseminar, nettverkssamlingar, til undervisning for høgskular, for næringslivet, osv). Det vil sei at me opplever at S&S skapar læring, merksemd og engasjement rundt utviklingsarbeid. - Me vil nytte høve til å skryte av Telemark fylkeskommune. Dei har støtta opp om prosjektet, og har inkludert oss i sitt bulystarbeid i høve til regional utvikling. - Distriktssenteret har me og hatt stor nytte av, og dei har heldigvis sett nytten av vårt prosjekt. Det er ei stor ære å vere ein av femten suksessrike distriktskommunar som no blir forska på i regi av Distriktssenteret: Kvifor har Seljord suksess som besøkskommune? Me deltek aktivt i prosjektet. - S&S har fått stor merksemd både lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt.

Viser til

http://www.seljordogsogene.no/kategori_valgt.php?kategori_id=87&gruppe_id=22. Me har ikkje rekke å fått alle presseoppslaga på plass, men det kjem fortløypande.

I januar/februar 2012 var ordførar, kulturkoordinator, plan- og næringssjef, representant for eit lokalt bedriftsnett og representantar frå fylkeskommunen på partnersøk i Sverige og Skottland med mål om å få på plass eit internasjonalt samarbeidsprosjekt rundt temaet "Sjøormen som reiselivsprodukt". Både i Berg kommune (Sverige) og i Inverness (Skottland) skapa S&S stort engasjement. Måten me jobba på og resultat av prosjekta vakte interesse. Berg kommune kjem på besøk til Seljord i april, skottane vurderar no om ikkje dei også kjem på besøk til kommunen. Me har gode forhåpningar om å få til eit internasjonalt samarbeidsprosjekt, men om me ikkje lukkast har me i alle fall klart å skape blest om S&S.



Foto: Berg kommune



Foto: Harriet Slaaen

Storsjøudjuret var tema i Berg. Nessiesatsinga var samtaleemne på Loch Ness.

Mål for S&S

"Målet med "Seljord & sogene" er å skape attraksjon, bygge omdømme, auke folketalet, auke besøksalet og skape nye arbeidsplassar."

Skape attraksjon.

S&S har vore med på å auke attraksjonen, både lokalt, regionalt og nasjonalt.

The screenshot shows the Varden.no website interface. At the top, there's a navigation bar with 'varden.no' and 'Nyheter'. Below that, a search bar and a list of categories: KONKURRANSE, NYHETER, STOR, KULTUR, NÆRING, HØRSØK, BLOKKBESØK, BILAG, JØSS, LOKALISASJON, RINGJØLLA, and VAND. A secondary navigation bar lists regions: Grenland, Midt-Telmark, Vest-Telmark, Øst-Telmark, and Vestfold. The main content area features a large advertisement for 'Motor Forum' with a Renault Megane car and a price tag of 1.490,-. Below the ad is a large aerial photograph of a town, identified as Seljord. The article title '«Alle» besøkte Seljord' is prominently displayed, followed by a sub-headline: 'Besøksrekord, solide resultater og nasjonal anerkjennelse er status for Seljord i 2011.' The article text is partially visible at the bottom.

Omtale i fylkesavisa Varden og på www.varden.no

Lokalt

Me opplever at prosjektet har vore med på å gjera Seljord meir attraktiv og levande. Det er med stor glede ein ser at det er full aktivitet på det nyopprusta skuleområdet (no kallast det aktivitetspark). I haust var det reine folkevandringa til Sjøormtårnet, kikkeskåpa har blitt eit naturleg turmål, turvegen med sine opplevingspunkt blir godt nytta og næringslivet nyttar attraksjonstiltaka for å utvikle og styrke sine verksemdar. Tilsette i opplæringssektoren (frå barnehage til vidaregåande skule/folkehøgskulen) nyttar prosjektet til blant anna undervisning og/eller opplevingar.

Regionalt

S&S har fått god omtale i NRK og regionale media. Dette har hjelpt oss veldig i høve til formidling av prosjektet ut til ulike målgrupper. Det er ikkje berre Seljordingar som nyttar attraksjonstiltak, dei besøkande kjem frå heile Telemark. Det som er moro å sjå, er at auka besøk gjev gode ringverknader for næringslivet forøvrig. Det er fleire tilsette i besøksnæringane enn det *normalt* skulle vere, jf Telemarksforskning sitt grunnlag i høve til prosjektet "Suksessrike distriktskommunar".

Nasjonalt

S&S har fått nasjonal merksemd gjennom media og gjennom tilsette i det offentlege som har fått høyre om prosjektet, jf

http://seljordogsogene.no/kategori_valgt.php?kategori_id=87&gruppe_id=22.

Nå får me bare håpe at me klarer å få god uttelling i dei komande åra.

Internasjonalt

Sjøormtårnet har fått mykje merksemd internasjonalt. Artikkel i Wallpaper blei utslagsgjevande. No vert me kontakta av tysk, svensk, kinesiske, engelske, m.fl presse/utgjevarar av fagmagasin som ynskjer å skrive om Sjøormtårnet. Trur kanskje ikkje me får utanlandsk besøk bare på grunn av Sjøormtårnet, "but you never know!" Me får i alle fall sett Seljord på kartet, i visse miljø.

Bygge omdømme.

Å bygge omdømme er eit langsiktig arbeid som kanskje først er målbart om fleire år. S&S har hjelpt oss til å arbeide målretta og strategisk. Så langt har me klart å skape eit meir positivt omdømme av kommunen. Men, ei uheldig sak kan snu omdømme negativt. Me arbeider audmjukt vidare med å levere på forventning (omdømmebygging)!

Auke folketalet.

Netto innflytting frå andre delar av landet skal vere på 1 % i prosjektperioden. Innbyggjartal per 01.01.2008 var på 2.930. Per 3. kvartal 2011 var innbyggjartalet på 2.955. Det vil seie at me så langt har auke på 0,85%.

Auke besøkstalet

Talet på besøkande knytt til festivalar/aktivitet på Dyrskuplassen skal auke med 20% i prosjektperioden (5 % per år).

I 2007 var det 152.900 besøkande på Dyrskuplassen, medan i 2011 var det nær 200.000 besøkande. Det har gjeve ein gjennomsnittleg vekst på 7,67 % per år.

	Me har diverre ikkje godt nok kunnskapsgrunnlag til å sei noko om korleis det har gått med dei andre besøksnæringane (campingplassar, hytter, gardsturisme, hotell og motell). Me er no i gang med eit forstudie "Ta Seljord i bruk", der slike tal skal vere med som kunnskapsgrunnlag (gjennomførast vår 2012). Skape nye arbeidsplassar I fylgje Telemarksforsking v/Knut Vareide har Seljord vekst på 3,72% i tilsette innanfor besøksnæringar i perioden 2008 – 2010. Dette er gledeleg informasjon for oss. Me arbeider no aktivt saman med næringslivet for å sikre framtidig auke i tilsetting, samt nå målet om 5% i auke per år.
Målgrupper for prosjektet, når prosjektet fram til disse?	<i>I tilsegnsbrevet frå KRD er det fokusert på at kommunen vil mobilisere på og leggje til rette for eldsjeler, blant anna gjennom verkstader og digitale forteljingar retta mot ungdom, og kunstprosjekt retta mot skulane.</i> S&S har vore eit samarbeidsprosjekt mellom kommunen, næringslivet, kultur- og kunst aktørar og frivillige lag og organisasjonar. Me hadde aldri i verden klart å få til eit så omfattande prosjekt utan eldsjelene. Stor takk til dei alle☺ Sidan eldsjelene har fått vore med å utvikle prosjektet, har dei no fått eigarskap til S&S, og me opplever gode ambassadørar som nyttar dei ulike gjennomførte tiltaka både i jobb og på fritida. Barnehagar og skular har verkstader kor sagemateriellet og til dømes kikkeskåpa blir nytta og desse borna lagar også underhaldning av prosjektet. Barnehagebarn har Sjøormtårnet og opplevingspunkt langs turvegen som turmål. Ungdomsskulen og vidaregåande har no inngått samarbeid (utanfor prosjektet) om å lage fleire digitale forteljingar etter å ha vore med på workshop`n "digitale forteljingar" hausten 2010. Kunst saman med soger har blitt ein naturleg integrert del i alle våre prosjekt, og barn og unge har stor glede av dette. Til dømes besøker dei kunstinntallasjonen "Sjøormtårnet", dei brukar "kikkeskåpa" i eigne prosjekt, og så fort klaken er ut av jorda kjem kunst på plass på skuleplassen (no aktivitetsparken). Her er døme på kunst som skal plasserast i fritidsparken. Ungdom ynskje seg sitteplassar/uformelle møteplassar. Deira ynskje blei imøtekomen med sittegrupper med kunstnarleg utforming. Kunstnar og fotograf er Gunnar Torvund.
Resultat som er oppnådd i form av aktiviteter eller tiltak	S&S har totalt 13 delprosjekt. Me vel å omtale dei største prosjekta som me har arbeidd mest med, og som blei gjennomført i 2010/2011, sjølv om nokon av dei andre delprosjekta også blei arbeidd med vidare i denne perioden. Viser då til årsrapport innsendt april 2011.

Prosjekt 408 (stad 401, 405) og 460

"Sjøormtårn med tilkomst og flaterydding"



Foto: Dag Jenssen

Det 17 meter høge Sjøormtårnet har fått nasjonal og internasjonal oppmerksomhet! Fantastisk flott☺ Må bare opplevast! Stor takk til KRD som bidrog til at me kunne realisere dette prosjektet. Nyttar og høve til å takke dei andre bidragsytarane og samarbeidspartnarar som bidrog med så mykje frivillig innsats for at me skulle lukkast.

Tilkomsten buktar seg som ein sjøorm og er bygd av tre Det er bygd tre benkar på "kloppen" slik at ein kan ta seg ein rast om det trengst. Tilkomsten er bygd slik at alle kan kome seg ut til tårnet.



Foto. Dag Jenssen

Ute ved Sjøormtårnet er det bygd ein informasjonsboks med sitteplassar inni. Der er sett opp informasjonstavler, kor ein kan lese om staden, prosjektet eller ringe Sogemobilen for å høyre sjøormhistoriar.



Foto: Harriet Slaaen

Det er rydda kvist og kvast og tre slik at det har blitt ein triveleg område, samt at ein ynskter å sikre siktlinjer frå europavegen/riksvegen.

Det vart nytta motorsag til ryddearbeidet. Det var difor heilt naturleg for oss å spørje statsråden om ho kunne gjera den offisielle opninga med motorsag. Navarsete er ein sporty statsråd som gjorde det offisielle opningsarrangementet til ein heilt spesiell oppleving.



Foto: Dag Jenssen

Stasråd Liv Signe Navarsete opnar offisielt Sjøormtårnet med motorsag den 18. oktober. Me takkar så mykje for dei fine orda ho bruka i tala.

Å bygge eit kunstverk med tilkomst i våtmarksområde ein regnfull sommar kan ha sine utfordringar.



Foto: Skorve

Skorve Entreprenør trossa været og bygde eit kunstverk som grunneigar, arkitektane, landskapsarkitektane og sjølv sagt alle oss andre ikkje kunne fatte at dei fekk til! Det regna, regna, regna og regna i ein byggeperiode som var svært avgrensa av omsyn til det rike fuglelivet i våtmarksområdet. I tillegg var kunstverket utforma på ein slik måte at arbeidarane måtte verkeleg ta fram sine beste kvalifikasjonar for å få til det fantastiske kunstnariske uttrykket. Og; godt me har ein svært positiv grunneigar; 2012 går nok med til å få dyrkamark til å bli produktiv igjen – sjå bilete over.

Det er stor tverrfagleg kompetanse som ligg bak suksessprosjektet "Into the landscape", kor "Sjøormtårnet" er hovudattraksjonen. Viser til http://seljordogsogene.no/Admin/innhold/pdf/illustrasjonshefte_into_the%20landscape_taarnt.pdf kor dykk kan lese meir om den faglege plattformen, prosessen m.m.



Bilete:

Arkitektfirmaet RintalaEggertsson har teikna kunstverket og landskapsarkitektfirma Feste har teikna tilkomsten.

Utviklar har vore Springer kulturstudio as og Feste Grenland as.

Grunneigar er bonde og gardsturistvertar Solrunn og Leiv Bjørge.

Dei andre på bileta er medlem av ad-hocgruppa for bygging av tårn m/tilkomst.

Foto: Dag Jenssen

Prosjekt 408 (stad 402) og 466

"Skulen og kunstlåven" og "Digitale forteljingar"



Foto: Audny Barstad

I tråd med prosjektplanen er uteområdet framom barne- og ungdomsskulen rusta opp og har blitt til ein "levande aktivitetspark". Over ser dykk bilete av det nye klatretårnet som skapa stor jubel. Det var med stor glede prosjektleiar stod og observerte at ungdomsskulelærar ikkje fekk innatt elevane til time! Det er full aktivitet i klatretårnet i friminutt og etter skuletid.



Foto: Harriet Slaaen

Dei flotte terrengformingane i landskapet vert også bruka. No i vinter ser me at born akar, og av og til får me inntrykk av born står på toppen og har ein "konge på haugen" følelse (i positivt forstand).



Foto: Harriet Slaaen

Me rakk ikkje eingong å bli ferdig med "skateområdet", før barn og unge var i gang med sykklar og rullebrett. Når prosjektleiar spurte om ynskje deira var oppfylt, fekk ho tommelen opp som svar, sjå venstre bilete.

Det er gjort fleire fysiske tiltak på området; skeisebane/fotballbane, lengdehopp m.m. Alt etter ynskje frå barn/unge.

Noko av målsetjinga med prosjektet var å skape vakre og funksjonelle rammer om leik og aktivitetet, men området skulle også gjerast meir tilgjengeleg for alle folk i bygda, også etter skuletid og på kvelden. Ut i frå aktiviteten på området, opplevast prosjektet som lokal suksess.

I tillegg til barn og unge er det folk knytt til Kunstlåven som er hovudbrukarar av området. Det har difor vore naturleg for oss å bruke kunst integrert i opprustinga. Born og unge "eig framtida" og kunstnar Gunnar Torvund har retta ideen og refleksjonen inn som framtidskunst, det ukjende. Me håpar at det her skapast nye soger.

Prosjektet er utvikla av ei tverrfagleg adhocgruppe, og grunnlaget deira for tiltaka har vore barn og unges innspel, gjennom Ungdomsråd, elevråd og ope ungdomsmøte.

Digitale forteljingar vart omtala i årsrapporten 2011. Vel difor ikkje å omtale den på nytt her.

Prosjekt 408 (403 og 462)

Formidling, skilting og møblering

Dette prosjektet har eit formidlingsprogram som inneheld skilting, møblering, web, katalog, film av sogemateriale, mobilnedlasting av soger, informasjonsavis og dokumentasjon.



Foto: Dag Jensen

Bilete av markør langs turvegen slik at ein lett kan finne fram.



Foto: Dag Jensen

Langsturvegen kan ein sjå det freda stabburet frå 1700 – på den måten integrererar me historia inn i samtida.



Foto: Harriet Slaaen



Bilete som er bruka på eit av informasjonsskilta.

Langs turvegen midt i sentrum er det sett opp fem historiske bilete av korleis Seljord sentrum såg ut på starten av 1900-talet. Bilete til høgre syner eit av dei.



Foto Harriet Slaaen

På ein av informasjonstalvene er teksten til songen "Ingrid Sletten av Sillejord" skrive ned.. Ringer du sogemobilnummeret som også er oppgitt på tavla, får du høyre Ingunn Flatland synge songen. Vakkert!



Foto: Harriet Slaaen

Det er utført mykje dugnad for blant anna få turvegen og møbleringa trivleg. Her tek to dugnadsarbeidarar ein pust i bakken.

	Prosjekt 408 (stad 404) "Kikkeskåp"  Åtte skulpturelle ”kikkeskåp” i stein står ute i landskapet på stader som er knytt til utvalde soger om lokale kvinneskikkelsar. Felles for dei alle er at feleslåttar er knytt til sogene. Åtte kunstnarar har gjeve sine tolkingar av åtte ulike soger. På alle stadene er det også montert ein benk, der folk kan sitje ned for å nyte ei annleis kunstoppleving i sogelandskapet. Tanken har vore å gje ei vakker kunstoppleving, samtidig som dei usynlege laga i landskapet vertformidla gjennom kunstverket, landskapsopplevinga og sogemobilen.  Foto: Harriet Slaaen
Vurdering av framdrift i forhold til opprinnelig plan	a) Følger opprinnelig plan X b) Forsinket pga (noko er litt forsinka, jf kap om rekneskap) c) Det er foretatt følgende justering
Oppnådde resultater Hvor geografisk konsentrert har prosjektet hatt/vil ha effekt? (Kryss av)	a) Helt lokal effekt b) Effekten kommer innen flere kommune i regionen. c) Effekten kommer i hele fylket d) Effekten kommer i eget og andre fylker e) Effekten kommer i eget fylke, samt andre fylker og/eller utenfor Norge X f) Vet ikke/ikke relevant
Kort beskrivelse av metodikk i prosjektet (max 250 ord)	Seljord og sogene er bygd opp med prosjektorganisering, der heilskapstenking og langsiktig arbeid har vore/er det berande element. Prosjektet er utvikla og gjennomført i nettverk og ved samarbeid, kor prosessar og opparbeiding av nye samarbeidsformer har vore like viktig som resultata. Bruk av denne metodikken opplevast som nyttig i høve til nyskaping. Prosjektet har knytt til seg fagpersonar (innafor kunst, kultur, arkitektur og

	landskapsarkitektur) for å løfte opp prosjektet (kompetansehevande og profesjonaliserande). Dette har vore eit suksesskriteriet. I tillegg til fokus på prosjektorganiseringa har ein vore særstøtt på å nytte Seljord sin historie og identitet til grunn for satsinga. Segn, soger og Sjøormen er identitetsskapande og er bruka inn i alle delprosjekta som har munna ut i ulike typar arrangement og fysiske tilretteleggingar. For kvart delprosjekt er det oppretta ad hoc- grupper. Ad hoc-gruppene har sikra brei involvering, engasjement og kompetanseheving hjå medlemmane.
Overføringsverdi for eksempel til andre lokalsamfunn	Den fyrste overføringsverdien er korleis prosjektet er organisert for å sikre forankring, medverking og involvering i sitt mål om å bygge omdømme og auke attraksjonskrafta. Prosjektet har mobilisert og lagt til rette for eldsjelder, blant anna gjennom workshop og kunstprosjekt. Metoden har ført til stor dugnadsinnsats. Den andre overføringsverdien er korleis kommunen strategisk brukar sin historie og identitet i alle prosjektets aktivitetar/tiltak. For Seljord sin del er det segn, soger og Sjøormen som vart nytta inn i all kunst/aktivitet/tiltak.
Ekstern kommunikasjon og deltakelse på samlinger med utgangspunkt i prosjektet	<u>Hvilke samlinger har dere deltatt på i forbindelse med prosjektet.</u> • Omdømmeskulen 2010 i regi av Distriktssenteret • Telemark Fylkeskommune sine Bulyst-samlingar, samt andre samlingar. • Planseminar og fagseminar - arrangør: Fylkesmannen og fylkeskommunen. • "Partnarsøk" til Sverige og Skottland. <u>Ekstern kommunikasjon</u> • Besøk av og til kommunar i Sør-Noreg, høgskulestudentar og andre. • Prosjektleiing har hatt om lag 25 presentasjonar om prosjektet per år (2010/2011). • Foredragshaldar på ulike seminar/samlingar (alt frå lokale små til større nordiske seminar). • I tillegg til at prosjektleiinga, kommuniserar også samarbeidspartnarane RintalaEggertsson, NABA i Italia, Springer kulturstudio as og Feste as "S&S" i ulike fora (verden over). • Mykje mediaomtale i presse, tidsskrift, fagblad osv.
Regnskap (satt opp slik at det kan sammenlignes med budsjettposten e)	Det er vald å sette opp eit rekneskap over alle betalte kostnader i prosjektperioden 2010/2011, då me oppfattar som tilsegnsbrevet som tilskot til "heile" prosjektet og ikkje berre dei delprosjekta me søkte om. Men, det skal vere lett for dykk å finne ut kva kostnader som er knytt til søkte prosjekt; Utkikkstårnet (prosjektnr 408, stad 401 og 405) skulane og kunstlåven (prosjektnr 408, stad 402) og formidling/skilting (prosjektnr 408 – stad 402 og prosjektnr 462). Kommentarar til revisors uttale: • Avvik mellom kostnadsoverslaget og finansieringsplanen som låg til grunn for tilsagnet og den endelege rekneskapet for "S&S". ◦ Prosjektet er dynamisk og delprosjekt har blitt gjennomført etter som dei har blitt fullfinansiert. Det gjer at me har fått andre bidragsytarar enn det me opphavleg hadde budsjettert med. Prosjektet har blitt dyrare enn budsjettert. • Utgiftsføring i investeringsrekneskapen ◦ Dette er gjort pga rekneskapstekniske årsaker. Tilskotet frå KRD er ikkje nytta til bygningar eller annan fysisk infrastruktur, men til kunst, digitale workshop, skilting, møbelring, web, katalog, film av sogemateriale, mobilnedlasting av soger, informasjonsavis og dokumentasjon.

- Nokon av delprosjekta er per i dag ikkje avslutta.
 - o På prosjekt "Sjøormtårn" er det berre inngjerding og litt rydding av busk og kratt som gjenstår. Dette kan fyrst gjerast til våren. Slik sett er omsøkt prosjekt fullført.
 - o På prosjekt "skulane og kunstlåven" er det berre grunnarbeid for å få kunstverka godt fundamentert som gjenstår. Det blir gjort så fort klakan er ute av jorda. Alle aktivitetstiltak er fullført.
 - o Delar av turvegen skal fullførast. Tilsegnet frå KRD er ikkje planlagt nytta til dette prosjektet.
 - o På prosjekt 408, stad 403 "formidling/skilting" skal nokon av informasjonstavlene byttast ut. Dette for å få betre lesbarheit. Dette arbeidet er kostnadsberekna til kr. 50.000, og belastast ikkje KRD. I prosjekt 462 gjenstår det å gje ut ei praktisk praktbok om prosjektet. Me valde å vente med å gje ut boka til sommaren 2012, for å sikre oss gode bilete av prosjekta (graset bør gro og kunsten på skuleplassen må på plass). KRD tilskotet er ikkje planlagt å nyttast til bokprosjektet. KORO er hovudbidragsytar for boka. Me gler oss til å sende dykk boka når ho er ferdig trykt☺
 - o På prosjekt felles administrasjonskostander er sett av om lag kr. 50.000 til slutføring av prosjektet. Dette belastast heller ikkje KRD.

Seljord og sogene. Rekneskap 2010 og 2011. Pr. 11.02.2012 (ekskl. mva.)

Betalte kostnader (dvs. ekskl. eigeninnsats/dugnadsinnsats)

Delprosjekt	Prosj	Stad	Utgift	Gjenstår	Totalt
Tårnet	408	401	2 352 221,73	54 600,00	2 406 821,73
Skulane og Kunstlåven	408	402	2 476 329,07	349 375,00	2 825 704,07
Turveg	408	403	14 979,30	385 020,70	400 000,00
Formidling/Skilting	408	403	649 910,84	50 000,00	699 910,84
Kikkeshåp	408	404	531 584,72	0,00	531 584,72
Tårnet, tilkomst	408	405	464 346,80	0,00	464 346,80
Seljord og sogene (felles)/Adm.	457		207 232,10	50 767,90	258 000,00
Tverrkunstnariske Seljord	459		60 089,70	0,00	60 089,70
Flaterydding Bjørgeøyen	460		24 850,00	0,00	24 850,00
Formidl.-Skilting-Møbl. (inkl. bok)	462		357 501,20	281 498,80	639 000,00
Workshop/Sauna	463		46 890,43	0,00	46 890,43
Digital workshop	466		127 479,62	0,00	127 479,62
Sum (ekskl. mva.)			7 313 415,51	1 171 262,40	8 484 677,91

Finansiering:

Seljord kommune. Lån	-2 388 184,03	
Seljord kommune. Fri investeringskapital	-200 000,00	
Seljord kommune. Bunde driftsfond	-129 043,48	
Seljord kommune. Salsinntekter	-64 850,40	
Sum Seljord kommune	-2 782 077,91	32,79 %
Spelemidler	-1 300 000,00	15,32 %
Telemark fylkeskommune	-1 000 000,00	11,79 %
Telemark utviklingsfond	-900 000,00	10,61 %
Seljord næringslag	-898 000,00	10,58 %
Kommunal- og regionaldepartementet	-800 000,00	9,43 %
Kunst i offentlege rom (KORO)	-700 000,00	8,25 %
Spesielle midlar i landbruket (SMIL)	-54 600,00	0,64 %
Kulturrådet	-50 000,00	0,59 %
Sum finansiering (ekskl. mva.kompensasjon)	-8 484 677,91	100,00 %

Rekneskapet er vedlagt oppmodinga om sluttutbetaling, og då betre lesbart.

Hvilke målsettinger i distrikts- og regionalpolitikken hører

- a) Stabilisere eller øke befolkningen X
- b) Styrke, sikre eller etablere arbeidsplasser X
- c) Opprettholde/videreutvikle eksisterende virksomhet eller bidra til nyetableringer X
- d) Økt innovasjon eller innovasjonsevne X

prosjektet inn under? (Sett kryss ved svaret, flere svar er mulig)	e) Økt kompetanse (både realkompetanse (både realkompetanse og formalkompetanse) for målgruppen X f) Økt tilgjengelighet (bedre veier, havner, andre transporttiltak og breibånd) g) Styrke regionale sentra h) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som bosted eller lokaliseringssted for bedrifter? X i) Å gjøre stedet/kommunen/området mer attraktivt som reisemål? X
Gi en kort omtal av hvordan arbeidet er tenkt videreført etter prosjektets slutt (maks 250 ord)	Seljord og sogene er no implementert i arbeidet med rulleringa av ny kommunedelplan for Seljord sentrum – mål om bli vedtatt april 2012. Seljord kommune har ansvaret for å vedlikehalde og vidareutvikle dei fysiske tiltaka som er gjort (skilt, kunstverk, turveg, aktivitetstiltak osv). Kommunen saman med Seljord Næringslag og Seljord Sparebank eig eit destinasjonsselskap som blant anna driftar kommunen turistinformasjon og ivaretek marknadsføring retta mot dei besøkande; Møtestad Seljord as (MSAS). I 2010 utarbeidde MSAS ny nettside som er bygd opp på same mal som www.seljordogsogene.no Dette blei gjort med tanke på at www.seljordogsogene.no skal implementerast inn på nettsida til MSAS. MSAS vil da også ha ansvaret for å vedlikehalde og vidareutvikle Seljord og sogene. For å sikre ei viss vidareføring av prosjektet har kommunen sett i gang eit forstudie som heiter "Ta Seljord i bruk". Målet med forstudiet er å sjå om næringsaktørane kan profesjonalisere samhandling og auke kompetansen tufta på reiseliv for å oppnå auka verdiskaping og bedriftsøkonomisk lønsemd. Kan besøksnæringane ta i bruk allereie etablerte natur- og kulturopplevingspunkt og handel for å skape auka sysselsetting, tilleggsnæringar og fremje knoppskyting i eksisterande næringar? Seljord og sogene er eit viktig bidrag inn i prosjektet. Elles er det opp til frivillige lag og organisasjonar, opplæringssektoren å nytte seg av Seljord og sogene tiltaka.