

Nissene på Gålå 2007

En kartlegging av publikums tilfredshet og inntektsvirkninger av arrangementet for regionen.

Sammendrag:

Per Gynt AS tilbyr årlig forestillingen Nissene på Gålå som har barn som målgruppe. Barna som hovedsakelig er i aldersgruppen 5-12 år er med voksne på forestillingen. Undersøkelsen hadde tre formål.

- En kartlegging av publikums tilfredshet med arrangementet.
- Å undersøke om publikum ønsket forestillingen lagt til et annet tidspunkt enn februar
- Å beregne inntektsvirkningene for regionen av forestillingen.

Emneord: Inntektsvirkninger; kulturarrangementer, kundetilfredshet.

Mini CV

Terje Onshus er utdannet bedriftsøkonom og ansatt som høskolelektor ved Høgskolen i Lillehammer. Forfatteren underviser i bedriftsøkonomi og reiselivsfag ved reiselivsstudiet på skolen. Hans forskning de siste årene er økonomiske virkningsanalyser av kultur- og idrettsarrangementer og eventselskaper.

Pixies at Gålå 2007

An assessment of public satisfaction and the effects of income from the event for the region

Summary

Per Gynt Ltd. Annually arrange the Pixies at Gålå. The performance is for children in the age-group 5-12 years, along for adults. The survey had three goals:

- to assess public satisfaction with the event
- to assess if the public wanted the performance on a different date, not in February'
- to calculate the income effects of the performance for the region

Key words: income effects, cultural events, consumer satisfaction

Mini CV

Terje Onshus is a civil economist and works as a lecturer at Lillehammer university College. The author teaches business economics in travel and tourism. His most recent research is on the economic effects of cultural and sport events and event companies.

Forord

Prosjektet er gjennomført innenfor laugsavtalen mellom Peer Gynt AS og Høgskolen i Lillehammer og finansiert av Høgskolen i Lillehammer. Initiativet til dette prosjektet kom fra Peer Gynt. Man ønsket å vite mer om publikum samt hva forestillingen betyr økonomisk for regionen. Peer Gynt har selv stått for innsamling av kontaktdata i form av elektroniske postadresser og telefonnummer.

Prosjektet hadde ikke vært mulig å gjennomføre uten en ryddig og engasjert kontaktperson hos Peer Gynt. Det har vi hatt i May Britt Støve som har gjort en strålende innsats. Takk til henne og andre som har bidratt til denne rapporten. Takk også til kollega Dag Ørjansen som har lest gjennom rapporten og gitt konstruktive innspill til presentasjon av stoffet.

Ingen av disse skal lastes for eventuelle feil og mangler i resultater eller konklusjoner som er trukket, det er forfatteren som står ansvarlig for innholdet i rapporten.

Lillehammer mars 2008

Terje Onshus

Innholdsfortegnelse		Side
1	<i>Innledning</i>	5
2.	<i>Metode</i>	5
2.1	Datainnsamling	5
2.2	Metodekritikk	6
2.2.1	Spørreskjemaet	6
2.2.2	Utvelging og usikkerhet	7
2.3	Beregning av antall tilreisende	8
2.4	Inntektsvirkninger og usikkerhet	9
2.4.1	Usikkerhet i inntektsvirkninger i utvalget	10
2.4.2	Frafallsanalyse	
3.	<i>Publikumsprofiler</i>	13
4	Publikums motiv og deres vurdering av forestillingen	17
5.	Inntektsvirkninger for regionen	20
6.	Avslutning	25
	Litteraturliste:	26

Vedlegg:
Spørreskjema

1. Innledning

Hovedformålene med denne undersøkelsen var å kartlegge inntektsvirkningen for regionen av forestillingen Nissene på Gålå og å kartlegge publikums tilfredshet med forestillingen.

Et sekundært formål var å finne ut om publikum ønsker forestillingen lagt til et annet tidspunkt på vinteren enn i dag.

I kartleggingen av inntektseffekten for regionen er tilreisende publikum de med bostedsadresse utenfor Gudbrandsdalen. I regionen Gudbrandsdalen er følgende kommuner inkludert; Øyer, Ringeby, Sør Fron, Nord Fron, Sel og Dovre. De to andre punktene som skal kartlegges inkluderer publikum både fra Gudbrandsdalen og besøkende bosatt utenfor regionen.

Publikums vurdering av logistikk og andre tilbud rundt arrangementet inngår også i kartleggingen. Andre forhold som kartlegges i undersøkelsen er publikums ønske om eventuelle tilleggsaktiviteter, publikums informasjonsinnhenting i forkant av forestillingen og hvilke forhold som var viktige for oppholdet i Gudbrandsdalen.

2. Metode

2.1 Datainnsamling

Utarbeiding av spørreskjema ble gjennomført av Høgskolen i Lillehammer med innspill fra Peer Gynt AS. Ansvarlig for utarbeiding av kontaktskjema og spørreskjema var Høgskolen i Lillehammer. Kontaktskjema besto av spørsmål om elektronisk postadresse og/eller telefonnummer. Det ble ikke tid til pretesting av spørreskjemaet. Peer Gynt AS var ansvarlig for rekruttering og opplæring av intervjuere, utlevering og innhenting av kontaktskjema. Dette var deres egenandel i prosjektet. En student fra Høgskolen i Lillehammer deltok også i intervjuarbeidet. Datainnsamling skjedde på alle 3 forestillinger og intervjuene foregikk de 2 siste timene før forestillingen i området foran inngang. Datainnsamlingen ble gjennomført i to trinn, der første trinn var å samle inn kontakthinformatjon under selve arrangementet, mens det ble gjort en ”grundigere henvendelse” i annet trinn etter avsluttet arrangement. Innsamling av kontakthinformatjonen i første trinn ble gjort av Peer Gynt. Intervjuarbeidet fungerte meget bra og det var svært få respondenter som avsto å svare.

Intervjuobjektet var reisefølget, dvs. personer som betalte av samme reisekasse for å se forestillingen. Med hensyn til utvelgingen hadde intervjuerne fått beskjed om å velge ut intervjuobjektene tilfeldig. Etter avsluttet intervju med en respondent ble neste person som passerte deres ”post” spurt.

Tabell 2.1. Kontakter etter svarvillighet. Nissene på Gålå 2007. Prosent

	Antall	
		I alt
Ja, og oppgitt e-post	166	94,3%
Ja, og oppgitt telefonnummer	6	3,4%
Ikke i det hele tatt	5	2,8%
I alt	177	100%

Av reisefølger som ble spurt oppga 172 reisefølger eller 98% kontakthinformatjon. Av disse var det 6 som oppga telefonnummer og 166 som oppga e-postadresse.

Tabell 2.2. Kontaktede publikummere etter kontaktbarhet og svarprosent.

<i>Kontaktbarhet</i>	Nissene på Gåå	
	Antall	Prosent
E-post via kontaktskjema	166	
Antall sendt ut	166	100%
E-post ikke leverbar	34	20,5%
Sendt ut, netto	132	79,5%
Besvarte skjemaer, antall	<u>119</u>	71,6%
Svarprosent		71,6%

Av 166 innsamlede e-postadresser var 34 ikke leverbare p.g.a mangelfulle adresser. Av de 132 som ble sendt ut var det 119 som svarte på spørreskjemaet noe som er meget bra. 34 ikke leverbare e-postadresser er for mye. De ikke leverbare e-postadressene utgjorde ca 20% av innsamlede adresser.

Antall solgte billetter og tilskudd til arrangøren som kom utenfra regionen ble innhentet hos arrangøren. Disse dataene ble sammen med oppgitt forbruk fra de tilreisende i spørreskjemaet brukt som grunnlag for å beregne inntektseffekten for regionens næringsliv fra de som var på forestillingen.

Ansvarlig for bearbeiding og analyse av dataene og skriving av en sluttrapport er Høgskolen i Lillehammer.

Tabell 2.3 Billettfordeling på dager

Dato	Nissene på Gåå	
	Antall billetter	Prosent
Lørdag 17/2	715	31,8%
Fredag 23/2	750	33,3%
Lørdag 24/2	<u>785</u>	34,9%
Sum billetter ut	2250	100%
Gitt bort til frivillige	234	10,4%
Sum billetter solgt	<u>2016</u>	
Solgt til redusert pris	<u>290</u>	12,9%
Solgt til fulll pris	1726	

Billettsalget fordelte seg ganske jevnt på de 3 dagene. Vi har omtrent like mange intervjuer fra hver av dagene. Av alle solgte billetter (populasjonen) til 2016 personer har vi et utvalg på 119 reisefølger som er estimert til 486 personer. De frivillige er ikke med i populasjonen.

2.2 Metodekritikk

2.2.1 Spørreskjemaet

Vi mottok noen tilbakemeldinger fra fastboende om at det var vanskelig å manøvrere seg gjennom spørreskjemaet ved utfylling og at skjemaet ikke passet for fastboende. Slik spørreskjemaet framkom på skjermen ved utfylling er vi enig at skjemaet hadde sine svakheter, først og fremst for fastboende.

Ved en feil ble spørsmålene på nettet ikke nummerert løpende noe som er uheldig da det ble henvist til andre spørsmål i skjemaet ved hjelp av nummer.

Dette var nok det største problemet fordi fastboende ikke skulle besvare alle spørsmål og gå videre i skjemaet til spørsmål med nummerhenvisning. At respondenten ikke kunne manøvrere seg tilbake i spørreskjemaet under og etter utfylling for å sjekke svarene sine er også en svakhet. Dette er dessverre ikke mulig i denne programvaren. For de tilreisende synes spørreskjemaet å ha fungert bra. Vi har ikke mottatt noen "klager" på skjemaet fra disse og ved gjennomgang av dataene ser spørsmålene ut til å ha gitt svar på hva vi var ute etter. En mulighet hadde vært å ha to separate spørreskjemaer og ha innhentet kontaktinformasjon om bosted i fase 1. Vi mener imidlertid at med løpende nummerering og en endring på rekkefølgen på et par spørsmål ville skjemaet også ha fungert bra for fastboende ved utfylling. Manglende erfaring med web-basert datainnsamling og denne programvaren spesielt har nok bidratt til svakheter som nevnt ovenfor.

Vi har også foretatt en kvalitetssikring av innkomne data sett i forhold til tilsvarende spørsmål i spørreskjemaet. For de fastboende er dette data som går på ulike kvalitetsvurderinger, ønsket tidspunkt for arrangementet og en del bakgrunnsinformasjon om publikum. For de tilreisende kommer data om forbruk i tillegg. Med utgangspunkt i denne gjennomgangen vurderer vi selve spørsmålene i spørreskjemaet både for fastboende og tilreisende til å ha fungert bra. En utfordring er å få redusert antall mangelfulle e-postadresser p.g.a skrivefeil eller uklarheter. I utgangspunktet skulle intervjueren fylle ut e-postadressen og etterpå gå gjennom utfylte tegn med informanten. Dette har ikke fungert godt nok. En måte å bedre dette på kan være å forhåndsutfylle de mest vanlige e-postleverandørene og under intervjuet fylle inn resterende del av adressen som dobbeltsjekkes. Vi gjorde dette under Peer Gynt-stevnet i 2007 og det fungerte bra. Seks respondenter hadde ikke e-postadresse og oppga telefonnummer. Vi vurderte størrelsen på utvalget til å være stort nok og forsøkte ikke å intervju disse seks.

2.2.2 Utvelging og usikkerhet

Det er et problem å gjennomføre utvalgstrekninger når en ikke har noen form for lister over den aktuelle populasjonen. Dette er et av de mest framtrepende problemer ved undersøkelser av arrangementer av f.eks. den typen vi har undersøkt her. Det kan imidlertid brukes metoder som gir et tilnærmet tilfeldig trekningsresultat dersom en følger en på forhånd gjennomtenkt og oppsatt plan når en kontakter publikum. Det kan f.eks. være å ta hver n:te publikummer man møter eller som passerer et tenkt punkt, man kan alternativt "tenke" på en gitt person for så å plukke ut den neste, den tredje neste, som kommer, e.l.. Det viktigste med å velge kontaktene tilfeldig er å sikre seg mot at det blir systematiske skjevheter i utvalget, noe som f.eks. kan skje dersom man plukker ut flere fra samme reisefølge. Da risikerer man skjevheter ved at en teller de samme utleggene flere ganger, dvs. overestimerer de økonomiske effektene.

Svarprosenten er 71,5%, noe som absolutt er akseptabelt isolert sett. Det er imidlertid det absolutte antallet enheter man oppnår for å beskrive i dette tilfellet ulike publikums-vurderinger og tilreisende publikums forbruk som til syvende og sist bestemmer usikkerheten i materialet. Utvalgsmetoden og utvalgsantallet er derfor vel så viktig for sikkerheten i det endelige resultatet som svarprosenten.

Vi har som nevnt foran et utvalg på 119 reisefølger som utgjør ca 485 personer. Dette utgjør 24% av hele populasjonen på 2016 personer. Dette må sies å være veldig bra.

Vår informasjon om utvelgingen av informanter er også at de foreskrevne retningslinjer om tilfeldig utvelging er fulgt.

Vi har heller ingen indikasjoner om dobbelttelling, det vil si at data fra samme reisefølge er tatt med 2 ganger. Elektronisk datainnsamling og "bare" 119 informanter gir tross alt en god mulighet til å finne dobbeltregistreringer ved gjennomgang av datamaterialet.

Datamaterialet er gjennomgått og kvalitetssikret og sjansen for at dobbelttelling har skjedd er liten.

2.3 Beregning av antall tilreisende

I undersøkelsen er populasjonen alle reisefølger var alle tilstede på forestillingen unntatt de frivillige. Hele populasjonen kan vi dele inn i reisefølger med bosted Gudbrandsdalen og tilreisende reisefølger med bosted utenfor Gudbrandsdalen. I kartleggingen av inntektseffekten for regionen er populasjonen tilreisende publikum med bostedsadresse utenfor Gudbrandsdalen.

Vi vet ikke eksakt hvor mange av de 2016 personene som har bosted utenfor Gudbrandsdalen. I estimater av antall besøkende vi legger til grunn samme prosentvise fordeling i populasjonen som i i uvalget.

Vi mener det er et godt estimat med liten usikkerhet fordi utvalget er fra alle 3 dager, har bra størrelse i antall informanter og at utvelgingen er tilfeldig.

Nedenfor vil vi vise beregningen av tilreisende publikummere som var på Nissene Gåla i 2007.

Tabell 2.4 Utvalget fordelt på fastboende og tilreisende i antall personer og prosent

Utvalget	Antall reisefølger	Antall personer i reisefølget	Antall personer	I prosent
Fastboende	41	3,85	158	32,5
Tilreisende	78	4,2	<u>328</u>	<u>67,5</u>
Alle	119	4,08	486	100

Ved å multiplisere antall reisefølger med antall personer i hvert reisefølge får vi antall personer. Antall tilreisende publikummere utgjør 67,5% og fastboende utgjør 32,5%. På grunn av flere personer i reisefølget for tilreisende blir andelen for denne gruppen større når man bruker antall personer som fordeling i stedet for reisefølger. Se tabell 3.1 og 3.2 for detaljer.

Tabell 2.5 Estimert antall solgte billetter til tilreisende personer

	Antall personer	Antall personer i reisefølget	Antall reisefølger
Antall solgte billetter	<u>2016</u>		
Herav til fastboende	655	3,85	170
Herav til tilreisende	1361	4,2	<u>324</u>
			524

Vi legger til grunn samme relative fordeling mellom fastboende og tilreisende for hele populasjonen som for utvalget. Dette gjøres med bakgrunn i metodedrøftingen om usikkerhet ovenfor. Selv om tallene i tabell 2.5 er estimater tror vi dette forholdet mellom fastboende og tilreisende gir et tilnærmet riktig bilde. Hadde vi brukt Sør- og Nord Fron som fastboenderegion og ikke Gudbrandsdalen ville ytterligere 7 reisefølger eller 5,8% av utvalget ha blitt klassifisert som besøkende.

Dette tilsvarer ca 110 personer og med en beregnet inntekt på ca 100 kr per person gir dette bare en merinntekt på kr 11 000 for regionen. Se tabell 3.2 og tabell 5. 6 for detaljer om dette. I kapittel 2.4 drøfter vi usikkerheten i forbruksdataene og i inntektsestimatene.

2.4 Inntektsvirkninger og usikkerhet

2.4.1 Usikkerhet i inntektsvirkningene i utvalget

Tabell 2.6 Antall besøkende som har besvart forbruksspørsmål

	Nissene på Gåå	
	Antall	Prosent
Antall svar	119	
-fastboende	41	
=Antall mulige svar på forbruksspørsmål	78	100
-Ikke besvart	23	29,5%
Besvart forbruksspørsmål	55	70,5%

Forbruksspørsmålene skulle kun besvares av de tilreisende. Av de 78 tilreisende reisefølger har 55 eller 70% besvart forbruksspørsmålene. Disse 55 reisefølgene er nedenfor kalt forbruksutvalget. I kapittel 2.4.2 vil vi drøfte om resultatene for forbruksutvalget kan sies å ha gyldighet for hele utvalget. I den drøftingen og vurderingen vil vi gjennomføre en frafallsanalyse. Drøfting av usikkerheten i en generalisering av resultatene fra utvalget til å gjelde hele populasjonen ble gjort i kapittel 2.3 foran. Vi drøfter nedenfor også effekten av de fastboendes ekstrakjøp på grunn av besøk av slekt og venner som ser forestillingen. Dette forbruket fanger ikke slike undersøkelser opp og inntektsvirkningen for regionen blir derfor undervurdert. Vi kan ikke estimere noe beløp på dette ekstrakjøpet, men vi vil dokumentere at de fastboende har hatt slik ekstrakjøp. Vi synliggjør omfanget av slike kjøp i tabell 2.7 nedenfor.

Vi mener de viktigste forholdene som bestemmer størrelsen på forbruket er hvorvidt reisefølgene overnatter eller ikke, hvilken boform de benytter, antall overnattinger og antall personer i reisefølget. Det er disse variablene vil bruke i en frafallsanalyse i kapittel 2.4.2. I frafallsanalysen ser vi på om det er avvik i verdier av disse variablene mellom tilreisende som ikke har besvart forbruksspørsmålene og forbruksutvalget. Ved avvik mellom utvalgene som antas å påvirke resultatene er det mulig å ta hensyn dette gjennom en veiing av resultatene.

Tabell 2.7 Vertsfamiliens betaling av utgifter til mat og drikke for besøkende som bor hos slekt & venner under oppholdet

	Antall	Prosent
Ja, i sin helhet	8	25
Ja, delvis	17	53,1
Nei, betaler alt selv	7	21,9
Sum	32	100

Av de besøkende reisefølger bodde 23% hos slekt og venner. Se tabell 3.8. Vertsfamilien betalte alle utgifter til mat og drikke for 25% og betalte delvis for 53% av de besøkende.

I tabell 5.1 har vi estimert antall tilreisende personer som bor hos slekt & venner til 308. De har i gjennomsnitt 2,4 overnattinger. Vi har med andre ord ca. 75 personer som får dekket all mat og drikke i 2,4 døgn og 160 personer som delvis får dekket sine utgifter av vertsfamilien. Vi snakker her om relativt store beløp som ikke blir registrert som en inntektsvirkning for regionen.

2.4.2 Frafallsanalyse

Tabell 2.8 Forbruksutvalget fordelt på overnatting og ikke overnatting

Boform	Antall	Prosent
Overnatter	43	78,2%
Dagstur/gjennomreise	12	21,8
Sum	55	100

I forbruksutvalget overnattet 78% av reisefølgene mens 22% overnattet ikke. Tilsvarende tall for hele utvalget var 76% og 24%. Altså en ubetydelig forskjell.

Tabell 2.9 Forbruksutvalget og frafallsutvalget etter boform i prosent

Boform/ikke overnatting	Forbruksutvalget	Frafallsutvalget
Hotell	20%	10%
Utleiehytte, leilighet	9,1%	5%
I eget/lånt fritidshus	21,8%	25%
Slekt & venner	25,5%	25%
Annet, ikke spesifisert	1,8%	5%
Dagstur hjemmefra, base gjennomreise	<u>21,8%</u>	<u>30%</u>
I alt	100%	100%
Basis (n)	55	21

Reisefølger som overnatter kommersielt på hotell og i utleiehytter utgjør 29% i forbruksutvalget mens andelen i frafallsgruppen er bare 15%. Kommersielt overnattende er altså overrepresentert i forbruksutvalget. Reisefølger som ikke overnatter er sterkere representert i frafallsutvalget med 30% mot 22% i forbruksutvalget. For reisefølger som overnatter ikke-kommersielt er andelen i de to utvalgene ganske like. Reisefølger som overnatter kommersielt har betydelig større forbruk per døgn enn dagsbesøkende som er i regionen bare noen timer. Dette skeivheten vil føre til at inntekten overvurderes.

Tabell 2.10 Forbruksutvalget og frafallsutvalget etter boform etter oppholdslengde for boform

Boform	Antall i forbruksutvalget	Antall netter	Antall i frafallsutvalget	Antall netter
Hotell	10	3,1	2	5
Utleiehytte, leilighet	4	4,3	1	3
I eget/lånt fritidshus	10	5,7	5	5,8
Slekt & venner	11	2,4	5	3,8
Annet	<u>3</u>	1,7	<u>1</u>	3
Ikke besvart	<u>5</u>		<u>2</u>	
Sum	43	4,04	16	4,6

I tabell 2.10 sammenliknes antall overnattinger på enkelte boformer i de 2 utvalgene. Reisefølger i frafallsutvalget som bor på hotell har 2 overnattinger mer enn i forbruksutvalget. Det er bare 2 hotellreisefølger i frafallsutvalget slik at effekten på forbruket ikke blir særlig stor, men det kompenserer noe for overvurderingen på grunn av overrepresentasjon av kommersielt overnattende i forbruksutvalget. Slekt & vennebesøkende i frafallsutvalget overnatter 1,4 døgn mer enn i forbruksutvalget. Disse fem reisefølgene utgjør ca 30% av alle slekt & vennebesøkende og forbruket fra de som bor hos slekt & venner vil da bli noe undervurdert.

Tabell 2.11 Forbruksutvalget etter i forbruket etter boform antall personer i forbruket

Boform	Antall i forbruksutvalget	Antall personer i reisefølget	Antall i frafallsutvalget	Antall personer i reisefølget
Hotell	11	4,4	2	4,5
Utleiehytte, leilighet	5	4,5	1	3
I eget/lånt fritidshus	12	3,9	5	4
Slekt & venner	14	3,7	4	3,8
Dagstur hjemmefra, base gjennomreise	<u>12</u>	5,5	7	<u>3,4</u>
Annet	1	3	1	3
Ikke besvart			3	
Sum/alle	55	4,4	23	3,7

Dagsbesøkende reisefølger i forbruksutvalget utgjør 2,1 personer flere enn i frafallsgruppen. Dagsbesøkende i frafallsutvalget utgjør ca. 40% av alle som ikke overnatter. Flere personer i reisefølgene i forbruksutvalget fører til en overvurdering av inntektsvirkningene for denne gruppen, men vi snakker om små beløp her.

Konklusjon: Frafallsanalysen tenderer til overvurdering av inntektsvirkningen selv om ulike forhold går begge veier. Det som slår sterkest ut er overrepresentasjon av kommersielt overnattende. Vi vil likevel ikke foreta noen justering av resultatene ved veiing da vi har en undervurdering på grunn av vertsfamiliens ekstrakjøp som skyldes slekt- og vennebesøk. Sannsynligvis er denne undervurderingen større enn overvurderingen etter frafallsanalysen.

Grunnlaget for resultatene er så vidt vi kan bedømme, godt. Dette begrunner vi med utgangspunkt i utvalgsmetode, antall svar og gjennomført frafallsanalyse Vi mener derfor at resultatene gir nyttig kunnskap og innsikt i de forholdene som skulle kartlegges i denne undersøkelsen.

3. Publikumsprofiler

Tabell 3.1 Publikum etter bostedsområde

Bostedsområde	Antall	I prosent
Hedmark	13	10,9
Akershus	11	9,2
Oslo	18	15,1
Østfold	6	5,0
Buskerud	3	2,4
Lillehammer, Gausdal,	9	8,4
Ottadalen	2	1,6
Vest-Oppland	10	8,4
Sør-Trøndelag	2	1,7
Møre og Romsdal	2	1,7
Andre besøkende	1	0,8
Nord og Sør Fron	34	28,3
Sel	2	1,6
Ringebu	4	3,3
Øyer	<u>1</u>	0,8
Ikke oppgitt	1	0,8
Sum	119	100

Oslo har flest besøkende med 18 reisefølger som er 15% av utvalget. Ellers er det bra med besøkende fra Akershus, Hedmark, Vest Oppland og Lillehammerregionen. Ca 28 % av de besøkende kommer fra Nord og Sør Fron.

Tabell 3.2 Publikum inndelt i fastboende og tilreisende

	Antall	I prosent
Fast bosted		
<i>Fastboende:</i>		
Sør- og Nord Fron	34	28,6%
Gudbrandsdalen ellers	<u>7</u>	
<i>Sum fastboende</i>	41	34,3%
<i>Tilreisende:</i>		
Tilreisende	<u>77</u>	
Ikke oppgitt bosted	<u>1</u>	
Sum tilreisende	78	65,7%
Sum alle	119	100

Tilreisende publikum er de som har fast bostedsadresse utenfor Gudbrandsdalen. Publikum fra Lillehammer, Gausdal og Ottadalen regnes altså som tilreisende. Denne avgrensningen er spesielt viktig når vi skal beregne hvor mye ekstra penger som tilflyter regionen. Se kapittel 1 for hvilke kommuner som inngår i Gudbrandsdalen. Fastboenderegionen er her stor i geografisk utstrekning og større enn i andre sammenliknbare undersøkelser. Det har imidlertid marginal betydning med tanke på størrelsen på inntektsvirkningene i denne undersøkelsen. Av de 41 fastboende reisefølger kommer 34 fra Nord- og Sør Fron. Av reisefølgene regnes det således inntektsvirkninger fra 65 % av publikum

Tabell 3.3 Gjennomsnittlig antall voksne og barn per reisefølge

	Gjennomsnittlig antall personer	Antall
Voksne	2,2	115
Barn	1,9	115
Ikke besvart		<u>4</u>
Sum	4,1	119

Det var gjennomsnittlig 4,1 personer i hvert reisefølge hvorav voksne og barn utgjorde henholdsvis 2,2 og 1,9 personer. Utvalget utgjør således 485 personer hvorav 262 er over 20 år og 223 er under 20 år. Barna var hovedsakelig mellom 5 og 12 år.

Tabell.3.4 Gjennomsnittlig antall personer etter bosted

	Gjennomsnittlig antall personer	Antall
Fastboende	3,85	41
Tilreisende	4,2	77
Ikke besvart	-	<u>1</u>
Sum		118

Det er betydelig forskjell i størrelsen på reisefølget hos de fastboende fra Gudbrandsdalen og de tilreisende. Hos de fastboende var det 3,85 personer i reisefølget mens i de tilreisende reisefølger var det 4,75 personer. Det har betydning når vi skal beregne billettinntektene som skyldes tilreisende

Tabell 3.5 Antall forestillinger sett av publikum i tidligere år

Antall forestillinger	antall	Prosent
Ingen	73	61,3
En	28	23,5
To	9	7,6
Flere enn to	<u>9</u>	<u>7,6</u>
Total	119	100,0

73 reisefølger eller ca 61% så forestillingen for første gang. Ca 15 % hadde sett forestillingen minst to ganger tidligere. I dette bildet kan det være at noen i reisefølget har sett forestillingen før mens andre i samme reisefølge ikke har sett så dette resultatet fanger ikke opp absolutt alt.

Tabell 3.6 De besøkendes oppholdssted i Gudbrandsdalen i antall og prosent

Sted	Antall	Prosent
Gålå	25	32,1
Skåbu	4	5,1
Hafjell	1	1,3
Annet	39	50,0
Ikke svart	9	11,5
Total	78	100,0

Tabell 3.6 viser hvilket geografisk område de besøkende oppholdt seg i Gudbrandsdalen. Mange hadde ikke svart og på dette spørsmålet mange hadde oppgitt ulike steder under posten annet som ikke er spesifisert ytterligere. 25 reisefølger som utgjør 32% av de tilreisende oppholdt seg på Gålå.

Tabell 3.7 Besøkende reisefølger fordelt på overnatting og ikke overnatting

	Antall	Prosent
Overnattet	57	76
Overnattet ikke	18	24
Sum besvart	75	100
Ikke besvart	3	
Alle	78	

Av de 78 reisefølgene i utvalget overnattet 76% mens 24% overnattet ikke.

Tabell 3.8 Besøkende reisefølger fordelt etter boform

Boform	Antall	I prosent
Hotell, utleiehytter	19	25,3%
Slekt & venner	17	22,6%
Eid og lånt fritidshus	19	25,3%
Annet	2	2,7%
Sum	57	76%
Ikke overnatting::		
Dagstur hjemmefra eller fra base	18	24%
Sum besvart	75	100%
Ikke besvart	3	
Alle	78	

Av reisefølger som oppga boform under oppholdet i Gudbrandsdalen bodde 25% på hotell og i utleiehytte mens nesten halvparten bodde i eget eller lånt fritidshus eller hos slekt og venner. En av fire reisefølger var på gjennomreise eller var på dagstur hjemmefra eller fra base utenfor regionen.

Tabell 3.9 Tilbrakte de besøkende ekstra tid i regionen på grunn av forestillingen?

	antall	Prosent
Ja	22	28,2
Nei	56	71,8
Sum	78	100

Kun 22 reisefølger som utgjør 28% tilbrakte ekstra tid i regionen på grunn av forestillingen.

Kap 4. Publikums motiver for å dra på festivalen og ulike vurderinger av festivalen

Tabell 4.1 Tilreisendes ulike motivers viktighet for oppholdet i Gudbrandsdalen i prosent (n=79)

Motiv for oppholdet	Ikke svart	Ikke viktig	Lite viktig	Litt viktig	viktig	Svært viktig
Nissene på Gålå	3,8	6,3	7,6	21,5	29,1	31,6
Besøk hos familie eller venner	3,8	6,4	7,7	21,8	29,5	30,8
Ferie og rekreasjon på Hytte/hotell	10,1	31,6	2,5	5,1	22,8	27,8
Annet	40,5	32,9	1,3	6,3	11,4	7,6

På dette spørsmålet kunne respondenten krysse av på flere alternativer. I tabell 4.1 er det motivenes viktighet for de tilreisende reisefølger som er vist. For ca 60% var forestillingen Nissene på Gålå svært viktig eller viktig for oppholdet, men samtidig var forestillingen ikke viktig eller lite viktig for ca 14%. Ca 22% svarte at forestillingen var litt viktig for oppholdet deres. Med andre ord så var forestillingen litt til svært viktig for over 80% av de besøkende. Ferie og rekreasjon på hytte/hotell og besøk hos familie/venner var svært viktig eller viktig for besøket for henholdsvis 60% og 50% av de tilreisende.

Tabell 4.2 Publikums innhenting av informasjon om forestillingen på forhånd (n=119)

Kilde:	Antall	Prosent av 119
Annonser i lokale medier	56	47,1
Annonser i nasjonale medier	32	26,9
Bruk av internett	11	9,2
Tilbud gjennom bokklubben	11	9,2
Gjennom slekt & venner	44	37,0
Tilbud på jobben	5	4,2
Annet	15	12,6

På kilder for informasjonssinnhenting kunne respondenten krysse av for flere alternativer. Bruk av medier som ikke er spesifisert noe ytterligere enn lokalt og nasjonalt er en viktig kilde for informasjon om Nissene på Gålå. 47% har brukt lokale medier og 27% nasjonale medier. Så mye som 44 respondenter eller 37% har fått informasjon gjennom slekt & venner.

Tabell 4.3 Publikums fornøydhet totalt sett med årets forestilling

	Antall	Prosent
Svært misfornøyd	2	1,8
Litt misfornøyd	1	0,9
Litt fornøyd	1	0,9
Fornøyd	22	19,6
Svært fornøyd	86	76,8
Sum bsvart	112	100
Ikke bsvart	7	
Total	119	

Ca. 95 % av publikum var fornøyd eller svært fornøyd med forestillingen, hvorav 86 reisefølger eller 77% var svært fornøyd. Tre reisefølger eller 2,5% var litt eller svært misfornøyd. I 2006 var 87% fornøyd eller svært fornøyd hvorav 45% var svært fornøyd. Den gang var 3 reisefølger eller 2,7% misfornøyd. (Olsen, Onshus 2006). Uttrykt fornøydhet er således bedre i 2007 enn i 2006.

Tabell 4.4 Tilleggsaktiviteter publikum ville ha foretrukket (n=119)

	Antall	Prosent
Sang og musikk	14	11,8
Lekepark med is og snø	37	31,1
Skirenn	13	10,9
Eventyrfortellinger	9	7,6
Friluftsliv	7	5,9
Måltid for barn i friluft	14	11,8
Annet	6	5,0

Publikum har sterkest foretrukket lekepark med is og snø som en tilleggsaktivitet. 37 reisefølger eller 3 av 10 har krysset av på den. Sang og musikk, skirenn og måltid i friluft er andre aktiviteter som er hyppigst nevnt.

Tabell 4.5 Er du enig i at forestillingen går i siste halvdel av februar som nå

	Antall	Prosent
Uenig	1	,8
Litt uenig	5	4,2
Verken/eller	15	12,6
Litt enig	9	7,6
Enig	88	73,9
Ikke besvart	1	0,8

Dette spørsmålet er viktig for arrangøren å få kartlagt med tanke på en flytting av tidspunkt. 97 reisefølger eller 81% av reisefølgene er enig eller litt enig i at forestillingen går i siste halvdel av februar som nå. Av disse er 88 reisefølger helt enig. 6 reisefølger eller 5% er litt uenig eller uenig i dagens tidspunkt.

Tabell 4.6 Sannsynligheten for at publikum kommer til "Nissene på Gåla" i framtida

	Antall	Prosent
Svært sannsynlig og sannsynlig	78	65,5
Lite sannsynlig	8	6,7
Nei	3	2,5
Vet ikke	29	24,4
Ubesvart	1	0,8
Total	119	100,0

Med tanke på gjenkjøp svarer 78 reisefølger eller 65,5% at det er sannsynlig eller svært sannsynlig at vil se forestillingen i framtida. Kun 3 reisefølger svarer nei. En av fire har svart vet ikke.

Nedenfor henter vi noen uttalelser fra skjemaene som oppsummerer festivalopplevelsene.

”Flott forestilling som er morsom for både store & små”

”At de måker vekk snøen der publikum skal sitte, slik at bena får plass”

-
- "La barna sitte foran"
-
- "Fantastisk fin stemning, dette blir tradisjon!"
-
- "Savner salg av varm drikke, saften som ble solgt var ikke varm .Ellers veldig bra forestilling"
-
- "Slipp folk inn på amfiet fra kl 16, server litt mer varmt å drikke / spise og annonsere dette i tillegg til suvenirer, kombinere dette gjerne med litt kanefart etterpå (om kvelden / natta) med"
-
- "Det var bra at sangene som Turte og Tue skulle synges var "playback", da kom teksten klart frem. Kunne vært en fordel med playback også når nisseflokkene skal prate i kor, vi fikk ikke med oss hva som ble sagt og det er irriterende. For våre barn var møte m"
- "MÅ begynne i tide. Det blir kalt med utsettelse. Tilbud om sitteplater"
- "Sett teaterstykket 2 ganger. Kommer tilbake hvis det blir et nytt stykke"
-
- "Har vært på alle forestillingene og synes at de bare blir bedre og bedre. Hvis jeg skal nevne noe i år må det bli at det var litt for lite trøkk i musikken på åpningen(stump).
- Lyden ble bedre utover forestillingen. Nissefar (far til Tue)var ikke troverdig."
-
- "Prøvde å finne informasjon på nettet, men kunne ikke finne noko på Gålå. Vi visste heller ikke at det ikke var varme seter eingang. Ingen fortalte at vi burde hatt pledd med. Vi kom til Gålå natt til laurdag og så plakaten på hotellet der vi sjekket inn"
-
- "Etter å ha sett forestillingen 3 ganger må det noe nytt til for at vi skal dra på dette mer. "
-
- "Det var en meget bra forestilling, bl a fordi der var mange nisser involvert, min datter kjente igjen skuespillere fra TV serien. Samtidig var atmosfæren flott. Det at de brukte hest og slede, snøskutere ga fint inntrykk. Tilby litt mer gratis servering ved ankomst, i tillegg til varm saft"
-
- "Røde Kors var ikke spesielt "serviceminded" ! ropte/korrigerte istedenfor å veilede og informere ! Var svært rigide iht. egne "regler"

Kapittel 5. Inntektsvirkninger for regionen

I dette kapitlet vil jeg presentere inntektsvirkningene for regionen etter inntektsart og etter boform. Jeg tar først utgangspunkt i de utgiftskategoriene som var i spørreskjemaet og beregner tilsvarende inntekter for bedriftene.

Etterpå vil jeg presentere inntektseffekten for de ulike boformer som de tilreisende benyttet og for de dagsbesøkende.

Tabell 5.1 Gjennomsnittlig oppholdsutgift inkl mva per reisefølge fordelt på utgiftsarter (n=55)

Utgiftskategori	Utgift hele oppholdet
Overnatting	1660
Restaurant, pub, nattklubb	215
Kafeer, gatekjøkken, kioskvarer og mat fra bensinstasjoner	180
Dagligvarer	605
Suvenirer, brukskunst og gaveartikler	100
Opplevelser, museer, arrangementer o.l	530
Transportutgifter i regionen	215
Annet	65
Sum	3570

Tabell 5.1 inkluderer alle besøkende reisefølger i utvalget uansett boform. Gjennomsnittlig oppholdsutgift per reisefølge under hele oppholdet er kr 3 570. Overnatting som er inkl. måltider på overnattingsbedrift er klart største utgiftsart med kr 1 660 fulgt av dagligvarer og opplevelser. I overnattingsutgiften ligger mange reisefølger inne med kr 0 da de ikke har noen utgift på overnatting. Dette gjelder besøkende som bor hos slekt og venner, i eid eller lånt fritidshus og de som ikke overnatter. I posten opplevelser som er på kr 530 er vårt inntrykk etter å ha gått gjennom alle skjemaene at en betydelig del av utleggene har gått til dagskort og leie av utstyr i ulike alpinanlegg. Reiseutgifter til og fra Nord Fron er ikke inkludert i tallene. Billettinntekter fra Nissene på Gålå er ikke inkludert i posten opplevelser. Gjennomsnittlig antall personer bak utgiftstallene i tabellen er 4,2.

Tabell 5.2 Beregnet gjennomsnittlig inntekt per reisefølge under oppholdet etter inntektskategori (n=55)

Inntektskategori	Inntekt per reisefølge
Overnatting	1455
Restaurant, pub, nattklubb	170
Kafeer, gatekjøkken, kiosk og mat fra besinstasjoner	145
Dagligvarebutikker	485
Suvenirer, brukskunst og gaveartikler	80
Opplevelser, museer, arrangementer o.l	470
Transporttjenester i regionen	175
Annet	55
Total	3035

For å beregne salgsinntekten for bedriftene må vi ha de besøkendes kjøp eks mva. I elimineringen av merverdiavgift på de ulike utgiftsposter bygger jeg på gjeldende mva-satser og opplysninger i spørreskjemaet. På transporttjenester vet vi at det meste er drivstoff med 25% mva, men vi vet også at det også er noe lokal taxitransport som har 8% mva. I overnattingsutgiften ligger ved siden av kjøp av rom også måltider for de som bor på hotell, men bare losji for de som bor i utleiehytter. I posten opplevelser, museer, arrangementer o.l har dagskort i alpinanlegg 8% mva, utleie av alpinutstyr har full mva-sats og billettinntekter til museer og utstillinger er unntatt mva. Vi kan således under samme inntektskategori ha tre ulike mva-satser. Vi har etter beste evne forsøkt å finne et veid gjennomsnitt for mva der det er poster med ulik mva-sats. Gjennomsnittlig inntekt fra hvert reisefølge er beregnet til kr 3 035.

Tabell 5.3 Estimert inntektsvirkning alle besøkende reisefølger etter inntektskategori

Næringsgruppe	Sum inntektsvirkning
Overnatting	471 400
Restaurant, pub, nattklubb	55 100
Kafeer, gatekjøkken, kiosk og mat fra besinstasjoner	47 000
Dagligvarebutikker	157 100
Suvenirer, brukskunst og gaveartikler	25 900
Opplevelser, museer, arrangementer o.l	152 300
Transporttjenester i regionen	56 700
Annet	<u>17 800</u>
Total	983 300

I tabell 5.3 har jeg beregnet inntekten for alle besøkende ved å multiplisere inntekten per reisefølge i tabell 5.2 med antall reisefølger, 324. I tabell 2.5 er antall tilreisende beregnet. Sum inntekt til regionen eks. billettinntekter på forestillingen blir da kr 983 300.

Overnattingsbedriftene har høyest inntekt med kr 471 400, mens dagligvarebutikker og ulike opplevelsesbedrifter har merinntekter på henholdsvis kr 157 100 og kr 152 300.

Nedenfor er inntekten fra reisefølger på ulike boformer og de dagsbesøkende presentert.

Boformene er inndelt slik:

- de som bor på hotell og i utleiehytter,
- de som bor hos slekt og venner
- de som bor i eid eller lånt fritidshus
- og de som ikke overnatter

Tabell 5.4 Estimering sum antall tilreisende personer etter boform

Boform	Antall personer
Hotell, utleiehytter	345
Slekt & venner	308
Eid og lånt fritidshus	344
Annet	37
Ikke overnatting::	
Dagstur hjemmefra eller fra base	<u>327</u>
Sum	1 361

For å beregne hvor mange av de tilreisende som benyttet de ulike boformene og hvor mange som ikke overnattet har jeg brukt samme prosentvise fordeling som i utvalget. Se fordeling i utvalget i tabell 3.8. Sum antall personer er mellom 308 og 345 i de ulike boformene og ca. 330 for de som ikke overnatter. Antall besøkende personer totalt er estimert til 1361.

Tabell 5.5 Gjennomsnittlig oppholdsutgift inkl mva per reisefølge etter boform.

Boform	Antall	Gjennomsn. utgift per reisefølge	Gjennomsn. utgift per person
Hotell, utleiehytter	16	8 000	1 812
Slekt & venner	14	1 500	402
Eid og lånt fritidshus	12	3 100	785
Annet	1	4 450	1 483
<i>Ikke overnatting::</i>			
Dagstur hjemmefra eller fra base	<u>12</u>	680	123
Sum	55		

Det er som forventet store forskjeller i utgiften etter hvordan reisefølgene bor. Besøkende som bor på hotell og i utleiehytter har en oppholdsutgift på kr 8 000. Slekt & vennebesøkende har en registrert oppholdsutgift på kr 1 500 mens de som bor i fritidshus har en utgift på kr 3 100. Det reelle forbruket fra slekt og vennebesøkende er sannsynligvis betydelig høyere. Se drøfting av dette i kapittel 2.4. Dagsbesøkende har en gjennomsnittsutgift på bare 680 kr. For å finne oppholdsutgiften per person har jeg dividert oppholdsutgiften for hele reisefølget med antall personer i den respektive boforms reisefølge. Se antall personer i reisefølget i tabell 2.11.

Tabell 5.6 Beregnet inntekt per person hele oppholdet etter boform. (n=55)

Boform	Inntekt per person	Antall netter
Hotell, utleiehytter	1 650	3,4
Slekt & venner	340	2,4
Eid og lånt fritidshus	675	5,7
Annet	1 300	1,7
<i>Ikke overnatting:</i>		
Dagstur hjemmefra eller fra base	100	-

Med utgangspunkt i utgiften per person inkl mva har jeg beregnet gjennomsnittlig inntektsvirkning for bedriftene per person etter boform. Først har jeg trukket ut merverdiavgift hvor jeg har brukt en veid sats avhengig av hvordan sammensetningen av forbruket for reisefølgene under hver boform er.

For besøkende på hotell utgjør overnattingsutgiften inkl. måltider ca 50% av totalutgiften. Reisefølger som bor på hotell og utleiehytter og i fritidshus har også høy andel opplevelser i sitt forbruk hvor det meste sannsynligvis er kjøp av heiskort.. For detaljer og beregninger henvises til vedlegg V 5.4. Inntekten for regionen fra hver person som bor på hotell og utleiehytter kr 1 650 mens fra dagsbesøkende er den bare kr 100. Inntekten fra hotellgjesten er med andre ord 16 ganger så stor som inntekten fra publikummeren på dagsbesøk

Tabell 5.7. Beregnet inntekt eks billettinntekter Nissene på Gålå alle besøkende etter boform.(n=1361)

Boform	Inntekt hele oppholdet alle
Hotell, utleiehytter	569 000
Slekt & venner	105000
Eid og lånt fritidshus	233 000
Annet	48100
Dagstur hjemmefra eller fra base	<u>32 700</u>
Alle	987 800

Sum inntekter eks. billettinntekter på forestillingen er beregnet til kr 987 800. Sum inntekt etter inntektsart ble beregnet til kr 983 300 i tabell 5.3. Differansen på ca kr 4 400 skyldes veiing av ulike mva-satser og avrundinger til hele tall.

Tabell 5.8 Billettinntekter fra alle publikummere, (n=2016)

		Sum inntekt
Billetter til full pris	Kr 200*1726	345 200
Billetter til redusert pris	Kr 175*290	50 750
Sum		395 950

Inntekter av billettsalget til alt publikum, både fastboende og tilreisende er beregnet til kr 395 950. Her bygger vi på informasjon fra arrangøren.

Tabell 5.9 Samlede inntektsvirkninger fra tilreisende publikum, (n=1361)

	Sum inntekt
Billettinntekter tilreisende	272 200
Andre inntekter	995 800
Sum	1 268 000

Billettinntektene fra 1361 tilreisende til en pris på kr 200 gir direkte inntekter på kr 272 000 til arrangøren. Inntekter til andre næringsaktører enn arrangøren innen f. eks overnatting, transport, detaljhandel og serveringsvirksomhet benevnes ofte overrisling. Dette er inntekter direkte fra de tilreisende til en regional næringsaktør som er bieffekter av forestillingen. Inntektsvirkningen for overrislingsnæringen har vi beregnet til ca kr 985 000.

Overrislingsnæringen er næringer som har inntekter fra tilreisende på forestillingen, men som i hovedsak er ment å betjene fastboende og/eller annen reiselivsvirksomhet. To uavhengige beregninger viser en inntektvirkning for overrislingsnæringen på henholdsvis 983 300 kr og kr 987 800. Se tabell 5.3 og tabell 5.7. Vi legger oss omtrent midt imellom disse to estimatene og bruker 995 800 kr som andre inntekter i tabell 5.9 ovenfor. Inntekter av billettsalget til besøkende er beregnet til kr 272 200. Sum inntektsvirkning for regionen blir da kr 1 268 000.

Vi tror ikke at inntekten med utgangspunkt i drøftingen gjort i kapittel 2.4 er overvurdert. Ut fra en samlet vurdering anslår vi det som svært sannsynlig at inntektseffekten ligger mellom kr 1 215 000 og kr 1 315 000. Da har vi lagt inn usikkerhet med 5% eller kr 50 000, på begge sider av den beregnede gjennomsnittsinntekten for overrislingsnæringen.

6. Avslutning

Med utgangspunkt i problemstillingen for denne undersøkelsen vil kort gjengi hovedresultater og konklusjoner.

1. Publikum uttrykte stor fornøydhet med årets forestilling. Ca 95% svarte at de var fornøyd eller svært fornøyd med årets forestilling.
2. Publikum ønsker ikke å flytte forestillingen til et annet tidspunkt enn i dag. Bare 5% kunne tenke seg et annet tidspunkt, mens 80 % foretrekker at forestillingen går på samme tid som i dag.
3. Inntektsvirkningen for regionens næringsliv fra tilreisende publikum anslås å ligge mellom 1,215 millioner og 1,315 millioner kroner.

For 61% av reisefølgene var Nissene på Gålå viktig eller svært viktig for oppholdet i Gudbrandsdalen. For 11 % av publikum var Nissene på Gålå ikke viktig eller lite viktig for at de var der.

28% av reisefølgene forlenget oppholdet i regionen som følge av Nissene på Gålå, mens de resterende 72% gjorde det ikke. Denne merinntekten som kom som en forlengelse av oppholdet kan tilskrives forestillingen. Utover dette har vi ikke data til å beregne denne inntekten eksakt.

Ut fra dette konkluderer vi:

Ca 11% av tilreisende publikum var ikke Gudbrandsdalen på grunn av forestillingen, og Nissene på Gålå var derfor ikke hovedårsaken til at de la igjen penger i regionen. Vi kan som en følge av dette ikke trekke den slutning at hele inntektsøkningen på 1,2 –1,3 millioner kom som en følge av forestillingen. Vi kan imidlertid fastslå at denne inntekten kom fra tilreisende som var tilstede på forestillingen og for over 60% av disse var Nissene på Gålå viktig eller svært viktig for oppholdet deres i regionen. Resultatene tyder derfor på at en betydelig del av regionens inntektsøkning kom som en direkte følge av forestillingen.

Litteraturliste:

Olsen, Marte Beate og Onshus Terje (2006); Analyse av Nissene på Gålå 2006. Arbeidsrapport, Høgskolen i Lillehammer.

Vedlegg:

Spørreskjema Nissene på Gålå 2007

Spørsmål 1 til og med 10 besvares av alle, mens spørsmål 11 til og med 24 besvares kun av personer som er bosatt utenfor Gudbrandsdalen.

1. Hvor mange personer var det i ditt reisefølge

Antall: Voksne Barn (<20 år)

2. Dersom du hadde med barn på forestillingen, hvor gamle er barna?

Svar:år,år.....år

3. Hvor mange forestillinger av "Nissene på Gålå" har du sett tidligere?

Ingen En To Flere enn to

4. Hvis du bor i Norge, hva er din faste bostedskommune og postnummer?

Bostedskommune..... postnummer:.....

5. Hvor fornøyd er du totalt sett med årets forestilling?

Svært misfornøyd Misfornøyd Litt misfornøyd Litt fornøyd Fornøyd Svært fornøyd

6. Dersom du svarer litt misfornøyd, misfornøyd eller svært misfornøyd på spørsmål 1 hva er du misfornøyd med?

- Kvaliteten på forestillingen
- Selve historien på forestillingen
- Kulde under forestillingen
- Parkeringsmulighetene
- Serveringen på utseiden
- Annet, spesifiser.....
- Annet, spesifiser.....

7. Dersom "Nissene på Gålå" hadde vært et større arrangement, hvilke tilleggaktiviteter ville du/dere foretrukket?

Du kan sette flere kryss

- Sang og musikk
- Lekepark med is og snø
- Skirenn
- Eventyrfortellinger
- Friluftsliv
- Måltid for barn i friluft

8. Hvordan har du/dere fått informasjon om forestillingen "Nissene på Gålå"?

Du kan sette flere kryss

- Annonser i nasjonale medier?
- Annonser i lokale medier
- Redaksjonell omtale
- Internett
- Tilbud gjennom bokklubben
- Tilbud på jobben
- Slekt & venner
- Messer
- Annet, spesifiser.....

9. Marker nedenfor i hvilken grad du er enig at forestillingen går i siste halvdel av februar som nå.

- Uenig Litt uenig verken/eller litt enig Enig

10. Har du på spørsmål 9 svart at du er uenig eller litt uenig, angi hvilket tidspunkt du ønsker at forestillingen skal g:

Måned.....

SPØRSMÅL 11 OG RESTEN AV SPØRSMÅLENE BESVARES KUN AV DE SOM HAR FAST BOPEL UTENFOR GUDBRANDSDALEN

11 Hvor viktig var følgende faktorer for dette oppholdet i Gudbrandsdalen?

<i>Betydning for oppholdet i regionen</i>	Ikke viktig	Lite viktig	Litt viktig	Viktig	Svært viktig
Besøk hos familie eller venner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ferie og rekreasjon på hytte/hotell o.l	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
På gjennomreise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forestillingen ”Nissene på Gålå”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annet,.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spesifiser annet					

12 Tilbrakte du ekstra tid i regionen på grunn av forestillingen?

Ja Nei Hvis, ja, antall:.....overnattinger

13. Hvilket sted/geografisk område kom du fra dagen forestillingen gikk?-----

14. Overnattet du under oppholdet i Gudbrandsdalen?

Ja, Nei, hvis nei gå til spørsmål 19

15. Hvor mange overnattinger hadde du på i regionen? Antall:.....

16 Hvordan overnattet du under oppholdet i Gudbrandsdalen?

- Hotell Vandrehjem, pensjonat
 Utleiehytte, leilighet I eget/lånt fritidshus
 Slekt & venner Bor hjemme
 Annet, spesifiser.....

Spørsmål 17 besvares kun av reisefølger som bor på hotell, vandrehjem/pensjonat og utleiehytter/leiligheter

17. Hvilken overnattingsbedrift benyttet du under oppholdet?

Navn:.....

18. Hvilket sted/geografisk område oppholdt reisefølget seg under oppholdet i Gudbrandsdalen ?-----

- Skeikampen
Gålå
Skåbu
Kvitfjell
Hafjell
Annet, spesifiser

Forbruk under oppholdet

Besvares kun av de som overnatter hos slekt/venner

19 Betaler vertsfamilien under oppholdet dine utgifter til mat og drikke?

Ja, i sin helhet Ja, delvis Nei, betaler alt selv

20. Vi ber deg nedenfor oppgi dine utlegg spesifisert på ulike utgiftsposter som du har hatt Gudbrandsdalen under hele oppholdet. Ta med alle kontantutlegg som du har hatt i inkludert betaling med kredittkort. Du skal ikke ta med utgifter til transport til/fra Nord Fron. Oppgi forbruket i hele kroner for hver av utgiftspostene i feltene nedenfor.

Forbruk i kr.

Overnatting	
Restaurant, pub, nattklubb	
Kafeer, gatekjøkken, kioskvarer og mat fra bensinstasjoner	
Dagligvarebutikker	
Suvenirer, brukskunst og gaveartikler	
Museer, arrangementer, utstillinger o.l	
Taxi og annen lokal transport	
Bensin, olje, bilrekvisita	
Annet	
Total	

21. Hvor mange timer eller dager gjelder forbruket? Oppgi antall timer hvis forbruket gjelder mindre enn 24 timer

Antall timer..... Antall dager.....

22. Hvor mange personer gjelder forbruket for? Antall.....

23. Tror du at du kommer til "Nissene på Gåla" i framtida?

Ja, Svært sannsynlig

Sannsynlig

Lite sannsynlig

Nei

Vet ikke

Takk for hjelpen