

Årsmelding 2018



www.telemarkskanalen.no

INNHold

1. Sammendrag
2. Hovedmålet er økt besøk – gjennom salg og markedsføring
3. Samarbeid som løfter
4. Utvikling av salgbare kvalitetsprodukter
5. Finansiering

Årets store høydepunkt var avdukingen av Soria Moria på Dalen i oktober. Badstua er et yndet delingsobjekt i sosiale medier og har fått mye nasjonal og internasjonal oppmerksomhet.



1. Sammendrag

- Formålet med Telemarkskanalen regionalpark er å øke området attraktivitet som reisemål og bosted. Gjennom samarbeid med næringslivet, ulike prosjekter og aktiviteter skal det foregå en vekst i parken. De særegne ressursene knyttet til Telemarkskanalen og kanallandskapet må foredles på en bærekraftig måte. I april 2018 ble det vedtatt en revidert handlingsplan for perioden 2018 – 2022, hvor det overordnede målet er:

Økt besøk og en visjon om at Telemarkskanalen skal være en av Norges ledende attraksjoner.

Nøkkeltall for 2018 (vist med endring fra 2017)

- Passasjerer på kanalbåter i rute: -4,4%
- Passasjerer på chartertur har hatt en vekst på + 19%
- Total sett er det en oppgang på antall passasjerer på kanalbåtene med 49 passasjerer.
- Slusing av fritidsbåter: 0% i Skien og - 18% i Ulefoss
- Besøk på sluseanlegga: 3,8% Løveid, 0,8% i Vrangfoss, 19,2% i Lunde og 68,6% på Ruisstien på Dalen:
- Aktive på/langs kanalen (sykling, padling, vandring): Antall syklister og padlere generelt ser ut til å ha økt noe. For idrettsarrangementene er det omtrent som i fjor, noen har vekst mens andre har tilbakegang.
- Kulturopplevelser langs kanalen: Besøk på kanalanlegga har gått opp, mens museum og musikkarrangement har hatt en liten nedgang.
- Overnatting: Hotell og camping hadde gjennomgående en oppgang i år, selv om enkeltaktører har hatt nedgang.

I strategisk handlingsplan for 2018-2022 er det pekt på fire satsningsområder. Disse er:

- Hvordan skal vi få flere til å komme - markedsføring og salg
- Samarbeid som løfter
- Utvikling av salgbare kvalitetsprodukter
- Finansering

Aktivitetene og prosjektene det har vært jobbet med i 2018 har alle til hensikt å nå et eller flere av disse målene, og disse vil gis en nærmere beskrivelse i årsmeldingen.

Årets høydepunkt var utvilsomt åpningen av den første installasjonen i Vannvegens fortellinger, Soria Moria, på Dalen i oktober. Soria Moria har fått mye oppmerksomhet i både nasjonale og i internasjonale medier.

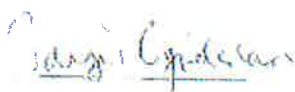
Det er sendt ut 4 nyhetsbrev til våre samarbeidspartnere i 2018 og Telemarkskanalen har bidratt med 9 Ukas historier gjennom Visit Telemark. Ukas historier er et «story-telling» konsept som markedsføres via Visit Telemarks kanaler.

I administrasjonen er det en mann ansatt i 80% stilling, en kvinne i 100% stilling, i tillegg har en kvinne vært ansatt i en 100% prosjektstilling i hele 2018. Arbeidsmiljøet er godt og sykefraværet er lavt. Virksomheten har ikke noen vesentlige påvirkninger fra det ytre miljøet.

Telemarkskanalen regionalpark flyttet i juni 2018 til nye, moderne kontorlokaler på Ulefoss og er lokalisert sammen med Telemarkskanalen FKF. Økonomien til regionalparken er god og forutsetningene for fortsatt drift er til stede. Telemarkskanalen regionalpark har en omsetning på drøye 9 millioner kroner. Bidraget fra eierne er på til sammen 3,1 million kroner.

Styret har en representant fra hver av eierne og styrets leder er Tarjei Gjelstad. Det har vært 5 styremøter i 2018 hvor 28 saker har vært til behandling.

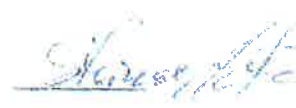
Tokke 4. februar 2019



Tarjei Gjelstad
Styreleder



Torhild Jensen
Nestleder



Steinar Arntzen
Styremedlem



Tone Sofie Dale Solvang
Styremedlem



Roger Heimdal
Styremedlem



Signy Gjørum
Styremedlem



Bjørg Tveito Lundefaret
Styremedlem



Mette Haugholt
Styremedlem



Pål Kleffegård
Dagleg leder

2. Hovedmålet er økt besøk gjennom salg og markedsføring

Årsmeldingen følger mål og innsatsområder i strategisk handlingsplan, sist revidert i april 2018. Hovedmålet om å øke besøket til regionalparken er videreført fra forrige strategiske handlingsplan.

Visjonen i handlingsplanen for perioden 2018 – 2022 er:

Telemarkskanalen skal være en av Norges 10 ledende attraksjoner. Det betyr å være blant attraksjonene som ofte blir trukket frem i profileringen av Norge som reisemål, er av interesse for media, er på «kåringstater», får mange kommentarer i sosiale medier etc. Dette på lik linje med attraksjoner som for eksempel Flåmsbanen, Holmenkollen, Prekestolen, Trollstigen.

Dette skal ha en forventet effekt på alle de tre leddene i formålet til regionalparken som er:

- Økt besøk øker områdets attraktivitet som reisemål.
- Økt besøk gir vekst og utvikling i næringslivet
- Økt besøk øker områdets attraktivitet som bosted.

Telemarkskanalen regionalpark har et lavt markedsføringsbudsjett sammenlignet med andre reisemål, og et sammensatt marked gjør at det er ressurskrevende å nå frem til nye målgrupper. Måloppnåelse fordrer et robust og permanent salgsapparat. Det toårige prosjektet mellom kanalbåtselskapene og regionalparken løper ut i januar 2019. I februar 2019 opprettes Telemarkskanalen booking AS, eid av de to båtselskapene Skien Dalen Skipsselskap as og Telemarkskanalen skipsselskap as (hhv eier av MS Victoria og MS Henrik Ibsen) . Salgssjef i Telemarkskanalen booking har kontorsted sammen med regionalparken på Ulefoss.

Hovedinnsatsen til salgssjefen i 2018 har vært rettet mot gruppemarkedet og mot utvalgte turoperatører. Det har hatt god effekt og arbeidet mot disse gruppene vil fortsette i 2019.

Til tross for lave markedsføringsbudsjetter viser en undersøkelse, utført på oppdrag fra Visit Telemark og presentert i oktober 2018, at Telemarkskanalen har en sterk posisjon blant nordmenn.

Å få flere internasjonale gjester til kanalen er en del av strategien i handlingsplanen, og det konkrete målet er at vi skal ha den samme prosentvise vekst i internasjonale gjester som landet for øvrig. Dette er et langsiktig arbeid men Telemarkskanalen regionalpark har sammen med båtselskapene, etter søknad, fått innvilget midler fra Innovasjon Norge til et forprosjekt.

Det er også et mål at en større andel av lokalbefolkningen skal bruke Telemarkskanalen. Satsningen på Løveid, i samarbeid med Skien kommune, om en «kortreist kanaltur» er et tiltak for å øke denne målgruppen.

Den første installasjonen i Vannvegens fortellinger, Soria Moria, ble avduket på Dalen i oktober. Soria Moria ble raskt et yndet delingsobjekt i sosiale medier og har oppnådd en rekke artikler i sågar nasjonale som internasjonale medier, som i Dagsavisens reisebilag, det internasjonale anerkjente magasinet Wall paper og i det tyske Schonen Wohnen. Dette viser at tiltak av typen Soria Moria er med på å øke et steds attraksjon og således også egnet til å nå hovedmålet i strategisk handlingsplan om økt besøk.

I forbindelse med åpningen av Soria Moria arrangerte Telemarkskanalen regionalpark et by- og stedsutviklingsseminar sammen med distriktssenteret. Både offentlige og private aktører som arbeider med by- og stedsutvikling i regionen Vestfold, Telemark og Agder ble invitert. Seminaret ble raskt fulltegnet og ga en fin ramme rundt åpningen med sending på NRK i beste sendetid. Arbeidet med neste installasjon i Vannvegens fortellinger på Notodden er i gang. Installasjonen her skal formidle stedets historie som industristed.

Telemarkskanalen er av Steinar Moe Eiendom AS invitert til å benytte 2. etasje i PM5 på Smieøya til å formidle kanalens historie. I desember ble det gjennomført en idedugnad hvor temaet var hvordan innholdet i bygget bør utvikles. Det var en bred og god deltakelse på idedugnden som ble avholdt i 2. etasje på PM5.

Det kom frem flere gode ideer på seminaret. Mange tok blant annet til orde for at lokalene egnet seg til utleie som selskapslokaler. Andre ønsket lokalet spesielt tilrettelagt for mindre forestillinger innen teater og musikk. Viktigheten av å bevare i alle fall noe av «taggingen» ble påpekt fra flere hold da dette er en del av byggets historie. Det kom også tydelig fram på seminaret at det er viktig

å synliggjøre Telemarkskanalen på Smieøya og i PM5, og at Smieøya med den første slusa er en god lokalitet for en kunstinstallasjon i tilknytning til Vannvegens fortellinger. Arbeidet med prosjektet fortsetter i 2019.

Bilde fra idedugnaden i PM5 på Smieøya



Rett før jul fikk Telemarkskanalen en egen kanalkofte som distribueres via Telespinn og markedsføres via Norges koftebok som har et stort opplag. Kanalkofte bidrar til lokal stolthet og til merkevarebygging av Telemarkskanalen.

Arbeidet med nye nettsider, hvor Telemarkskanalen.no ikke lenger er et «underdomene» av Visittelemark er påbegynt høsten 2018. De nye sidene vil bidra til en mer målrettet markedsføring av både den klassiske båtreisen men også av kombinasjonsproduktene våre. Nettsidene skal bli like gode på engelsk som på norsk, og er et ledd i den internasjonale strategien.

3. Samarbeid som løfter

Regionalparken er etablert som en samarbeidsplattform mellom aktørene i parken.

Skal Telemarkskanalen fremstå som et produkt må aktørene i regionalparken i langt større grad samarbeide. I Strategisk handlingsplan er det satt mål om at:

1. Partnere av Telemarkskanalen skal ha et felles eierskap til utvikling av Telemarkskanalen
2. Eierne av regionalparken skal bruke regionalparken til utvikling de ellers ikke ville fått gjort.
3. Destinasjonsselskapene og regionalparken skal ha en omforent tilnærming ovenfor reiselivsaktørene.
4. Innbyggere og frivillige organisasjoner skal finne gode arenaer for identitetsbygging knyttet til Telemarkskanalen

Ressursgruppa, som består av representanter fra eierne våre, har avholdt et samarbeidsmøte hvor regionalparken orienterte om aktuelle tiltak og prosjekter. Strategisk handlingsplan ble gjennomgått. Det ble uttrykt et ønske om at eierne ved neste korsvei skal involveres i planen på et tidligere tidspunkt. Et ønske administrasjonen tok til etterretning.

Telemarkskanalen regionalpark deler ut støtte til nye arrangementer langs Telemarkskanalen i inntil tre år. I 2018 vedtok ressursgruppa at følgende arrangementer støttes:

Arrangement	Kommune	Arrangementsstøtte
Greenlight distrikt	Skien	17 500
Myllargutfestivalen	Sauherad	10000
Trebåtersmøte fornying	Nome	10000
Lårdal Upp	Tokke	5000
kanalrennet jr.	Nome	15000
Akkerhaugen rocksamfunn	Sauherad	7500
Lunde thriathlon	Nome	5000

Det er et uttalt mål at partnerne i regionalparken skal utvikle et felleskap knyttet til Telemarkskanalen hvor man kan la seg inspirere av hverandre. Det er i 2018 avholdt et partnernemøte hvor hver av de 19 aktørene presenterte sin virksomhet og hvilke planer for utvikling samt utfordringer hver bedrift har. Slike møter bidrar til at partnerne blir bedre kjent med hverandre og lettere finner grunnlag for å samarbeide seg imellom.

I strategisk handlingsplan er det pekt på viktigheten av å forankre Telemarkskanalen regionalpark hos «nye» folkevalgte som følge av strukturendringer som sammenslåing av kommuner (Sauherad og Bø) og fylker (Telemark og Vestfold) da det er særdeles viktig at regionalparken blir ivaretatt og videreført i den nye strukturen.

Administrasjonen deltok derfor på en samling på Dalen hotell i mai hvor de to fylkesordførere og alle ordførerne fra de respektive kommunene deltok. Det var en god arena for å bygge nettverk og for å tydeliggjøre regionalparken og kanalens betydning.

Standssone Sauherad er ny måte å jobbe på hvor flere aktører går sammen for å utarbeide en felles strategi for utvikling langs kanalen. Dette er et pilotarbeid som startet våren 2018 og som er et godt eksempel på tema som egner seg for kunnskapsoverføring mellom eierne.

Strandsoneplanens formål er nært knyttet opp til regionalparkens formål med å øke området sin attraktivitet som reisemål og bosted, og få til vekst og utvikling i næringslivet gjennom å foredle de særpregede ressursene knyttet til Telemarkskanalen og kanallandskapet. Dette er også en videreføring av regionalparkens fokus på den europeiske landskapskonvensjonen.

Høsten 2018 ble det besluttet å gjennomføre Vikingveko langs kanalen sommeren 2019 i forbindelse med besøk av 3 vikingskip i kanelen. Arrangementet involverer alle kanalkommunene og ved siden av å være et bidrag til økt besøk bidrar det også til samarbeid på tvers av kommunegrensene. Vikingveko gir også et utstrakt samarbeid både med næringslivsaktørene langs kanalen og med frivillige lag og foreninger.

4. Utvikling av salgbare kvalitetsprodukter

I strategisk handlingsplan er det et uttalt mål at produktene og produktpakkene skal tilpasses markedskonseptene og definerte målgrupper bedre for å bli mer salgbare.

Det skal bli enklere å forstå hvordan Telemarkskanalen kan oppleves for ulike målgrupper.

I planen er det pekt spesielt på tre markedskonsepter som skal videreutvikles. Disse er:

- a) Den klassiske kanalopplevelsen med rute- og fritidsbåter
- b) Aktiv i autentiske omgivelser
- c) Kulturopplevelser langs kanalen

Den klassiske kanalopplevelsen med rute- og fritidsbåter

Signaturproduktet i regionalparken er slusene og reisen på vannveien, og det er et mål at flere skal ta den klassiske kanalreisen, men også at flere fritidsbåter skal besøke kanalen. I 2018 har arbeidet med nye nettsider startet. Der vil informasjonen, særlig ovenfor fritidsbåter, bli bedre og ikke minst oppdatert. Det vil også, i enda sterkere grad enn i dag, kommuniseres at en kanalbåtreise fint kan kombineres med aktiviteter og kulturopplevelser.



Aktiv i autentiske omgivelser

Telemarkskanalen er særdeles godt egnet til aktiviteter som padling, sykling og vandring. Tilgang til enkel og rimelig overnatting i pakt med naturen og sanitære anlegg har imidlertid vært en mangelvare. Våren 2018 stod sovebokser i pakkhusene Fjågesund og Bandaksløklare.

Soveboksene har fått omtale i lokale medier, i jakt og fiske og på God morgen Norge på TV2. Soveboksene er godt mottatt og dekker et behov om rimelig overnatting.

Det er i 2018 innvilget midler fra Gjensidigestiftelsen til opparbeidelse av tre leirplasser. En leirplass inneholder sanitæranlegg, bålplass, en gapahuk og tilrettelegging for hengekøyer. En leirplass kan benyttes av alle som ferdes i naturen, men lokalitetene som er valgt er spesielt rettet mot padlere. Leirplassene blir et viktig tilskudd for å nå målet om at flere skal være aktive langs kanalen.

Soria Moria på Dalen er også et produkt som kobles sammen med uteaktivitet, og da særlig med vandring.

Bookingkontoret og den informasjonen de kan gi har en sentral rolle, og bookingmedarbeiderne i sesongen 2018 hadde på forhånd fått god opplæring for å motivere flere til å kombinere padle/sykle og vandre med båtreisen. Ikke minst har vi erfart hvor viktig det er å kommunisere at det er anledning til å ha med sykkel/kano om bord på båtene.

Kulturopplevelser langs kanalen

Ved opprettelsen av Telemarkskanalen regionalpark ble den europeiske landskapskonvensjonen lagt til grunn, fordi en så på landskapsforvaltning og skjøtsel som en svært viktig suksessfaktor over tid.

I strategisk handlingsplan er det pekt på utfordringen ved at kanallandskapet gror igjen. Det er svært viktig for reiseopplevelsen langs kanalen å gjøre noe med dette. I planen er det derfor et mål at Telemarkskanalen, i samarbeid med eierkommunene og landbruket, tilrettelegger for mer vegetasjonsrydding og flere beitedyr på utvalgte steder langs Telemarkskanalen.

Landskapsforvaltning og skjøtsel er et virkemiddel for å opprettholde naturlandskapet. I 2018 har Skotfoss historielag derfor fått utbetalt kr 30 000,- for skjøtelsrydding på Kirkøya ved Løveid.

Påbegynnelse av arbeidet med å få på plass et beiteprosjekt knyttet til nofence-teknologi og geitebesetninger er i gang. I 2018 etablerte vi samarbeid med to geitebesetninger og en grunneier- vi vil søke midler og sette i gang for fullt i 2019.

For å øke bruken av fritidsbåter langs kanalen fikk i 2018 utarbeidet et eget fritidsbåtkart for Østkanalen og jobbet videre med markedsføring av gjestehavner og brygger. Det har også blitt utredet løsninger for å håndtere gjengroingen av Bråfjorden, hvor Tjønnaks stedvis vokser svært tett og har lett for å komme inn i propeller og vanninntak på båtene. Det vil bli jobbet videre med å forsøke å få på plass finansiering av disse tiltakene i 2019.

Sommeren 2018 har vi fått tilbakemelding på vesentlig øke i antall gjestedøgn ved noen av de merkede bryggene. Telemarkskanalen har i flere år hatt et ønske om å utvikle fritidsbåttrafikken på Østkanalen.

Forprosjektet «Identitet og Historie på menyen - Servering av lokalmat rundt Telemarkskanalen» er gjennomført med stor suksess. Det er i alt avholdt tre samlinger hvor produsenter og kokker/restaurantsjefer sammen har laget mat basert på lokale råvarer. Prosjektet har samarbeidet med andre tilsvarende prosjekter som «Fjellmat Telemark».

Lokale produsenter melder om mersalg som en direkte følge av prosjektet, og økt bruk av lokale råvarer vil styrke samarbeidet og følelse av «vi». Det er et mål at forprosjektet skal videreføres og bli til et hovedprosjekt.

5. Finansering

Det har blitt stadig mindre midler tilgjengelig fra fylkeskommunens regionale utviklingsfond og kampen om midlene blir stadig tøffere. I strategisk handlingsplan er det et mål om nasjonale tilskuddsmidler – i tillegg skal det hentes en betydelig andel midler utenfra, fra typen gavefond.

Norske parkers mangeårige arbeid for å komme inn på statsbudsjettet har endelig lyktes! Telemarkskanalen regionalpark har bidratt inn i dette arbeidet. Det er verdt å merke seg at de 5 millionene kronene som er bevilget for 2019 ikke vil gå til ordinær drift av de alt 9 regionalparkene. Midlene skal derimot blant annet brukes til å bygge merkevaren «Norske

parker» og således vil det være en fordel også for Telemarkskanalen regionalpark, og noe som på sikt kan være et viktig bidrag til økt besøk.

Den nært forestående fylkessammenslåingen mellom Vestfold og Telemark gjør at administrasjonen har deltatt på arenaer hvor man også har møtt folkevalgte fra Vestfold for å forankre Telemarkskanalens viktighet også i Vestfold. Prosjektgruppen knyttet til Viking Veko er i dialog både med Vestfold og Telemark fylkeskommune for bidrag under parolen «Vikinger forener de to fylkene». At det foregår et felles prosjekt på tvers av de to fylkene må antas å ha positiv innvirkning på fremtidig støtte og forståelse av Telemarkskanalens betydning.

Telemarkskanalen har i 2018 fått midler til etablering av leirplasser fra Gjensidigestiftelsen, til lokalmat-prosjektet og til forprosjekt «internasjonal satsning» fra Innovasjon Norge og til innredning av pakkhusene fra Telemark fylkeskommune.