



**TELEMARK UTVIKLINGSFOND  
TUF**

**Saksliste styremøte nr 4-2012**

**20.09.2012**

**TELEMARK UTVIKLINGSFOND**



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## INNHOLDSFORTEGNELSE

<b>1.</b>	<b>SAK NR 28 REFERAT FRA STYREMØTE 21.06.2012.....</b>	<b>5</b>
1.1.	Forslag til vedtak .....	5
1.2.	Vedtak i styret.....	5
1.3.	Vedlegg Protokoll .....	5
<b>2.</b>	<b>SAK NR 29 SILMAG PRODUCTION .....</b>	<b>5</b>
2.1.	Forslag til vedtak .....	5
2.2.	Vurdering av daglig leder .....	5
2.2.1.	Sammendrag .....	5
2.2.2.	Sak 22/12 Styremøte den 15.05.2012 .....	6
2.2.3.	Utvikling etter siste styremøte .....	6
2.2.4.	Hovedpunkter i denne søknaden .....	6
2.2.5.	Budsjett finansiering .....	7
2.2.6.	Risiko i prosjektet .....	7
2.2.7.	Konsekvenser ved avslag på søknad .....	8
2.2.8.	Vurdering i forhold til støtterelement .....	8
2.3.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	8
2.3.1.	Sammendrag .....	8
2.4.	Vedtak i styret.....	10
2.5.	Vedlegg til saken .....	10
2.5.1.	Vedlegg 1 .....	10
<b>3.</b>	<b>SAK NR 30 TELEMARK SUBSEA .....</b>	<b>10</b>
3.1.	Forslag til vedtak .....	10
3.2.	Vurdering av daglig leder .....	10
3.2.1.	Sammendrag .....	10
3.2.2.	Denne søknaden .....	11
3.2.3.	Videre planer .....	11
3.2.4.	Selskapsstrukturer.....	11
3.2.5.	Forhold til støtterelement.....	12
3.3.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	12
3.3.1.	Bakgrunn .....	12
3.3.2.	Målsetting .....	12
3.3.3.	Dette forprosjektet .....	13
3.3.4.	Tre lokasjoner i Telemark.....	13
3.3.5.	Økonomi .....	13
3.3.6.	Selskapsutvikling .....	14
3.3.7.	Markedet.....	14
3.3.8.	Videre utvikling .....	15
3.3.9.	Organisering .....	15
3.3.10.	Sammendrag .....	15
3.4.	Vedtak i styret.....	16
3.5.	Vedlegg til saken .....	16
3.5.1.	Vedlegg 1 .....	16
<b>4.</b>	<b>SAK NR 31 TELEMARKSREISER .....</b>	<b>16</b>
4.1.	Forslag til vedtak .....	16
4.2.	Vurdering av daglig leder .....	16
4.2.1.	Sammendrag .....	16



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

4.2.2.	Opplegg for profilering gjennom Telemarksreiser og IN. ....	17
4.2.3.	Opplegg for profilering gjennom skidestinasjoner og IN. ....	17
4.2.4.	Kostnadsspesifikasjon .....	17
4.3.	Beskrivelse av prosjektet fra Telemarksreiser .....	18
4.3.1.	Bakgrunn .....	18
4.3.2.	2012 Blir nok et tøft reiselivsår i Telemark .....	18
4.3.3.	Vi må dra i fellesskap og jobbe langsiktig .....	19
4.4.	Sammendrag av søknaden fra Telemark Alpint.....	19
4.4.1.	Bakgrunn .....	19
4.4.2.	Samarbeidspartnere .....	19
4.4.3.	Gjennomføringen.....	20
4.4.4.	Økonomi .....	20
4.5.	Vedtak i styret.....	20
4.6.	Vedlegg til saken .....	20
4.6.1.	Vedlegg 1 .....	20
4.6.2.	Vedlegg 2 .....	20
<b>5.</b>	<b>SAK NR 32 VEST TELEMARK NÆRINGSUTVIKLING .....</b>	<b>20</b>
5.1.	Forslag til vedtak .....	20
5.2.	Vurdering av daglig leder .....	20
5.3.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	21
5.3.1.	Bakgrunn .....	21
5.3.2.	Hovudmål: .....	21
5.3.3.	Rammer .....	21
5.3.4.	Omfang og avgrensning .....	21
5.3.5.	Prosjektledelse .....	21
5.3.6.	Hovudaktiviteter .....	21
5.3.7.	Tids- og ressursplaner.....	21
5.3.8.	Økonomi .....	22
5.4.	Vedtak i styret.....	22
5.5.	Vedlegg til saken .....	22
5.5.1.	Vedlegg 1 .....	22
5.5.2.	Vedlegg 2 .....	22
<b>6.</b>	<b>SAK NR 33 TELEMARK MUSEUM .....</b>	<b>22</b>
6.1.	Forslag til vedtak .....	22
6.2.	Vurdering av daglig leder .....	22
6.3.	Vurdering av fykerådmann .....	23
6.4.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	23
6.4.1.	Sammendrag .....	23
6.4.2.	Utviklingsprosjektets historikk .....	23
6.4.3.	Finansiering av museumsbygget.....	24
6.4.4.	Kombinasjonen av sjøfartsmuseum og vitensenter .....	24
6.4.5.	Driftsbudsjettet og stillingstilfanget .....	24
6.4.6.	Åpningsutstilling - hovedutstilling .....	24
6.5.	Budsjett åpningsutstillingen.....	25
6.6.	Vedtak i styret.....	25
6.6.1.	Vedlegg 1 .....	25
6.6.2.	Vedlegg 2 .....	25
<b>7.</b>	<b>SAK NR 34 BØ KOMMUNE FORPROSJEKT .....</b>	<b>26</b>
7.1.	Forslag til vedtak .....	26
7.2.	Vurdering av daglig leder .....	26
7.3.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	26
7.3.1.	Bakgrunn .....	26
7.3.2.	Bakgrunn og prosjektbeskrivelse .....	26



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

7.3.3.	Budsjett for forstudiet .....	26
7.4.	Vedtak i styret.....	27
7.5.	Vedlegg til saken .....	27
7.5.1.	Vedlegg 1 .....	27
<b>8.</b>	<b>SAK NR 35 PILOT PROSJEKT HERØYA.....</b>	<b>27</b>
8.1.	Forslag til vedtak .....	27
8.2.	Vurdering av daglig leder .....	27
8.2.1.	Sammendrag .....	27
8.3.	Vurdering av fylkesrådmann.....	28
8.4.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	28
8.4.1.	Søknad om støtte til med finansiering av Pilotarena Herøya .....	28
8.4.2.	Prosjektets målsetting .....	28
8.5.	Vedtak i styret.....	29
8.6.	Vedlegg til saken .....	29
8.6.1.	Vedlegg 1 .....	29
<b>9.</b>	<b>SAK NR 36 GRÜNDER UKE .....</b>	<b>29</b>
9.1.	Forslag til vedtak .....	29
9.2.	Vurdering av daglig leder .....	29
9.3.	Beskrivelse av prosjektet fra søker .....	30
9.3.1.	Bakgrunn .....	30
9.3.2.	Prosjektets målsetting .....	30
9.3.3.	Hvordan .....	30
9.3.4.	Fremtidig organisering/finansiering .....	30
9.3.5.	Samarbeidspartnere .....	30
9.3.6.	Økonomi .....	31
9.4.	Vedtak i styret.....	31
9.5.	Vedlegg til saken .....	31
9.5.1.	Vedlegg 1 .....	31
<b>10.</b>	<b>NESTE STYREMØTE .....</b>	<b>31</b>



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 1. SAK NR 28 REFERAT FRA STYREMØTE 21.06.2012

### 1.1. Forslag til vedtak

De utsendte referatet godkjennes.

### 1.2. Vedtak i styret

### 1.3. Vedlegg Protokoll

## 2. SAK NR 29 SILMAG PRODUCTION

### 2.1. Forslag til vedtak

Styret vedtar å ytre støtte til Silmag Production AS på totalt 1,2 MNOK. Beløpet fordeler seg på:

Tilskudd	0,2 MNOK
Lån til markedsrente Nibor pluss 3,5%	1,0 MNOK
Lånet tilbakebetales så snart de industrielle eller finansielle aktører har betalt inn sin kapital.	

Tilskuddet utbetales så snart Silmag Production AS har akseptert vilkårene for både lån og tilskudd.

Utbetaling av lån fordeles i to rater, en del ved signering av avtalen og en del 1. november 2012. Forutsetning for utbetaling av den siste delen av lånet er at Silmag Production AS kan dokumentere tilstrekkelig fremdrift i forhold til mulige investorer.

### 2.2. Vurdering av daglig leder

#### 2.2.1. Sammendrag

Det er etter daglig lederes syn dokumentert fra søker at det er stor interesse for å starte opp med produksjon ved Herøya.

Selv om det fortsatt er risiko ved å gå inn med lån og tilskudd vil muligheten ved en eventuell oppstart være så stor at den vil forsvare at TUF gir lån/tilskudd på 1,2 MNOK.

Det er viktig at vi viser at det er muligheter i Telemark til å yte en viss støtte til selv de største etableringer. Ringvirkningene for en slik etablering vil føre til en styrkning av stoltheten og troen på at vi skal få til videre vekst i Telemark.

Det kan stilles spørsmål ved om nødvendigheten av å utarbeide ny dokumentasjon for aktuelle investorer. Dette er budsjettert med 1,3 MNOK til dette og skal utføres av Sparebank 1 Markeds. Etter daglig leders vurdering er det fornuftig at dokumentasjonen utarbeides i denne fasen.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 2.2.2. Sak 22/12 Styremøte den 15.05.2012

I styremøte den 15.05. var søknaden fra Silmag opp til behandling, den gang var det forutsetning å kjøre et testopplegg med bl.a. å kjøpte ut rettighetene fra Hydro. Styret fattet den gang følgende vedtak:

*Styrevedtak:*

*Styret er positive til søknaden, et enstemmig styre valgte å utsette saken og ba daglig leder fremskaffe flere opplysninger, herunder rapport fra ekspert panelet som Innovasjon Norge har opprettet.*

*Det vil bli avholdt et styremøte pr telefon så snart styremøte i Innovasjon Norge er avholdt og daglige leder har fremskaffet den ønskede dokumentasjon.*

## 2.2.3. Utvikling etter siste styremøte

Søknaden som var til behandling i styret var et lån på 10 MNOK inntil den totale finansiering av Silmag var på plass.

Etter styremøtet har det vært arbeidet tett både med Innovasjon Norge og søker. Fokus den første tiden fra selskapet var å skaffe tilstrekkelig med egenkapital som var et krav for et bredt engasjement både fra Innovasjon Norge og TUF.

Silmag har nå fått avklaring med Hydro om at de utsetter sitt krav om oppgjør for rettigheter og anlegg. Dette fører til at behovet for kapital i denne fasen er betydelig redusert. Det er gjennomført besøk fra flere store investorer som er interessert i å opprette virksomhet etter det foreslåtte konseptet.

Det er industrielle aktører fra både Japan og Kina som vurderer konseptet. Toyota konsernet har en stor stab som jobber direkte med prosjektet. De vil denne uken komme tilbake med en rekke spørsmål før en eventuell due diligence avtale. Før dette så har de hatt tilgang til datarommet og stilt opp med 15 personer som har gjennomført solide gjennomganger av tilgjengelig dokumentasjon.

Det er erfaringen fra disse møtene som har konkludert med at det må arbeides bedre med den dokumentasjon som kreves.

At de nå er kommet så langt bør være positivt for en mulig etablering.

## 2.2.4. Hovedpunkter i denne søknaden

Hovedoppgaven nå er konsentrert om å utforme optimale dokumentasjoner over det tekniske anlegget, dette utføres av BIS Production partner. BIS er det selskapet som har gjennomført vedlikehold og drift av disse anleggene og er det selskapet som kjenner den tekniske situasjonen for selskapet.

Sparebank 1 er engasjert for å kvalitetssikre og spisse nødvendige investor dokumenter som kan vise seg å være helt avgjørende.

Videre er det behov for daglig drift, reise og utarbeidelse av materiell prøver.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 2.2.5. Budsjett finansiering

Aktivitet	Budsjett kr
Reise/opphold investorbesøk.	150.000
Utarbeide DD-dokumenter til investorer. Leie inn 2 konsulenter fra BIS for å oppgradere all teknisk dokumentasjon.	400.000
Dekke noen driftskostnader i perioden fram til 1.november. Hovedsakelig husleie, kontor og administrasjon.	300.000
Utarbeide fullstendig dokumentasjon for investor (finansielle/industrielle). Leie inn konsulenter for å ferdigstille komplett dokumentasjon.	1.300.000
Markedsaktiviteter, utarbeide vareprøver på den lille piloten. Leie konsulent fra BIS for å kjøre den lille piloten.	250.000
Engineerings og planleggingsarbeid på fullskalaanlegget.	150.000
<b>Sum eksterne kostnader</b>	<b>2.550.000</b>

Dette er eksterne kostnader som de søker finansiert. I tillegg så har selskapet egne kostnader til eget arbeid som de har estimert til 10.800 timer hittil. I perioden frem til 1.november er det estimert ytterligere 1.600 timer.

Finansieringskilde	Budsjett kr
Innovasjon Norge. Tilskudd (utbetalt)	150.000
Herøya Arbeiderforening, Lån	1.200.000
Telemark Utviklingsfond. Lån og tilskudd	1.200.000
<b>Sum søkt finansiering</b>	<b>2.550.000</b>

## 2.2.6. Risiko i prosjektet

Risikoen for TUF er nå betydelig redusert, det omsøkte beløpet er nå redusert til om lag 10 % av den siste søknaden.

Det er fortsatt en risiko for at prosjektet ikke blir gjennomført. At prosjektet har levd frem til nå er imidlertid positivt, samtidig som det er en styrke for prosjektet at det nå er konkrete investorer som tester ut og besøker anlegget.

Daglig leder er av den oppfatning at TUF bør ta denne risikoen. Det er en større gevinst for Telemark dersom prosjektet blir gjennomført enn det vil være å tape det foreslåtte beløpet på 1,2 MNOK.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

### 2.2.7. Konsekvenser ved avslag på søknad

Det kan se ut som det er en reell fare for at det ikke vil bli produksjon ved den nedlagte fabrikk dersom de ikke får en del støtte fra TUF i denne fasen.

Det er imidlertid vanskelig å etterprøve om dette er realiteter, det er kort tid til 1. november. Det er ikke mulig å bekrefte eller avkrefte om dette er virkeligheten.

### 2.2.8. Vurdering i forhold til støtterelement

Tilskuddet som gis er innenfor begrepet bagatellmessig støtte. Lånet blir gitt til markedsmessige vilkår og er således innenfor lovverket

## 2.3. Beskrivelse av prosjektet fra søker

### 2.3.1. Sammendrag

Viser til samtale og sender en kort status.

#### **Hydro:**

Vi har en frist fram til 1. november med å vise Hydro at vi har fått industrielle investorer som kan finansiere prosjektet.

Vi trenger ikke å betale Hydro 22 millioner for piloten før prosjektet er fullfinansiert. Det betyr at vi ikke trenger å fokusere på de "korte pengene"

#### **Finansiering**

Vi er i dialog med flere industrielle Investorer. De vi har kommet lengst med er:

- Toyota Tsusho fra Japan. Toyota Tsushoi er et selskap i Toyota konsernet. De har også bedt om eksklusivitet og vil at vi ikke inngår avtale med noen andre. Dette er et veldig positivt tegn
- Morimura fra Japan. De var på besøk hos oss på Herøya 28.august. Dette firmaet er et av de store handelshusene i Japan.
- ShanXi United Magnesium Industry Co. Ltd. Dette er et kinesisk selskap. Vi har vært på besøk hos dem i uke 33. De ønsker primært et joint venture samarbeid og magnesium presstøpteknologi. De er eid av et av de største bilfabrikkene i Kina.

Av andre investorer er det også en prosess med 5 andre kinesiske selskaper og et selskap i Sør Korea. Det vi ser at de japanske selskapene ikke vil samarbeide med de kinesiske. Det betyr at vi har fått en konkurranse situasjon.

#### **Vårt budsjett fram til 1.november er:**

#### **Budsjett frem til 1.November Totalt kr 2.350.000**

- 150.000: reise/opphold investorbesøk





# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

- 400.000: utarbeide DD-dokumenter til investor: Leie inn 2 konsulenter fra BIS for å oppgradere all teknisk dokumentasjon.
- 300.000: dekke noen driftskostnader i perioden fram til 1.november. Hovedsakelig husleie, kontor og administrasjon
- 1.300.000: Utarbeide fullstendig dokumentasjon for investor (finansielle/industrielle): Leie inn konsulenter for å ferdigstille komplett dokumentasjon
- 250.000: markedsaktiviteter, utarbeide vareprøver på den lille piloten. Leie konsulent fra BIS for å kjøre den lille piloten.
- 150.000: engineerings og planleggingsarbeid på fullskalaanlegget

Av Innovasjon Norge har vi fått et tilskudd på kr 150.000.

Vi søker herved om finansiering (lån eller tilskudd) fra Telemark utviklingsfond på kr 1.200.000.

Vi sender også en søknad til Herøya Arbeiderforening om å få et lån på 1.200.000.

### Egeninnsats

Timer som vi har lagt inn i prosjektet til nå er 10.800 timer. I tillegg har vi dekket våre reisekostnader selv.

Egeninnsats fra 01.09.2012 til 01.11.2012 vil være ca 1600 timer

### Info om de forskjellige interessentene:

#### Japan

SMBC Nikko (som er Jubilees partner i Tokyo) har møter denne uken med Toyato Tsusho for å komme tilbake med liste over due diligence spørsmål og sette tidspunkt for et besøk til Herøya. De er også positivt innstilt til å samarbeide med investorer fra Midt-Østen og Sør-Korea, noe som vil gjøre dette lettere for dem. Vi er svært godt fornøyd med progresjon i dette sporet, da japanske selskaper ikke bruker så mye tid og så mange senior ressurser på et prosjekt de ikke er veldig positive til.

Morimura fra Japan. De var på besøk hos oss på Herøya 28. august. De ønsker primært å sikre seg distribusjon av magnesium i Japan.

#### Kina

Investecs Kina-kontor (Jubilees partner) følger opp med de store statseide selskapene (5 selskaper) som har vist interesse for prosjektet. Det er foreløpig vanskelig å dømme hvor langt vi er i prosessen, men de har helt klart vist en betydelig interesse.

I tillegg er vi i forhandlinger med ShanXi United Magnesium Industry. De ønsker primært et samarbeid på magnesium presstøpteknologi. De ønsker både å kjøpe denne teknologien og investere i Silmag.

#### Midt-Østen:

Flere store investorer, deriblant et Sovereign Wealth Fond (a la Oljefondet) er



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

interessert. Vi har tilgang til høyeste nivå (styreformann og adm. dir) i disse fondene. De ble spesielt interessert i muligheten for å investere sammen med et japansk selskap på størrelse med TT, men kunne også være interessert i å investere ved siden av andre. Som sagt ble dette sett på som meget positivt i Tokyo.

### **Konsekvenser ved avslag på søknad**

Dersom TUF velger å si nei er det mye som tyder på at vi ikke klarer å kjøre prosessen som er nødvendig for å tilfredsstille potensielle investorer. Det betyr med andre ord at vi ikke klarer å realisere ny produksjon av magnesium og silika på Herøya.

Hydro har sagt at vi må komme med en troverdig løsning mhp investorer innen 1. november.

Vi håper at TUF ønsker å støtte oss nå i innspurten. Disse midlene er mildt sagt ekstremt viktig for at vi klarer å realisere prosjektet.

## 2.4. Vedtak i styret

## 2.5. Vedlegg til saken

### 2.5.1. Vedlegg 1

## 3. SAK NR 30 TELEMARK SUBSEA

### 3.1. Forslag til vedtak

Styret innvilger 2 MNOK til dette forprosjektet. Styret ser med forventning frem til videreutvikling av Telemark Subsea med de tre lokasjonene.

Tilskuddet utbetales til Telemark Technologies AS som vil ha ansvaret for gjennomføringen av dette forprosjektet.

Daglig leder skal følge opp fremdriften i selskapene på en aktiv måte.

### 3.2. Vurdering av daglig leder

#### 3.2.1. Sammendrag

Notodden Utvikling søker på vegne av Telemark Technologies om et tilskudd på 2 MNOK som skal gå til realisering av et forprosjekt.

Forprosjektet er nødvendig for å vise markedet at det er tilstrekkelig med vilje og evne til en etablering som dette.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

Det er en uttalt ambisjon at Telemark skal ta en større andel av dette markedet, Telemark ligger langt tilbake i markedsandeler i forhold til områder det er naturlig å sammenligne oss med.

Gjennom bl.a. dette prosjektet skal TUF være med på å danne grunnlaget for å ta en større del av dette markedet.

Ved å imøtekomme denne søknaden viser TUF nødvendig vilje til å starte med konkrete prosjekter for at Telemark skal kunne utvikle seg innen denne bransjen.

Daglig leder har siden juni arbeidet tett med NUAS, Seljord Kommune og Torgeir Straand om etablering av Telemark Subsea.

### 3.2.2. Denne søknaden

Denne søknaden er utarbeidet av Notodden Utvikling med sterk involvering av Torgeir Straand. Dette er et forprosjekt for å vise markedet konkrete og realistiske planer for tenkt selskapsstruktur.

Dette forprosjektet vil danne grunnlaget for realisering av bedriftene på Notodden, Seljord og Porsgrunn.

Gjennomføringen av forprosjektet har en plan om å presentere planer og et styringssystem for aktuelle kunder i første del av november, herunder Statoil.

### 3.2.3. Videre planer

Det er satt opp planer for videreutvikling delt opp i faser.

I Seljord mangler det nå formannskapetets godkjenning på del finansiering av et eget selskap for å sette opp eget produksjonsbygg. Lokalt i Vest Telemark er det siden 1.juli reist totalt 10 MNOK til etablering i Seljord.

Aktørene i Vest Telemark med Seljord Kommune i spissen har vist en handlingsevne som kan stå som mal for hele fylket.

Det er konkrete planer som bl.a. innebærer byggestart i Seljord våren 2013, dette indikerer det tempoet vi nå være villige til å delta i dersom vi skal kunne ha suksess i dette markedet.

I disse planene må Innovasjon Norge være en stor aktør, Telemark Utviklingsfond bør også være med i arbeidet for å realisere disse planene om å bli en betydelig aktør i et marked som en kan forvente å være i årtier fremover.

### 3.2.4. Selskapsstrukturer

Planen til Torgeir Straand er å etablere tre selskaper med sterk lokal forankring og med eierskap fra sentrale ansatte i disse selskapene.

Det vil bli satt opp fellesfunksjoner der dette er fornuftig.

I en verden der selskaper har en tendens til å bli større og større og der eierskapet blir fjernere fra miljøet vil Straand gjøre det motsatte.

Daglig leder mener at dette er fornuftig, selskapet vil kreve en rekke personer med høy og verdifull kunnskap. Ved å knytte disse opp mot eierskap i selskapet vil det bli bygd en spesiell og sterk lojalitet til selskapet.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

Denne lojaliteten som vil bli bygd opp vil være avgjørende for å lykkes i et marked som har behov for spesialkunnskap både teoretisk og praktisk. Kunnskapen er til stede i distriktene.

Dette vil videre være med på å danne grunnlaget for å opprettholde nødvendig og ønsket bosetting i Telemark.

### 3.2.5. Forhold til støtterelement

For at selskapet skal vurderes som forbudt i forhold til statsstøtterelementet er det 6 punkter som må være oppfylt før en kan vurdere om det ikke er lovhjemmel til å yte støtte. Er alle disse punktene oppfylt må en vurdere regelverket i forhold til unntaksbestemmelser.

Dette forprosjektet vil ikke påvirke samhandelen innen EØS området negativt. Etter daglig leders syn vil ikke støtte påvirke handel negativt.

I tillegg vil støtten falle inn under begrepet bagatellmessig støtte

Videre støtte vil bli koordinert sammen med Innovasjon Norge og en vil i fellesskap sørge for at støtte vil bli gitt innenfor regelverket.

## 3.3. Beskrivelse av prosjektet fra søker

### 3.3.1. Bakgrunn

I slutten av juni dette år inngikk Torgeir Straand en avtale med Nopro om overtagelse av deres mekaniske avdeling. Sener i år inngikk Straand en avtale om overtagelse av Industriteknikk AS, et lokalt selskap som har spesialisert seg på mekanisk utvikling, konstruksjon og maskinering.

Oppkjøpene vil inngå i strukturen under det nyetablerte selskapet - Telemark Technologies AS.

Videre er det i ferd med å bli klargjort en etablering på Århusmoen i Seljord. Her har lokale aktører som Seljord Kommune, Seljord Sparebank og Vest Telemark Næringsutvikling finansiert en total pakke på 10 MNOK med tanke på oppsett av eget bygg for Telemark Subsea Vest Telemark.

Det er mangel på kapasitet innen område, søknaden om støtte nå er for å dokumentere og vise markedet at Telemark Subsea med tre lokasjoner er i stand til å fremvise troverdighet for at de kan stille denne kapasiteten til disposisjon.

### 3.3.2. Målsetting

Gruppen av selskaper har som målsetning å være en ledende norsk leverandør av undervannssystemer. I dette inngår engineering, prosjektering, produksjon, test og integrasjon av systemer og levering av proprietære produkter for de ledende selskapene på systemleveranser til olje- og gassmarkedet.

At det er valgt flere lokasjoner i Telemark henger sammen med tilgang og stabilitet i forhold til arbeidskraft. Straand legger stor vekt på at de som er aktuelle å ansette både har teoretisk og praktisk bakgrunn, slik at de best mulig kan ivareta de utfordringer de vil få. Spesielt innenfor mekanisk teknologi betyr det mye å ha en viss praktisk bakgrunn, i tillegg til ingeniørutdanningen.

Det er inngått en samarbeidsavtale med både Nopro og NAV om rekruttering og opplæring.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 3.3.3. Dette forprosjektet

Det planlegges nå et forprosjekt som tar sikte på å etablere Telemark Subsea AS med følgende aktiviteter:

- Maskinering
- Plate- og sveisearbeid
- Montasje
- Test og kvalitetssikring
- Mekanisk engineering
- Attføring (samarbeid med Nopro)
- Interaction Engineering.

Dersom man lykkes med å overbevise markedet/kunden om satsningen vil dette, i følge Torgeir Straand gi Telemark over 100 nye arbeidsplasser..

Straand mener det er viktig å synliggjøre mest mulig substans i en tidligfase, og har derfor planer om å gjennomføre følgende aktiviteter som skal synligjøres for markedet i de nærmeste uker.

Dette arbeidet vil bli gjennomført på Notodden, men vil danne grunnlaget for alle destinasjonene. Tanken er allerede i november å vise aktuelle kunder herunder Statoil at denne kapasiteten kan bygges i Telemark. De er spesielt interessert i utviklingen av interface/kontrollsystemet.

## 3.3.4. Tre lokasjoner i Telemark

Seljord konseptet viser den vilje de har til å legge kapital inn i et bygg skreddersydd for formålet og som vil bli i samme stil som Teknologi parken på Notodden.

Notodden har bygget på plass her er det snakk om oppussing og oppdateringer.

I Porsgrunn er det nær med signering av avtaler som innebærer oppkjøp og derigjennom nødvendig krisehjelp for å redde et eksisterende produksjonsmiljø.

## 3.3.5. Økonomi

Oppdatering av maskiner og utstyr	1,100
Påkostning, tilrettelegging og oppgradering av produksjonshall (1400kvm)	0,630
Utvikling av interface/kontrollsystem, applikasjon for overvåking og kontroll av subsea systemer	2,250
Prosjektering og utvikling av fysiske fasiliteter (lokaler og infrastruktur) som tilfredsstillende nødvendige krav i markedet og som skal presenteres i en audit planlagt første del av november.	1,010
Engineering, Systemutvikling av en produksjonslinje	1,340
<b>Sum kostnader forprosjektet</b>	<b>6,330</b>



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## Finansieringsplan

Tekst	Beløp MNOK
Telemark Utviklingsfond	2,0
Innovasjon Norge)	1,0
Notodden Utvikling	1,5
Egenkapital	1,830
<b>Sum finansiering</b>	<b>6,330</b>

### 3.3.6. Selskapsutvikling

Straand mener det er realistisk å anta at det kan skapes ca 50 nye arbeidsplasser på Notodden.

I Seljord er det forventet å skape 30 – 50 nye arbeidsplasser

I Porsgrunn er det også forventet å sysselsette 30 – 50 personer.

Det er beregnet en omsetning på 1,5-2 millioner kroner pr. tilsatte

### 3.3.7. Markedet

Små og store subsea-relaterte bedrifter står foran en gigantisk opptur de neste årene. I følge tall fra Rystad Energy skal markedet nesten doble seg frem til og med 2015.

Bransjen deler ofte opp Subsea-markedet i tre områder. Det første segmentet er SURF-markedet (Subsea Umbilicals, Risers and Flowlines). Segment nummer to kalles Subsea Equipment, mens den siste delen er Subsea Service (ettermarkedet).

Telemark Subsea AS opererer i sammen med samarbeidspartnere i samtlige av disse segmentene.

Samlet er det ventet at oljeselskapenes innkjøp innen disse tre områdene vil ha en global vekst fra 33 milliarder dollar i 2011 til 61 milliarder dollar i 2015. Dette forklares med en solid global utviklingsagenda på dypt vann fremover.

I Norge vil felt som Knarr, Stjerne Skuld og Goliat bli satt i drift. Internasjonalt finnes også store muligheter gjennom prosjekter i Angola, Mexicogolfen, Brasil og Australia.

Det forventes oppstart av en lang rekke subsea juletrær. Beregninger bransjen selv har gjort viser at antall treoppstarter skal øke fra 365 i 2012 til 530 i 2015. De største leverandører av juletre og manifolder på norsk sokkel er FMC (44%) og Aker Solutions (32%)



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 3.3.8. Videre utvikling

Dersom selskapet lykkes med å overbevise markedet om at de har nødvendig kompetanse, hensiktsmessig fasiliteter, samt nødvendig tilgang på kapasitet ser man for seg følgende utvikling etter gjennomført forprosjekt:

### Fase 1b:

- forprosjekt Vest-Telemark

### Fase 2:

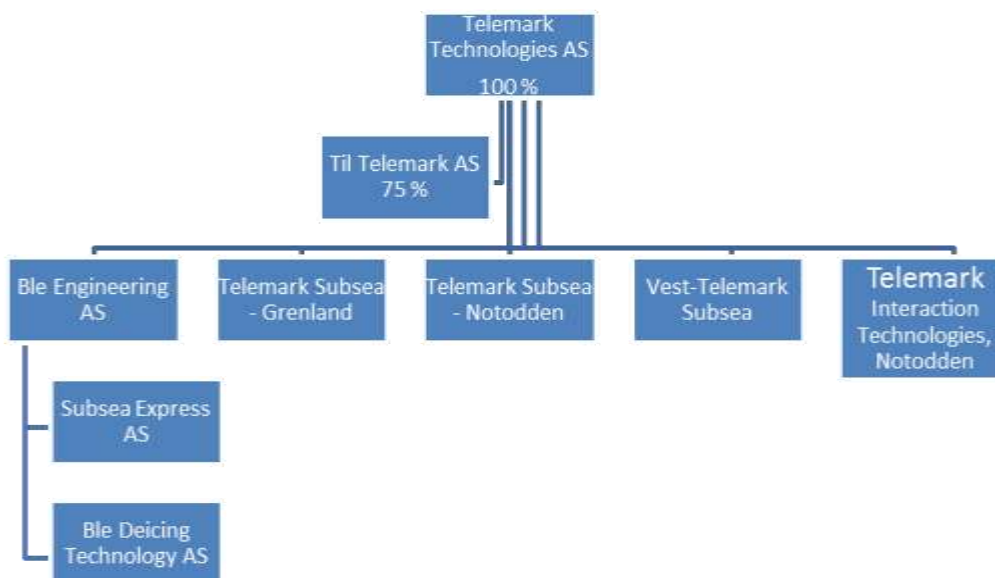
- Oppskalering av Notodden (Industribygg, etablering av nødvendig infrastruktur på Tuven, maskiner og utstyr.
- Finansiering

### Fase 3: (Hele Telemark) – Sommer 2013

- Nybygg i Vest-Telemark (Århusmoen Industripark – næringshage)
- Bygg i Grenland
- Maskiner

## 3.3.9. Organisering

Telemark Subsea selskapene vil bli organisert inn i denne strukturen.



## 3.3.10. Sammendrag

I Notodden har vi i løpet av de siste årene registrert en sterk vekst innenfor denne bransjen. Bedriftene har vokst og nye har kommet til. Vi ser også at fellesskapet i den nye teknologiparken til Sperre bærer gode resultater og bidrar til et bedre omdømme.

Subseamarkedet er stort, og det er voksende.

Notodden Utvikling AS mener det er riktig å støtte opp om slike initiativ. Vi er selv i kontakt med de ledende aktører i bransjen og erfarer hvilken stor aktivitet de har. Gjennom å tilrettelegge for dette initiativet vil vi styrke et regionalt innovasjonsmiljø som på sikt vil kunne bidra til økt vekst og fornyelse.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 3.4. Vedtak i styret

## 3.5. Vedlegg til saken

### 3.5.1. Vedlegg 1

## 4. SAK NR 31 TELEMARKSREISER

### 4.1. Forslag til vedtak

Styret bevilger kr 1.000.000,- til sommer og høstmarkedsføring for 2012 av Telemark, spesifisert på aktiviteter satt opp i eget oppsett. Beløpet utbetales til Telemarksreiser som sørger for nødvendig gjennomføring. Styret vil akseptere avvik fra de fastsatte aktiviteter, men innenfor rammen av det bevilgede beløp. Daglig leder har fullmakt til å godkjenne dette etter forespørsel fra Telemarksreiser.

Videre bevilges det kr 750.000,- øremerket vintermarkedsføring sesongen 2011/2012 og spesifisert i eget opplegg. Utbetalingen skjer til selskapet Telemark Alpint AS, som er et felles profileringsselskap for vinterdestinasjonene i Telemark.

### 4.2. Vurdering av daglig leder

#### 4.2.1. Sammendrag

Søknaden er stilet til Telemark Fylkeskommune. Den er behandlet i hovedutvalg for næring. TFK har bevilget kr 750.000,- og anmodet om at Telemark Utviklingsfond behandler søknaden.

Av bevilgningen på kr 750.000,- er partene enige i at kr 500.000 skal øremerkes satsing på vintermarkedsføring og gjennomføres av de samarbeidene vinterdestinasjoner under paraplyen Telemark Alpin AS

Styret i TUF har tidligere uttalt at de vil vente på en reiselivsplan før det blir aktuelt å bevilge midler til reiseliv i Telemark utover det som i dag bevilges til Telemarkskanalen og TIN.

Hovedutvalget for næring vil ha mer tid før den endelige planen godkjennes, etter daglig leders syn er det fornuftig å bruke ekstra tid på dette arbeidet.

Det betyr at vi bør være med på å gjennomføre en del nødvendige tiltak og da gjennom Telemarksreiser og Innovasjon Norge. Videre bør vi også delta sammen med vinterdestinasjoner i Telemark som har eget opplegg med Innovasjon Norge. TUF må være med på profilering slik at Telemark ikke blir ytterligere akterutseilt i kampen om turister.

Daglig leder mener at vi må kunne stille spørsmål med hvordan vi har benyttet markedsføringsmidler frem til nå. Derfor bør det være riktig å delta en del gjennom Telemarksreiser som i hovedsak har lagt opp til sommer og høstprofilering. Videre bør vi delta med vinterdestinasjonene som nå har utarbeidet egne opplegg konsentrert om det største markedet Danmark.





# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

Vinterdestinasjonene er viktige for sysselsetting i øvre del av vårt fylke, en del av bevilgningen fra TUF må være å profilere reiselivsdestinasjonene i øvre del av fylket. Dette er i samsvar med intensjoner og samarbeidsavtaler ved opprettelse av TUF.

Dette er hovedbegrunnelsen for å kanalisere våre midler inn til to aktører som det samtidig er en aktiv dialog mellom.

I årene fremover må Telemark være med på felles profilering gjennom Innovasjon Norge og andre landsselskaper, her er det imidlertid en stor utfordring i å bli synlig nok. Det har vært en tendens til at Telemark har blitt satt bak i køen når det gjelder synlighet, dette kan ha noe med midler vi selv bruker eller det kan være en ønsket løsning for å profilere de større turistdestinasjoner. Dette må vi ta lærdom av og sørge for at vi bruker et betydelig beløp på egne opplegg, dette vil kreve stor samordning og enighet blant alle aktører i Telemark.

Det bør være en forutsetning at beløpene som TUF bevilger skal bli brukt i direkte markedsaktivitet, de administrative kostnadene som Telemarksreiser belaster prosjektet bør være på et minimum. Telemarksreiser får ca kr 3.500.000 årlig fra TIN. En vesentlig del av dette er betalt av TUF og en bør forvente at dette skal være med på å dekke administrative kostnader for Telemarksreiser.

### 4.2.2. Opplegg for profilering gjennom Telemarksreiser og IN.

Det er ikke klare planer for hvordan profileringen skal foregå. Dette blir klart først etter at en ser hvor mye penger en totalt får inn til profilering.

Dette kan ikke være en optimal arbeidsform for hvordan Telemark skal profileres, men vi må inntil videre akseptere at dette er svaret. Telemarksreiser har fått spørsmål om dette, de svarer følgende:

«Hvilke tiltak vi faktisk får gjennomført, vil avhenge av hva næringen ønsker å delta i også. En del av dette er tiltak gjennom IN, en del er andre tiltak utført i egen regi eller i samarbeid med andre. Markedsplanen legges frem for reiselivet på medlemsmøte 14-15 november og frister for tilbakemelding på deltakelse vil stå i denne. Vi må søke på dette noe uklare grunnlaget fordi vi vet ikke hva vi kan sette opp i markedsplanen som forslag til tiltak før det også er gitt tilskudd fra fylket»

Daglig leder foreslår å dekke inn 50% av kostnadene til aktivitet i henhold til oppsett fra Telemarksreiser. Det er imidlertid satt 0 i beløp som er avsatt til tekniske løsninger og kostnader satt til utrulling av varemerke for Telemark. Beløpene og de enkelte profileringselementene TUF bør støtte er satt opp i tabell i pkt.

### 4.2.3. Opplegg for profilering gjennom skidestinasjoner og IN.

### 4.2.4. Kostnadsspesifikasjon

Kostnadene er satt opp i samsvar med søknad fra Telemarksreiser, oppstillingen under viser gruppeposter. Det er spesifiserte aktiviteter under gruppepostene. Tilskudd fra TUF er fordelt på underposter. I store trekk er det foreslått bevilget 50% av det som er spesifisert i kolonne finansiert av TR. Det er foreslått å yte tilskudd til direkte markedsrelaterte prosjekter, dette forklarer avviket mellom 50% finansiert av TUF.

Dersom Telemarksreiser og næringen finner det fornuftig vil de kunne fordele tilskuddet på 1 MOK til sommermarkedsføring på de mest fornuftige prosjektene. Det skal imidlertid være direkte prosjekter mot markedet.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

Oversikt over markedsaktiviteter Telemarkreiser/Skidestinasjoner					
Tekst. Alle beløp i TNOK	Fra Telemarksreiser			Tilskudd TUF	Tilskudd TFK
	Kost	Fin. TR	Fin. Næring		
Sommermarkedsføring					
<b>Tyskland</b>					
Sum Tyske marked sommer	705	560	145	250	
<b>Nederland</b>					
Sum Nederlandske marked	715	545	170	225	
<b>Danmark</b>					
Sum Danske marked	765	550	215	225	
<b>Norge</b>					
Sum Norske marked	750	490	260	120	
<b>Tema - flere markeder</b>					
Sum flere markeder	630	400	230	180	
Sum Sommer og høstkampanjer	3 565	2 545	1 020	1 000	250
<b>Vintermarkedsføring Danmark og evt Norge</b>	800	500	300	750	500
<b>Totalt</b>	<b>4 365</b>	<b>3 045</b>	<b>1 320</b>	<b>1 750</b>	<b>750</b>

### 4.3. Beskrivelse av prosjektet fra Telemarksreiser

#### 4.3.1. Bakgrunn

Telemarkreiser AL søker med dette om tilskudd til felles markedsføring av Telemark for vintersesongen 2012/2013 og sommersesongen 2013 på totalt kr 2.200.000. Ettersom innmelding av deltakelse sammen med Innovasjon Norge og mye av arbeidet med aktivitetene gjennomføres fra sommeren 2012 sendes søknaden nå.

Telemarks reiseliv er avhengig av økt synlighet mot markedene for å øke trafikk og markedsandeler. Dette ønsker vi å oppnå gjennom midlene vi søker fra fylkeskommunen. Målene oppnås ikke alene gjennom aktivitetene som gjennomføres av Telemarkreiser, men vi ser at vi kan få markedsmidler til å vokse ved å samarbeide med større aktører som Innovasjon Norge og gjerne også sammen med andre markedsorganisasjoner hvor vi kan bli større sammen i markeder og mot målgrupper vi deler. Vi ser også at vi med økt offentlig støtte til kampanjeaktiviteter og prosjekter oppnår å stimulere reiselivsnæringen til å bidra selv med mer enn de ellers ville gjort, slik at totalkampanjene og *Telemarks synlighet* blir større.

#### 4.3.2. 2012 Blir nok et tøft reiselivsår i Telemark

Offentlig gjestedøgnstatistikk fra SSB viser at reiselivet i Telemark totalt sett har tapt markedsandeler ifht andre fylker i Norge i en årrekke fra en markedsandel på 5,2% i 2001 til 3,6% totalt i 2011. Tap av markedsandeler har de siste 10 årene skjedd både i det norske markedet og i det utenlandske markedet.

Telemarkreiser ønsker å bidra til at den trenden snus. Vi ser at næringen fortsatt ikke har evne til å bidra nok alene til å få den synligheten i markedene som gjør at vi kan konkurrere med



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

andre reisemål som vi taper markedsandeler til fra år til år. Reiselivsnæringen i Telemark har hatt flere år med dårligere lønnsomhet og strever med å i stor nok grad kunne bidra til den markedsføringen som skal skape mer reiselivstrafikk i fylket.

### 4.3.3. Vi må dra i fellesskap og jobbe langsiktig

Dialogprosessen rundt den regionale reiselivsplanen viser at det skal satses på Telemark som produktområde og felles merkenavn. I løpet av 2012 og inn mot sesongen 2013 er det planlagt at ny merkevare eller varemerke skal være utarbeidet for Telemark, og det vil være aktuelt å kjøre ut større kampanjer med ny merkevare for å øke Telemarks synlighet.

Det er svært vanskelig å måle direkte resultater av overordnet markedsføring, men med økt innsats på utvalgte områder, er vi glad for å se positive resultater spesielt på disse områdene og mener at noe av dette kan kreditere økt markedsføring med bidrag fra det offentlige virkemiddelapparatet.

## 4.4. Sammendrag av søknaden fra Telemark Alpint

### 4.4.1. Bakgrunn

Daglig leder i TUF har ved gjennomgang av tidligere års bevilgninger og prioriteringer sett at felles midler i stor grad har vært benyttet til markedsføring av sommer produkter.

Gjennom rapportering og uttalelser av markedsføringseksperter har det kommet tydelig frem at det er vinter og ski som bør være hovedbudskapet for profilering av Telemark.

Med dette så ble Telemark Alpint utfordret til å komme med et opplegg for ekstra vinter markedsføring. Det var en forutsetning at næringen og andre samarbeidspartnere måtte delta med ekstra midler til disse kampanjene-

### 4.4.2. Samarbeidspartnere

Vi har tatt opp spørsmålet om ytterligere deltagelse fra Innovasjon Norge med Henrik Verner Jensen. Han bekrefter at de er med beløp kr 500.000,-. Videre deltar næringen med kr 250.000 og Color Line med det samme beløpet



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 4.4.3. Gjennomføringen

Det vil bli gjennomført en ekstra profilering i Norge bl.a. gjennom annonsering og profilering i Skiinfo.

I Danmark der det vil bli kjøpt TV reklame med Telemarksfilm med våre USPer: Norges største skiregion, nærmest Danmark, 8 Skisenter, 1 kort TelemarkSuperSki.com, pluss loger til våre skisenter for å utnytte disse merkevarene  
Color Line blir det utvidet film visning og synlighet på Superspeed 1 og 2 pluss oppkjøp på mediamiksen de tilbyr.

## 4.4.4. Økonomi

Dette vil gi en total økonomi på 1,75 MNOK i tillegg til effekten av de 0,5 MNOK som TFK har bevilget gjennom sitt bidrag.

Den totale effekten av TFK sin bevilgning gir en total økonomi på 2,4 MNOK.

Til sammen blir dette formidabelt og vil matche Hemsedal og Trysil som er de store konkurrentene.

## 4.5. Vedtak i styret

## 4.6. Vedlegg til saken

### 4.6.1. Vedlegg 1

### 4.6.2. Vedlegg 2

## 5. SAK NR 32 VEST TELEMARK NÆRINGSUTVIKLING

### 5.1. Forslag til vedtak

Styret kan ikke imøtekomme søknaden om kr 600.000 til prosjektet Vestlandsbanen over Haukeli.

### 5.2. Vurdering av daglig leder

Vest Telemark Næringsutvikling søker om kr 600.000 i tilskudd til å arbeide aktivt mot beslutningstagere for å få kunne realisere planen om bygging av Haukelibanen.

Muligheten til å realisere planer om utbygging av Haukelibanen vil etter daglig lederes syn være et prosjekt som ikke vil kunne få prioritet de nærmeste 20 år.

For Telemark som helhet vil det være mest fornuftig å samle alle krefter om å få gjennomført prosjekter som Sør Vest banen, utvidelse av E18 og utvidelse av E 134.

Det vil ikke være riktig å benytte TUF sine midler til rent politisk arbeid, dette må andre fora arbeide med.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 5.3. Beskrivelse av prosjektet fra søker

Det er kopiert ut hovedpunkter fra søknaden, fullstendig søknad ligger vedlagt.

### 5.3.1. Bakgrunn

Ideen om høg fartstog i Norge er i stor grad knytt til omgrepet Haukelibanen og det pionerarbeidet som er utført av Norsk Bane AS. Kommunane i Vest-Telemark var tidleg ute med å støtte dette initiativet.

Tanken bak har vore at tilgang på eit så raskt transportmiddel ville kunne gje betydelege fordelar for kommunar i området som slit med næringsgrunnlag, mangel på arbeidsplassar og generelt manglande attraktivitet.

Den aktuelle bakgrunnen nå er at Jernbaneverket la fram sin Høg fartsutredning 25. januar 2012 og den politiske prosessen knytt til høg fartsbanen fram mot vedtak av ny NTP i 2013

### 5.3.2. Hovudmål:

Vestlandsbanen over Haukeli skal posisjonierast som det mest foretrekte nasjonale alternativet for høg fartstog mellom Oslo og Bergen/Haugesund/Stavanger.

I prioriteringa av ulike høg fartsbanar, skal Vestlandsbanen over Haukeli vera den banen som fyrst kan realiserast

### 5.3.3. Rammer

Det er ikkje definert spesielle interne rammer for arbeidet.

### 5.3.4. Omfang og avgrensning

Ein skal etablere "Jernbaneforum for Vestlandsbanen".

Prosjektet skal vere opptatt av dei politiske prosessane rundt arbeidet og skal prøve å halde seg oppdatert på det faglege utgreiingsarbeidet. Prosjektet skal ikkje etablere eigen fagekspertise, men bruke andre miljø, spesielt Norsk Bane AS, som rådgj evar i faglege spørsmål.

### 5.3.5. Prosjektledelse

Prosjektansvarleg: Arne Vinje, Vinje kommune

Prosjektleder: Haldor Kaasin, VTNU AS

### 5.3.6. Hovudaktivitetar

Etablere Jernbaneforum for Vestlandsbanen med politikarar, næringsliv og interessegrupper med geografisk hovudvekt på Telemark, Rogaland og Hordaland.

### 5.3.7. Tids- og ressursplaner

Prosjektet held fram til 31.12.2013



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 5.3.8. Økonomi

	Budsjett	Rekneskap pr. 30.06.2012
Prosjektleiing/gjennomføring	300.000	150.500
Kjøp av tenester	700.000	504.647
Møter, kurs	150.000	25.100
Reisekostnader	50.000	2.466
<b>Sum kostnad prosjekt</b>	<b>1.200.000</b>	<b>682.713</b>

Finansiering :

Vest-Telemarkrådet

kr 600.000

Telemark Utviklingsfond

kr 600.000

## 5.4. Vedtak i styret

## 5.5. Vedlegg til saken

### 5.5.1. Vedlegg 1

### 5.5.2. Vedlegg 2

## 6. SAK NR 33 TELEMARK MUSEUM

### 6.1. Forslag til vedtak

Styret bevilger 2 MNOK til Telemark Museum som del finansiering av flerårig utstilling ved museet.

Tilskuddet utbetales i to terminer.

### 6.2. Vurdering av daglig leder

Telemark Museum søker om 2 MNOK i tilskudd til etablering av en flerårig utstilling.

Selve bygget er fullfinansiert, nå skal museet fylles med innhold før åpning. Kombinasjonen med utstilling og en Viten lab som skal utvikle forståelsen av matematikkfaget vil bli spennende. Det er dette fylkesrådmannen også har lagt vekt på i sin vurdering og anbefaling av prosjektet.

Telemark Utviklingsfond har gitt støtte til Musea i Vest-Telemark og til Bedriftshistorisk samling på Notodden med omtrent det samme beløp som det søkes fra Telemark Museum.

Daglig leder mener at en ikke normalt skal legge vekt på en spesiell regional likhetsfordeling i fordelingen av midler.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

I denne saken mener daglig leder at denne vurderingen er på plass, i tillegg er dette et prosjekt som er godt fundamentert og vil være med på å skape de nødvendige opplevelser ved dette museet.

Telemark Fylkeskommune har bevilget 1 MNOK til prosjektet, hovedutvalget for næring mener at dette prosjektet vil ha stor betydning for Telemark. Dette er vurderinger som daglig leder legger stor vekt på.

### 6.3. Vurdering av fykerådmann

Prosjektet har fått innvilget i MNOK fra Telemark Fylkeskommune. I anbefalingen skriver fylkesrådmannen:

Innovasjon og ny kunnskap er område som "Regional plan for reiseliv og opplevelser" legg vekt på som viktige satsingsområde i åra framover. Som regional utviklingsaktør har fylkeskommunen ei oppgave i å medverke til at vi skaper opplevingar som fører til auka besøk og auka aktivitet. Planen legger også vekt på å få på plass attraksjonar som fører til at Telemark blir meir synleg og interessant å besøke. Fylkesrådmannen er svært positiv til at regionen får eit eige Sjøfartsmuseum.

Fylkesrådmannen merker seg at bygg og utstilling ikkje har fått støtte frå Kulturdepartementet, men at aktørane har klart å finansiere opp eit flott bygg med utgangspunkt i ei storslått gåve. Dersom Kulturdepartementet hadde gitt støtte, ville delar av tilskotet vore øyremerkt utstillinga, slik det er gjort ved Vest -Telemark Museum.

Kostnader knytt til etablering av nye gode utstillingar er ikkje mogleg å finansiere utan ekstern medverknad. Ein må og sjå samanheng mellom gode kulturelle tilbod og auka næringsutvikling. Det nye museet er plassert nær det store handelssenteret Down Town i Porsgrunn som kvart år har hundre tusenar av besøkande. Med eit signalbygg og interessante og gode utstillingar, vil museet kunne få høge besøkstall.

Fylkesrådmannen meiner det er rett å tilrå bruk av regionale utviklingsmidlar for å få til ein hovudutstilling som vil vere eit verdifullt supplement til dei kulturtilboda som vi har i fylke.

DuVerden skal opne våren 2013. Fylkesrådmannen har forståing for at så lenge som utstillinga er under planlegging, kan det vere vanskeleg å sjå for seg eit endeleg sluttprodukt. Men fylkesrådmannen er trygg på at museet og vitensenteret i tett samarbeid, vil dei nå dei mål dei har satt seg og lage ei flott utstilling.

### 6.4. Beskrivelse av prosjektet fra søker

#### 6.4.1. Sammendrag

Telemark museum søker om kr 2 millioner til etablering av utstillingen *LOGISTIKK – til lands og til vanns* ved det nye sjøfartsmuseet og vitensenteret (*DuVerden*) for Telemark, lokalisert til Porsgrunn. Søknaden sees i sammenheng med tilsvarende søknad til Telemark fylkeskommune, hovedutvalg for kultur, med bevilgning på kr 1 million, pr juni 2012.

#### 6.4.2. Utviklingsprosjektets historikk

Telemark Museum ønsker innledningsvis å presentere utviklingsprosjektets historikk, basert på tre positive faktorer som underbygger verdien av å bevilge utviklingsmidler til utstillingssøknaden.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 6.4.3. Finansiering av museumsbygget

Arbeidet med å utrede og prosjektere nytt sjøfartsmuseum for Telemark har pågått i ca fire år. Ganske tidlig oppsto det en positiv situasjon som muliggjorde en effektiv og kreativ finansiering, som har resultert i at byggeriet har en sunn økonomi og er iverksatt under kontrollerte forhold. Brutto investeringsbudsjett er på ca kr 62 millioner, ferdig finansiert.

## 6.4.4. Kombinasjonen av sjøfartsmuseum og vitensenter

Den andre situasjonen som oppsto, og som gjør prosjektet genuint, var mulighetene for å kombinere sjøfartsmuseet med et regionalt vitensenter. Begge disse publikumsrettede virksomhetene viste seg å ha en rekke felles utfordringer og arbeidsmål, som målgruppen 8-18 år, utstrakt bruk av praktiske øvelser, fokus på logistikk og industri, betydelig samarbeid med skolene osv. Vitensenterets fokus på realfag var også noe museet valgte å legge stor vekt på i arbeidet med utstillingsprofil og konkrete formidlingstemaer. Ved å samkjøre sjøfartsmuseet og vitensenteret fikk begge parter et sterkere fundament å bygge sine virksomheter over, både vedr personell, markedsføring og annen drift.

## 6.4.5. Driftsbudsjettet og stillingstilfanget

Telemark Museum har inngått en 20 års leieavtale med Statens Vegvesen, der Vegtrafikkentralen leier nye operasjonslokaler i *DuVerden*-bygningen. Leieinntektene herfra er betydelig, og inngår i virksomhetens budsjett for både teknisk drift og faglig utvikling. Kombinasjonen av museum og vitensenter representerer dessuten en attraksjonskraft mot publikum, som styrker billettinntekter. Vitensenteret har dessuten regional status, med fast, årlig tilskudd fra Kunnskapsdepartementet. Driftsbudsjettet balanserer på ca 9 millioner kroner, med en forsvarlig inntektsside både vedr publikumsbesøk, offentlige tilskudd og leieinntekter. Driftsbudsjettet gir rom for åtte nye stillinger (inkl timebaserte deltidsstillinger), hvorav flesteparten er formidlere og publikumsverter. Det gode tilfanget av nye stillinger er av stor betydning for hele prosjektets aktivitetsnivå, med vide åpningstider, en rekke arrangement, spennende foredrag og kurs – og ikke minst det brede skole- og læringsprogrammet.

## 6.4.6. Åpningsutstilling - hovedutstilling

Utstillingene i *DuVerden* er formet av det sømløse konseptet mellom vitensenter og museum. Øvelser, installasjoner, fotografier, video, gjenstander og tekst utgjør en samlende helhet.

Aktivitetssoner, installasjoner og fysiske øvelser vil være sentrale elementer i utstillingene, kombinert med historisk og faglig materiale presentert i en moderne visuell og virtuell felles kontekst.

*DuVerden* vil bygge opp sitt utstillingsprogram over tre hovedutstillinger: - 1. Logistikk – *til lands og til vanns* - 2. Sikkerhet - 3. Klima, energi og kretsløp  
Denne søknaden gjelder åpningsutstillingen LOGISTIKK – *til lands og til vanns*.





# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 6.5. Budsjett åpningsutstillingen

<b>Kostnader</b>	<b>Pris</b>
Prosjektledelse, håndverkere, designprogram	1 640 000
Produksjon av scenografiske elementer	600 000
AV-ledelse og –produksjon	400 000
Installasjoner, moduler, rollefunksjoner, interaktive prosjekter	2 010 000
Lyssetting	450 000
Kostnader vitenøvelser (egen finansiering)	1 070 000
Sum kostnader	<b>6 170 000</b>

<b>Finansiering</b>	<b>Pris</b>
Telemark museum (andel investeringsbudsjett)	950 000
Telemark museum (eget lønnsbudsjett)	750 000
Telemark Utviklingsfond	2 000 000
Telemark fylkeskommune, hovedutvalg for kultur	1 000 000
Sponsorprogram (Vegtrafikksentralen m.fl) og Vitenlaben AS	1 470 000
Sum finansiering	<b>6 170 000</b>

## 6.6. Vedtak i styret

Vedlegg til saken

### 6.6.1. Vedlegg 1

### 6.6.2. Vedlegg 2



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 7. SAK NR 34 BØ KOMMUNE FORPROSJEKT

### 7.1. Forslag til vedtak

Styret kan ikke imøtekomme en søknad om støtte til et forprosjekt.

Det er styrets mening at prosjekter som dette bør finansieres av kommune eller vegeier.

### 7.2. Vurdering av daglig leder

Søknaden om kr 75.000 til del av et forstudie for å se på muligheten til å legge RV 39 utenom Bø sentrum er ikke innenfor de rammene Telemark Utviklingsfond skal støtte.

Det er daglig leders mening at dersom det er ønskelig med en ny trase bør det også være et reelt behov som kommune og vegeier må være enige om. Eventuelle finansiering av forprosjekter bør dekket av disse interessentene.

### 7.3. Beskrivelse av prosjektet fra søker

#### 7.3.1. Bakgrunn

Bø kommune arbeider nå i samarbeid med Haukelivegen AS med eit forstudie for å finne ei alternativ trasé for rv 36 gjennom Bø sentrum og søker med dette Telemark utviklingsfond om delfinansiering av forstudiet.

#### 7.3.2. Bakgrunn og prosjektbeskrivelse

Forstudiet er sett i gang etter ein førespurnad frå AS Haukelivegen om eit samarbeid med kommunen for å vurdere om det finst alternative traséar for rv 36 gjennom Bø sentrum. Bø kommune vil sannsynlegvis starte rullering av kommuneplanens arealdel i 2013, og førespurnaden frå Haukelivegen kom difor på eit heldig tidspunkt. Det er svært gunstig å få vurdert om det finst alternative traséar for rv 36 før arbeidet med rullering av kommuneplanen vert sett i gang. Kommunestyret takka difor i møte 30.1.12 ja til invitasjonen frå Haukelivegen AS, og arbeidet med forstudiet starta opp etter dette. Fleire alternative traséar og påkoplingspunkt til rv 36 er vurdert og drøfta i prosjektgruppa.

#### 7.3.3. Budsjett for forstudiet

##### *Kostnader*

Utgreiing av alternative traséar v/Asplan Viak	Kr 200 000
Prøveboring for å finne djup til fjell der dette er ukjent	Kr 75 000
Totalt	Kr 275 000

##### *Inntekter*

Haukelivegen AS	Kr 200 000
Telemark utviklingsfond	Kr 75 000
Totalt	Kr 275 000

Bø kommune bidrar med eigeninnsats som prosjektleiar for forstudiet. Haukelivegen AS, Statens Vegvesen og Telemark fylkeskommune bidrar med eigeninnsats i form av arbeid i prosjektgruppa.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 7.4. Vedtak i styret

## 7.5. Vedlegg til saken

### 7.5.1. Vedlegg 1

## 8. SAK NR 35 PILOT PROSJEKT HERØYA

### 8.1. Forslag til vedtak

Styret bevilger kr 3.990.000 til prosjektet Pilotarena Herøya Industripark-

Tilskuddet utbetales over tre år med kr 1.330.000- pr år. Utbetalingen skjer over årene 2013,2014 og 2015.

Det er en forutsetning at prosjektet leverer en årlig rapport som skal danne grunnlaget for neste års utbetaling.

### 8.2. Vurdering av daglig leder

#### 8.2.1. Sammendrag

Prosjektets hovedmålsetting er å skape en nasjonal pilotarena for utvikling av fremtidsrettede produkter og avanserte teknologiske prosesser.

Hovedutvalget for næring er positive til søknaden og har bevilget 1,2 MNOK fordelt over tre år. Innovasjon Norge er meget positive til disse planene.

Det kan ha stor betydning for fremtidige etableringer i Telemark at de har fått muligheten til å teste ut sine ideer i et slikt pilotanlegg.

En må forvente at pilotanlegget vil være med på å skape fokus og interesse for å skape arbeidsplasser i Telemark. Prosjektet skal fokusere på å videreutvikle den faglige og industrielle kompetansen som er utviklet hos de aktuelle samarbeidspartnere og i deres nettverk. Dette vil mest sannsynlig føre til en utvikling av et unikt kompetansemiljø, med et stort potensiale for ny verdiskaping i Telemark.

Prosjektet vil legge vekt på å opparbeide og holde kontakt med annet næringsliv i Telemark. Prosjektet vil søke samarbeid med inkubatorer, næringshager og andre satsinger i en tidlig fase. Dette for å kunne tilby faglige ressurser og være en arena for videreutvikling av prosjekter som slike miljøer arbeider med.

Telemark har stor erfaring med prosessanlegg, dette kan være med på å skape interesse for ny etableringer i Telemark.

Den totale kostnadsrammen er 15,9 MNOK der Telemark Fylke og TUF er invitert til å bidra med 5,2 MNOK.

Telemark Fylkeskommune og Innovasjon Norge vil være med i styringsgruppen for prosjektet, det bør sikre oss nødvendig informasjon fra prosjektet.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

TUF bør være med på å skape en mulighet til å utvikle en slik arena. Det er store selskapsinteressene som ser viktigheten av en slik arena. Det i seg selv er positivt for prosjektet og derigjennom for Telemark.

Prosjektplanen som ligger vedlagt er omfattende og forklarer hensikten på en klar og tydelig måte

## 8.3. Vurdering av fylkesrådmann

Utklipp fra saksfremlegget til Sak 12/2219 hovedutvalget for næringsutvikling

### Vurdering frå fylkesrådmannen

Mange interessante tiltak som vil bidra til bedriftsutvikling og nyskaping er i gjære i Telemark i desse dagar. Ein ny Industriinkubator skal etablerast på Herøya, Norsk Hydro ynskjer å styrke Forskningscenteret på Herøya med forskingskrefter frå andre forskingsmiljø i landet og Høgskolen er i ferd med å knytte alle forskingsmiljø på bedriftssida i Telemark tettare saman i eit forskingsnettverk. Alle desse tiltak vil kunne vere til nytte for og samarbeide med Pilotarena Herøya.

Det er interressant å tenkje seg at Herøya kan bli ein arena der nokre av landets beste teknologiske miljø er vant med å arbeide – og kanskje arbeide saman med andre slike, og med anna industri i Telemark. I løpet av nokre få år kan vi kanskje også sjå for oss ein stor, årlig gründercamp på Herøya, med nettopp slik spisskompetanse til stede for å bidra teknologisk, og også finansielt. Det omsøkte beløp vil i hovudsak bli anvendt til den immaterielle delen av prosjektet – prosjektleiing, strategiprosessar, nettverksbygging og læringstiltak, oppfølging og evalueringar. Det er fylkesrådmannen si meining at TFK bør vere med på å lyfte fram eit slikt tiltak, og bidra til at piloten kjem godt i gang.

## 8.4. Beskrivelse av prosjektet fra søker

### 8.4.1. Søknad om støtte til med finansiering av Pilotarena Herøya

Herøya Industripark søker med dette om støtte til med finansiering av utvikling av Pilotarena Herøya over en 3-årsperiode, med MNOK 1,780 i år 1, MNOK 1,730 i år 2 og MNOK 1,680 i år 3 i henhold til vedlagte prosjektplan.

### 8.4.2. Prosjektets målsetning

Er å skape en nasjonal arena for utvikling av avanserte industrielle prosesser og teknologier. Dette skal gjøres ved å videreutvikle og styrke det nettverket vi har i regionen av kompetente bedrifter og kompetansemiljøer, samtidig som vi vil trekke på det beste av relevant kompetanse som finnes utenfor fylket også.

Aktørene i nettverket skal levere tjenester og produkter til bedrifter som ønsker å videreutvikle og oppskalere prosesser og produksjoner i Pilotarena Herøya.

Prosjektet skal videre bidra til å etablere forpliktende samarbeidsavtaler med utvalgte kompetansemiljøer om levering av personell og ressurser, samt gjøre de nødvendige avklaringer om faglige, juridiske og økonomiske forhold.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

Et avansert industrielt miljø som samarbeider med det beste av andre kompetansemiljøer, både nasjonalt og internasjonalt vil fremstå som meget attraktivt og tilføre Telemark nye dimensjoner og fornyet kraft og tiltrekke seg bærekraftig og framtidsrettet industri som vil gi ringvirkninger for hele fylket.

## 8.5. Vedtak i styret

## 8.6. Vedlegg til saken

### 8.6.1. Vedlegg 1

## 9. SAK NR 36 GRÜNDER UKE

### 9.1. Forslag til vedtak

Styret kan ikke imøtekomme søknaden om midler til tre årlig Gründeruke i regi av Vekst i Grenland.

Styret mener at det er de lokale næringssselskaper sammen med aktuelle samarbeidspartnere som må sørge for finansiering av diverse tiltak overfor mulige gründere samt diverse arbeidslivsmesser.

### 9.2. Vurdering av daglig leder

Det er et viktig arbeid å tilrettelegge for gründere, dette arbeidet bør imidlertid de lokale næringssselskaper ta seg av. Det er allerede finansiering av etablererkontorer i fylket.

Dette er et prosjekt tenkt gjennomført i regi av Vekst i Grenland med varighet over en uke, ideen er bl.a. hentet fra Danmark.

Det er lagt opp til et prosjekt over tre år med årlige kostnader på 1,2 MNOK. Dette synes å være for dyrt i forhold til den nytten en kan få tilbake fra et slikt prosjekt.

Daglig leder ser ingen mulighet til at et slikt prosjekt kan bli selvdrevent etter tre år, det betyr at om TUF velger å bli med i tre år vil det skape forventninger om videre deltagelse.

Det er allerede gründercamper og arbeidslivsmesser for ungdom flere steder i Telemark. Dersom TUF velger å støtte et arrangement vil det lett føre til en forventning om ytterligere støtte fra flere arrangører.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 9.3. Beskrivelse av prosjektet fra søker

### 9.3.1. Bakgrunn

Vekst i Grenland og Etablererkontoret Grenland var i november 2011 på studietur til Århus og besøkte Væksthuset Midt-Jylland. Her fikk vi kjennskap til begrepet «Power i Uke 46» som i Danmark er det nasjonale begrepet på den internasjonale entreprenørskapsuken, eller «Global Entrepreneurship Week» (GEW). GEW ble arrangert for 4 året på rad i 140 land (2011). I Danmark er dette forankret hos det statlige Erhvervsministeriet.

### 9.3.2. Prosjektets målsetting

- Skape en sterkere kultur og oppmerksomhet for innovasjon og entreprenørskap i Grenland og Telemark
- At dette kan bli et årlig arrangement
- Skape et nasjonalt omdømme som viser at Grenland og Telemark er et gründerområde

### 9.3.3. Hvordan

Arrangementer hele uka både heldags, halvdags og kveldsarrangementer for ulike målgrupper. Vi inviterer alle som jobber med gründere, virksomheter og studenter til å gjennomføre sine arrangementer i Gründeruka.

### 9.3.4. Fremtidig organisering/finansiering

Det er naturlig at vi gjennomfører en grundig evaluering av Gründeruka i 2012. Vi ser for oss en 3-årig prosjektfase, og at det i denne perioden jobbes med en organisering av Gründeruka som ivaretar fremtidig drift etter prosjektperioden. For å ivareta dette spørsmålet kan det være riktig å velge en gruppe fra forskjellige miljøer som skal jobbe med fremtidig organisering/finansiering for Gründeruka.

### 9.3.5. Samarbeidspartnere

Følgende samarbeidspartnere på arrangementssiden er på plass pr. i dag: Ungt Entreprenørskap, Høyskolen i Telemark, Vekst i Grenland/Made in Grenland, Innovasjon Norge, Etablererkontoret Telemark og Connect. Videre er vi i dialog med Vitenlaben, Sparebank1Telemark og Skagerak Energi.



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND TUF

## 9.3.6. Økonomi

Det er lagt opp til årlige kostnader på kr 1.200.000,-. Finansieringen er tenkt på denne måten.

	<b>Tot</b>	
<b>Finansiører</b>		
ViG	kr	225 000,00
Telemark utviklingsfond	kr	225 000,00
Telemark fylkeskommune	kr	225 000,00
Innovasjon Norge	kr	225 000,00
Del arrangører	kr	100 000,00
Næringslivsaktør	kr	100 000,00
Næringslivsaktør	kr	100 000,00
<b>Inntekter</b>	<b>kr</b>	<b>1 200 000,00</b>

## 9.4. Vedtak i styret

## 9.5. Vedlegg til saken

### 9.5.1. Vedlegg 1

## 10. NESTE STYREMØTE



# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

### Protokoll fra styremøte nr 3-2012 i Telemark Utviklingsfond

**Dato: 21. Juni 2012. Kl: 10.00 – 11.00**

**Sted: Fylkeshuset Skien.**

Deltagere: Terje Riis Johansen, Styrets leder, Thorleif Vikre, Christian Tynning Bjørnø, Erik Skjervagen, Terje Bakka, Sekretær.

Forfall: Lise Wiik, Arne Vinje og Gunn Marit Helgesen.

### **Saker på styremøte 21. juni 2012.**

#### **Sak 24/ 2012 Referat fra styremøte nr. 2 i 2012**

*Styrevedtak:*

*Referat fra styremøte nr.2 i 2012 ble enstemmig godkjent.*

#### **Sak 25/2012 Tiltakspakke Rjukan Datacenter**

*Det skal settes opp en tiltakspakke sammen med Innovasjon Norge og Tinn Kommune for om mulig å etablere et datalagringselskap på Rjukan.*

*Styrevedtak:*

*Et enstemmig styre vedtok at bevilges 8 MNOK til en tiltakspakke sammen med Innovasjon Norge og Tinn Kommune.*

*Tilskuddet kommer først til utbetaling etter at det er signert avtaler om etablering av et eget selskap på Rjukan. Det er en forutsetning at det er en større etablering.*

#### **Sak 26/2012 Etablering av Telemark Subsea AS**

*Selskapet er under planlegging og anmoder Telemark utviklingsfond til å yte tilskudd.*

*Styrevedtak:*

*Styret er positive til en slik etablering. Styret ber daglig leder arbeide videre med søker slik at det utarbeides et konkret og holdbart Business case. Styret vil ta opp en eventuell søknad etter at det er utarbeidet mer konkrete planer.*

*Styret mener at Innovasjon Norge og lokale næringselskaper bør involverer seg i søkeprosessen.*





# TELEMARK UTVIKLINGSFOND

## TUF

---

*Sak 27/2012 Etablering av Advanced Technology Grenland (ATG)  
Som en direkte følge av nedleggelsen av REC gar det vært arbeidet med å etablere et selskap som skal levere tjenester innen teknologisektoren i et internasjonalt marked.*

*TUF er invitert til å være med i etableringen av et slikt selskap sammen med Innovasjon Norge og Vekst i Grenland.*

*Styrevedtak:*

*Et enstemmig styre vedtok å bevilge inntil 2 MNOK for å etablere Advanced Technology Grenland.*

*Daglig leder fikk fullmakt til klargjøre hvordan utbetalingen skal foregå. Det er en forutsetning at det er utarbeidet tilfredsstillende dokumentasjon både i forhold til kunder og eierskap før utbetalingen kan skje*

*Skien den dd.mm.2012*

*Terje Riis Johansen  
Styrets leder*

*Christian Tynning Bjørnø*

*Thorleif Vikre*

*Erik Skjervagen*

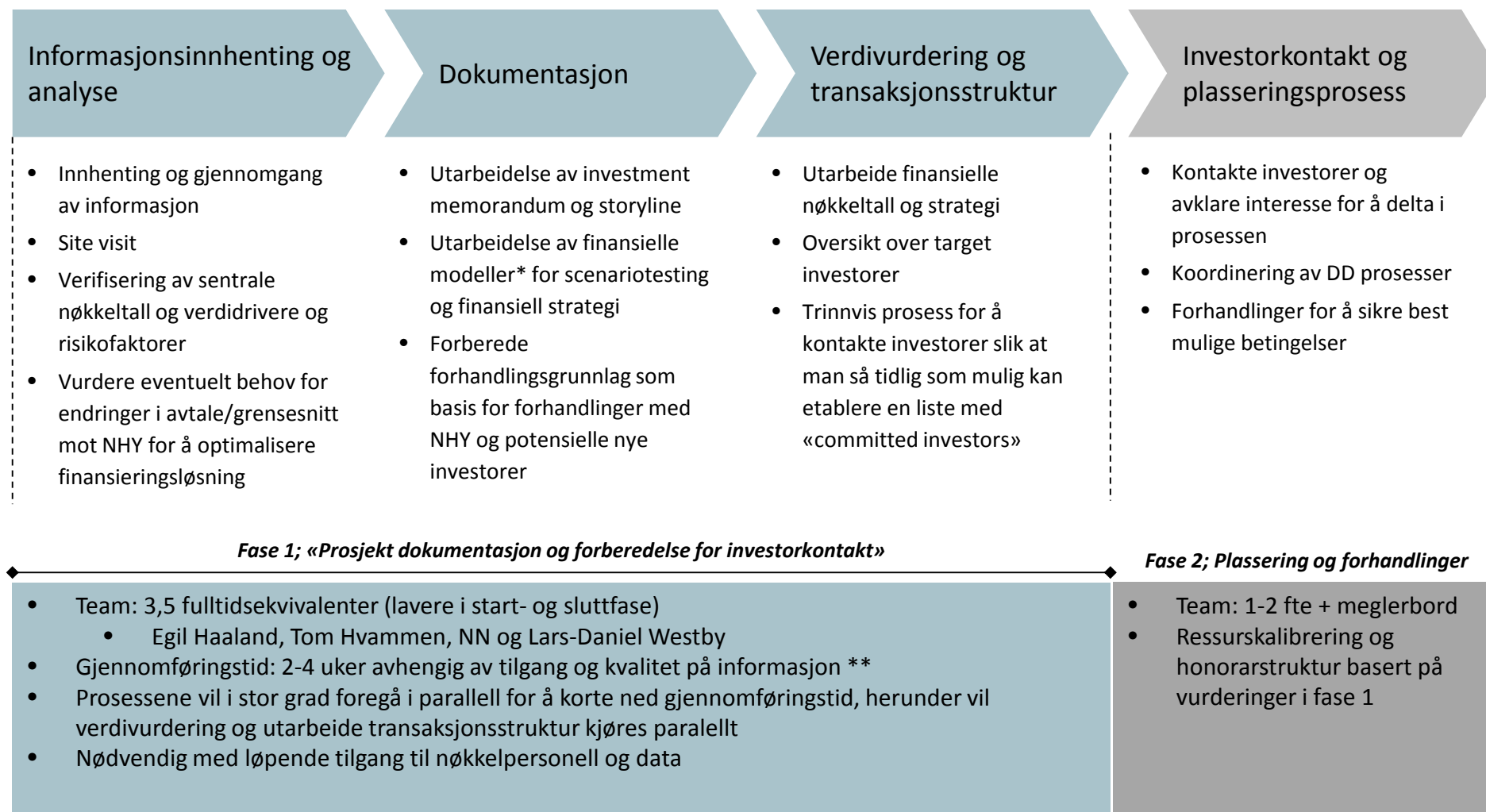
*Terje Bakka  
Sekretær*

# Silmag Production AS

Prosjektforslag i.f.m. finansieringsløsning  
for utbygging av produksjonsanlegg på Herøya

*30. August 2012*

# Prosjektoversikt og faser – «fast track» prosess



# Hovedbetingelser fase #1;

## Prosjekt dokumentasjon og forberedelse for investorkontakt

---

- **Prosjektomfang:**
  - Utarbeide presentasjonsmateriell myntet på finansielle investorer
  - Forslag/utkast til finansieringsmodell/struktur som vil være attraktiv i kapitalmarkedet
  - Liste over potensielle investorer, samt «teaser» dokument for å tidlig avklare om reell interesse
- **Team:**
  - Egil Haaland: prosjektansvarlig og kvalitetsansvarlig (1/3)
  - Tom Hvammen: Prosjektkoordinator (100%)
  - NN: Prosjektdeltager (100%)
  - Lars Daniel Westbye: Analyse og fagkompetanse, har bl.a. bakgrunn fra Elkem (50-100%)
  - Andre ressurser etter behov
- **Honoraranslag fase 1:**
  - NOK 2.500 eks mva
  - 3 uker a 175 t (3,5 fte), totalt 525 timer (NOK 1.312.500 eks mva)
  - Timeforbruk vil rapporteres ukentlig og faktureres hver 14 dag
  - Eventuelt ressursbehov utover estimatet ovenfor skal diskuteres mellom partene etter tre uker. Det presiseres at ressursanslaget er indikativt
- **Honorar fase 2; plasseringsprosess**
  - Vil baseres på kombinasjon av timepris/ressursinnsats og transaksjonshonorar men hvor en del av det timebaserte honoraret vil gå til fradrag i et senere transaksjonshonorar
- **Forutsetninger**
  - Løpende tilgang til informasjon og nøkkelpersoner
  - Kvalitet på data og informasjon
  - Tilgang til relevant markedsdata gjennom Silmag
  - Tilgang på finansielle/ operasjonelle modeller av god kvalitet

# SB1 Markets kan på kort varsel stille med et bredt sammensatt team som representerer de relevante kompetanseområder for SilMag



**Egil Haaland**

*Director, Corporate Finance*

- 19 years of investment banking and management consulting experience
- Prior to joining SB1 Markets in September '11, Haaland worked with Elcon Securities and participated as part of the founding team of First Securities in '99. He has 14 years of experience within the corporate finance department of Elcon Securities/First Securities. Mr Haaland has completed a wide range of ECM, DCM and M&A transactions across a range of industry sectors during these years
- Prior to joining First Securities Mr. Haaland worked as a Principal Consultant for PA Consulting Group



**Tom Hvammen**

*Senior Associate*

- 6 years investment banking and management consulting experience, previously at Pareto Securities and Bearingpoint
- Has executed a large number of capital market transactions, both ECM and DCM, within several sectors including mining, industrials and offshore sector
- Background from large strategy projects within logistics and industrials
- Tom has an M.Sc. degree in Industrial Economics from NTNU and Ecole des Mines de Paris



**Lars-Daniel Westby**

*Equity Research Industrials*

- 8 years investment banking/equity research at Enskilda Securities and DnB NOR Markets
- 4 years within the industry at Elkem ASA and Telenor ASA
- Experience ranging from corporate governance disputes in Russia/Ukraine, negotiation of EUR1bn Vodafone Sweden transaction to maintenance of furnace at Elkem



**Nicolai Nordstrand**

*Senior Associate*

- 6 years of corporate finance experience from PricewaterhouseCoopers in Oslo and London



**Ole-Martin Tronstad**

*Associate*

- 1 year of investment banking experience from SB1 Markets

# Contact details

## SpareBank 1 Markets

Olav Vs gt. 5  
N-0161 Oslo, Norway  
Tel: + 47 24 14 74 00  
Fax: +47 24 13 36 01  
[www.sb1markets.no](http://www.sb1markets.no)

**Telemark Utviklingsfond**  
**Postboks 2844**  
**3702 Skien**

Att.: Terje Bakka

Notodden, 14. september 2012

### Søknad om støtte til etablering av Telemark Subsea AS

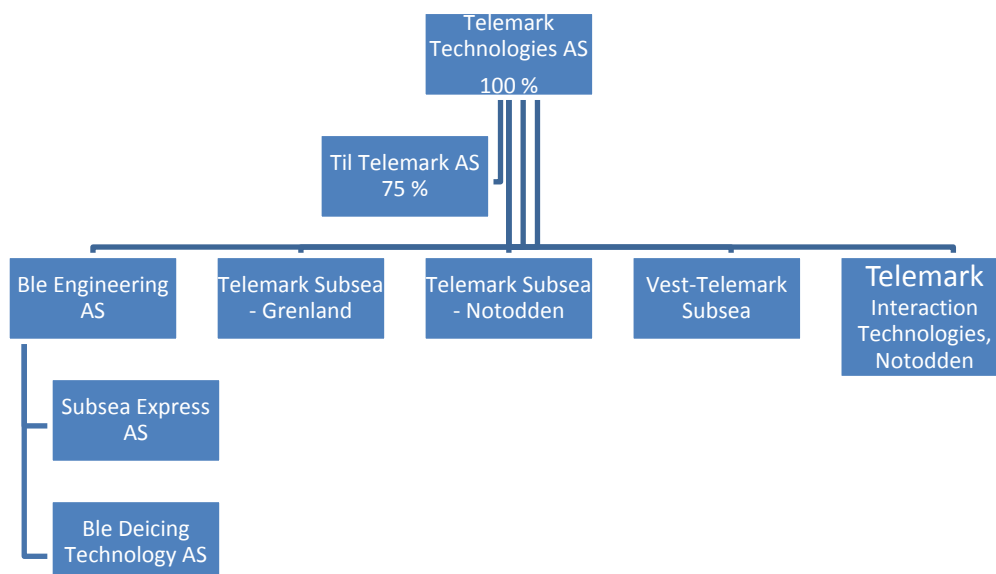
I slutten av juni dette år inngikk Torgeir Straand en avtale med Nopro om overtagelse av deres mekaniske avdeling. Sener i år inngikk Straand en avtale om overtagelse av Industriteknikk AS, et lokalt selskap som har spesialisert seg på mekanisk utvikling, konstruksjon og maskinering. Oppkjøpene vil inngå i det nyetablerte selskapet - Telemark Subsea AS

Straand eier fra tidligere Ble Engineering AS som er et ingeniørselskap som konstruerer mekaniske subsea-løsninger og produkter for oljeindustrien. Blant selskapets produkter finner vi den eneste trykktankløsningen som kan simulere havdyp på inntil 8 000 meters dybde.

Ble Engineering samarbeider for øvrig tett med Sperre AS, og har også et felles selskap kalt Subsea Express. Dette er en virksomhet som på kort varsel skal kunne kaste seg rundt og stille en organisasjon og ikke minst utstyr til disposisjon for oppdragsgivere innen subsea-sektoren.

Bakgrunnene for oppkjøpene har vært for å sikre seg kapasitet i forhold til fremtidig leveranser av tjenester til blant annet FMC. FMC Technologies er en av verdensledende produsent og leverandør av subsea production systems, inkludert subsea trees, controls, manifolds og tie-in systemer. I løpet av de siste par år har de hentet flere milliardkontrakter. FMC er også en av de større leietakerne i Telemark Teknologipark (Sperrebygget)

Torgeir Straand planlegger nå en stor satsning i Telemar:



Gruppen av selskaper har som målsetning å være en ledende norsk leverandør av undervannssystemer. I dette inngår engineering, prosjektering, produksjon, test og integrasjon av systemer og levering av proprietære produkter for de ledende selskapene på systemleveranser til olje- og gassmarkedet.

At det er valgt flere lokasjoner i Telemark henger sammen med tilgang og stabilitet i forhold til arbeidskraft. Straand legger stor vekt på at de som er aktuelle å ansette både har teoretisk og praktisk bakgrunn, slik at de best mulig kan ivareta de utfordringer de vil få. Spesielt innenfor mekanisk teknologi betyr det mye å ha en viss praktisk bakgrunn, i tillegg til ingeniørutdanningen. Det er inngått en samarbeidsavtale med både Nopro og NAV om rekruttering og opplæring.

Det planlegges nå et forprosjekt som tar sikte på å etablere Telemark Subsea AS med følgende aktiviteter:

- Maskinering
- Plate- og sveisearbeid
- Montasje
- Test og kvalitetssikring
- Mekanisk engineering
- Attføring (samarbeid med Nopro)
- Interaction Engineering.

Dersom man lykkes med å overbevise markedet/kunden om satsningen vil dette, i følge Torgeir Straand, gi Telemark over 100 nye arbeidsplasser..

Straand mener det er viktig å synliggjøre mest mulig substans i en tidligfase, og har derfor planer om å gjennomføre følgende aktiviteter som skal synligjøres for markedet i de nærmeste uker:

Kapitalbehovet i forprosjektet er som følger:

1. Maskineringsutstyr	1 100 000
Oppdatering av maskiner og utstyr	
2. Påkostning og tilrettelegging av lokaler (Nopro)	630 000
Oppgradering av produksjonshall 1400m2 – leiet av Nopro	
3. Utvikling av interface/kontrollsystem	2 250 000
Utvikling av en applikasjon for overvåking og kontroll av subsea-systemer	
4. Prosjektgjennomføring, tegning og system utvikling	1 010 000
Prosjektering og utvikling av fysiske fasiliteter (Lokaler, infrastruktur)	
Som tilfredsstillende nødvendige kravene i markedet /audit	
5. Engineering	1 340 000
Systemutvikling av en produksjonslinje	
<hr/> Sum	6 330 000



Straand mener det er realistisk å anta at det kan skapes ca 50 nye arbeidsplasser på Notodden, og regner videre med en omsetning 1,5-2 millioner kroner pr. tilsatte.

I Seljord er det forvent å skape 30 – 50 nye arbeidsplasser gjennom selskapet Vest-Telemark Subsea som skal etableres på Århusmoen Næringspark.

### **Litt om markedet:**

Små og store subsea-relaterte bedrifter står foran en gigantisk opptur de neste årene. I følge tall fra Rystad Energy skal markedet nesten doble seg frem til og med 2015.

Bransjen deler ofte opp Subsea-markedet i tre områder. Det første segmentet er SURF-markedet (Subsea Umbilicals, Risers and Flowlines). Segment nummer to kalles Subsea Equipment, mens den siste delen er Subsea Service (ettermarkedet). Telemark Subsea AS operere i sammen med samarbeidspartnere i samtlige av disse segmentene.

Samlet er det ventet at oljeselskapenes innkjøp innen disse tre områdene vil ha en global vekst fra 33 milliarder dollar i 2011 til 61 milliarder dollar i 2015. Dette forklares med en solid global utviklingsagenda på dypt vann fremover.

I Norge vil felt som Knarr, Stjerne Skuld og Goliat bli satt i drift. Internasjonalt finnes også store muligheter gjennom prosjekter i Angola, Mexicogolfen, Brasil og Australia.

Det forventes oppstart av en lang rekke subsea juletrær. Beregninger bransjen selv har gjort viser at antall treoppstarter skal øke fra 365 i 2012 til 530 i 2015. De største leverandører av juletre og manifolder på norsk sokkel er FMC (44%) og Aker Solutions (32%)

Dersom selskapet lykkes med å overbevise markedet om at de har nødvendig kompetanse, hensiktsmessig fasiliteter, samt nødvendig tilgang på kapasitet ser man for seg følgende utvikling etter gjennomført forprosjekt:

#### **Fase 1b:**

- forprosjekt Vest-Telemark

#### **Fase 2:**

- Oppskalering av Notodden (Industribygg, etablering av nødvendig infrastruktur på Tuven, maskiner og utstyr.

- Finansiering

#### **Fase 3: (Hele Telemark) – Sommer 2013**

- Nybygg i Vest-Telemark (Århusmoen Industripark – næringshage)

- Bygg i Grenland

- Maskiner

I Vest-Telemark er man i gang med planlegging av et nytt industribygg på Århusmoen. Her går Vest-Telemark Næringsbygg inn med 7 mill. kroner og Århus Næringspark går inn med 2,2 mill. kroner. I tillegg vil Seljord kommune bidra med 2 mill. kroner gjennom sitt lokale næringsfond.

I Notodden har vi i løpet av de siste årene registrert en sterk vekst innenfor denne bransjen. Bedriftene har vokst og nye har kommet til. Vi ser også at fellesskapet i den nye teknologiparken til Sperre bærer gode resultater og bidrar til et bedre omdømme.

Subseamarkedet er stort, og det er voksende.

Notodden Utvikling AS mener det er riktig å støtte opp om slike initiativ. Vi er selv i kontakt med de ledende aktører i bransjen og erfarer hvilken stor aktivitet de har. Gjennom å tilrettelegge for dette initiativet vil vi styrke et regionalt innovasjonsmiljø som på sikt vil kunne bidra til økt vekst og fornyelse.

Selskapene til Torgeir Straand har allerede lagt ned betydelige ressurser i å komme dit de er i dag. De søker nå virkemiddelapparatene om støtte til gjennomføring av et forprosjekt slik det er presentert. I denne anledning søker vi Telemark Utviklingsfond om 2 mill. kroner.

Finansieringsplanen er for øvrig som følger:

Telemark Utviklingsfond	2 000 000
Innovasjon Norge	1 000 000
Notodden Utvikling AS (NUAS)	1 500 000
Egenkapital	1 830 000

Vi ser frem til en positiv behandling av søknaden.

Med vennlig hilsen  
Notodden Utvikling AS

John Terje Veseth

Telemark Fylkeskommune  
v/ Hovedutvalg for næring og nyskaping

Fylkeshuset  
3706 Skien

TELEMARK FYLKESKOMMUNE			
ADMINISTRASJONEN			
SAKNR.	DOK.NR.	ARKIVKODE	
12/2101	1	U64	
SEKSJON	SAKSBEH.	ARKIVDEL	
NY	RASM		
KASS.	U.OFF.	HJEMMEL	DATO:
			26/4-12

*Telemark*  
REISER

Telemarkreiser a.l.  
N. Hjellegst. 18  
Postboks 3133, Handelstorget  
3707 Skien, Norway  
Foretaksnr: 948 271 966 MVA

Skien 24.04.2012

## Vedr.: Søknad om tilskudd til kampanjeaktiviteter for Telemark for 2012/2013

Telemarkreiser AL søker med dette om tilskudd til felles markedsføring av Telemark for vintersesongen 2012/2013 og sommersesongen 2013 på totalt kr 2.200.000. Ettersom innmelding av deltakelse sammen med Innovasjon Norge og mye av arbeidet med aktivitetene gjennomføres fra sommeren 2012 sendes søknaden nå. Mye av beløpet (min 50%) kan likevel overføres til 2013, da Innovasjon Norge fakturerer kampanjene etterskuddsvis.

Telemark fylkeskommune har igangsatt en prosess for organisering og finansiering av reiselivet i Telemark, derunder finansiering av felles markeds kampanjer med Telemark som avsender. Det er blitt tydelig i innledende dialogmøter at forankringen av nye modeller for organisering og finansiering vil komme til å strekke ut i tid. Samtidig øker behovet for større synlighet av Telemarks reiselivsprodukter sett opp mot konkurransen fra andre reisemål i Norge og i de utenlandske markedene. Kampanjer både mot det norske markedet og det utenlandske markedet vil måtte igangsettes før en fremtidig, langsiktig og mer forutsigbar organisering og finansiering av dette er på plass. Vi håper derfor med tilskudd fra fylkeskommunale midler å kunne øke nivået på markedsaktiviteter fra sesongen 2011/2012.

Telemarks reiseliv er avhengig av økt synlighet mot markedene for å øke trafikk og markedsandeler. Dette ønsker vi å oppnå gjennom midlene vi søker fra fylkeskommunen. Målene oppnås ikke alene gjennom aktivitetene som gjennomføres av Telemarkreiser, men vi ser at vi kan få markedsmidler til å vokse ved å samarbeide med større aktører som Innovasjon Norge og gjerne også sammen med andre markedsorganisasjoner hvor vi kan bli større sammen i markeder og mot målgrupper vi deler. Vi ser også at vi med økt offentlig støtte til kampanjeaktiviteter og prosjekter oppnår å stimulere reiselivsnæringen til å bidra selv med mer enn de ellers ville gjort, slik at total kampanjene og Telemarks synlighet blir større.

Med sine midler kan Telemark fylkeskommune bidra til bedre utnyttning av de mulighetene som finnes for forvaltning av felles ressurser. I 2012/2013 vil det blant annet være viktig å kunne gå inn i et nytt markeds samarbeid med Fjordline i forbindelse med deres oppstart av internasjonal fergetransport til Langesund. Et annet satsingsområde som må opprettholdes er Telemarks kanalen. Det fylkeskommunale kanalforetaket har de siste årene måttet bruke stadig større andeler av eget budsjett til drift og vedlikehold og mindre til markedsføring. Markedsressursene er de siste årene blitt redusert med flere hundre tusen kroner, samtidig som vi ser at denne spydspissen er i utvikling og øker sin attraktivitet. Å utvide markedsføringen av kanalen med pakker tilknyttet denne vil være viktig. For vinteren og ski-Telemark, som fylkeskommunen har satsset stort på i forbindelse med Telemark som OL-gren, har alpinanleggene gått sammen i en felles organisasjon, Telemark Alpin AS. Disse aktørene jobber nå sammen for å synliggjøre Telemark særlig i Danmark og viderefører og forsterker årets vinterkampanje i det viktigste utenlandske vintermarkedet.

### 2012 BLIR NOK ET TØFT REISELIVSÅR I TELEMARKS MARKEDER

Offentlig gjestedøgnstatistikk fra SSB viser at reiselivet i Telemark totalt sett har tapt markedsandeler ifht andre fylker i Norge i en årrekke fra en markedsandel på 5,2% i 2001 til 3,6% totalt i 2011.

Tap av markedsandeler har de siste 10 årene skjedd både i det norske markedet og i det utenlandske markedet. Telemarkreiser ønsker å bidra til at den trenden snus. Vi ser at næringen fortsatt ikke har evne til å bidra nok alene til å få den synligheten i markedene som gjør at vi kan konkurrere med andre reisemål som vi taper markedsandeler til fra år til år. Reiselivsnæringen i Telemark har hatt flere år med dårligere

Telefon +47 35 90 00 20  
Telefax +47 35 90 00 21  
info@telemarkreiserno  
www.visittelemark.com

lønnsomhet og strever med å i stor nok grad kunne bidra til den markedsføringen som skal skape mer reiselivstrafikk i fylket.

I 2010 og 2011 har det vært gjennomført flere aktiviteter både fra fellesapparatet og enkelte destinasjoner og bedrifter mot det viktige norske markedet. Bl.a på grunn av dette ser vi en marginal økning i antall norske gjestedøgn for 2011 totalt. Samtidig har Telemarks konkurrerende reisemål i Norge også orientert seg mot dette markedet, og i forhold til andre norske reisemål har Telemarks markedsandeler i det norske markedet blitt noe redusert fra 4.0 til 4.1. Dette betyr at vi ikke kan slakke av, men må fortsette å jobbe mot dette viktige markedet. Med ekstramidler fra fylkeskommunen for 2011/2012 er Telemark i sommersesongen 2012 største destinasjonsaktør i Innovasjon Norges kampanje mot det norske markedet, og Telemark har blitt inkludert i INs øverste profilnivå, med blant annet radioreklame. Dette arbeidet bør vi videreføre.

I de prioriterte markedene for Telemark, har det vært en kraftig tilbakegang i trafikken til Norge i det hele tatt, samtidig som noen områder har klart seg bedre enn andre og tatt større del av de turistene som har kommet. Selv med styrket markedsføringsinnsats gjennom bl.a. offentlige midler inn mot 2011-sesongen ser vi at Telemark har hatt en tilbakegang totalt på det utenlandske markedet på 9% med særlig reduksjon i det danske vintermarkedet

Det er godt dokumentert at synlighet gjennom markedsføring skaper trafikk. Telemarkreiser, som fylkets koordinerende markedsorgan, har ikke tilstrekkelige økonomiske ressurser til å møte konkurransen fra andre reisemål i Norge i kampen om de viktige turistene som velger Norge som ferieland. Reisemålene vi konkurrerer med utenfor Telemark legger pr. i dag betydelig mer ressurser i felles markedsføring gjennom et fellesapparat. Den største andelen av disse ressursene kommer fra det offentlige virkemiddelapparatet.

## **VI MÅ DRA I FELLESSKAP OG JOBBE LANGSIKTIG**

Dialogprosessen rundt den regionale reiselivsplanen viser at det skal satses på Telemark som produktområde og felles merkenavn. I løpet av 2012 og inn mot sesongen 2013 er det planlagt at ny merkevare eller varemerke skal være utarbeidet for Telemark, og det vil være aktuelt å kjøre ut større kampanjer med ny merkevare for å øke Telemarks synlighet.

Det er svært vanskelig å måle direkte resultater av overordnet markedsføring, men med økt innsats på utvalgte områder, er vi glad for å se positive resultater spesielt på disse områdene og mener at noe av dette kan kreditere økt markedsføring med bidrag fra det offentlige virkemiddelapparatet.

## **NÆRINGENS DELTAKELSE**

Mange års erfaring med markedsføring av Telemark viser at det er vanskelig å få næringen til å bidra med egne midler til den viktige profilmarkedsføringen som skal drive trafikk inn fylket og videre ut i de enkelte regionene i Telemark. Vi har sett at det er enklere å få næringen til å bidra med mer midler i felles markedsføring dersom Telemarkreiser kan legge en større sum i bunnen. Det vil da også bli lettere å styre markedsføringen inn i kanaler og med budskap som er basert på markeds kunnskap om målgrupper og deres informasjonssøk og kjøpsadferd.

Vi vil i 2012 opprette et markedsutvalg i Telemark for å sikre en tettere dialog med næringen om satsingsområdene for markedsføring. Et mål med dette utvalget, eller evt to utvalg for vinter og sommer, vil også være å forankre markedsarbeidet på overordnet nivå slik at mer ressurser kan legges i det operative markedsarbeidet. Dette er også et tiltak for å få næringen til å bidra med mer midler inn i felles kampanjer gjennom å ha et tettere samarbeid med Telemarkreiser i utarbeiding av markedsplan for 2012/13 og gjennomføring av aktiviteter.

## **EFFEKTER OG EFFEKTMÅLING**

Vårt mål med vår markedsføring er både å øke kjennskap til Telemark, kunnskap om reiselivstilbudet i Telemark og gjennom det salget av reiselivsproduktene i fylket. Selv om vi er organisert som andelseierlag markedsføres hele Telemark gjennom den profilmarkedsføringen som gjøres gjennom Telemarkreiser.

Telemarkreiser måler effekt av markedsføringen så godt det lar seg gjøre gjennom tilgjengelig gjestedøgnstatistikk via SSB, Innovasjon Norge, destinasjonsselskapenes tall og via vårt bookingsystem City Break. Vi måler også all trafikk over nett inkludert i sosiale medier. Vi ser både på det som resulterer i salg hos oss og på trafikk totalt som også indikerer økt kjennskap og kunnskap om Telemark som kan resultere i senere salg. For eksempel ser vi at når Innovasjon Norge i Danmark kjører ut digitale bilag med attraktive produkter i Telemark markedsført øker trafikken inn på visittemarkets nettsider fra Danmark.

Det er likevel alltid vanskelig å måle effekten av profilmarkedsføring. Med produktmarkedsføring med pakkeobjekter kan vi måle salget av de markedsførte pakkene, men vi ser at selv når vi har konkrete pakker med priser tar potensielle turister kontakt og ønsker den pakken med noen endringer, eller spør hva annet vi har i området eller innenfor temaet og ender kanskje med å kjøpe noe helt annet. Vi ser også at salget kommer mange ganger direkte til tilbyder og ikke via Telemarkreisens booking. Målet er å øke lønnsomheten til tilbyderne, så det er uproblematiske for vår del, men det gjør det vanskeligere å måle effekten av tiltakene.

## **PLANLAGTE AKTIVITETER:**

Disse er lagt i vedlegg med forklaringer for satsingene. Aktivitetene er lagt opp ifht Telemarkreisens nåværende spydspisstrategi og prioriterte markeder, som er vedtatt av styret og avsjekket mot alle destinasjonenes egne satsingsområder.

Med håp om positiv behandling av søknaden.

Telemarkreiser AL  
Irene Siljan Vestby  
Daglig leder

Vedlegg 2: Søknad om markedsmidler fra Telemark fylkeskommune

**PLANLAGTE MARKEDSAKTIVITETER 2012/2013**

Tabellen under viser aktivitetsområdene vi søker støtte til fra Tfk. Disse aktivitetene er planlagt gjennomført i tillegg til enkeltstående prosjekter og basisaktiviteter som Telemarkreisens andelseiere finansierer gjennom basisavtale etter den nye finansieringsmodellen (sommerekatalog, kartguide, Telemark Spesial-aktiviteter mot grupper, webaktivitet og generell markedsføring).

Midlene fra Tfk vil kobles som vist i tabellen med midler fra næringen. For 2012-13 er dette ikke ferdig budsjettet i de enkelte destinasjoner. Oppsettet er basert på tidligere års budsjetter og erfaringer. Dersom næringen ikke har midler til gjennomføring av aktivitetene på dette nivået, må enkelte aktiviteter reduseres i omfang.

**Budsjett markedsaktiviteter 2012/2013 (utover basisaktiviteter)**

	<b>Kostnader</b>	<b>Finansiering Telemarkreiser*</b>	<b>Finansiering næringen</b>
<b>SOMMERMARKEDSFØRING 2012</b>			
<b>Tyskland</b>			
<b>Innovasjon Norge - tiltak</b>			
Norgeskatalogen IN	70.000	50.000	20.000
Kampanjeaktiviteter (pakke) IN	400.000	320.000	80.000
Samarbeid med Fjordline	70.000	50.000	20.000
Turoperatørsamarbeid	50.000	40.000	10.000
Presseturarbeid	55.000	40.000	15.000
<b>Tiltak utenom IN</b>			
Pågående arbeid med søkemotoroptimalisering ifht tyske søkemotorer + sosiale medier i Tyskland (i samarbeid med Visit Sørlandet)	60.000	60.000	0
<b>Totalt</b>	<b>705.000</b>	<b>560.000</b>	<b>145.000</b>
<b>Nederland</b>			
<b>Innovasjon Norge - tiltak</b>			
Norgeskatalogen	70.000	50.000	20.000
Kampanjeaktiviteter (pakke)	340.000	240.000	100.000
Deltakelse Vakantijbeurs (messe)	100.000	75.000	25.000
Turoperatørsamarbeid	50.000	40.000	10.000
Presseturarbeid	55.000	40.000	15.000
<b>Tiltak utenom IN</b>			
Pågående arbeid med søkemotoroptimalisering ifht nederlandske søkemotorer + sosiale medier i Nederland (i samarbeid med Visit Sørlandet)	100.000	100.000	0
<b>Totalt</b>	<b>715.000</b>	<b>545.000</b>	<b>170.000</b>
<b>Danmark</b>			
<b>Innovasjon Norge - tiltak</b>			
Norgeskatalogen	60.000	40.000	20.000
Kampanjeaktiviteter (pakke)	280.000	200.000	80.000
Deltakelse Ferie for alle (messe i Herning)	120.000	80.000	40.000
Samarbeid med Fjordline	100.000	50.000	50.000
Turoperatørsamarbeid	50.000	40.000	10.000

Presseturarbeid	55.000	40.000	15.000
<b>Tiltak utenom IN</b>			
Pågående arbeid med søkemotoroptimalisering ifht danske søkemotorer + sosiale medier i Danmark	100.000	100.000	0
<b>Totalt</b>	<b>765.000</b>	<b>550.000</b>	<b>215.000</b>
<b>Norge</b>			
<b>Innovasjon Norge - tiltak</b>			
Kampanjeaktiviteter (pakke)	300.000	100.000	200.000
<b>Tiltak utenom IN</b>			
Regional annonsering web + print	100.000	60.000	40.000
Sosiale medier (bl.a. annonser)	100.000	80.000	20.000
Utrulling av kampanjer med ny merkevare	250.000	250.000	0
<b>Totalt</b>	<b>750.000</b>	<b>490.000</b>	<b>260.000</b>
<b>Tema – flere markeder</b>			
Sykling	170.000	100.000	70.000
Vandring	180.000	100.000	80.000
Høstkampanjer	130.000	80.000	50.000
Videreutvikling av Telemark i panorama – 360 bilders verktøy på flere språk	150.000	120.000	30.000
<b>Totalt</b>	<b>630.000</b>	<b>400.000</b>	<b>230.000</b>
<b>Vintermarkedsføring</b>			
Danmark og evt Norge	800.000	500.000	300.000
<b>Sammenlagt total</b>	<b>4.365.000</b>	<b>3.045.000**</b>	<b>1.320.000</b>

\* Finansiering Telemarkreiser inkluderer noe av tilskuddet Telemarkreiser får fra Telemark Interkommunale Næringsfond via Telemark Reiselivsråd som et driftstilskudd, først og fremst gjennom internproduksjon av kampanjemateriell og koordinering av kampanjer.

\*\*Telemarkreiser søker ikke om hele totalbeløpet, men om kr. 2.200.000 (50,4%), da deler av totalen dekkes som nevnt over og avsatte prosjektmidler som går over årsskifte.

**NB! Uten omsøkt tilskudd fra Tfk på kr. 2.200.000 må aktivitetene totalt reduseres vesentlig, da det ikke er sannsynlig med økt bidrag fra næringen utover det som er indikert i tabellen.**

#### **OM AKTIVITETENE:**

##### **Sommermarkedsføring i Tyskland:**

Tyskland har i mange år vært Telemarks største utenlandsmarked i sommermånedene og er et viktig satsingsområde. Beliggenheten ifht det tyske markedet er god med kort vei via SuperSpeed, og etter hvert Fjordline mellom Danmark og Norge, og gir oss noen konkurransefortrinn ifht andre områder i Norge som satser sterkere enn oss på dette markedet. Satsingen som ble økt for 2012, bør videreføres inn i 2013 for å jobbe langsiktig med å øke kunnskapen i dette markedet om vår del av landet. Telemark hadde ifølge SSB en tilbakegang på 15% i tyske gjestedøgn fra 2010 til 2011. Dette må vi forsøke å ta igjen.

Tyskerne er i stor grad rundreiseturister og kan bringe gjester til hele fylket. Markedsaktivitetene legges opp i samarbeid med Innovasjon Norges kontor i Tyskland og vil inneholde både nettaktiviteter og printaktiviteter rettet mot utvalgte områder i Tyskland. Vi vil med økt synlighet også kunne delta med større kraft i rundreisekampanjene til Innovasjon Norge og i aktiviteter rettet mot flere målgrupper, bl.a camping.

Vi har videreført arbeid med optimalisering av tyske nettsider, med eget domene for Tyskland, som har vært benyttet i økt deltakelse i Innovasjon Norges Tysklandskampanje. I 2011 økte andel tyske besøkende til visittemarkets nettsider med 31,2% i forhold til 2010. Vi ser en ytterligere økning så langt i 2012 i forhold til samme periode i 2011 på 14,8%.

Undersøkelser av det tyske markedet viser at blant viktige informasjonskilder for reisemålsbestemmelser står turoperatører og reisehåndbøker fortsatt sterkt i tillegg til redaksjonell omtale. Vi ønsker derfor å fortsette og forsterke et markedsarbeid overfor turoperatører, tysk presse og utgivere av reisehåndbøker for å få redaksjonell omtale.

#### **Sommermarkedsføring i Nederland:**

Nederland er et voksende marked og overtok i 2010 førsteplassen fra tyskerne på SSBs statistikk for Telemark i sommermånedene, men Telemark hadde en større tilbakegang i nederlandske gjestedøgn fra 2010 til 2011 (18,7%) enn fra Tyskland (15%). Nederlenderne er gode gjester; de bruker penger og har lite språkbarrierer ifht engelsk informasjon. Vi ønsker å øke stasingen i Nederland for å omfatte flere målgrupper, også camping. Også for nederlendere er veien kort til Telemark med SuperSpeed og fra 2013 Fjordline til Langesund. Telemarkreiser har i mange år deltatt sammen med aktører fra næringen på den største forbrukermessen i Nederland; Vakantijbeurs. Vi hadde ikke kapasitet og ressurser til å delta her i 2011, men har deltatt i 2012, i samarbeid med VisitSørlandet. Vi ønsker å gjøre det samme i 2013.

Som for Tyskland, er det viktig å fortsette å jobbe med nederlandske presse, turoperatører, reisehåndbøker og sosiale medier og søkemotoroptimalisering som en del av markedsaktivitetene. Noe av dette gjøres sammen med Innovasjon Norge, noe sammen med Visit Sørlandet og noe på egen hånd.

#### **Sommermarkedsføring i Danmark:**

Danmark er størst i Telemark om vinteren, men er et prioritert marked i vår strategi også om sommeren pga sin geografiske nærhet. Telemarkreiser hadde et godt samarbeid med Innovasjon Norge på dette markedet inn mot 2010 med ekstratilskudd fra TIN, og vi ønsker å tro at dette bidro til at Telemark hadde en økning i det danske markedet på 5,9% i 2010 ifht nedgang på 2% i Norge generelt. I 2011 var finanskrisens resultater i Danmark merkbar og hele Norge tapte trafikk fra dette viktige nærmarkedet. Både sommer og vinter. Vi må fortsette å holde trykket oppe her, og vil jobbe ekstra inn mot Danmark bl.a med Fjordline når de får sin første sesong med full kapasitet sommeren 2013.

Også i Danmark er det viktig å fortsette å jobbe med presse, turoperatører, reisehåndbøker og sosiale medier og søkemotoroptimalisering som en del av markedsaktivitetene. Vi har et nært samarbeid med Innovasjon Norge Danmark, sitter i markedsgruppe for påvirkning av aktiviteter og er uttalt samarbeidspartner for deres sosiale medie-strategi.

#### **Sommermarkedsføring i Norge:**

Norge er Telemarks aller viktigste marked, med ca 81% nordmenn blant våre feriegjester i 2011, fylket sett under ett. Dette markedet har sviktet noe i fellesferien 2010 og 2011, men vi jobber videre med å øke markedsandelene i dette viktige markedet. En undersøkelse på oppdrag av Telemark Fylkeskommune om kjennskap til Telemark i den norske befolkningen i 2011 viser at det eksisterer en basiskjennskap til enkelte attraksjoner, aktiviteter og områder i Telemark. Dette gjør det lettere å bygge på med mer informasjon for å øke denne og få vippet nordmenn over i kjøpsmodus. I 2012 er Telemark største enkeltdestinasjon som kampanjedeltaker i Innovasjon Norges kampanje mot det norske markedet (etter Nasjonale Turistveier og Nord-Norge). Dette har løftet oss opp i profilnivået til Innovasjon Norge. Vi ønsker å fortsette med et sterkt fokus på Norge også i 2012/2013 og har også inkludert utrulling av ny merkevare som vi satser på kommer før sommeren 2013, i første omgang mot det norske markedet. Det er på tide å vise hva Telemark står for!

#### **Temamarkedsføring i flere markeder:**

- Telemarkreiser har i 2011 delfinansiert deltakelse i Innovasjon Norges vandrekampanje. Dette har gitt god uttelling for midlene vi har deltatt med og vi vil ønske å videreføre denne satsingen i 2012/2013.
- Etter vandring, er sykling den mest brukte fritidsaktiviteten i verden. Telemark har gode, tilrettelagte produkter som er bookbare og det jobbes med utvikling av ennå flere sykkelprodukter gjennom et eget sykkel-prosjekt. Dette ønsker vi å formidle til markedene i samarbeid med destinasjoner som satser på sykkel over hele Telemark. Vi har også jobbet med tettere samarbeid med flere av sykkelrittene i Telemark inn mot det norske sykkelmarkedet, og ønsker å videreføre dette.



- Høstkampanjer kan vi bruke for å utnytte ledig kapasitet i mellomperioden mellom sommersesong og julebord/vinter. Det er gode muligheter for samarbeid med både Color Line og Fjordline på dette, og også med Innovasjon Norge. Vi ønsker å opprettholde denne aktiviteten i 2012/2013.
- Mot slutten av 2011 lanserte vi Telemark 360 Panorama – med flotte bilder over hele Telemark. Dette ønskes videreført og videreutviklet med bilder av flere steder i 2012/2013. Inkludering av flere bilder fra flere steder gir også økte driftskostnader for løsningen. Vi ønsker også å inkludere flere bakkebilder i tillegg til perspektivbildene fra lufta.

**Vintermarkedsføring:**

Telemark hadde en felles markedsføringskampanje Telemark Ski Bonus vinteren 2011/2012, koordinert av Telemarkreiser. Dette samarbeidsprosjektet resulterte i at skisenterne har etablert et eget AS. De ønsker likevel at Telemarkreiser koordinerer markedsaktivitetene for vinteren 2012/2013, som vil konsentreres om det viktigste utenlandsmarkedet; Danmark og evt. noe fellestiltak mot det norske markedet. Detaljene i dette er ikke klart foreløpig, men vil utarbeides inn mot og i løpet av sommeren 2012. Det vil blant annet gjennomføres tiltak opp mot både Color Line og Fjordline, enten gjennom Innovasjon Norge eller direkte mot fergereferiene.

## Medieplan for Telemarks markedsføring i Danmark.

Vinteren 2012 / 2013.

### **Bakgrunn:**

Telemarks 8 skisenter har sammen samlet 500.000,- til markedsføring vinteren 2012/2013.

Telemark Fylkeskommune har matchet dette med 500.000,-

Innovasjon Norge har igjen matchet med 1.000.000,-

ColorLine har matchet med 400.000,-

**Totalt budsjett: 2.400.000,-**

Kampanjen organiseres av Telemark Alpin AS. Dette arbeidet betales av aktørene og belaster ikke kampanjen. Det totale kampanjebeløp benyttes uavkortet til markedsføring.

Kampanjen er under arbeid, og detaljene er ikke klare. Oppstart vil være innen få uker, og fokus er nå på den konkrete utforming av materiell. Markedstiltak og tidsplaner utvikles i hovedsak innen september.

### **Telemarks USP-er:**

- Norges største Skiregion
- Tettest på Danmark. Kort vei til pisten.
- 8 Skisenter – 1 heiskort

## Medieplan Innovasjon Norge:

Aktivitet	Beløp i DKK
Grunnpakke * 6	500.000
<u>Visitnorway (6)</u>	inkl.
Visitnorway – til Ipad (6)	inkl.
Annoncørseksjoner (6)	inkl.
Konkurrence	inkl.
Google display (1)	inkl.
Sosiale medier	inkl.
Nyhetsbreve	inkl.
Bilka (1)	inkl.
Generel Vinterkampagne	inkl.
Skievent (1)	inkl.
Print	100.000,-
Online	<u>Tilkøb</u>
TV	Web TV
<u>Samannonsering ColorLine</u>	400.000
<b>Totalt</b>	<b>1.000.000</b>

I tillegg benyttes kr 600 000,- fra Innovasjon Norge til diverse merkevarebyggende oppmerksomhet.

### **Viktigste elementer med Innovasjon Norges kampanje:**

- Stor synlighet på Visitnorway.dk. Nettsiden Innovasjon Norge hele tiden trekker frem i sine kampanjer.
- Stor synlighet på Ipad med våre 8 skisenter og Telemark som region presentert.
- Advertorials i store danske nettaviser. Artikler som ser ut som redaksjonelle artikler med linker ut til oss.
- Konkurranser, sosiale medier, nyhetsbrev. Her er det opp til oss å være på ballen for å få synlighet.
- Google Display. Markedsføring via Googles nettverk
- Pressebesøk. Vi får mest sannsynlig en gruppetur til Telemark pga. alle våre nyheter.
- Skievent og Bilka. Messereiser til Danmark for å representere Telemarks 8 skisenter.
- Web TV. Telemark produserer en 30 sekunder film som ruller før nettavisers video. Tenk VG TV

## Mediaplan ColorLine:

	September				Oktober				November				December			Jan/feb 2013	Budget pr. mediegruppe
	Uge 36	Uge 37	Uge 38	Uge 39	Uge 40	Uge 41	Uge 42	Uge 43	Uge 44	Uge 45	Uge 46	Uge 47	Uge 48	Uge 49	Uge 50		
<b>Dagblade + skitillæg:</b>																	0
Geografisk i Jylland og Fyn. Oplag 460.000									144000	144000			26000	26000		200000	540000
<b>Ugeblade:</b>																	0
									72000	72000							144000
<b>Online bannerkampagne:</b>																	0
									40000	40000							80000
<b>Adwords på Google</b>																	0
Adwordskampagne på Google - Telemark vinter	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	17500	70000
<b>Film</b>																	0
colorline.dk + Youtube + QR koder	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	20000	80000
Produktionsomkostninger til 3 kanaler	30000																30000
<b>CTV spots</b>																	0
Tv-skærme om bord på Superspeed + terminaler	8000	8000	8000	8000					8000	8000	8000	8000	8000	8000		24000	104000
<b>Nyhedsbrev</b>																	0
Database på i alt 60.000 respondenter				10000				10000			10000		10000			20000	60000
<b>Effektforstærkning</b>																	0
Radio																	0
<b>Øvrige omkostninger</b>																	0
Distribution + Administration + Monitorering	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	30000	120000
<b>Samlet netto omkostning pr. uge</b>	51500	21500	21500	31500	13500	13500	23500	13500	277500	287500	21500	21500	57500	47500	13500	311500	1228000

<b>Financiering</b>	
Telemark	400000
Color Line	400000
Innovasjon Norge	400000
<b>Totalt DKK</b>	1200000

## **Nøkkelementer i Color Lines kampanje:**

- Tung printannonsering i regionale og landsdekkende aviser samt ukeblader og magasiner
- Stort fokus på salg. Produktannonsering. Opplag på totalt 460.000, tilsvarende en leserverdi på 1.396.000 personer.
- Online bannere med link til ColorLine destinasjonene i Telemark. 60% av Color Lines salg skjer online.
- Google Adwords. Betalte treff hos Google.
- Deltagelse i Color Lines nyhetsbrev med kundedatabase på 60.000
- Film. Produksjon av 2 filmer som viser Telemark fra sin beste side.
- Film distribueres på colorline.dk og Colorlines Youtube-kanal
- Filmene vises også på Color Lines egen TV kanal på terminaler og om bord på Superspeed 1 og 2.
- Presentasjon i Color Lines vinteravis. Sendes til 500.000 husstander i Danmark

## **Eventuelle spørsmål kan rettes til:**

Torben Andersen – Turistsjef Rauland Turist og koordinator

Tlf: 40 46 97 50

[Torben@visitrauland.com](mailto:Torben@visitrauland.com)

Stein Birger Johnsen - Styreleder Telemark Alpin AS

Tlf: 99 54 54 99

[sb@telemarksadvokat.no](mailto:sb@telemarksadvokat.no)



Vest-Telemarkrådet

Til  
Telemark Fylkeskommune  
Fylkeshuset,  
3706 Skien

Frå  
Vest-Telemarkrådet  
v/Kjell Gunnar Heggnes  
Granlivegen 1A  
3850 Kviteseid

Dato: 27.04.2012

## Søknad om regional utviklingsstøtte

Syner til møte med Jon Skriubakken, og tidligare dialog med Magne Reiersen i arbeidet med Strategisk Næringsplan for Vest-Telemark.

Vest-Telemarkrådet har med mandat frå alle kommunane i Vest-Telemark arbeidd fram ein Strategisk Næringsplan, der næringsaparartet har stått for innhald og prioritering. Planen er formelt vedteke i Vest-Telemarktinget 29.03.2011.

### Prosjekt frå Strategisk Næringsplan

Vi vil med dette søkje medfinansiering frå Fylkeskommunen til fem av tiltaka i Strategisk Næringsplan for Vest-Telemark (SNP):

1. Bulyst – gje det vidare!
2. Vandreregionen
3. Næringscluster
4. Telejobb
5. Vestlandsbanen over Haukeli

### Om finansiering av prosjekta

Prosjekta skal handsamast kvar for seg, etter avtale med Fylkeskommunen. Vi ber om at søknadene vert sett i samanheng med den breie forankringa og heilskaplege satsinga for utvikling i Vest-Telemark.

Vidare fyljer ein oversikt over finansieringsplan for dei ulike tiltaka.



Vest-Telemarkrådet

## Finansieringsplan for tiltaka

### 1. BULYST - Gje det vidare

Finansieringskjelde	SUM
Regionale midlar, TFK	1.200.000
KRD	300.000
Vest-Telemark kommunane	300.000
Fellesfondet	500.000
<b>TOTALT</b>	<b>2.300.000</b>

### 2. Vandreregionen

Finansieringskjelde	SUM
Regionale midlar, TFK	1.750.000
Vest-Telemark kommunane	1.750.000
<b>TOTALT</b>	<b>3.500.000</b>

Søknad om finansiering for prosjektet Vandreregionen er sendt Fylkeskommunen v/Mona Birgitte Rasmussen tidligare. Vest-Telemarkrådet er prosjektansvarleg for søknaden.

### 3. Næringscluster

Finansieringskjelde	SUM
Regionale midlar, TFK	1.000.000
Fellesfondet - løyvde midlar	900.000
Nøringlivets andel	300.000
<b>TOTALT</b>	<b>2.200.000</b>

### 4. Telejobb

Finansieringskjelde	SUM
Regionale midlar, TFK	750.000
Fellesfondet	750.000
Eigendel	300.000
<b>TOTALT</b>	<b>1.800.000</b>

### 5. Vestlandsbanen over Haugeli

Finansieringskjelde	SUM
TUF	600.000
Fellesfondet	600.000
<b>TOTALT</b>	<b>1.200.000</b>

Prosjektplan med budsjett for samtlege planar er vedlagt, saman med kortfatta versjon av Strategisk Næringsplan for Vest-Telemark.

Vi håpar på ei positiv handsaming av søknaden.

Med venleg helsing Vest-Telemarkrådet

**Kjell Gunnar Heggenes**

Regionrådsleiar

6 Vedlegg



# Prosjektplan: Vestlandsbanen over Haukeli

## 1. MÅL OG RAMMER

### 1.1 Bakgrunn

Idéen om høg fartstog i Norge er i stor grad knytt til omgrepet Haukelibanen og det pionéararbeidet som er utført av Norsk Bane AS. Kommunane i Vest-Telemark var tidleg ute med å støtte dette initiativet.

Tanken bak har vore at tilgang på eit så raskt transportmiddel ville kunne gje betydelege fordelar for kommunar i området som slit med næringsgrunnlag, mangel på arbeidsplassar og generelt manglande attraktivitet.

Den aktuelle bakgrunnen nå er at Jernbaneverket la fram sin Høg fartsutredning 25. januar 2012 og den politiske prosessen knytt til høg fartsbanen fram mot vedtak av ny NTP i 2013

### 1.2 Prosjekt mål

#### Hovudmål:

Vestlandsbanen over Haukeli skal posisjonérast som det mest foretrekte nasjonale alternativet for høg fartstog mellom Oslo og Bergen/Haugesund/Stavanger.

I prioriteringa av ulike høg fartsbanar, skal Vestlandsbanen over Haukeli vera den banen som fyrst kan realiserast

#### Delmål:

Det vert etablert eit slagkraftig "Jernbaneforum for Vestlandsbanen" som er ein allianse med næringsliv, politikarar og interesseorganisasjonar for å posisjonere Vestlandsbanen som det foretrekte alternativet.

### 1.3 Rammer

Det er ikkje definert spesielle interne rammer for arbeidet.

## 2. OMFANG OG AVGRENSNING

Ein skal etablere "Jernbaneforum for Vestlandsbanen".

Prosjektet skal vere opptatt av dei politiske prosessane rundt arbeidet og skal prøve å halde seg oppdatert på det faglege utgreiingsarbeidet. Prosjektet skal ikkje etablere eigen fagekspertise, men bruke andre miljø, spesielt Norsk Bane AS, som rådgjevar i faglege spørsmål.

Jobben med å følge opp dette arbeidet er særst omfattande og tidkrevjane med omsyn til å vera oppdatert på det faglege nivået, det politiske spelet og ikkje minst å vera tilstades i alle viktige medie-kanalar; gjera seg synleg og gjeldande i den nasjonale debatten, svare på alt som talar imot saka vår, og bli høyrst. Dette er ein jobb som er kostnadskreivande å lukkast med

## 3. ORGANISERING

### 3.1 Prosjektledelse

Prosjektansvarleg: Arne Vinje, Vinje kommune

Prosjektleder: Haldor Kaasin, VTNU AS

### **3.2 Øvrige roller**

Prosjekteigar er Vest-Telemarkrådet

Arbeidsgrupper kan bli oppretta etter behov.

## **4. BESLUTNINGSPUNKT, OPPFYLJING OG MILEPELAR**

### **4.1 Beslutningspunkt**

Prosjektet starta opp 1. halvår 2011 og har arbeida med etablering av "Jernbaneforum for Vestlandsbanen"

Styret med leiar i Jernbaneforumet vert etablert våren 2012

Evaluering og strategival for arbeidet innan 01.07.12

Avslutning av prosjektet etter vedtak av ny STP 31.12.13

### **4.2 Oppfølging**

Avklaring med prosjekteigar må vurderast fortløpande.

## **5. RISIKOANALYSE OG KVALITETSSIKRING**

### **5.1 Kritiske suksessfaktorar**

Det er viktig å raskt få etablert eit slagkraftig "Jernbaneforum for Vestlandsbanen"

## **6. GJENNOMFØRING**

### **6.1 Hovudaktivitetar**

Etablere Jernbaneforum for Vestlandsbanen med politikarar, næringsliv og interessegrupper med geografisk hovudvekt på Telemark, Rogaland og Hordaland.

### **6.2 Tids- og ressursplaner**

Prosjektet held fram til 31.12.2013

## **7. ØKONOMI**

Totalkostnad kr. 1.200.000

Finansiering:

Vest-Telemarkrådet kr. 600.000

Telemark Utviklingsfond kr. 600.000



Vest-Telemark

---

STRATEGISK NÆRINGSPLAN 2011 – 2014  
FOR VEST-TELEMARK

Vedteke i Vest-Telemarktinget: 29.03.2011

## Mandat

Til grunn for ny næringsplan ligg Vest-Telemark rådets visjon og fire mål:

### **VISJON: VEST-TELEMARK - EIN LEVANDE REGION**

*Vest-Telemark skal vera ein levande region der opparbeidd identitet og kultur vert vidareført saman med innovasjon og nyskaping. Gjennom samhandling over kommunegrenser skal vi gjere regionen attraktiv for busetnad, arbeid og oppleving.*

**Mål 1 Oppretthalde folketalet og busetnaden i heile Vest-Telemark**

**Mål 2 Sterk regional samkjensle og styrka Vest-Telemarkidentitet**

**Mål 3 Vidareutvikling og nyetablering av verksemdar i Vest-Telemark**

**Mål 4 Sikre god infrastruktur i og gjennom Vest-Telemark**

### **Målsetting og satsingsområde:**

Ein vil legge til grunn Vest-Telemark Tinget sin handlingsplan og konsentrere næringsarbeidet i Vest-Telemark om desse fire målsettingane. I oversikta under er det med utgangspunkt i handlingsplanen sine mål sett opp forslag til strategiske satsingsområde. Satsingsområda vil danne grunnlag for utarbeiding av ulike tiltak, eit arbeid som skal slutførast innan utgangen av 2010.

<b>MÅL 1</b>		
<b>1. OPPRETTHALDE OG AUKE FOLKETALET OG BUSETNADEN I HEILE VEST-TELEMARK</b>		
<b>Satsingsområde:</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vidareføre arbeidet med utvikling av regionens attraksjonskraft og bulyst.</li><li>• Gjennom samhandling og alliansar gjera Vest- Telemark til ein attraktiv region å bu og arbeide i.</li><li>• Vidareutvikle Vest- Telemark som ein attraktiv arbeidsmarknadsregion.</li><li>• Styrke regionens samla arbeidsmarknad, med synleggjering av moglegheitane i eigen og tilgrensande regionar.</li></ul>		
<b>Tiltak:</b>	<b>Tiltaksnamn</b>	<b>Utførar</b>
1 -1	BULYST	VTNU
1 -2	TELEJOBB	VTNF

## MÅL 2

### 2. STERK REGIONAL SAMKJENSLE OG STYRKA VEST- TELEMARKIDENTITET

#### Satsingsområde:

- Vidareutvikle samhandling kring marknadsføringstiltak som fremjar kjennskap til regionens kultur og identitet.
- Stimulere til utvikling av nye offensive informasjonsformer tilpassa prioriterte målgrupper.

Tiltak:	Tiltaksnavn	Utførar:
2 -1	DIGITALE FELLESSATSINGAR I VEST-TELEMARK	VTNU
2 -2	FELLES REISELIVSPROGRAM FOR VEST-TELEMARK	Reiselivsansvarlege i kommunane
2 -3	VANDRERREGIONEN	VTNU

## MÅL 3

### 3. VIDAREUTVIKLING OG NYETABLERING AV VERKSEMDER I VEST- TELEMARK

#### Satsingsområde:

- Auke tilgangen på risikokapital og offentlege verkemiddel til regionen
- Styrke og utvikle rådgjevingsapparatet i Vest-Telemark
- Tilrettelegging og utvikling av samhandlingstiltak og næringsklynger, med formål å styrke eksisterande næringsliv og stimulere til knoppskyting, nyetablering og innovasjon.
- Oppretthalde og utvikle kompetansemiljø i regionen.

Tiltak:	Tiltaksnavn	Utførar
3 - 1	VEST-TELEMARK INVEST AS	VTN
3 - 2	UNG BEDRIFT	VTNU
3 - 3	NÆRINGSCLUSTER - VEST-TELEMARK	VTNF/VTNU
3 - 4	SIVA NÆRINGSKLYNGE	Seljord kommune

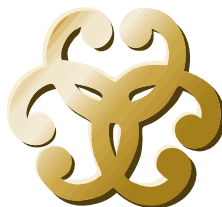
## MÅL 4

### 4. SIKRE GOD INFRASTRUKTUR I OG GJENNOM VEST- TELEMARK

#### Satsingsområde:

- Vidareutvikle felles strategiar for vegutbygging og skape alliansar for desse.
- Synleggjere regionens transport- og infrastrukturbehov gjennom faktaoppbygging og formidling.
- Arbeide for høgfartsbane over Haukeli
- Utvikling av regionens breibandsstruktur og mobilsamband.

Tiltak:	Tiltaksnamn	Utførar
4 - 1	BREIBAND	VTNU
4 - 2	MOBILNETTET	VTNU
4 - 3	VEGEN I VEST-TELEMARK	VTNU/VTNF
4 - 4	HØGFARTSBANE OVER HAUKELI	VTNU



Telemark Utviklingsfond  
Fylkeshuset  
3706 SKIEN

Kviteseid, 01.08.2012

### **VEDK. SØKNAD OM MIDLAR FRÅ TELEMARK UTVIKLINGSFOND TIL PROSJEKTET “VESTLANDSBANEN OVER HAUKELI”**

Vi viser til søknad frå Vest-Telemarkrådet dagsett 27.04.2012 og samtale med Terje Bakka i Kviteseid 31.mai 2012, der det vart etterlyst ytterlegare informasjon om prosjektet “Vestlandsbanen over Haukeli”. Vi vil med dette brevet gå nærare inn på arbeidet med høgfartsbane i Noreg og å løfte fram alternativet «Vestlandsbanen over Haukeli» som den mest realistiske banestrekninga å starte høgfartsutbygginga med.

Vest-Telemark har gjennom prosjektet i Strategisk Næringsplan 2011 – 2014, Høgfartsbane over Haukeli, vore aktive i arbeidet med å sette Høgfartsutbygging på dagsorden i den offentlege debatten i Noreg. Vi har i samband med Jernbaneverket sin «Høyhastighetsutredning 2010-2012» samla næringsforeningane i Sør Noreg til ein konferanse i Oslo 11.05.12 og medverka til ei felles høyringsuttale, jfr. vedlagte uttale.

Frå denne uttala vil vi lyfte fram følgjande:

#### **Fleirbrukskonseptet må leggest til grunn for det vidare arbeidet**

Høgfartsbanane må gå inn i eit fleirbrukskonsept for langdistanse-, regional-/IC- og godstrafikk. Dette vil kunne gje positiv samfunnsmessig nytte – for økonomi, miljø og regional utvikling. Jernbaneverkets (JBV) IC- og høyhastighetsutgreiing gjev begge sterke negative resultat for samfunnsøkonomisk nytte. Deutsche Bahn International (DB) si utgreiing i fleirbrukskonsept viser ein sterk positiv samfunnsøkonomisk nytte på + 0,51 for Oslo – Trondheim/Ålesund via både Gjøvik og Hamar og + 0,77 for Oslo – Bergen/Haugesund/Stavanger.

JBV si høyhastighetsutgreiing viser eit lite overskot på driftsøkonomien som kan dekke drift og vedlikehald, men ikkje nok til å betale ned investeringane. Dette avdi JBV har utelatt godstrafikken, har få stasjonar undervegs og ikkje integrert IC-trafikken. DBs planar i



fleirbrukskonsept visar eit overskot som kan betale ned investeringane i løpet av 30 år, med ei rente på hhv. 2,9 og 3,3 % på strekningane nevnt ovanfor.

Vi tilrår at fleirbrukskonseptet leggst til grunn for det vidare arbeidet. DB er eitt av verdas leiande selskap på utvikling av høghastighetskonseptar og bygging av slike. Med DBs tall *in mente* er det nærliggande å spørje:

Har Noreg råd til å la vera å bygge ut eit høghastighetsnett i fleirbrukskonsept?

Høghastighetsbane må sjåast på som ei investering.

### **Undervegstrafikken må få større merksemd**

Jernbaneverket har basert si utgreiing på 3 – 4 stasjonar undervegs (einaste unntak er Oslo – Stavanger via Porsgrunn og Kristiansand, med 7 stasjonar). Til samanlikning har DB 18 stasjonar undervegs på strekninga Oslo – Trondheim og 20 for strekninga Oslo – Bergen/ Stavanger.

Ifylgje DBs utgreiing, vil toga Oslo – Trondheim rekke 6 stopp via Hamar og 8 via Gjøvik innan ei reisetid på 2 ½ time og tilsvarande 9 – 10 stopp Oslo – Bergen/Stavanger. Dei ekstra stasjonane betenast gjennom eit varierende stoppmønster. Kombinasjonen av mykje overført fly- og biltrafikk gjev høg frekvens på rundt 2 avgangar i timen, noko som gjev høve til å variere stoppmønsteret for slik å inkludere fleire stasjonar.

Inkludering av regionaltrafikken på denne måten vil styrke banane sitt inntekspotensial og miljøeffektar, både gjennom meir overført biltrafikk og nyskapt trafikk. Med eit finmaska nett av stasjonar, kan den planlagte banen og kome til erstatning for dagens bane, der denne går parallelt (som for Dovre- Gjøvik- og Sørlandsbanen), og slik gje innsparing i drift- og vedlikeholdsutgifter.

Det stasjonsnettet DB arbeider med, kan betene ca. 80 % av Norges befolkning innanfor ei reisetid på ca. 1 time eller mindre til næraste stasjon. Dette vil være av stor samfunnsmessig verdi. Bygging av ein slik bane vil og vera med å bygge landet. Slik kan vi ta heile landet i bruk, og dempe det store presset ein no ser på Oslo-området.

**PROSJEKTET VESTLANDSBANEN OVER HAUKELI** har som hovudmål å posisjonere denne banen som det mest foretrekte nasjonale alternativet for høgfartstog mellom Oslo og Bergen/Haugesund/Stavanger.

Prosjektet skal etablere eit slagkraftig »Jernbaneforum for Vestlandsbanen» som er ein allianse med næringsliv, politikarar og interesseorganisasjonar for å posisjonere Vestlandsbanen som det foretrekte alternativet.

Prosjektet har sidan desember 2011 arbeida målretta i samsvar med prosjektplanen og vil no få på plass Jernbaneforumet og arbeide gjennom dette fram mot handsaming av ny NTP i 2013. Deretter vil Jernbaneforumet ha sin eigen organisasjon og finansiering.





Prosjektet er viktig for regional utvikling i Telemark. Vestlandsbanen over Haukeli vil knytte heile Telemark til dei sterke verdiskapingsmiljøa på Vestlandet. Dette vil ha stor verdi for næringslivet i fylket.

Lyntogutbygging over Haukeli med tilknytning til Grenland, med InterCity-triangelet via Vestfold og bane vidare langs Agderkysten, vil vera eit paradigmeskifte innan samferdsel og samfunnsutvikling i Telemark, og heile Sør-Noreg.

Med helsing  
Vest-Telemark Næringsutvikling AS

*Haldor Kaasin*

Haldor Kaasin

Dagleg leiar

Tlf. 95209662 email: [haldor.kaasin@vtnu.no](mailto:haldor.kaasin@vtnu.no)



**Vest-Telemark**  
Næringsutvikling AS

Fyresdal • Kviteseid • Nissedal • Seljord • Tokke • Vinje

Telemark Utviklingsfond  
Telemark fylkeskommune  
3700 SKIEN

## **SØKNAD OM 2 MILLIONER TIL UTVIKLINGSMIDLER TIL ETABLERING AV FLERÅRIG UTSTILLING**

### **Sammendrag**

Telemark museum søker om kr 2 millioner til etablering av utstillingen *LOGISTIKK – til lands og til vanns* ved det nye sjøfartsmuseet og vitensenteret (*DuVerden*) for Telemark, lokalisert til Porsgrunn. Søknaden sees i sammenheng med tilsvarende søknad til Telemark fylkeskommune, hovedutvalg for kultur, med bevilgning på kr 1 million, pr juni 2012.

### **Utviklingsprosjektets historikk**

Telemark Museum ønsker innledningsvis å presentere utviklingsprosjektets historikk, basert på tre positive faktorer som underbygger verdien av å bevilge utviklingsmidler til utstillingssøknaden:

#### 1. Finansiering av museumsbygget

Arbeidet med å utrede og prosjektere nytt sjøfartsmuseum for Telemark har pågått i ca fire år. Ganske tidlig oppsto det en positiv situasjon som muliggjorde en effektiv og kreativ finansiering, som har resultert i at byggeriet har en sunn økonomi og er iverksatt under kontrollerte forhold. Brutto investeringsbudsjett er på ca kr 62 millioner, finansiert slik:

- Stiftelsen Porsgrunn Sjømannshjem	kr 15 millioner
- Porsgrund og Omegns Sjømandsforening	kr 10 millioner
- Sparebanken 1 Telemark	kr 5 millioner
- Porsgrunn kommune	kr 15 millioner
- Telemark fylkeskommune	kr 5 millioner
- Lån	kr 5 millioner
- Refusjon merverdiavgift	kr 7 millioner

Til tross for en helt genuin mulighet som oppsto vedr fullfinansiering av bygget, var det klart for alle parter at arbeidet med innholdet (utstillinger) måtte man komme tilbake til. Prosjektet har tatt inn over seg en viss egenandel til utstillingene, men det gjenstår videre finansiering fra offentlige myndigheter og private sponsorer.

Finansiering av utstillingsprogrammet er denne søknadens formål.

#### 2. Kombinasjonen av sjøfartsmuseum og vitensenter

Den andre situasjonen som oppsto, og som gjør prosjektet genuint, var mulighetene for å kombinere sjøfartsmuseet med et regionalt vitensenter. Begge disse publikumsrettede virksomhetene viste seg å ha en rekke felles utfordringer og arbeidsmål, som målgruppen 8-

18 år, utstrakt bruk av praktiske øvelser, fokus på logistikk og industri, betydelig samarbeid med skolene osv. Vitensenterets fokus på realfag var også noe museet valgte å legge stor vekt på i arbeidet med utstillingsprofil og konkrete formidlingstemaer. Ved å samkjøre sjøfartsmuseet og vitensenteret fikk begge parter et sterkere fundament å bygge sine virksomheter over, både vedr personell, markedsføring og annen drift. Det finnes noen forsøk rundt om i landet på samorganisering og samarbeid mellom museum og vitensenter, men ingen har prøvd en gjennomført sømløs modell, slik vi planlegger. Vi har gitt både samarbeidet og institusjonen navnet *DuVerden*, og opplever en sterk vitalisering av begge våre prosjekter. Så genuint er dette samarbeidet at Norsk Kulturråd har gitt en betydelig finansiering av et eget følgeprosjekt, med bevilgning til det første året - av mulige tre år - for å høste erfaring til nytte for museer og vitensentre over hele landet. Det er en stor motivasjon og styrke for *DuVerden* at vi opplever denne nasjonale interessen for vårt publikumskonsept.



Arkitektens skisse av det nye sjøfartsmuseet og vitensenteret for Telemark, beliggende på museumsområdet i Porsgrunn.

### 3. Driftsbudsjettet og stillingstilfanget

Telemark Museum har inngått en 20 års leieavtale med Statens Vegvesen, der Vegtrafikksentralen leier nye operasjonslokaler i *DuVerden*-bygningen. Leieinntektene herfra er betydelig, og inngår i virksomhetens budsjett for både teknisk drift og faglig utvikling.

Kombinasjonen av museum og vitensenter representerer dessuten en attraksjonskraft mot publikum, som styrker billettinntekter. Vitensenteret har dessuten regional status, med fast, årlig tilskudd fra Kunnskapsdepartementet. Driftsbudsjettet balanserer på ca 9 millioner kroner, med en forsvarlig inntektsside både vedr publikumsbesøk, offentlige tilskudd og leieinntekter.

Driftsbudsjettet gir rom for åtte nye stillinger (inkl timebaserte deltidsstillinger), hvorav flesteparten er formidlere og publikumsverter. Det gode tilfanget av nye stillinger er av stor betydning for hele prosjektets aktivitetsnivå, med vide åpningstider, en rekke arrangement, spennende foredrag og kurs – og ikke minst det brede skole- og læringsprogrammet.

## Åpningsutstilling - hovedutstilling

Utstillingene i *DuVerden* er formet av det sømløse konseptet mellom vitensenter og museum. Øvelser, installasjoner, fotografier, video, gjenstander og tekst utgjør en samlende helhet. Aktivitetssoner, installasjoner og fysiske øvelser vil være sentrale elementer i utstillingene, kombinert med historisk og faglig materiale presentert i en moderne visuell og virtuell felles kontekst.

*DuVerden* vil bygge opp sitt utstillingsprogram over tre hovedutstillinger:

- 1. Logistikk – *til lands og til vanns*
- 2. Sikkerhet
- 3. Klima, energi og kretsløp

Denne søknaden gjelder åpningsutstillingen LOGISTIKK – *til lands og til vanns*.

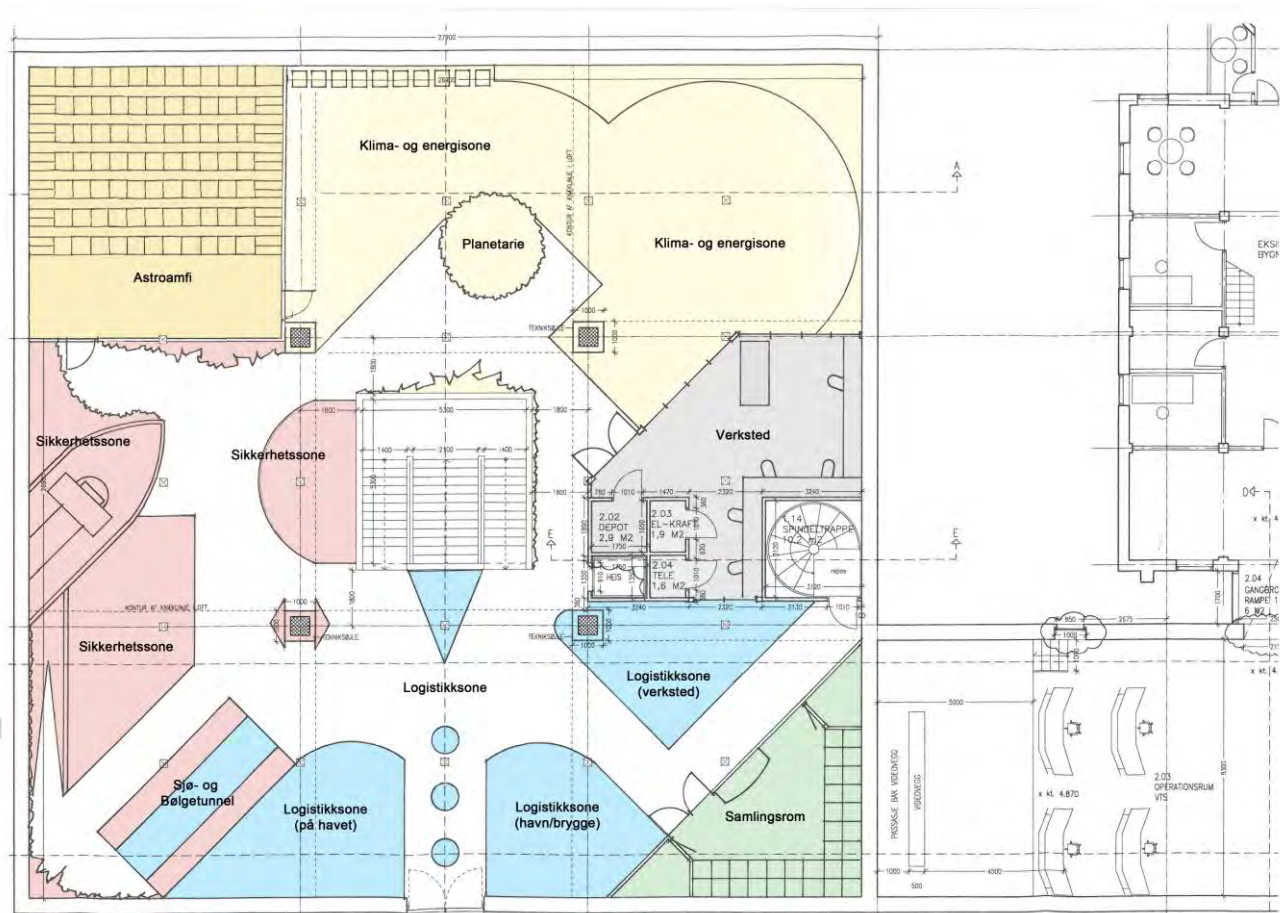
Utstillingens øvelser skal gi publikum en praktisk og konkret forståelse av hva logistikk er. Øvelsene er en inngangsport til en dypere og mer detaljert forståelse av hva logistikk handler om.

Hovedattraksjonen i utstillingen LOGISTIKK er et havneområde. Her vil vi ha en stor brygge med lastekran hvor publikum kan laste og losse fra brygge til skip. Ved siden av brygga står et skip som ligger på en vugge og vipper etter tyngdekraftprinsippet. Brygga skal ha plass til flere brukere og har verneutstyr til alle: hjelm, arbeidsklær, vernesko og hansker. I havneområdet har vi også et båtbyggerverksted hvor publikum kan lage egne båter og bygge ulike skrog. Sammen med sjøfartsmuseet i Gøteborg ser vi på muligheten for å utvikle et spesialtilpasset digitalt spillebord hvor publikum kan konstruere egne båter.

Vi vil også ha flere øvelser og installasjoner som viser mer generelle prinsipper ved logistikk. *Tannhjulveggen* skal vise energieffektivisering og kraftbesparelse som to bærende elementer i moderne industri, sjøfart og teknologi. *”Løft tungt”-øvelsen* viser ulike metoder for å løfte tung last eller sin egen vekt. Øvelsen demonstrerer ulike kraftoverførende hjelpemidler i sjøfart og industri. En annen øvelse, *rørbanen*, skal vise mangfoldet og kompleksiteten i logistikken. Dreibare rør og vinkler er festet på en stor veggflate bygd av stålplate og magneter.

Øvelsene i utstillingen handler mye om fysikk. Fysikken er sentral på havet og i laste- og lossesammenheng. Samtidig er også kjemi et viktig fag som særpreger vår region. I første etasje har vi et eget laboratorium som egner seg godt for kjemiøvelser. Laboratoriet vil i størst grad bli benyttet av skoleelever under veiledning av egne pedagoger.

*DuVerden* vil ha et eget skjermbasert opplegg med dagsaktuelt materiale fra skipsfart og industri. På egne skjermer vil vi vise bilder og film av innseilinger til havner ulike steder i verden, med tema spennende fra Telemarks havner, til seilingsruter, drivstoff, spesifikasjon av last, til piratvirksomheten i Aden-bukta – og hjem igjen.



Romplan 2. etg, som viser utstillingene Logistikk, Sikkerhet og Energi.

## Metode – Opplevelse i en større sammenheng

*DuVerden* er et kulturhistorisk og naturvitenskaplig opplevelses- og læringscenter. Det er i spenningsfeltet mellom opplevelse og læring vår pedagogiske tilnærming vil ligge. Vi bruker derfor betydelige ressurser på det pedagogiske tilbudet, og vil arbeide både strategisk, systematisk og målrettet med egne pedagogiske opplegg for elever, studenter og lærere. Målet er at skolene skal bruke *DuVerdens* læringstilbud som en del av sine lokale læreplaner og som et viktig og nødvendig supplement til sin undervisning. De pedagogiske læringsprogrammene kan gjennomføres på ulike måter. Vandring i utstillingen, laboratorieundervisning, praktiske øvelser, feltarbeid, dramatiseringer, mini-konferanser, skriftlige oppgaver, debatter og interaktivt arbeid er aktuelle innfallsvinkler ved besøk til *Du Verden*. I tillegg vil det utarbeides helhetlige pedagogiske opplegg til undervisning i de ulike temaene som kan knyttes til *DuVerdens* utstillinger.

Lærerne som besøker og bruker *DuVerdens* tilbud er svært sentrale i våre mål om at *DuVerdens* læringstilbud skal gi økt interesse for realfag og historie, og ikke minst økt kunnskap og læring. Dette krever målrettet arbeid både *før*, *under* og *etter* et besøk i vitensenteret. Våre læringstilbud vil være tilgjengelig både i papirformat og digitalt. *DuVerdens* hjemmesider vil blant annet være en arena for faglig og pedagogisk materiale. I tillegg planlegges det en mobil enhet – *DuVerden på hjul* – som gjør det mulig å reise rundt å undervise og inspirere.

## Næringsliv og reiseliv – Regionale planer for Telemark

I Telemark fylkeskommunes planstrategi 2010-2012, *Bærekraftige Telemark*<sup>1</sup>, er ett av temaene 'attraksjonskraft og livskvalitet' : ”Visjonen om et bærekraftig Telemarkssamfunn realiseres ved å videreføre fylkets attraktivitet for menneskelige, økonomiske og kunnskapsmessige ressurser. (...) Vi trenger attraktive steder med et mangfold av aktiviteter for vår livsutfoldelse.” *DuVerden* og basisutstillingen LOGISTIKK – *til lands og til vanns*, svarer på dette ved å skape og formidle kunnskap som tar utgangspunkt i regionens særpreg for å skape ny attraksjon.

I plandokumentet "Regional plan for reiseliv og opplevelser"<sup>2</sup> skisseres flere utfordringer, som fellesfinansiering og profilering av kulturskatter. *DuVerden* imøtekommer disse utfordringene i betydelig grad. I planens punkt 3.3.1 heter det at ”Vi må få opp attraktiviteten og kvaliteten i produktene. Det må utvikles kvalitetsstandarder. Aktørene i næringen må vite hva som forventes. Dette fordrer kontinuerlig oppmerksomhet.” *DuVerdens* modell med kombinasjon av ny teknologi, interaktive utstillinger og moderne tematikk, mener vi svarer på denne hovedoppgaven.

I punkt 3.3.3 står det at det er viktig ”å styrke lokalkunnskapen i befolkningen og fremme holdninger som sikrer at byene og bygdene i Telemark er trivelige å besøke, og gode å bo i.” *DuVerdens* utøvende/metodiske konsept, med øvelser, læring, eksperimenter og aktivitet er gjennomført fundamentert på regionens kulturarv – og regionens industrielle samtid. Kombinasjonen av lokal kunnskap og naturvitenskapelige øvelser svarer i stor grad på utfordringen med å styrke kunnskapen og stolthet om regionens karakter.

Om satsingsområde 3.4, 'Kompetanse og innovasjon', presiseres det at ”det dreier seg om å lytte til markedet og undersøke nærmere hva kundene spør etter, gå nye veier og oppsøke nye behov og muligheter, tenke på nye måter og tenke sammen med nye mennesker, benytte sine kunnskaper og ferdigheter på nye måter og i nye sammenhenger.” På nytt svarer *DuVerden* på planens utfordringer, ved sitt konsept som vever realfag og kulturhistorie sømløst til én enhet.

*DuVerden* som attraksjonskraft og regionalt basert kunnskapsbedrift, som støttespiller for næringsliv og entreprenørskap, vil også vise til plandokumentet "Regional plan for nyskaping og næringsutvikling."<sup>3</sup> Vår virksomhet samsvarer i stor grad med fylkeskommunen og plandokumentets visjon om kompetanse, bærekraftig økonomisk utvikling og miljøutfordringer.

---

<sup>1</sup> Vedtatt av Fylkestinget i Telemark, 9. desember 2009

<sup>2</sup> Vedtatt av Fylkestinget i Telemark, 15. juni 2011

<sup>3</sup> Vedtatt av Fylkestinget i Telemark, 15. juni 2011



Fylkesordfører lukket tidskapselen, som var den offisielle markeringen av byggeriet *Du Verden*, 2. november 2011.

### Budsjett åpningsutstillingen LOGISTIKK

<b>Kostnader</b>	<b>Pris</b>
Prosjektledelse, håndverkere, designprogram	1 640 000
Produksjon av scenografiske elementer	600 000
AV-ledelse og –produksjon	400 000
Installasjoner, moduler, rollefunksjoner, interaktive prosjekter	2 010 000
Lyssetting	450 000
Kostnader vitenøvelser (egen finansiering)	1 070 000
<b>Sum kostnader</b>	<b>6 170 000</b>

<b>Finansiering</b>	<b>Pris</b>
Telemark museum (andel investeringsbudsjett)	950 000
Telemark museum (eget lønnsbudsjett)	750 000
Telemark Utviklingsfond	2 000 000
Telemark fylkeskommune, hovedutvalg for kultur	1 000 000
Sponsorprogram (Vegtrafikksentralen m.fl) og Vitenlaben AS	1 470 000
<b>Sum finansiering</b>	<b>6 170 000</b>



Ideskisse til logistikk-utstillingen, som viser havneområde, kraftøvelser, egenaktivitet, shipping, skjermbarer osv.

### **Konsekvenser vedr budsjettet**

Telemark Museum er inneforstått med at eventuelle overskridelser av dette utstillingsbudsjettet må dekkes av *DuVerden*-virksomheten. Dette er en forpliktelse for Telemark Museum.

Et eventuelt avslag fra Telemark Utviklingsfond kan ha følgende konsekvenser for åpningsutstillingen LOGISTIKK – *til lands og til vanns*::

- Kvaliteten og omfanget reduseres/forringes
- Ny utvidet søknad til Telemark fylkeskommune, hovedutvalg for kultur, på kr 2 millioner, pga at denne hovedutstillingen er særlig offentlig finansiert.

### **Søknad**

Telemark Museum søker med dette om kr 2 millioner fra Telemark Utviklingsfond. Søknadens formål er finansiering av åpningsutstillingen LOGISTIKK – *til lands og til vanns*, som inngår som én av tre hovedattraksjoner til åpningen av det nye sjøfartsmuseet og vitensenteret *DuVerden*, med åpningstidspunkt vår 2013.

Skien, 21. juni 2012

Med vennlig hilsen

Lene Walle  
direktør

Bjørn Rudborg  
prosjektleder



# BØ KOMMUNE

## Planavdelinga

Saksbeh.: Kristin Karlbom Dahle  
Innvalsnr.: 35059170  
Kontoradr.: Gullbringvegen 20  
Tlf. etaten: 35 05 91 60 faks:35 05 91 79

Telemark fylkeskommune v/Telemark  
utviklingsfond  
Pb 2844

3702 SKIEN

### TEKNISK EINING

Dato: 23.08.2012  
Arkivnr.: K2-Q12, K3-&40  
Vår ref.: 12/229-11

## Alternativ trasé for rv 36 gjennom Bø sentrum. Søknad om delfinansiering av forstudium

Bø kommune arbeider no i samarbeid med Haukelivegen AS med eit forstudie for å finne ei alternativ trasé for rv 36 gjennom Bø sentrum og søker med dette Telemark utviklingsfond om delfinansiering av forstudiet.

### Bakgrunn og prosjektbeskrivelse

Forstudiet er sett i gang etter ein førespurnad frå AS Haukelivegen om eit samarbeid med kommunen for å vurdere om det finst alternative traséar for rv 36 gjennom Bø sentrum. Bø kommune vil sannsynlegvis starte rullering av kommuneplanens arealdel i 2013, og førespurnaden frå Haukelivegen kom difor på eit heldig tidspunkt. Det er svært gunstig å få vurdert om det finst alternative traséar for rv 36 før arbeidet med rullering av kommuneplanen vert sett i gang. Kommunestyret takka difor i møte 30.1.12 ja til invitasjonen frå Haukelivegen AS, og arbeidet med forstudiet starta opp etter dette. Fleire alternative traséar og påkoplingspunkt til rv 36 er vurdert og drøfta i prosjektgruppa.

### Effektmål for hovudprosjektet

Å redusere uønska gjennomfartstrafikk gjennom Bø sentrum.

### Resultatmål for forstudiet

Å finne ein trasé for omlegging av rv 36 som kan vere mogleg å gjennomføre og utgreie denne nærare.

### Organisering

Bø kommune har prosjektleiar for forstudiet og prosjektgruppa er sett saman av representantar for Haukelivegen AS (Børge Skårdal), Statens vegvesen (Arnt Honstad), Telemark fylkeskommune (Ole Martin Haukland) og Bø kommune (Kristin Karlbom Dahle).

### Budsjett for forstudiet

#### *Kostnader*

Utgreiing av alternative traséar v/Asplan Viak	Kr 200 000
<u>Prøveboring for å finne djup til fjell der dette er ukjent</u>	<u>Kr 75 000</u>
<b>Totalt</b>	<b>Kr 275 000</b>

Bø kommune:  
Postboks 83,3833 BØ I TELEMARK  
Hovudorganisasjonsnr.: 962 276 172

Telefon: 35 05 90 00  
Faks.: 35 05 90 09

Bankgiro: 2630 07 00429  
Postgiro: 0807 5 57 76 06  
E-post: postmottak@bo.kommune.no.no

### *Inntekter*

Haukelivegen AS	Kr 200 000
<u>Telemark utviklingsfond</u>	<u>Kr 75 000</u>
Totalt	Kr 275 000

Bø kommune bidrar med eigeninnsats som prosjektleiar for forstudiet. Haukelivegen AS, Statens Vegvesen og Telemark fylkeskommune bidrar med eigeninnsats i form av arbeid i prosjektgruppa.

### Eigarskap og organisering

Prosjekteigar/oppdragsgjevar (PE): Haukelivegen AS

Prosjektansvarleg (PA): Rådmannen

Asplan Viak AS ved Sissel Mjøltnes er engasjert til å utarbeide forstudiet.

### Medverknad og informasjon

Telemark fylkeskommune og Statens vegvesen deltar i prosjektgruppa. Innbyggjarar, politikarar og næringsliv vert invitert til informasjonsmøte undervegs.

### **Søknad**

Fleire alternative traséar er utgreidd, og dersom ein skal lykkast med å konkludere i forstudiet, er vi no avhengige av å få betre kunnskap om djup ned til fjell langs den mest aktuelle traséen. Det er henta inn tilbod på fjellboringar frå tre firma, og det beste tilbodet er på kr 75 000 inkl mva. Bø kommune og Haukelivegen AS søker difor med dette Telemark utviklingsfond om kr 75 000 for å kunne konkludere i forstudiet om alternativ trasé for rv 36 utanom Bø sentrum.

Vi vonar på positivt svar, slik at boringane kan gjerast i haust, og at forstudiet kan fullførast.

Med helsing

Kristin Karlbom Dahle  
arealplanleggar

# PROSJEKTPLAN

## Hovedprosjekt

# Pilotarena Herøya Industripark



## Resymé

**Prosjektet hovedmålsetning er;**

*å skape en nasjonal pilotarena for utvikling av framtidsrettede produkter og avanserte teknologiske prosesser.*

**Prosjektet skal fokusere på å videreutvikle den faglige og industrielle kompetansen som innehas av samarbeidspartnerne og i deres nettverk. På denne måten vil det bli etablert et unikt kompetansemiljø med stort verdiskapnings-potensiale.**

**Det er avgjørende å utvikle relasjonene til andre fremtredende kompetansemiljøer både nasjonalt og internasjonalt. På denne måte vil prosjektet tilføre Telemark nye dimensjoner og fornyet kraft som skal tiltrekke seg bærekraftig og moderne industri som vil gi ringvirkninger for hele fylket.**

**Prosjektet vil legge stor vekt på en jevnlig kontakt med andre næringsutviklingsinitiativ i fylket for å utvikle et godt miljø for utveksling av kompetanse til og fra andre næringsutviklingsmiljø i fylket. Spesielt vil prosjektet søke å samarbeide med de øvrige inkubator- og tidligfasesastningene i fylket for å kunne være en tilbyder av ressurser og være en arena for videreutvikling av prosjekter som bearbeides i de forskjellige miljøene (næringshager, inkubator, etc.) Kontrakter og avtaler utarbeides og inngås med samarbeidspartnere og eventuelle leverandører til prosjektet. Herøya Industriparks kvalitetssystem benyttes ved utarbeidelse av de nødvendige avtaler og bestillinger.**

**Prosjektleder;  
Rolf Olaf Larsen, Herøya Industripark**

# 1. Mål og rammer

## 1.1 Bakgrunn

Eksportrettet industri og deres tjenesteleverandører utgjør en stor del av sysselsettingen og verdiskapningen i Norge. Økt verdiskapning er grunnlaget for videre velferdsutvikling.

Derfor er det et stort behov for å få til flere industrietableringer i Norge.

Utviklingen av et omstillingsdyktig næringsliv er et konkurransefortrinn for Norge og avgjørende for å lykkes i internasjonale markeder. Vår konkurransevne er derfor avhengig av at vi er i stand til å utvikle og ta i bruk ny kunnskap og nye teknologiske løsninger.

Virkemiddelapparatet finansierer forskning ved landets universitet og høyskoler og det er mange interessante ideer som genereres. Noen har potensiale til å bli store og viktige virksomheter, dersom vi er i stand til å videreutvile ideene til vekstforetak. For det er jo først når vi tar forskningsresultatene i bruk de får betydning for verdiskapningen.

Det er videre annerkjent at innovasjon og gode innovasjonsprosesser er en forutsetning for og en sentral kilde til verdiskapning og utviklingen av nye vekstselskaper.

Flere utredninger og rapporter fra myndighetene underbygger betydningen av innovasjon i verdiskapningsprosessen (1), og det er tydelig synliggjort at regjeringen ønsker å bedre innovasjonsevnen i næringslivet;

- for å utvikle fremtidens produkter og produksjonsteknologier.
- for å møte den globale konkurransen
- for å opprettholde en høy verdiskapning

## Innovasjonsprosessen

Utvikling av ny kunnskap og omsetning av denne til innovasjoner er komplisert og kan ta lang tid. Som illustrert i figuren under, er det flere typer kunnskaper og ressurser som må til for å få til gode innovasjoner, og behovet for de forskjellige vil variere gjennom hele innovasjonsprosessen.



1) Se f.eks St.meld.nr 7, (2008-2009), "Et nyskapende og bærekraftig Norge" (NHD) og St.meld.nr.30, (2008-2009), "Klima for forskning" (KD).

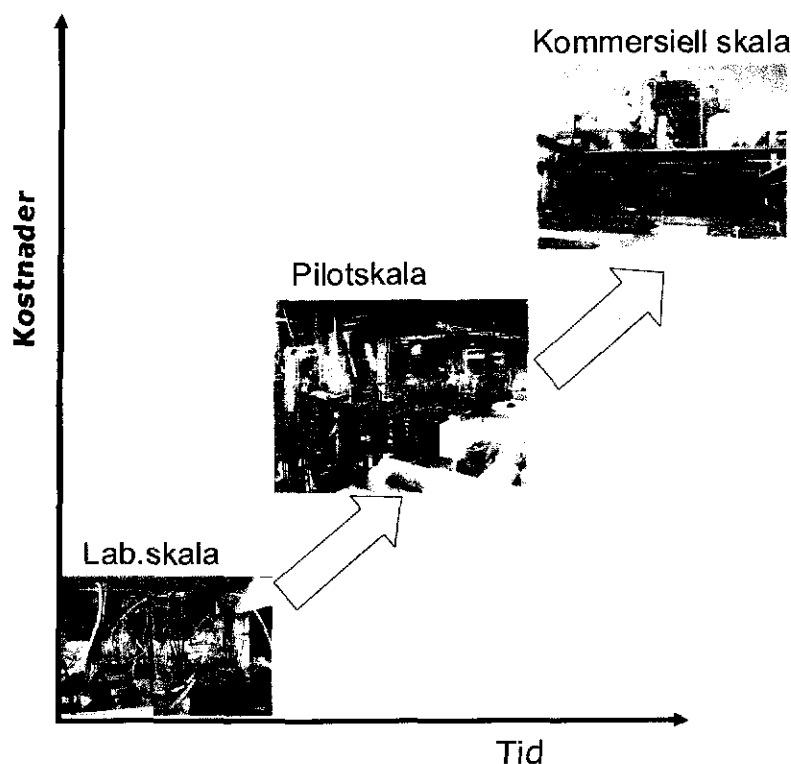
Derfor er det også viktig at disse ressursene er tilgjengelig gjennom hele nyetableringsprosessen. Ofte erfarer det at manglende tilgang på ressurser eller kunnskap fører til at innovasjonene forsinkes eller endog aldri blir realisert. Tilgang på enkeltmennesker og miljøer med spesialisert kunnskap og kompetanse blir derfor en stadig viktigere konkurransefaktor som påvirker lokaliseringsbeslutningene. Derfor anbefales det at selskaper som ønsker å utvikle seg til interessante vekstbedrifter bør søke å lokalisere virksomheten der kunnskapsbasen er størst og hvor det er størst sjanse for å få til gode innovasjoner.

## Utvikling av nye kommersielle virksomheter

For idehavere og grundere er et kritisk trinn i innovasjonsprosessen å bringe ideen "ut av laboratoriet" for å teste den ut i større skala. Denne fasen kalles ofte "pilotfase".

I pilotfasen ønsker man å videreutvikle og oppskalere ny og uprøvd teknologi i en begrenset skala. Dette gjøres for å redusere teknisk og økonomisk risiko. Å fremskaffe gode designdata er svært viktig for å kunne vurdere det økonomiske fundamentet for en ny og ennå ikke kommersiell teknologi. Videre kan det være aktuelt å produsere produkt eller prototyper for markedsundersøkelser og markedsintroduksjoner, samt å undersøke relevante HMS forhold ved prosessene, både med hensyn på sikkerhet og miljøeffekter.

Typiske trinn i en utviklingsprosess fra laboratorieskala til kommersiell skala er skissert i figuren under.



En vellykket pilotfase er en viktig forutsetning for å legge grunnlaget for en kommersiell virksomhet i større skala.

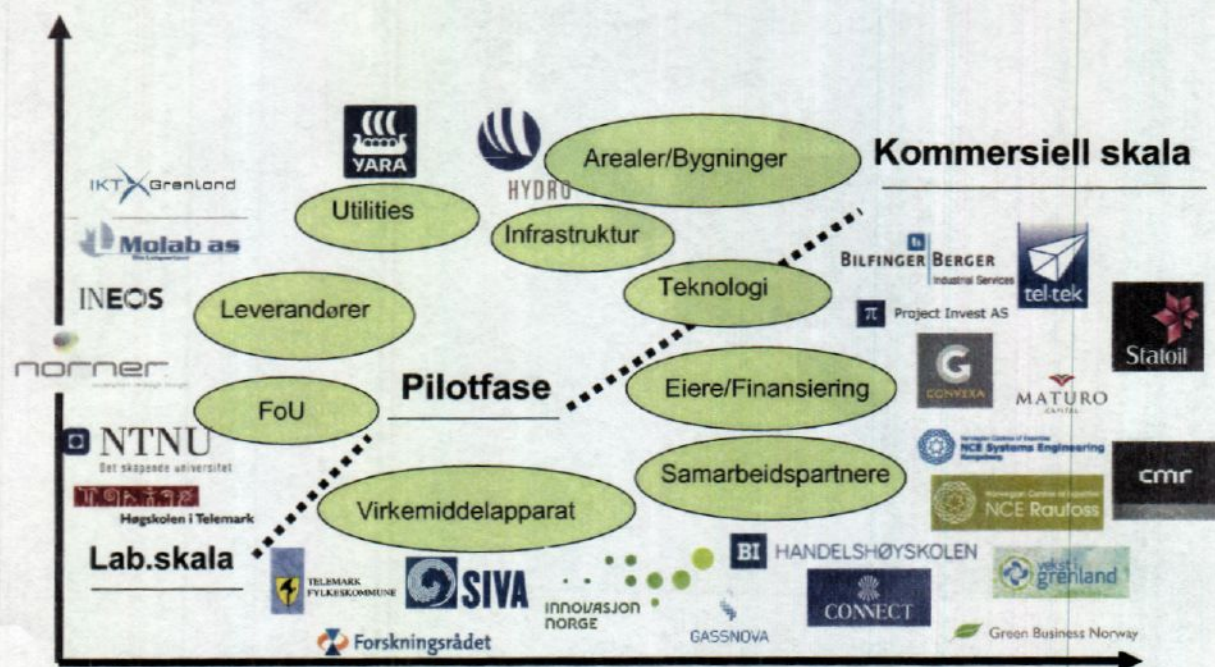
Typiske kunder i en slik pilotfase vil være virksomheter og selskaper som ønsker en arena med fremtredende kompetanse og ressurser til å bringe potensielt viktige oppfinnelser/ideer videre for å teste ut teknisk og kommersielt potensiale. Kunder kan være grundere og idehavere fra universitet og høyskolemiljøene som ikke innehar den nødvendige industrielle kompetanse som skal til for å utvikle industrielle prosesser eller eksisterende næringsliv som ønsker en arena utenfor eget selskap for å utvikle "spin-off" prosjekter.

### Herøya Industripark som kompetansesenter for industrielle piloter

Herøya Industripark har siden industriparken ble åpnet for eksterne etableringer i 2002/2003 bidratt til å legge forholdene til rette flere nye etableringer. Mange av etableringene har hatt stor betydning for sysselsettingen i regionen. Etableringene har både vært av typen modne bedrifter med vel utviklet teknologi og prosesser, samt mer "umodne" selskaper som har vært avhengige av bidrag fra industriparken og de selskapene som er etablert der for å kunne utvikle seg. Ressurser på forretningsutvikling og etablering i driftsorganisasjonen Herøya Industripark, har bidratt på forskjellige nivå og i forskjellige faser med å få til en god utvikling for de selskapene som har etablert seg i Industriparken.

I denne prosessen har det vært essensielt at vi har hatt tilgang på en rekke ressurser blant våre etablerte selskaper i parken, samt gjennom vårt nettverk i regionen og landet forøvrig. Vi ønsker nå å utvikle dette videre idet vi ser at ressursene og den industrielle kompetansen som er tilgjengelig ved Herøya Industripark har et stort potensiale til å utvikles videre for å skape enda flere og viktige industrielle virksomheter i fylket.

Gjennom en innledende studie har Herøya Industripark identifisert og diskutert et formalisert samarbeid med en rekke kompetente miljøer som vil kunne bidra til å skape en slik arena for gjennomføring av piloteringsstudier for industrielle prosesser.



Etablering av gode innovasjonsprosesser er meget sentralt i utvikling av ny kommersiell virksomhet og et samarbeid med Handelshøyskolen BI på dette området vil kunne dra nytte av den teoretiske kunnskap som er opparbeidet gjennom den akademiske tilnærmingen.

Videre vil et samarbeid med Arbeidsforskningsinstituttet, (AFI), gi oss tilgang på nødvendig kompetanse om organisasjoners utvikling i denne type klynger vi her snakker om.

Som figuren over viser ønsker vi å etablere formaliserte avtaler med utvalgte kritiske teknologiske ressursermiljøer og utvikle et tettere samarbeide med disse miljøene. Dette vil være miljøer både med teknologisk kompetanse, som Tel-Tek, BIS, Prosjekt Invest, men også FoU kompetanse, som f.eks Høgskolen i Telemark og NTNU.

## **1.2 Prosjekt mål**

Prosjektets målsetning er å etablere en nasjonal arena for industrielle pilotstudier som skal bidra til realisering av viktige innovasjoner i industrien og dermed økt verdiskapning i samfunnet.

Prosjektet skal ha fokus på å systematisk videreutvikle faglig og industriell kompetanse som innehas av samarbeidspartnerne og i nettverket rundt, for å kunne tilby en unik arena for utvikling av fremtidsrettede prosesser med høyt verdiskapningspotensiale.

Et viktig delmål i prosjektet er derfor å fokusere på å utvikle relasjonene og bygge relevant kompetanse hos samarbeidspartnerne.

Prosjektets mål er videre å øke kunnskapsbasen og den samlede kompetansen gjennom nettverksutvikling med eksterne partnere.

Et av delmålene i prosjektet er derfor å identifisere attraktive miljøer (FoU-institusjoner, UoH, industrimiljøer, etc) prosjektet kan samarbeide med. I denne prosessen vil vi også trekke på virkemiddelapparatets internasjonale virksomheter og kontorer (Innovasjon Norge, Norges Forskningsråd, EU, etc).

## **1.3 Rammer**

Prosjektet skal utvikles i et tre-års perspektiv med avtalte milepælsrapporteringer underveis. Etter at 3-årsperioden er tilbakelagt, vil hele prosjektet bli evaluert med sikte på både faglig innhold og finansiering, samt beslutning om finansiering av videre løp.

Prosjektets totale ramme er på fra KNOK 4699 til KNOK 5600 pr år over en treårsperiode. Egenfinansieringen fra Herøya Industripark og deres samarbeidspartnere vil være fra 60,1 % til 68,2 % over den samme perioden. Det tas sikte på at Telemark Fylkeskommune finansierer prosjektet med KNOK 1780 i første år og med en svak reduksjon til KNOK 1680 i år 3, og at Innovasjon Norge bidrar med fra KNOK 200 til KNOK 100 pr år i samme periode. Bidraget fra Innovasjon Norge vil først og fremst komme gjennom finansiering og støtte direkte til enkeltvirksomheter som gjennomfører pilotstudier i vår pilotarena.

## **2. Omfang og avgrensning**

Prosjektet skal ha en varighet på tre år, hvoretter det vil bli en grundig evaluering i forhold til en eventuell videreføring.

### 3. Organisering

#### 3.1 Prosjektledelse

Prosjektledelse (PL) og Prosjektansvarlig (PA) vil være i Herøya Industripark og prosjektorganisasjonen sees av vedlagte organisasjonsplan, (s. 10).

#### 3.2 Øvrige roller

Prosjektet vil underveis ha tett kontakt med næringsutviklingsmiljøet i Telemark Fylkeskommune, og Telemark Fylkeskommune vil også være med i Styringsgruppen for prosjektet, sammen med Innovasjon Norge.

### 4. Beslutningspunkter, oppfølging og milepæler

#### Fremdriftsplan "Pilotarena HIP"

Aktiviteter	20 12				20 13				20 14			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Forankre prosjektet hos sentrale samarbeidsaktører												
Etablere samarbeidsavtaler kritiske partnere												
Styrings/rapporteringsstruktur delprosjekter												
Etablere delprosjekt AFI												
Etablere delprosjekt BI												
Planlegge markedsførings tiltak												
Gjennomføre markedsføringsplaner pilotkonseptet												
Prosjektrapportering	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Formidling av status og resultater												
Etablere samarbeid med UoH sektor (TTOer)												
Verifikasjon og oppfølging prosjekter i pilotarena												

#### 4.1 Beslutningspunkter

Prosjektet skal gå over en tre-årsperiode og det vil være behov for to beslutningsmøter (BM) pr år for å beslutte videre fremdrift i prosjektet.

#### 4.2 Oppfølging

Det skal avholdes 4 statusmøter med styringsgruppen pr år. Prosjektleder er ansvarlig for å utarbeide møteplan for statusmøtene og sørge for innkalling med minst en ukes varsel.

#### 4.3 Milepæler

- Forankre prosjektet hos sentrale samarbeidspartnere.
- Koordinere aktiviteter og foreslå tiltak med andre initiativ i fylket.
- Utarbeide kravspesifikasjon for delprosjekter (AFI, BI, andre).
- Oppfølging, rapportering og formidling av status og resultater.
- Utarbeide prosjektrapporter og oppfølging av prosjektplaner

### 5. Risikoanalyse og kvalitetssikring

#### 5.1 Kritiske suksessfaktorer

Følgende kritiske suksessfaktorer er identifisert for prosjektet.

- Etablere strategiske allianser med sentrale samarbeidspartnere
- Tiltrekke nye virksomheter til piloteringsparken



- **Finansiere virksomheten**

Prosjektplanen skal reflektere hvordan man sikrer kontroll over disse for en suksessfull gjennomføring av prosjektet og oppnåelse av prosjektets mål.

## **5.2 Kvalitetssikring**

Ved gjennomføring av aktivitetene i prosjektet vil Herøya Industriparks kvalitetssystem bli benyttet.

## **6. Gjennomføring**

### **6.1 Hovedaktiviteter**

6.1.1 Etablere samarbeidsavtaler med fem identifiserte kompetansemiljøer.

6.1.2 Utvikle samarbeidsavtaler med relevante TTOer i Norge

6.1.3 Markedsføring av konseptet i utlandet

6.1.4 Oppfølging av faglig fremdrift av konseptet med Arbeidsforskningsinstituttet

6.1.5 Oppfølging av faglig fremdrift i delprosjekt med BI

## 7. Økonomi

### 7.1 Budsjett

Budsjett for de tre første årene sees av tabellen under.

#### BUDSJETT "Pilotarena Herøya"

<b>Basisaktiviteter</b>	<b>År 1</b>	<b>År 2</b>	<b>År 3</b>
<b>Prosessledning</b>			
Prosjektleder/prosjektteam	1200	1300	1400
Styringsgruppe	100	100	100
Reiser	150	200	250
Andre prosjektkostnader	200	200	250
<b>SUM Basisaktiviteter</b>	<b>1650</b>	<b>1800</b>	<b>2000</b>
<b>Pilotaktiviteter</b>			
Driftskostnader Pilotarena	720	750	775
Oppfølging/verifikasjon prosjekter	300	325	350
Bidrag fra samarbeidspartnere	350	350	400
Markedsføring	75	75	75
<b>SUM Pilotaktiviteter</b>	<b>1445</b>	<b>1500</b>	<b>1600</b>
<b>Strategiprosesser</b>			
Utvikle samarbeid med TTO'er	240	240	240
Søke internasjonale samarbeidsrelasjoner	180	200	200
Viderutvikle kontakter med ledende institusjoner	180	200	200
Utvikle samarbeidsformer med strategiske samarbeid:	360	360	360
<b>SUM Strategiprosesser</b>	<b>960</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>
<b>Nettverksbygging og læringstiltak</b>			
Etablere kommunikasjonskanaler	96	125	125
Markedsføre konseptet mot politiske miljø	120	100	80
Kjøp av eksterne tjenester (AFI, BI)	500	550	550
Studieturer	75	75	75
Møter, seminarer, workshops	120	150	170
<b>SUM Nettverksbygging og læringstiltak</b>	<b>911</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>
<b>SUM PROSJEKT "Pilotarena Herøya"</b>	<b>4966</b>	<b>5300</b>	<b>5600</b>

## 7.2 Finansiering

Prosjektet er tenkt finansiert i henhold til finansieringsplanen i tabellen under.

<b>FINANSIERING BASISAKTIVITETER</b>	År 1	År 2	År 3
<b>Offentlig finansiering:</b>			
Telemark Fylkeskommune	1780	1730	1680
Innovasjon Norge	200	150	100
Sum offentlig finansiering	<b>1980</b>	<b>1880</b>	<b>1780</b>
<b>Næringslivet:</b>			
Bygninger og infrastruktur Pilotarena HIP	720	800	850
Egne timer	1966	2270	2570
Egeninnsats annet næringsliv (smrbpartnere)	300	350	400
Sum finansiering næringslivet	<b>2986</b>	<b>3420</b>	<b>3820</b>
<b>SUM Prosjekt</b>	<b>4966</b>	<b>5300</b>	<b>5600</b>

## 7.3 Annen tilgrensende virksomhet

Prosjektet vil legge stor vekt på en jevnlig kontakt med andre næringsutviklingsinitiativ i fylket for å utvikle et godt miljø for utveksling av kompetanse til og fra andre næringsutviklingsmiljøer i fylket.

Spesielt vil prosjektet søke å samarbeide tett med inkubatorsatsingen i fylket for å kunne bli en tilbyder av ressurser til de forskjellige inkubatorer samt kunne være en arena for videreutvikling av prosjekter som bearbeides i regi av de forskjellige næringsutviklingsaktørene i fylket, (inkubatorer, næringshager, etc.)

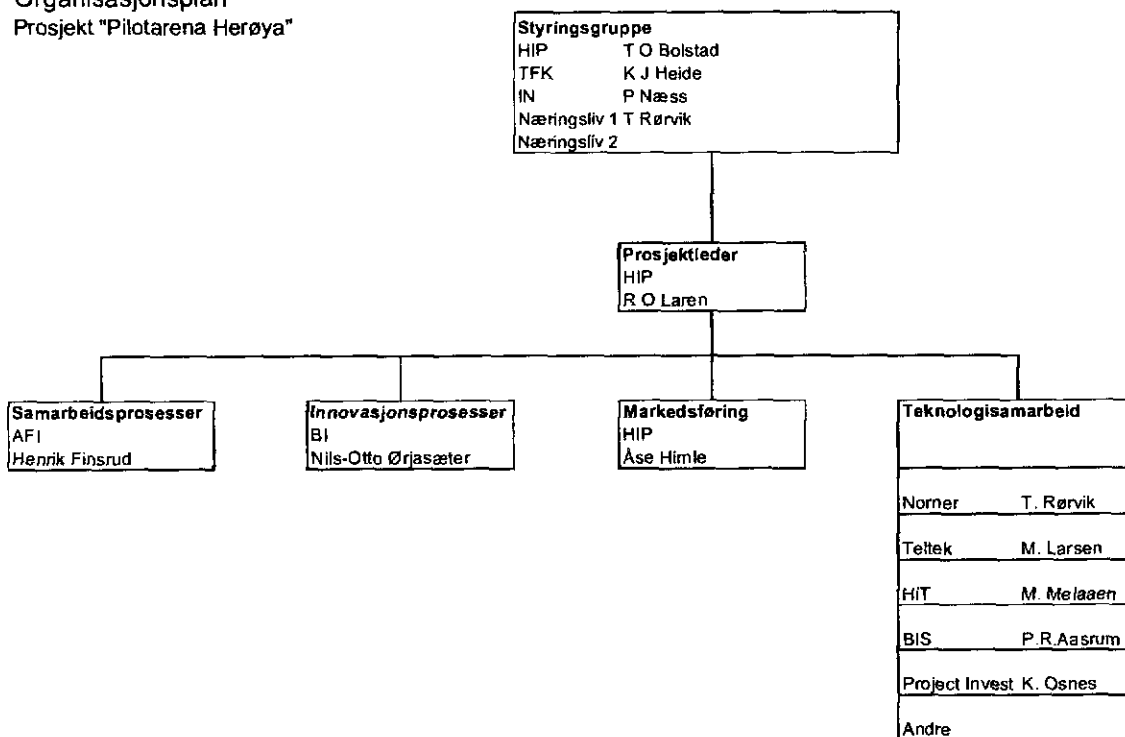
## 8. Kontrakter og avtaler

Kontrakter og avtaler utarbeides og inngås med samarbeidspartnere og eventuelle leverandører til prosjektet. Herøya Industriparks kvalitetssystem benyttes ved utarbeidelse av de nødvendige avtaler og bestillinger.

Porsgrunn 02.05.12

Rolf Olaf Larsen

Organisasjonsplan  
Prosjekt "Pilotarena Herøya"



Grenland, 21.08.2012

# Søknad om medfinansiering til Gründeruka

---

Det vises til tidligere dialog om prosjektet; herunder overordnet søknad datert 23. mars 2012 som omhandlet gjennomføring av «Næringsrettede markedsaktiviteter» i ViG 2012. En mer detaljert søknad om investortreff i Shippingklubben i Oslo 8. mai ble innvilget fra TUF sin side, og midlene var sterkt medvirkende til at arrangementet ble en suksess. Tilbakemeldingene fra arrangementet i Oslo har vært positive, og konkrete samtaler og besøk i Grenland fra interesserte er opprettet.

I det følgende presenterer vi nærmere del to fra vårt notat til Telemark Utviklingsfond fra 23. mars i år. Dette omhandler det vi nå kaller Gründeruka 2012. Vi håper dette er et prosjekt Telemark Utviklingsfond ser på med velvilje.

## Bakgrunn

Vekst i Grenland og Etablererkontoret Grenland var i november 2011 på studietur til Århus og besøkte Væksthuset Midt-Jylland. Her fikk vi kjennskap til begrepet «Power i Uke 46» som i Danmark er det nasjonale begrepet på den internasjonale entreprenørskapsuken, eller «Global Entrepreneurship Week» (GEW). GEW ble arrangert for 4 året på rad i 140 land (2011). I Danmark er dette forankret hos det statlige Erhvervsministeriet.

Sakset fra evalueringen i Danmark:

*«Iværksætterugen i 2011 slog samlet sine egne rekorder fra tidligere år, både når det gjelder antal arrangementer, opmærksomhed om kampagnen samt antal deltagere, såvel blandt voksne som unge. Hele 15.237 deltog i de i alt 253 arrangementer mod 12.200 til 141 arrangementer året før.*

*Det er jo glædeligt nyt, at vi fik engageret over 2.400 flere voksne og omkring 600 flere unge. Men potentialet blandt unge er væsentligt større. Derfor sætter vi i år endnu mere fokus på studerende. Den langsigtede ambition er, at alle elever og studerende bliver engageret i iværksætterugen.»*

*I fjor var det 250 arrangementer med 15 500. Se [deltagere](http://www.startvaekst.dk/uge46.dk/forside/0/2)<http://www.startvaekst.dk/uge46.dk/forside/0/2>*

Årets globale arrangement har følgende undertittel:

*«We'll be using Global Entrepreneurship Week to pass on the practical help & support needed by early start-ups and individuals who are considering taking the plunge»*

- *Encourage those people who are not yet entrepreneurs to think about starting up their own business*

- *Improve entrepreneurship skills for aspiring entrepreneurs and start-ups*
- *Help people to access practical support - locally, regionally and nationally*

*We'll do this by passing on: skills, contacts, knowledge, confidence and resources*

### **Prosjektets målsetting**

- Skape en sterkere kultur og oppmerksomhet for innovasjon og entreprenørskap i Grenland og Telemark
- At dette kan bli et årlig arrangement
- Skape et nasjonalt omdømme som viser at Grenland og Telemark er et gründerområde

Det har ikke vært fokusert på Global entreprenørskapsuke i Norge, og vi ønsker å sette Telemark på Norgeskartet som den første regionen med fokus på innovasjon og entreprenørskap konsentrert over en uke. I år blir det for første gang utviklet en nasjonal GEW-hjemmeside hvor alle kan melde inn sine arrangementer, og gjennom denne blir Telemarks satsing markedsført nasjonalt. I tillegg til at våre samarbeidspartnere bruker sine nasjonale nettverk til å spre informasjonen.

### **Hvordan?**

Arrangementer hele uka både heldags, halvdags og kveldsarrangementer for ulike målgrupper. Vi inviterer alle som jobber med gründere, virksomheter og studenter til å gjennomføre sine arrangementer i Gründeruka.

Vi har valgt å døpe uka til «Gründeruka» med en forklarende undertittel «innovasjon og entreprenørskap». Gründeruka skal inneholde ulike arrangementer på dag- og kveldstid. Alt fra heldagskonferanser til gründerkafeer i hver by/tettsted. Det er mange aktører som har ulike arrangementer overfor gründere og entreprenører. Tanken er ikke å finne opp alt på nytt, men forsøke å samle disse arrangementene i Gründeruka.

Konseptet er presentert for ulike aktører, både offentlige og private. Uten unntak er tilbakemeldingene svært positive, og «dette trenger vi».

### **Veien videre**

Vi er nå i en forarbeidsfase der designprofil, utarbeidelse og produksjonsplanlegging går hånd i hånd. Prosjektgruppen er på plass og første møte gjennomført. Vekst i Grenland, Innovasjon Norge, Høgskolen i Telemark, Ungt Entreprenørskap og Etablererkontoret Telemark er representert.

Nedslagsfeltet for uka er Telemark, Vekst i Grenland som arrangør er innforstått med dette. Dette første året vil likevel de fleste arrangementene foregå i Grenland, både for å høste erfaringer og «ikke gape over for mye» første gang en slik uke arrangeres. I 2013 vil det være naturlig med flere arrangementer i hele fylket. I år vil Gründerkafe bli arrangert så mange steder som mulig, men vi er avhengig av lokale arrangører. Prosjektet er presentert både for Næringskollegiet (hvor de fleste kommunene deltok) og de fem etablererkontorene. Uten unntak ønskes dette velkommen, så den lokale forankringen bær være på plass. Vi vil følge opp utover høsten med materiell og hjelp til å komme i gang.

Et eksempel på arr. etablererkontorene skal stå for og som skal dekke hele Telemark er Gründerkaféer. Dette er et lavterskeltilbud til alle med en idé, og som trenger noen å prate med for å komme videre.

Andre eksempler på innhold i uka:

- Workshop i forretningsmodellering; heldags for virksomheter i vekst og for gründere
- Gründercamp, halv- eller heldags for videregående/høyskole
- Kurs fra patentstyret, halvdags for virksomheter i vekst og for gründere
- Gründerkafe. Drop-in tilbud til alle

En annen ny aktivitet vi skal ha inn i uken er en gründerkonkurranse. Denne skal lanseres i september 2012 og vinneren skal kåres under Gründeruka. Premien er penger til utviklingsarbeid og forskjellige former for rådgivning.

Vi ser for oss at vinneren i år skal fortelle hva denne premien betydde for den videre idéutviklingen i neste års gründeruke. Konkurransen skal være en fast aktivitet i Gründeruka i årene fremover, og som vil bli arrangert regionvis i fylket.

Det planlegges et åpningsarrangement hvor vi håper å få en profilert person til å ha et hovedforedrag, og at den formelle åpningen av Gründeruka gjøres av fylkesordfører eller aller helst næringsministeren. Vi er i dialog med Skagerak Energi om muligens å avholde åpningsarrangementet i foajeen i deres nye bygg i Porsgrunn.

Styret i Vekst i Grenland har fått en presentasjon av Gründeruka og mener at dette er et viktig initiativ, ikke minst med tanke på den situasjonen regionen befinner seg i knyttet til nedleggelse og ledighet. ViGs administrasjon har derfor satt av 225.000 kr til prosjektet for 2012.

### **Fremtidig organisering/finansiering**

Det er naturlig at vi gjennomfører en grundig evaluering av Gründeruka i 2012. Vi ser for oss en 3-årig prosjektfase, og at det i denne perioden jobbes med en organisering av Gründeruka som ivaretar fremtidig drift etter prosjektperioden. For å ivareta dette spørsmålet kan det være riktig å velge en gruppe fra forskjellige miljøer som skal jobbe med fremtidig organisering/finansiering for Gründeruka.

Et alternativ kan være at større bedrifter i fylket går inn med finansiering sammen med regionale næringssselskap. Det bør på sikt ansettes en eller flere personer som jobber med Gründeruka.

### **Finansiering:**

I og med at dette er et arrangement hvor målsettingen er å involvere hele fylket, blir det søkt finansiering også fra Innovasjon Norge, Telemark fylkeskommune og Vekst i Grenland. I tillegg søkes næringslivet v/Sparebank1 Telemark, Ernst & Young og Skagerak Energi om medfinansiering. Se for øvrig vedlagte finansieringsplan.

Etablererkontoret Grenland er en stor bidragsyter i form av prosjektledelse v/Tone Allum. Ressursmessig leies det inn noe ekstern bistand i størrelsesorden 4-5 månedsverk (Cecilie Kollstrøm). Det legges videre til grunn at alle partnere legger inn egne ressurser vederlagsfritt knyttet til planlegging og gjennomføring av arrangementene.

Det søkes om kr 225.000,- hvert år i tre år for å få Gründeruka til å bli et etablert varemerke hvor det nasjonale budskapet er «Telemark som et Gründerfylke». Konseptet vil ta tid å bygge opp, og det vil være en utvikling og økning i aktivitetsnivået fra år til år.

Vi ønsker med dette prosjektet å sette Grenland og Telemark på gründerkartet, og være den første regionen i Norge som tar på alvor den globale satsingen på innovasjon og entreprenørskap.

Våre hoved-samarbeidspartnere får god profilering gjennom Gründerukas hjemmeside og trykt materiell som program, plakater, annonser, roll-up med mer.

I programmet får hver samarbeidspartner en helside til sin disposisjon.

Vedlagt følger budsjettet for uken og forslag til finansiering første året, samt hovedtrekkene i programmet så langt.

Følgende samarbeidspartnere på arrangementssiden er på plass pr. i dag: Ungt Entreprenørskap, Høyskolen i Telemark, Vekst i Grenland/Made in Grenland, Innovasjon Norge, Etablererkontoret Telemark og Connect. Videre er vi i dialog med Vitenlaben, Sparebank1 Telemark og Skagerak Energi.

Vi ønsker med dette prosjektet å sette Grenland og Telemark på gründerkartet, og være den første regionen i Norge som tar på alvor den globale satsingen på innovasjon og entreprenørskap.

Vi håper at denne henvendelsen gir et tilfredsstillende beskrivelse av prosjektet slik at Telemark Utviklingsfond kan behandle søknaden om å bidra i Gründeruka.

Vi imøteser en videre, snarlig dialog.

Kontaktperson og prosjektleder i Vekst i Grenland AS er Tone Allum ved Etablererkontoret Grenland.

Med vennlig hilsen

Ståle Tveit, sign.

adm dir i Vekst i Grenland AS