

BACHELOROPPGAVE

Hvordan er de direkte og indirekte økonomiske effekter av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival?

av

167 Anders Aarland
152 Magnar Kolbjørnsgard
111 Andreas Ueland

How are the direct and indirect economic effects of Førde International Folk Music Festival?

Økonomi og Administrasjon
BO6-2011
Mai 2016



Avtale om elektronisk publisering i Høgskulen i Sogn og Fjordane sitt institusjonelle arkiv (Brage)

Jeg gir med dette Høgskulen i Sogn og Fjordane tillatelse til å publisere oppgaven (Skriv inn tittel) i Brage hvis karakteren A eller B er oppnådd.

Jeg garanterer at jeg er opphavsperson til oppgaven, sammen med eventuelle medforfattere. Opphavsrettslig beskyttet materiale er brukt med skriftlig tillatelse.

Jeg garanterer at oppgaven ikke inneholder materiale som kan stride mot gjeldende norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppa samtykke i avtalen.

Fyll inn kandidatnummer og navn og sett kryss:

167 Anders Aarland

JA ____ NEI ____

152 Magnar Kolbjørnsgard

JA ____ NEI ____

111 Andreas Ueland

JA ____ NEI ____

Sammendrag

Denne studien tar utgangspunkt i Førde Internasjonale Folkemusikkfestival, som er Skandinavias største folkemusikkfestival, og har blitt arrangert siden 1990.

Hensikten med studie er å undersøke hvilke direkte og indirekte økonomiske effekter en internasjonal folkemusikkfestival har på Førde, og hvordan det påvirker næringslivet i omegn. Ut i fra vår erfaring er det ikke publisert tidligere studier om Førde Internasjonale Folkemusikkfestival, noe som betyr at undersøkelsen vil gi ny kunnskap om fenomenet, ut ifra et rent økonomisk perspektiv. Det er foretatt flere avgrensninger i oppgaven basert på geografisk, økonomisk og generalisering av funnene.

Problemstillingen i oppgaven er aktuell grunnet regjeringens beslutning om å avslutte offentlige tilskudd til knutepunktfestivaler. Problemstilling i oppgaven: *"Hvordan er de direkte og indirekte økonomiske effekter av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival?"*

For å finne svar på dette forskningsspørsmålet gjennomførte vi en kvalitativ undersøkelse i form av dybdeintervjuer. Vi intervjuet 16 lokale bedrifter fra næringslivet i Førde, innenfor bransjene overnatting, resturante, transport, varehandel og annen tjenesteyting. Vi ønsket med disse dybdeintervjuene å finne ut om bedriftene hadde en økonomisk effekt som følge av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival. I tillegg foretok vi et intervju med selve arrangøren av festivalen, der vi ønsket å høre om arrangørens synspunkt om teamet.

I undersøkelsen gjennomførte vi en analyse av dataene, med utgangspunkt i innholdsanalyse, der vi analyserte innholdet i dataene med hensyn til undersøkelsens problemstilling. Her ønsket vi å utforske fenomenet fra flere ulike sider. Videre benyttet vi substansiell drøfting, noe som innebar å koble våre funn i undersøkelsen med annen forskning og teori

Våre funn indikerer at det er lav økonomisk effekt på det lokale næringslivet i Førde, som følge av å arrangere Førde Internasjonale Folkemusikkfestival. Likevel varierer denne påvirkningen mye fra bedrift til bedrift.

Abstract

This research paper is based on Førde International Folk Music Festival, which is the biggest folk music festival in Scandinavia, and has been held since 1990.

This research paper aims to study the direct and indirect economical effects of Førde International Folk Music Festival, and how it affects the local businesses near by. From our experience there has not been published any studies related to Førde International Folk Music Festival, therefore this research paper will provide better insight to the phenomenon, from an economic standpoint. This study includes geographical, economic and generalization limitations.

The problem for debate is topical because the Norwegian Government have decided to stop the financial support to “knutepunktfestivaler”. The problem for debate presentet in this study: “How are the direct and indirect economic effects of Førde International Folk Music Festival.”

To draw a conclusion to this debate we performed a qualitative study based on in-depth interviews. In total we carried out 16 interviews with local firms, within the sectors lodging industry, restaurants, transport, retail and other services. The intention was to reveal if the festival affected the local firms economically. We also interviewed the arranger of the festival, with purpose to acknowledge their viewpoint on the phenomenon.

We analyzed the data based on a content analysis, which includes analyzing the data with respect to the problem for debate. The intention was to explore the phenomenon from different angles. Further on we carried out a substantive discussion on the topic, which involve linking our findings with existing theories and research.

Our findings suggest low economical effects on the local firms in Førde, even though the economical effects vary from firm to firm.

Forord

Dette er en avsluttende bacheloroppgåve, for bachelorstudium i økonomi og administrasjon, ved Høgskulen i Sogn og Fjorda. Fagområde for denne oppgaven er samfunnsøkonomi.

Oppgaven ble skrevet i perioden januar til mai 2016, og er en del av et større forskningprosjekt.

Vi ønsker først og fremst å takke alle informantene som stilte seg disponible til et intervju, og en spesiell takk til Førdefestivalen som var imøtekommende og interessert i vår undersøkelse. Videre ønsker vi å rette en takk til vår veileder Ove Ovklevik for god veiledning, engansegemnt, innspill og tilbakemeldinger. I tillegg ønsker vi å takke Johannes Idsø for hjelp med multiplikator teorien.

God lesning!

Høgskulen i Sogn og Fjordane

19.05.2016

Anders Aarland

Magnar Kolbjørnsgard

Andreas Ueland

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	1
1.1 Bakgrunn for valgt problemstilling	1
1.2 Presentasjon av problemstilling	2
1.3 Formålet med oppgaven	2
1.4 Avgrensninger i oppgaven	3
1.5 Teoretisk fundament	3
1.6 Litteraturgjennomgang	4
1.7 Oppgavens oppbygging	5
1.8 Historie og fakta om Førdefestivalen	5
2. Teori	7
2.1 Ringvirkninger av arrangementer	7
2.1.1 Den økonomiske effekten av et arrangement	7
2.2 Preuss segmentering av turister	10
2.3 Multiplikatoreffekten	14
3. Metode	18
3.1 Forskningsdesign	18
3.2 Valg av metode	18
3.2.1 Kvalitativ- og kvantitativ metode	18
3.2.2 Fordeler og ulemper ved valgt metode	19
3.2.3 Rammer og avveininger ved valgt metode	19
3.3 Datainnsamlingsmetode	20
3.4 Utvalgsprosessen	21
3.5 Utarbeidelse av intervjuguide	23
3.5.1 Presentasjon av intervjuguiden	24
3.6 Gjennomføring	24
3.6.1 Fremgangsmåten i intervjuene	25
3.7 Reliabilitet og validitet	26
3.7.1 Intern gyldighet	27
3.7.2 Ekstern gyldighet	28
3.7.3 Pålitelighet	29
3.8 Etisk omsyn	30
4. Diskusjon	32
4.1 Assosiasjoner til Førdefestivalen	32
4.2 Økonomisk effekt fra Førdefestivalen	35
4.2.1 Den direkte økonomiske injeksjonen	35
4.2.2 Den økonomiske påvirkningen på næringslivet	36
4.2.3 Betydningen av de direkte økonomiske effektene	37
4.2.4 Multiplikatoreffekten av Førdefestivalen	39
4.3 Førdefestivalen	42
5 Avslutning	45
5.1 Konklusjon	45

5.2 Relabilitet og validitet til undersøkelsen	46
5.3 Videre forskning	46
Referanseliste	48
Vedlegg	52
<i>Vedlegg 1 – Mal for intervjuguide, individuelt intervju</i>	52
<i>Vedlegg 2 – Intervjuguide I: Bedrifter</i>	54
<i>Vedlegg 3 – Intervjuguide II: Førdefestivalen</i>	58
<i>Vedlegg 4 – Oversikt over informanter</i>	62
<i>Vedlegg 5 – Mail til bedrifter</i>	64
<i>Vedlegg 6 - Intervju: Informant 1</i>	65
<i>Vedlegg 7 – Intervju: Informant 2</i>	70
<i>Vedlegg 8 – Intervju: Informant 3</i>	73
<i>Vedlegg 9 – Intervju: Informant 4</i>	82
<i>Vedlegg 10 – Intervju: Informant 5</i>	86
<i>Vedlegg 11 – Intervju: Informant 6</i>	92
<i>Vedlegg 12 – Intervju: Informant 7</i>	101
<i>Vedlegg 13 – Intervju: Informant 8</i>	117
<i>Vedlegg 14 – Intervju: Informant 9</i>	123
<i>Vedlegg 15 – Intervju: Informant 10</i>	129
<i>Vedlegg 16 – Intervju: Informant 11</i>	155
<i>Vedlegg 17 – Intervju: Informant 12</i>	163
<i>Vedlegg 18 – Intervju: Informant 13</i>	169
<i>Vedlegg 19 – Intervju: Informant 14</i>	182
<i>Vedlegg 20 – Intervju: Informant 15</i>	188
<i>Vedlegg 21 – Intervju: Informant 16</i>	193
<i>Vedlegg 22 – Intervju: Informant 17</i>	202
Figurliste	
Figur 1 - Prinsippskisse for økonomiske virkninger av arrangementer (Birkelund, 1996, s. 22).....	8
Figur 2 – Movements of event-affected persons during event-time (Preuss 2004a, s. 52)	11
Figur 3 – Movements of event-affected persons in the long-term (Preuss, 2005, s. 289)	13

1. Innledning

I innledningen vil vi først utrede bakgrunnen for valgt problemstilling, deretter presenterer vi studiens problemstillingen. Videre tar vi for oss avgrensinger som er gjort i forskningen, i tillegg til en gjennomgang av de teoretiske fundamentet og en litteratur som undersøkelsen bygger på. Så viser vi hvordan oppgaven er strukturert, og til slutt en kort presentasjon av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival. Videre i oppgaven vil festivalen bli betegnet som Førdefestivalen.

1.1 Bakgrunn for valgt problemstilling

Årlig betaler det offentlige ut millioner av kroner i offentlig driftsstøtte til ulike sektorer i Norge. Kulturnæringen er en sektor som får mye offentlig støtte, og innenfor kultursektoren mottar musikk- og kulturfestivaler deler av denne offentlige støtten. Ledende festivaler innenfor sin sjanger i Norge kan få tildelt knutepunktstatus, noe som vil garantere statlig driftsstøtte fra statsbudsjettet. De senere årene har det vært mye diskusjon rundt denne knutepunktordningen, hvor det stilles spørsmål om den er bærekraftig og rettferdig (Kulturdepartementet, 2007). Budsjettforslaget som ble utarbeidet av Finansdepartementet (2015) for året 2016 vil gi kulturdepartementet hele 13 milliarder kroner. Deler av pengesummen skal deles ut til disse knutepunktfestivalene, som er ledene festivaler innenfor sitt område i Norge. I 2015 fikk 16 knutepunktinstitusjoner offentlig tilskudd, hvor 12 av disse var musikkfestivaler. Til sammen ble det utbetalt rundt 82 millioner kroner i offentlig subsidier gjennom knutepunktfestival-ordningen (Kulturdepartementet, 2014).

Men når statsbudsjettet ble offentliggjort høsten 2015, ble det også klart at denne knutepunktordningen vil kun fortsette ut året 2016 for deretter å opphøre. I en stortingsmelding kommer det frem:

“Knutepunktordningen opphører i sin nåværende form. All støtte videreføres på dagens nivå i 2016. Kulturrådet har fått i oppdrag å utvikle en mer dynamisk og differensiert festivalordning i dialog med feltet. 13 av 16 knutepunktfestivaler overføres til Norsk kulturråd” (Finansdepartementet, 2016).

Førdefestivalen er en av de disse 16 knutepunktfestivalene som nå må finne andre veier å finansiere sin festival. Det kan derfor være nyttig med en studie som forsker på hva en

musikkfestival som Førdefestivalen kan skape for Førde og lokalsamfunnet, som kan tas med i diskusjonen om bruken av de offentlige tilskuddet om bevilges til festivalen.

Etter å ha gjort rede for hvorfor dette teamet trenger mer forskning, vil vi i neste avsnitt presentere undersøkelsens problemstilling.

1.2 Presentasjon av problemstilling

Problemstillingen er aktuell på grunn av den norske regjeringen har bestemt seg for å opphøre de offentlige tilskuddene i 2017. Vi vil derfor se på hvordan dagens festival, med dagens offentlige tilskudd, er med på å skape en økonomisk påvirkning for næringslivet i Førde og hvor store disse effektene er for lokalsamfunnet.

Problemstilling i oppgaven:

”Hvordan er de direkte og indirekte økonomiske effekter av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival?”

Opgaven tar utgangspunkt i Førdefestivalen. Dersom vi tar utgangspunkt i tallene fra regnskapet til Førdefestivalen, viser det at festivalen har hatt en gjennomsnittlig økning av offentlig driftsstøtte med 10% årlig, i perioden fra 2009 til 2014. Samlet mottok Førdefestivalen i 2014 om lag 12 millioner kroner i offentlig driftsstøtte, noe som utgjør 74% av festivalens totale inntekter. Resterende inntekter kommer fra omsetningen som genereres under selve festivalen. Som vi ser utgjør den offentlige driftsstøtten en del for budsjettet til festivalen. Studiens problemstilling vil forske på om den offentlige driftsstøtten til Førdefestivalen fører til noen direkte og indirekte økonomiske effekter for Førde, og næringslivet i regionen.

1.3 Formålet med oppgaven

Overordna hensikten med studien er å tilegne seg bedre kunnskap om hvilke direkte og indirekte økonomiske effekter en stor internasjonal folkemusikkfestival har på Førde, og regionen rundt. Undersøkelsen vil også gi en dypere innsikt til å vurdere den offentlig driftsstøtten, ut ifra et rent økonomisk perspektiv. I neste del av oppgaven vil vi ta for oss avgrensningene som er gjort i studien.

1.4 Avgrensninger i oppgaven

I oppgaven har vi foretatt flere avgrensninger. Geografisk avgrensning i studien er å fordype seg i den lokale økonomiske effekten av Førdefestivalen. Med lokaløkonomisk effekter sikter vi til Førde kommune. Videre i oppgaven vil regionen og lokalsamfunnet være definert som Førde kommune. En annen avgrensning som ble gjort i forkant av studien, var å basere undersøkelsen på et økonomisk perspektiv. Noe som betyr at for eksempel de kulturelle virkninger av Førdefestivalen blir utelukket i undersøkelsen. Avgrensninger i forhold til den indirekte økonomiske effekten ble også gjort. En må avgrense disse effektene grunnet usikkerheten om hvilke bedrifter Førdefestivalen retter seg mot, og hvilke bedrifter festivaldeltagerne etterspør. Vi har heller ikke nødvendigvis data til å kunne beregne effekten Førdefestivalen skaper. Det er viktig å presisere at hensikten med studien ikke er å få et så nøyaktig estimat over den økonomiske effekten som Førdefestivalen genererer, men å få innsikt i hvilken grad Førdefestivalen skaper sterke eller svake effekter for næringslivet i Førde. En siste avgrensning i studien er gjort i forhold til generalisering av våre funn. Siden alle festivaler har ulik påvirkning og unike økonomiske effekter for næringslivet, avgrenser vi i denne studien til at funnene kun omhandler og rettes mot den økonomiske effekten som skapes av Førdefestivalen.

Etter å ha framstilt avgrensningene i undersøkelsen, tar vi for oss teoretiske fundamentene som er brukt i studien.

1.5 Teoretisk fundament

Det første teoretiske fundamentet i undersøkelsen omhandler generelle ringvirkninger og økonomiske effekter av arrangementer, der tok vi utgangspunkt i ØF-rapport nr. 11/1996 - *Arrangementsøkonomi i OL-regionen; lokaløkonomiske ringvirkninger av utvalgte arrangementer* av Hugo Birkelund (1996, s. 21-42). Rapporten drøftet blant annet hvordan ulike arrangementer skaper lokaløkonomiske ringvirkninger. Det andre teoretiske fundamentet vi baserer oss på er skrevet av Holger Preuss (2005, s. 281-301). Artikkelen hans "*The economic impact of visitors at major multi-sports event*" handler om hvordan forskjellige segmenter kan ha en påvirkning på regionen. Preuss (2005, s. 287-290) har i sin studie kategorisert åtte forskjellige segmenter som har ulik økonomisk effekt på vertsbyen. Det tredje teoretiske fundament omhandler multiplikatoreffekten, og her har vi benyttet boken til Armstrong & Taylor (2000). Boken forklarer den Keynesianske modellen for regionale

økonomier. Denne modellen forklarer multiplikatoreffekten og hvilke økonomiske lekkasjer som reduserer multiplikatoren (Armstrong & Taylor, 2000, s. 8-15).

Disse tre teoretiske fundamentene er selve utgangspunktet for vår studie. I neste avsnitt skal vi belyse annen relevant forskning som har bidratt til å øke kunnskapen og innsikten om fenomenet.

1.6 Litteraturgjennomgang

Litteraturgjennomgang handler om få en oversikt over litteraturen som er relevant i forhold til problemstillingen. Denne fasen bør bli gjennomført så tidlig som mulig for å se om temaet har blitt belyst før, og avdekke muligheter for videre forskning. Litteraturgjennomgangen skal også avdekke fallgruvene som tidligere studier har begått.

Det er utarbeidet mangfoldige og grundige studier på ringvirkninger av ulike typer arrangementer. En av de første store studiene, som ble utført innenfor dette emne var av Donald Getz. Studien undersøkte den økonomiske effekten av Australias første Grand Prix løp, som ble avholdt i Adelaide i 1985 (Getz, 1988, s. 455-457). En annen Australsk studie ble gjennomført av Burgan & Mules i 1992, der de undersøkte om økonomiske multiplikatorer kan applikeres til sportsarrangementer. Konklusjonen var at målingen av multiplikatoreffekten var vanskelig på grunn komplikasjoner i defineringen av ulike turistgrupper (Burgan & Mules, 1992, s. 700-710). Denne komplikasjonen ble videre forsket på av Preuss, som i sin studie presenterte åtte ulike turist segmenter. Studien viser videre hvordan disse ulike turist segmentene har forskjellig betydning for den økonomiske effekten av et sportsarrangement (Preuss, 2005). I nyere tider har Lamla, Straub & Girsberger (2014) blant annet utført en studie som baserer seg på data fra over 700 Sveitsiske hoteller og restauranter, hvor formålet var å avdekke de økonomiske effektene av Europamesterskapet i fotball 2008. Mye av pionerforskningen som omhandler økonomiske effekter av arrangementer bygger på større sportsarrangementer.

Selv om pionerforskningen av økonomiske effekter tar standpunkt i store sportslige arrangementer, finnes det også atskillig med forskning som gransker de økonomiske effektene av musikkfestivaler. Etter vår erfaring eksisterte det ikke tilstrekkelig med forskning på økonomiske effekter av norske musikkfestivaler. I 2003 utarbeidet Ericsson (2003) en grundig

forskningsrapport som presenterte de lokaløkonomiske virkningene av tre norske kulturfestivaler. I forskningsrapporten blir de direkte, indirekte og induuerte økonomiske virkningene av festivalene kartlagt, og Ericssons konklusjon er at de lokaløkonomiske virkningene fra de tre kulturfestivalene er ubetydelige. Forskningsrapporten fra Ericsson (2003) er etter vår kjennskap den litteraturen som nærmest kan relateres til vårt forskningsspørsmål. Derfor var Ericssons arbeid en god pekepinn på hvordan vi skulle utforme og gjennomføre vår egen forskning.

Nå har vi tatt for oss teoriene og relevant litteratur, som er med på å danne grunnlaget for vår undersøkelse. I neste delkapittel gjør vi greie for hvordan vi har strukturert oppgaven.

1.7 Oppgavens oppbygging

Oppgaven er bygget opp med en teori-, metode-, diskusjon- og avslutningskapittel. I første del av teorien presenterer vi ringvirkninger og økonomiske effekter som skapes av et arrangement. Deretter går vi nærmere inn på Preuss sin segmentering av turister, og hvilken påvirkning de ulike segmentene har på arrangementer. Siste del av teorien blir den Keynesianske multiplikatoren presentert, og i korte trekk hva som stimulerer multiplikatoreffekten. I metodedelen er hensikten å beskrive hvilke forskningsverktøy vi har anvendt for å gjennomføre undersøkelsen. Metoddelen omhandler i hovedsak forskningsdesign, rammer og avveininger, datainnsamlingsmetode, utvalgsprosessen, reliabilitet og validitet, og etiske omsyn som er gjort i undersøkelsen. I diskusjonskapitlet foretok vi en substansiell drøfting, som går ut på å se koblinger mellom våre funn, etablert forskning og teori. Hensikten er å sammenligne våre funn med eksisterende teori og sette de i en større sammenheng. I siste del av oppgaven avslutter vi med en konklusjon på forskningsspørsmålet. Videre i avslutningen ser vi på hvor pålitelig og troverdig undersøkelsen framstilles, før vi til slutt legger frem forslag for videre forskning.

Før vi tar for oss teoridelen av studien, vil vi først presentere en kort presentasjon om Førdefestivalen.

1.8 Historie og fakta om Førdefestivalen

Som vi nevnte tidligere i oppgaven er Førdefestivalen Skandinavias største folkemusikkfestival (Bitustøyl, 2016). Festivalen blir arrangert årlig og foregår over fem

dager, i juni måned. I løpet av disse fem dagene spiller rundt 300 profesjonelle musikere folkemusikk fra ulike land verden over (Førdefestivalen, 2016). Festivalen har mottatt nasjonal og internasjonal renommé, og har mellom annet blitt tildelt status som en knutepunktfestival. Førdefestivalens internasjonal renommé har kommet som følge av oppmerksomhet fra blant annet sitt medlemskap i European Forum of Worldwide Music Festivals (Førdefestivalen, 2016). Siden oppstarten av Førdefestivalen i 1990 har over 6000 musikere fra alle verdens kanter fremført på festivalscenen i Førde (Førdefestivalen, 2016).

2. Teori

I teorikapittelet skal vi belyse empirien i undersøkelsen på en vitenskapelig måte. I denne delen av oppgaven skal vi redegjøre for teorien vi har benyttet i studien, og teorikapittelet er med på å danne grunnlaget for diskusjonskapittelet senere i undersøkelsen (Rienecker, Jørgensen, & Skov, 2012). Først vil vi klargjøre for generelle ringvirkninger av arrangementer, og deretter gå litt mer inn på den økonomiske effekten av arrangementer. Videre tar vi for oss Preuss sin segmentering av turister, før vi avslutter teorikapittelet med en gjennomgang av den Keynesianske modellen som danner grunnlaget for multiplikatoreffekten.

2.1 Ringvirkninger av arrangementer

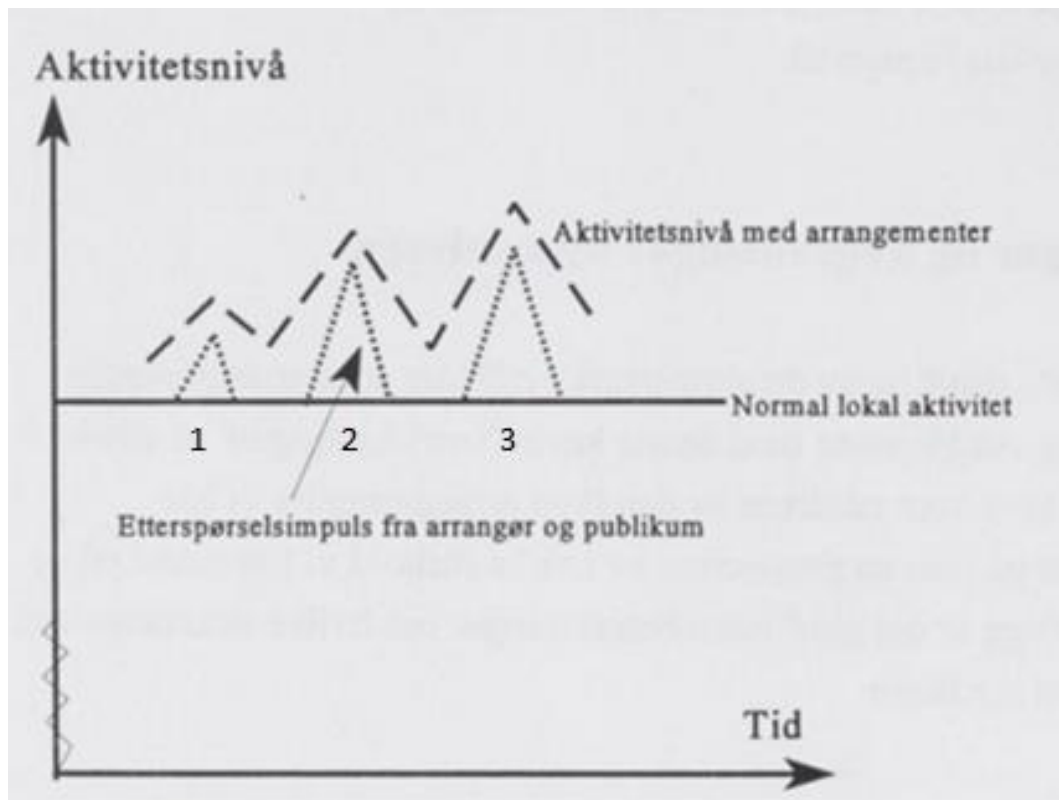
I følge Henriksen (2010) har ikke litteraturen en klar definisjon av begrepet ringvirkninger. Vi velger å definere ringvirkninger som *“aktiviteten som skapes utover selve arrangementet”* (Birkelund, 1996, s. 21). Et arrangement er med på å skape verdier i mye større grad enn det som kommer fram fra regnskapet. En kan forklare økonomiske ringvirkninger ved å se på to goder i økonomisk karakterer, materielle- og ikke materielle forhold. De materielle forholdene er mer konkrete og kan være i form av økt varehandel i butikker, hotellbelegg på overnattingssteder eller etterspørsel etter transport. Mens økt folkeliv, trivsel og renommé er eksempler på ikke-materielle forhold som kan skapes av arrangementer (Birkelund, 1996, s. 21).

Siden vi har avgrenset studien til å se på de økonomiske effektene som Førdefestivalen skaper, vil vi videre gå i dybden eksisterende teori som omhandler økonomiske effekter av arrangementet.

2.1.1 Den økonomiske effekten av et arrangement

“Den totale økonomiske effekten av et arrangement fremkommer (noe forenklet) som summen av den direkte og indirekte økonomiske effekten” (Birkelund, 1996, s. 22). Dette materielle forholdet kan vi illustrere ved hjelp av Birkelund (1996, s. 22) sin prinsippskisse. Se *Figur 1 - Prinsippskisse for økonomiske virkninger av arrangementer*. I figur 1 vises sammenhengen mellom det som er med på å skape den totale økonomiske effekten av et arrangement. I figuren under tar vi utgangspunkt i at det arrangeres tre ulike arrangementer. Y-aksen

illustrerer aktivitetsnivået til arrangementene, mens X-aksen representerer varigheten på arrangementene.



Figur 1 - Prinsippskisse for økonomiske virkninger av arrangementer (Birkelund, 1996, s. 22)

Birkelund (1996, s. 22) illustrer i denne figuren hvordan lokalsamfunnet blir påvirket av arrangementer. Den heltrukne linjen i figuren representerer normal lokal aktivitet i en normalperiode. Det vil si hvordan aktivitetsnivået hadde vært i lokalsamfunnet uten at det ble arrangert noen former for aktiviteter eller arrangementer. De tre ulike "fin-stiplede" linjene i figur 1 representerer det økte aktivitetsnivået, ofte betegnet som etterspørselsimpulser, i den lokale økonomien som blir skapt som følge av de tre arrangementene. Disse etterspørselsimpulsene blir ofte kalt for direkte økonomiske effekter ved arrangementet, og denne aktivitetsøkningen kommer som følge av en direkte kobling til arrangementet.

“Den direkte økonomiske effekten i sammenheng med ulike arrangementer vil i forskjellig grad generere aktivitet i andre deler enn bare hos arrangøren. For eksempel gjennom økt overnatting, transport, varehandel og annen tjenesteyting, både privat og offentlig, som i sin tur vil generere inntekter og aktivitet ellers i økonomien” (Birkelund, 1996, s. 22).

De inntektene som kommer fra de direkte økonomiske effektene av arrangementene, danner grunnlaget for ringvirkningene som dannes lokalt. *“En udiskutabel sammenheng er at ringvirkningene ikke kan være større enn de initiale inntektene til festivalen (de direkte virkningene)”* (Ericsson, 2003, s. 20). Birkelund (1996, s. 22-23) presiserer i tillegg til de direkte økonomiske effektene som skjer under selve arrangementet, blir det også skapt økt økonomisk aktivitet i før- og ettertid av arrangementet. Disse økonomiske ringvirkningene som skapes utenfor selve arrangementet er også selvforsterkende, ofte betegnet som multiplikatoreffekten. Dette utdyper vi i 2.3 - *Multiplikatoreffekten*. Den “grov-stiplede” linjen i figur 1 illustrerer hvor stort aktivitetsnivået faktisk var etter at arrangementet er avsluttet, og alle de økonomiske ringvirkningene som følge av arrangementet blir tatt med i regnestykket. Det vil si at avstanden mellom den “grov-stiplede” og ”fin-stiplede” linjen er lik den indirekte økonomiske effekten ved de tre ulike arrangementene.

Det er derimot viktig å ta i betraktning at ulike arrangementer skaper ulike ringvirkninger, både på hvilke aktører som blir påvirket, og i hvor stor grad arrangementet skaper ringvirkninger. Det betyr at et arrangement som skaper et stort økonomisk overskudd, kan gi lavere totale økonomisk effekt for lokalsamfunnet, enn et arrangement som har et underskudd (Birkelund, 1996, s. 23). Uavhengig av hvordan arrangementet påvirker, vil de tilreisende til de ulike arrangementene være med å skape økonomisk påvirkning for lokalsamfunnet (Hodur & Leistritz, 2007, s. 63-79). Det er også viktig å være klar over at privatøkonomisk overskudd av et arrangement er ofte forskjellig fra et samfunnsøkonomisk overskudd. Det er fordi *“inntekter og fortjeneste i den private delen av økonomien kan motvirkes av offentlige arrangementsavhengige variable kostnader og/eller forsterkes av inntekter i offentlig sektor”* (Birkelund, 1996, s. 23).

Når arrangement destinasjonen skal se på hvilken økonomisk påvirkning de besøkende har på lokalsamfunnet og næringslivet i regionen, er det hensiktsmessig å dele turistene inn i ulike segmenter. Det finnes flere fremgangsmåten for hvordan en skal segmentere turistene. En av metodene er utarbeidet av Holger Preuss (2005), og vi skal videre i oppgaven gå i dybden på teorien hans.

2.2 Preuss segmentering av turister

Holger Preuss (2005, s. 287) har i artikkelen ”*The Impact of Visitors at Sports Events*” undersøkt om arrangementer har en regional økonomisk effekt. I artikkelen har han formulert forskjellige segmenter av turister som finnes under et arrangement. Vi vil gå i detalj på hver av disse ulike segmentene videre i oppgaven.

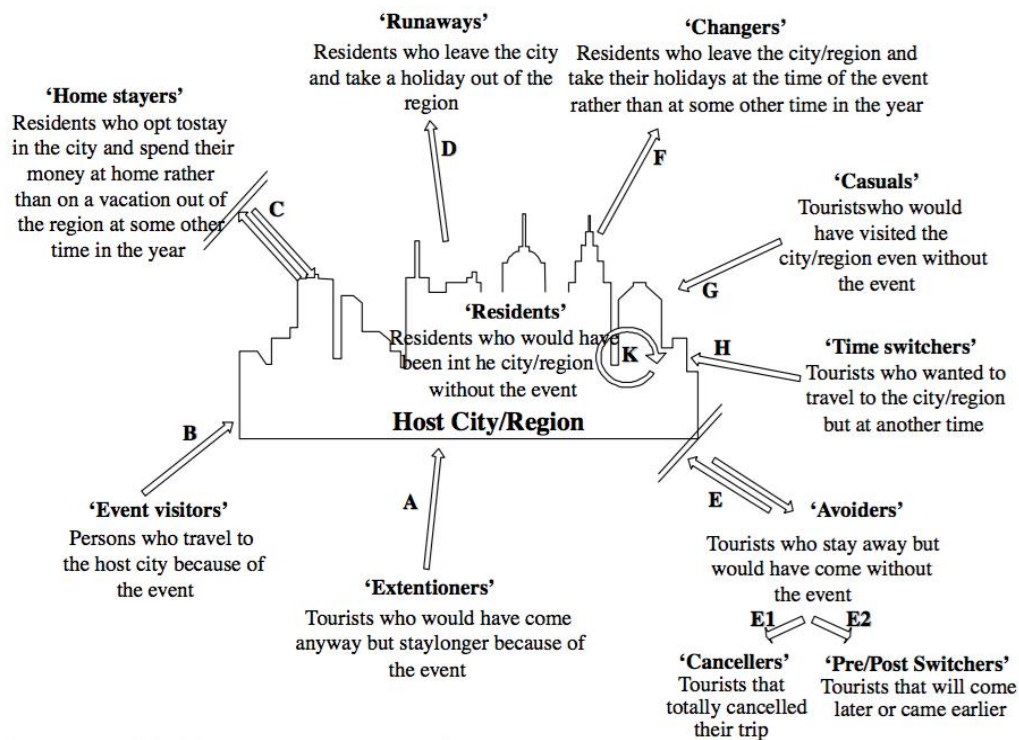
Før vi går inn på hver av Preuss sine segmenter av turister, må vi definere hva en turist er. En definisjon av en turist er ”å være turist er blant annet å reise bort fra hjemmet for en viss periode, enten med hensikt å koble av fra daglige gjøremål (drivkraft bort fra noe) eller å oppleve noe annet enn hva hverdagen har å by på (trekkes til noe)” (Granseth, 2012). Holger Preuss (2005, s. 287) mener at turister må bli filtrert ut i fra mengden. Derfor vil ikke personer som besøker byen på grunn av arbeid bli tatt med i betraktning. Derimot så vil frivillige, atleter og styremedlemmer bli med i målingen av effekten på regional økonomien, men disse segmentene har ifølge Preuss ikke noen stor påvirkning.

I studien nevner Holger Preuss (2005, s. 287) at tidligere forskning ikke har definert turister eller “Event Visitors” godt nok til å analysere den økonomiske påvirkningen de har. For å beregne den økonomiske påvirkningen har Preuss valgt å inkludere alle personer som blir påvirket av arrangementet. I denne sammenheng utarbeidet Preuss fire element som viser hvem som blir påvirket av selve arrangementet:

- Den første faktoren er *personer som er berørt av arrangementer*. Det er personer som er tiltrukket av arrangementet, men også personer som unngår arrangementet.
- *Tilskuere* er personer som deltar på arrangementet. Dette er personer som drar på ferie og ikke har noe overholdende forpliktelse i den perioden.
- *Turister* eller *dagsturister* er personer som ikke bor i byen eller regionen. Turister blir en natt eller lengre i arrangør byen, mens dagsturister kommer og går i løpet av dagen.
- Den siste faktoren er *beboere*. Beboere defineres som personer som bor i selve byen.

Etter å ha definert disse elementene for hvem som påvirkes av arrangementet, kan en foreta selve segmenteringen. Preuss (2005, s. 287) mener differensiering av turister i forskjellige segmenter er dårlig beskrevet i litteraturen. Han har derfor utarbeidet en teori som bygger på å dele inn turistene i åtte forskjellige segmentgrupper. Disse er: Extentioners (A), Event Visitors (B), Home Stayers (C), Runaways (D), Changers (F), Casuals (G), Time Switchers

(H) og Avoiders (E). I figuren under, se figur 2 – *Movements of event-affected persons during event-time*, vises en oversikt over personer som blir påvirket av arrangementet i byen.



Source: modified from Preuss (2004a, p. 52).

Figur 2 – *Movements of event-affected persons during event-time* (Preuss 2004a, s. 52)

Videre vil vi foreta en kort presentasjon av de ulike turistsegmentene. Vi starter med å definere turister som ville kommet uavhengig av om arrangementet ble arrangert, men blir igjen på grunn av arrangementet. De blir definert som "Extentioners". "Event Visitors" er personer som reiser til byen ene og alene på grunn av arrangementet. "Home Stayers" er beboere som blir igjen i byen, på grunn av arrangementet. Disse bruker da pengene hjemme istedenfor å reise på ferie til utlandet som følge av arrangementet. De tre gruppene nevnt ovenfor har størst økonomisk effekt på arrangørbyen (Cobb & Weinberg, 1993, s. 282-286).

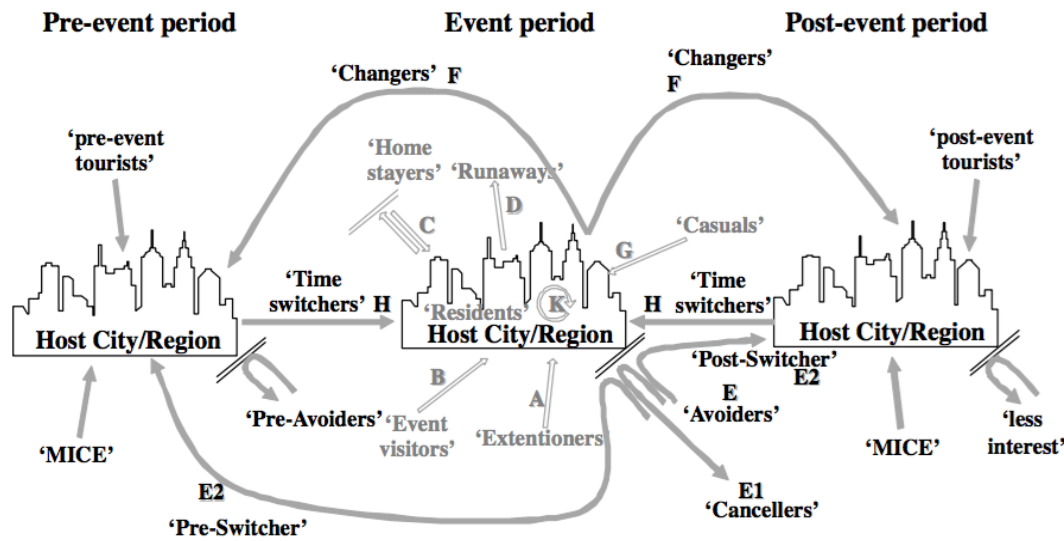
"Runaways" er på den andre siden beboere som reiser vekk på grunn av arrangementet.

"Runaways" legger til en ekstra tur utenfor byen, i løpet av året som følge av arrangementet. Det fører til at det blir brukt enda mer penger utenfor regionen, enn det potensielt kunne blitt igjen i regionen hvis arrangementet ikke hadde funnet sted. "Changers" er også beboere som velger å reise vekk under selve arrangementet, men de bytter dato på ferien for å unngå arrangementet. De legger altså ikke til en ekstra tur utenfor regionen, og tar derfor ikke noe mer penger ut av regionen (Preuss, 2005, s. 287).

I følge Preuss (2005, s. 288) er "Casuals" turister som har bestemt seg for å besøke byen, og det er bare tilfeldig at de besøker byen akkurat under arrangementet. "Times Switchers" er turister som uansett ville besøkt byen, men som velger å reise til detonasjonen på arrangements tidspunktet. Disse to segmentet har ikke noe stor økonomisk effekt på byen. Det begrunner Preuss med at "Casuals" sitt forbruk ville oppstått selv om arrangementet ikke hadde vært tilstede. "Times Switchers" har også liten påvirkning siden de hadde kommet til arrangementsbyen uavhengig av arrangementet. Preuss mener likevel disse segmentene skal tas i betraktning, siden de bruker penger på arrangementsaktiviteter, noe de ellers ikke ville gjort.

"Avoiders"(E) er turister som unngår arrangementet, men ville ha besøkt byen dersom arrangementet ikke ble arrangert. Som følge av at "Avoiders" ikke besøker byen, så skapes det en alternativkostnad for arrangementsbyen (Preuss, 2005, s. 289). En kan videre dele Avoiders (E) inn i to undergrupper. Den første gruppen er "Cancellers" (E1). De avbestiller turen og besøker ikke byen i det hele tatt grunnet arrangementet, og er derfor et tap av turister. Den andre gruppen er "Pre-/post-switchers" (E2) som kommer enten før- eller i ettertid av arrangementet. Nye - og MICE turister tiltrekkes av multi-sport arrangementer og disse overkompenserer for undergruppe (E1). MICE turister er et samlebegrep som består av "Meetings", "Incentives", "Conventions", "Events". Dette er turister som idrettsutøvere, sponsorer, media, sport og forbund (Preuss, 2005, s. 289).

En annen figur som Preuss (2005) trekker frem i sin studie, se Figur 3 – *Movements of event-affected persons in the long-term*, viser effekten arrangementet har hatt på de ulike segmentene av turister i tiden før-, etter- og under arrangementet.



Figur 3 – Movements of event-affected persons in the long-term (Preuss, 2005, s. 289)

I denne figuren viser Preuss (2005, s. 289) forskjellene mellom “Avoiders” E1 og E2. ”Pre-/post-switchers” (E2) skaper ikke en alternativkostnad for arrangementsbyen, siden de vil besøke arrangørbyen før- eller i ettertid av selve arrangementet. En antakelse er at “Pre-/post switchers” (E2) vil skape positiv økonomisk effekt til arrangørbyen, fordi de frigjør begrenset ressurser som for eksempel hotellkapasitet. ”Times Swichters” endrer derimot sitt besøkt til arrangørbyen til under selve arrangementets tidspunktet, istedenfor å reise til destinasjonen i forkant eller i ettertid av arrangementet.

“MICE” turister har en økt tilstrømming før arrangement perioden, og disse har derfor en ekstra økonomisk påvirkning på arrangementsbyen. I ettertid av arrangementet vil det oppstå en økning av nye- og MICE turister. Det er i hovedårsak grunnet økt renommé, som blir skapt igjennom blant annet media og jungeltelegrafan (Preuss & Messing, 2002, s. 225).

Arrangementsbyen blir også mer attraktiv destinasjon ettersom det ofte blir konstruert nye byggverk og attraksjoner (Keller, 2002). Likevel så må arrangøren være klar over at det alltid foreligger en viss risiko for at arrangementet ikke blir vellykket. Arrangementer som ikke går etter planen kan få negativ omtale i media, og dette kan føre til et redusert renommé for arrangement destinasjonen, noe som kan føre til at byen blir mindre attraktiv å besøke for turister. Dette vil føre til flere ”Avoiders” i ettertid av arrangementet (Preuss, 2005, s. 290).

Preuss (2005, s.287-290) presenterer i sin forskning at segmentene har ulik innflytelse på arrangements destinasjonens lokaløkonomi. For eksempel vil “Event Visitors” ha en betydelig

større positiv påvirkning på lokaløkonomien til arrangementsdestinasjonen enn “Avoiders”, som vil redusere de direkte og indirekte økonomiske effektene i lokalsamfunnet. Med andre ord kan en si at de ulike turistsegmentene er med på å definere verdien av multiplikatoreffekten. Derfor er Preuss segmentering av turister essensielt å ha i mente når en skal undersøke multiplikatoreffekten.

2.3 Multiplikatoreffekten

Som teoretisk grunnpilar for regionale og lokal økonomiske effekter vil vi benytte den Keynesianske modellen. Den tar for seg regionale- og lokale økonomier, og består av seks ulike likninger. Til å presentere modellen benytter vi samme fremgangsmåte som Armstrong & Taylor (2000, s. 8-9).

Den Keynesianske modellen for regionale økonomier er nesten identisk med den Keynesianske modellen for åpne økonomier. Den eneste forskjellen er at forklaringsvariablene er definert regionalt eller lokalt, og ikke nasjonalt. Videre i oppgaven tar vi for oss hver av de seks ulike likningene i modellen. Den Keynesianske modellen for regionale økonomier begynner med den kjente likningen som illustrerer anvendelse og forbruk:

$$1. Y = C + I + G + X - M$$

Den første likningen illustrerer den regionale inntekten Y . Variabel C er det regionale konsumet, I viser til regionale investeringer, G fremstiller offentlig forbruk, X er regional eksport og M er regional import.

Investeringer, offentlig forbruk og eksport antas å være uavhengige av andre variabler i forklaringsmodellen, og blir derfor kategorisert som eksogene. Det som kjennetegner en eksogen variabel er at størrelse på variabelen blir bestemt utenfor modellen. Videre i presentasjonen av den keynesianske multiplikatoren vil fotskrift 0 indikere eksogene variabler. Dette illustrerer den andre likningen i den keynesianske modellen:

$$2. I = I_0, G = G_0, X = X_0$$

Likning tre og fire omhandler regionalt konsum og import. Disse variablene blir ansett som delvis eksogene og delvis avhengige av den disponible inntekten D . For å illustrere hvorfor regional konsum er delvis avhengig av den disponible inntekten, introduseres to nye eksogene variabler. Den første er marginal konsumtilbøyelighet c og den andre er marginal importtilbøyelighet m :

$$3. C = C_0 + cD$$

$$4. M = M_0 + mD$$

Disponibel inntekt i regionen er den femte likningen i modellen, og er gitt ved:

$$5. D = Y - tY$$

I dette tilfellet illustrerer t skattesats på inntekt. Dersom vi setter inn likning 2 til 5, inn i likning 1 får vi den sjette og siste likningen:

$$6. Y = k(C_0 + I_0 + G_0 + X_0 - M_0)$$

Dette utgjør den keynesianske modellen for regionale økonomier, og danner utgangspunktet for den Keynesianske regionale multiplikatoren (k):

$$k = \frac{1}{1 - (c - m)(1 - t)}$$

Den Keynesianske regionale multiplikatoren er en modell som gjør det mulig å beregne totalverdien av en økonomisk injeksjon. Armstrong & Taylor (2000, s. 14) illustrerer hvordan den økonomiske injeksjonen til en region genererer indirekte og induserte effekter, og hvordan ulike økonomiske lekkasjer reduserer effektene av injeksjonen.

Det er viktig å skille mellom direkte, indirekte og induserte økonomiske virkninger. Alle disse tre økonomiske virkningene oppstår på ulike faser i multiplikatorprosessen. De direkte økonomiske virkningene er den direkte transaksjonen mellom de utenfor vertsregionen og de innenfor vertsregionen. Med andre ord er den økonomiske injeksjonen til regionen selve starten på multiplikatorprosessen. De indirekte økonomiske virkningene genereres i første runde av multiplikatorprosessen, mens de induserte økonomiske virkningene genereres i de påfølgende rundene (Sinclair & Sutcliffe, 1978, s. 178).

Armstrong & Taylor (2000, s. 9) påstår at $(c-m)$ er den kritiske variabelen i den Keynesianske regionale multiplikator modellen. Variabelen $(c-m)$ er den marginal konsumtilbøyelighet for lokal produserte goder, og det er spesielt tre ulike faktorer som påvirker $(c-m)$. Størrelsen på en region påvirker $(c-m)$ i de fleste tilfeller, fordi en mindre region vil være mer avhengig av import noe som vil redusere $(c-m)$. Den andre faktoren som vil påvirke $(c-m)$ er næringslivsstrukturen i regionen. En region som er veldig spesialisert og rettet mot et fagfelt vil være mer avhengig av import, noe som igjen vil redusere marginal konsumtilbøyelighet for lokal produserte goder. Den siste faktoren som spiller inn på $(c-m)$ er pendlere. En region hvor en stor del av arbeidsstyrken er pendlere vil oppleve at disse bruker inntekten sin i andre regioner, noe som vil forminske multiplikatoreffekten for regionen. På grunn av regionale forskjeller i størrelse, næringslivsstruktur og arbeidsstyrkestruktur må hver enkel region bli behandlet forskjellig når multiplikatoreffekten skal beregnes. Den regionale multiplikator effekten blir ofte beregnet individuelt for ulike prosjekter eller regioner. Av den grunn kategoriserer Armstrong & Taylor (2000, s. 10) den Keynesianske regionale multiplikatoren som “regional spesifikk” og “prosjekt spesifikk”. Det vil derfor ikke være mulig å generalisere en standard prosedyre for å beregne multiplikatoreffekten i alle regioner. Sinclair & Sutcliffe (1978, s. 177-186) presiserer i sitt arbeid viktigheten med å beregne første runde i multiplikatorprosessen grundig.

I deres arbeid kommer det frem at multiplikatoreffekten er spesielt avhengig av to forhold. Det første forholdet er hvordan regional inntekt blir definert. Armstrong & Taylor (2000, s.15) fremhever brutto regional produkt (BRP) og regional disponibel inntekt (RDI) som de to vanligste målingsformene for regional inntekt. Dersom regional inntekt defineres som brutto regional produkt vil multiplikatoreffekten bli betydelig høyere enn dersom regional inntekt blir definert som regional disponibel inntekt (Armstrong & Taylor, 2000, s. 16). Det andre forholdet er hvilken form for økonomisk injeksjon regionen opplever. Dersom to like store økonomiske injeksjoner blir målt i regional disponibel inntekt, vil fortsatt multiplikatoreffekten være forskjellig. Årsaken til dette er ulike typer økonomiske lekkasjer som oppstår. For eksempel vil en økonomisk injeksjon i form av økt eksport ha ulike økonomiske lekkasjer enn økte pengeoverføringer fra lønn opptjent i andre regioner (Sinclair & Sutcliffe, 1978, s. 179).

Armstrong & Taylor (2000, s. 16-17) forteller at det finnes to hovedgrunner til hvorfor det er viktig å måle de økonomiske lekkasjene så presis som mulig, i den første runden av multiplikatoren. For det første er forbruket ofte mye større i første runde, enn i påfølgende runder. Den andre grunnen er som følge av at de økonomiske lekkasjene i første runde ofte utgjør en stor del av den første økonomiske injeksjonen. Store økonomiske lekkasjer oppstår når for eksempel arrangementer må importere arbeidskraft fra andre regioner, for å iverksette den økonomiske injeksjonen til regionen. Sinclair & Sutcliffe (1982, s. 336) konkluderte med at dersom første eller andre runde i multiplikatorprosessen ble beregnet upresis, ville dette føre til en betydelig større feil i utregningen av selve verdien på multiplikatoreffekten. Dette vil igjen føre til en feil og upresis beregning i etterfølgende runder i multiplikatorprosessen.

Som de fleste modeller har også den Keynesianske modellen for regionale økonomier, flere svakheter. En av svakhetene er at den ikke tar med kapasitetsbegrensninger i regionen. En annen svakhet er at modellen ikke tillater effekter som skjer på tvers av regioner, også kalt interregionale effekter (Armstrong & Taylor, 2000, s. 20). En tredje svakhet til modellen er at den ikke kartlegger hvor lenge multiplikatoreffekten pågår. Med andre ord forklarer modellen hvordan økonomien går fra en likevekttilstand til en ny, men ikke hvor lang tid denne prosessen tar (Thea Sinclair & Sutcliffe, 1989, s. 1621-1622; Armstrong & Taylor, 2000, s. 20).

Dette teorikapitlet har vært med å belyse det teoretiske grunnlaget for vår undersøkelse. I neste kapittel skal vi gå mer konkret inn på vår studie, og hvordan vi gjennomførte den. I neste kapittel tar vi for oss valg av design og metode.

3. Metode

I denne delen av oppgaven skal vi presentere de metodiske valgene for å best mulig belyse problemstillingen i undersøkelsen. I tillegg er det foretatt en metodisk vurdering i forhold til gyldighet og pålitelighet (Rienecker, Jørgensen, & Skov, 2012). Vilhelm Aubert har utarbeidet en av de mest anvendte definisjonene av metodebegrepet *“En fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder”* (Aubert i Hellevik 2002, s. 12).

Vi vil først i oppgaven avdekke hvilket forskningsdesign og metodisk tilnærming som vi har benyttet i undersøkelsen. Videre tar vi for oss hvordan vi samlet inn dataene og hvordan vi valgte ut informantene fra populasjonen. Deretter utdyper vi hvordan intervjuguiden ble utarbeidet og hvordan intervjuene ble gjennomført. Til slutt tar vi for oss hvordan vi vurderte gyldigheten og påliteligheten, samt de etiske omsyn i studien.

3.1 Forskningsdesign

Forskningsdesignet, også kjent som undersøkelsesopplegget, skal være en refleksjon av forskningsspørsmålet, og skal være egnet til å belyse valgt problemstilling. En kan kategorisere forskningsdesign i ekstensiv- og intensiv design, med bakgrunn i hvor stor grad en ønsker å generalisere funnene i undersøkelsen. I ekstensiv design er hensikten å undersøke mange informanter og generalisere funnene. Derimot ønsker intensivt design å tilvende seg detaljert informasjon og se på informanten sin oppfatning av et fenomen (Jacobsen, 2015, s. 90-91). Vi har ut fra vår problemstilling valgt et intensivt forskningsdesign. Hensikten er å studere flere variabler fra et fåtall av informanter for å opparbeide bedre forståelse rundt valgt problemstilling. Forskningsdesignet påvirker også valget av metode.

3.2 Valg av metode

I dette delkapittelet vil vi først se på de to ulike metodiske tilnærmingene, deretter kort se på de ulike fordelene og ulempene med den valgte tilnærmingen i vår studie. Til slutt ser vi på rammer og avveininger i den valgte metoden.

3.2.1 Kvalitativ- og kvantitativ metode

Metode er en framgangsmåte for å systematisk tilegne seg nødvendig kunnskap om valgt problemstilling. Det finnes to ulike metodiske tilnærminger, som er kvalitativ- og kvantitativ

tilnærming. Hensikten med kvalitativ tilnærming er å tilegne seg forståelse og ny kunnskap av et fenomen. Kvantitativ tilnærming har som formål å måle en eller flere variabler knyttet til et fenomen, for å kunne tallfeste og generalisere funnene. I undersøkelsen benyttet vi kvalitativ tilnærming, fordi valgt problemstilling reflekterer et ønske om å øke forståelsen om de direkte og indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen. Valgt problemstilling har ikke til hensikt å måle variabler, tallfeste og generalisere, men søker heller etter forståelse og ny kunnskap om fenomenet. Derfor vil kvalitativ tilnærming være den beste fremgangsmåten for å tilegne seg nødvendig kunnskap om valgt problemstilling (Sander, 2014).

3.2.2 Fordeler og ulemper ved valgt metode

Det finnes fordeler og ulemper ved å benytte kvalitativ tilnærming som fremgangsmåte i forskningsprosessen. Kvalitativ tilnærming gir blant annet informantene friere tøyler til å besvare spørsmålene som blir fremlagt i et åpent intervju. I undersøkelsen fokuserte vi på å gi informanten forholdsvis åpne spørsmål i form av semi-strukturerte intervjuer. Åpne intervju spørsmål vil fremme muligheten for å tilegne seg individets unike forståelse av fenomenet, og dette vil resultere i detaljert og nyansert data. På grunn av den individuelle datainnsamlingen vil nye oppfatninger og tolkninger bli utdypet, som igjen vil gi ny forståelse av et fenomen (Jacobsen, 2015, s. 146-149).

Ulempene med kvalitativ tilnærming er ofte ressursrelaterte. En kvalitativ tilnærming er ressurskrevende i form av tid og kostnad. På grunn av knapperessurser vil kvalitativ tilnærming tvinge studien til å begrense antall informanter, og føre til prioriteringssituasjoner. I en kvalitativ tilnærming er det normalt anbefalt med en øvre grense på 20 informanter (Jacobsen, 2015, s. 178). Av ressursrelaterte årsaker måtte vi prioritere noen næringslivsbransjer over andre, for eksempel valgte vi å fokusere sterkt på hotell og restaurant næringen. Et resultat av et forholdsvis begrenset utvalg av informanter er at det oppstår generaliseringsproblemer. Det vil si at det vil bli vanskelig å generalisere funnene av utvalget til populasjonen. En annen ulempe ved kvalitativ tilnærming er at dataen ofte fremstår kompleks og ustrukturert, noe som kan resultere i tolkningsproblemer.

3.2.3 Rammer og avveiiinger ved valgt metode

Kvalitativ metodevalg er som nevnt tidskrevende. Datainnsamlingen i undersøkelsen skulle bli innhentet i form av dybdeintervjuer på 15 til 60 minutter, i tillegg er dataene ofte komplekse og tar lang tid å tolke. Som følge av dette satte vi opp ulike rammer og

kompromisser. På grunn av tidsbegrensning og et ønske om å undersøke flere variabler, vil studien kun bare undersøke de direkte og indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen. Undersøkelsen har derfor et sneversyn, og overser viktige verdidrivere som blant annet kulturelle-og sosiale effekter. Rammevilkårene i undersøkelsen ble begrenset til noen bestemte bransjer. Vi valgte derfor å dele næringslivet inn i bransjer som vi mente hadde størst sannsynlighet for å bli økonomisk påvirket av Førdefestivalen. Begrensninger ved å gjennomføre kvalitative dybdeintervjuer er antall enheter som kan undersøkes, siden denne formen for innsamling av data er tidkrevende og innebærer store mengde av data fra informantene. Det kan også være vanskelig å få tak i alle informantene, både i form av sosial og geografisk isolasjon. En annen faktor som forskeren bør være bevisst på er intervjueffekten som oppstår under selve datainnsamlingen (Malt, 2015; Jacobsen, 2015, s. 146-148). Som følge av rammene for undersøkelsen kan vi bare gjennomføre undersøkelsen en gang.

Etter vi har sett på valget av design og metode, ser vi videre hvordan vi foretok selve innsamlingen av dataene.

3.3 Datainnsamlingsmetode

Jacobsen (2015, s. 146) gjør rede for at det finnes ulike metoder for å samle inn informasjon ved en kvalitativ metode. En datainnsamlingsmetode er det åpne individuelle intervjuet, som kjennetegnes ved at det er en dialog ansikt til ansikt mellom forsker og informanten. Dataene blir da samlet inn i form av ord, setninger og beskrivelser. Hvilken type datainnsamlingsmetoder en velger vil være avhengig av forutsetningene og avgrensninger som er bestemt i undersøkelsen. Alle innsamlingsmetoder har sine sterke og svake sider. Metoder en kan benytte i kvalitativ tilnærming for innsamling av åpen data er det individuelle intervjuet, fokusgrupper, observasjon og dokumentundersøkelse. En velger den innsamlingsmetoden som gir undersøkelsen størst mulig validitet og reliabilitet (Jacobsen, 2015, s. 145-146).

I denne undersøkelsen valgte vi å gjøre et dybdeintervju med informantene, som primærkilde til datainnsamlingen. Dette vil gi oss nyansert og detaljert informasjon om problemstillingen. Ved å benytte dybdeintervju blir teamet undersøkt i dybden, både fra næringslivet sin side og Førdefestivalen sitt synspunkt. Det vil gi et helhetlig bilde av hvordan de direkte og indirekte økonomiske effektene påvirker regionen. Hensikten med et dybdeintervju er at forsker og

informant, skal gjennom en dialog om ulike temaer, for å utarbeide en bedre forståelse av et fenomen (Dalland, 2012). Mogstad (2015) definerer et dybdeintervju som: *“Et dybdeintervju er en friere samtale der man er innom bestemte tema og snakker rundt disse”* (Mogstad, 2015). Noen av fordelene ved dybdeintervju er at det oppstår god flyt og forskeren besitter god kontroll over intervjuet. I tillegg får en observere informantene, og ikke minst kunne stille oppfølgingsspørsmål. Denne måten betegnes ofte for et semi-strukturert intervju, altså hvor spørsmålene ikke er helt fastsatt, men er åpen for innspill eller tilpasning fra både forskeren og informanten.

For å samle inn de beste tilgjengelige dataene til å belyse fenomenet i undersøkelsen, foretok vi et utvalg av hvilke informanter vi ønsket å intervju. Hvordan vi kartla disse informantene i studien kommer frem i neste kapittel.

3.4 Utvalgsprosessen

Jacobsen (2015, s. 177) viser til at i en utvalgsprosess skal det velges et utvalg, som er en gruppe informanter, der det er viktig at informantene representerer populasjonen en ønsker å undersøke. Det er viktig å ha validitet og reliabilitet i mente når en velger ut hvilke informanter i et utvalg. Validitet omhandler at vi får svar på temaene eller valgt problemstilling, mens reliabilitet handler om å velge et representativt og riktig utvalg. Se 3.7 - *Reliabilitet og Validitet*.

Hvor mange informanter som bør undersøke er helt avhengig av informasjonen en får inn. Et begrepet kalt metning av informasjon ble introdusert av Glaser & Strauss (1967, s. 61). Metning forteller når det ikke er mer informasjon å hente om et tema. Vi planla å intervju mellom 15 til 20 informanter. Dette mente vi ville gi oss tilstrekkelig med metning av informasjon om fenomenet vi undersøkte, dersom vi klarte å selektere ut de rette informantene fra populasjonen.

Det finnes ulike strategier for å velge ut informanter fra en populasjon. Disse utvalgsstrategiene kan være tilfeldig utvalg, bredde og variasjon, informasjon, de typiske, de ekstreme og snøballmetoden. Selve utvalgsprosessen går ofte gjennom ulike faser. I første fase kartlegger en hvilke informanter eller populasjon en ønsker å undersøke. Deretter ser en på visse inkluderings- og ekskluderingskriterier for at informanten skal være relevant til å

delta i undersøkelsen. I den siste fasen settes det opp spesifikke kriterier som informantene må oppfylle, og velger etter dette en utvalgsstrategi (Jacobsen, 2015, s. 179-182).

Utvalgsstrategien vi benyttet i undersøkelsen var bredde og variasjon. Et av kriteriene vi satt var at utvalget måtte bestå av minst en informant fra de fem ulike bransjene vi kategoriserte som relevante for studien. Ved å benytte bredde og variasjon som undersøkelsesstrategi var hensikten å tilegne oss et helhetsinntrykk om Førdefestivalen skaper en økonomisk påvirkning for næringslivet i Førde. Det første vi gjorde i utvalgsprosessen var å identifisere populasjonen vi ønsket å undersøke, som var næringslivet i Førde. Deretter segmenterte vi næringslivet inn i ulike bransjer. I undersøkelsen kategoriserte vi bedriftene inn i fem ulike bransjer: hotell og overnatting, restaurant og kafé, varehandel, innlandstransport og annen tjenesteyting. Allerede her begynte vi å sette opp inkluderings- og ekskluderingskriterier. For eksempel valgte vi å ekskludere bransjer som tannleger, bilforhandlere, konsulentselskap og advokater, siden vi ikke trodde disse ville ha noen påvirkning i etterspørsel som følge av Førdefestivalen. (Jacobsen, 2015, s. 181-182).

Ved å kartlegge bedrifter innenfor disse ulike bransjene mente vi at dette ville gi tilstrekkelig med informasjon om de direkte og indirekte økonomiske effektene. Siden kategorien varehandel er ganske omfangsrik, delte vi den opp i flere ulike segmenter som matbutikker, klesbutikker, helse & velvære, hjem & hobby og andre butikker.

Måten vi oppsøkte de ulike informantene på var gjennom e-post, telefon og internett. I de fleste tilfeller søkte vi opp de ulike bedriftenes kontaktinformasjon, og kontaktet dem via telefon. Her ønsket vi en direkte kontakt med daglig leder eller driftsansvarlig, siden disse personene som oftest besitter den beste kunnskapen og informasjon om den økonomiske påvirkningen bedriften opplever. Vi hadde i forkant satt av ulike aktuelle datoer, og forhørte oss med informantene om hvilke dato som kunne være passende til å gjennomføre et intervju. Selv om enkelte bedrifter ikke ønsket å stille eller ikke hadde anledning, var de fleste positive til et intervju og ønsket å bidra med sine erfaringer og kunnskaper om festivalens påvirkning. Etter vi hadde valgt ut hvilke informanter vi skulle intervjuer i undersøkelsen, utarbeidet vi intervjuguiden som skulle sørge for at vi fikk belyst de viktigste teamene og spørsmålene i undersøkelsen.

3.5 Utarbeidelse av intervjuguide

Et av de viktigste forberedelsene før intervjuet var å utarbeide en intervjuguide. I denne undersøkelsen utarbeidet vi to forskjellige intervjuguides, en til bedriftene i næringslivet i Førde og en til arrangøren av Førdefestivalen. Dette var på grunn av flere av spørsmålene ble urelevante og måtte omformuleres når en skal intervjuer Førdefestivalen i motsetning til bedriftene i næringslivet. Se *vedlegg 2 - Intervjuguide I: Bedrifter* og *vedlegg 3 - Intervjuguide II: Førdefestivalen*.

Intervjuguiden er en mal på hvordan intervjuet skal gjennomføres, der fokuset er å belyse hvilke temaer og spørsmål som skal tas opp med informantene i intervjuet (Grønmo, 2004, s. 337-359). Før vi utarbeidet intervjuguiden var det noen sentrale spørsmål som måtte besvares. Det første var hvor og hvordan skal intervjuet gjennomføres? Her var det viktig å være fleksible på å imøtekomme informantene. Det var mest naturlig for oss å oppsøke informantene på arbeidsplassen, for å foreta et ansikt til ansikt intervju. Et annet aspekt var om formålet med intervjuet skulle være åpent eller skjult. Vi vurderte at det ikke var noe grunnlag til å holde hensikten med intervjuet skjult, selv om det er en økt risiko for at informantene kan forberede seg om hva som vil bli spurt om i undersøkelsen og kan ha planlagt svarene sine. I tillegg vil det alltid være et etisk spørsmål ved å holde hensikten med studien skjult (Kan en festival bidra til destinasjonsutvikling?, 2014). Et annet spørsmål var om vi skulle benytte oss av lydopptak i intervjuene. Vi valgte å disponere smarttelefon til å ta opp intervjuene, for senere å transkribere det. Dette gjorde vi for å få en bedre flyt i selve intervjuet, og sørge for at viktig informasjon eller opplysninger ikke gikk tapt. I tillegg kan en i senere tid gå tilbake i de transkriberte rådataene og benytte disse i andre studier. Ulempen vi opplevde var at enkelte av informantene hold tilbake informasjon, siden de var klar over at alt de sa ble tatt opp. Et siste moment vi måtte bestemme oss for var varigheten på intervjuene. Vi estimerte en tid mellom 10-20 minutter per intervju. Dette varierte selvfølgelig etter hvor mye informasjon informantene ønsket å utdype om de ulike temaene og spørsmålene (Jacobsen, 2015, s. 153-154).

Vi valgte å ta utgangspunkt i malen for intervjuguide til integrering og mangfoldsdirektoratet (IMDi, 2010), se *vedlegg 1 - Mal for intervjuguide, individuelt*. Denne intervjuguiden består av fire ulike faser en skal igjennom i løpet av intervjuet. De fire ulike fasene er rammesetting, erfaringer, fokusering og tilbakeblikk. Rammesettingen er første fase som omhandler en

uformell kort prat, før en forklarer bakgrunnen for intervjuet. I tillegg til å opplyse om blant annet rettigheter til taushetsplikt og anonymitet. I fase to begynner overgangsspørsmålene om informantene sin erfaringen og forhåndskunnskap til temaet. Den tredje fasen i intervjuguiden er fokuseringsfasen. I denne fasen skal informantene besvare nøkkelspørsmålene i studien. Denne fasen er den mest sentrale fasen i intervjuet, siden det er her de viktigste dataene blir samlet inn. Derfor er det viktig å bruke tid og sørge for at informanten besvarer og forstår alle spørsmål. I siste delen av intervjuet, tilbakeblikk fasen, går en igjennom de viktigste opplysningene informanten har kommet med eller stille eventuelle oppfølgingsspørsmål om temaer som er sentrale å få belyst. En må også tilpasse de ulike spørsmålene og hvordan de blir fremstilt avhengig av situasjonen. I enkelte tilfeller blir spørsmål urelevante eller overflødige. Det kan for eksempel være hvis informanten ikke har kunnskap om teamet eller allerede har besvart spørsmålet. Det er derfor viktig å ha laget en strukturert og god intervjuguide.

3.5.1 Presentasjon av intervjuguiden

I intervjuguiden delte vi opp spørsmålene i de tre kategoriene: hoved-, oppfølgings,- og alternative spørsmål. Se *vedlegg 2 - Intervjuguide I: Bedrifter* og *vedlegg 3 - Intervjuguide II: Førdefestivalen*.

Etter at intervjuguidene var utarbeidet og vi hadde avtalt møtetidspunkt med de ulike informantene, var neste steg å gjennomføre selve intervjuene.

3.6 Gjennomføring

I gjennomføringen av et intervju er det viktig å fokusere på kommunikasjonsflyten mellom forsker og informant. Det er spesielt viktig å unngå forstyrrelser for å opprettholde konsentrasjonen og fokuset på teamet (Grønmo, 2004, s. 337-359). En må også ta høyde for forskerens tilstedeværelse kan skape påvirkning for resultater av datainnsamlingen, intervju effekt, og blir formet av blant annet stil og kroppsspråk i intervjuet (Jacobsen, 2015, s. 173, 242).

I forkant av intervjuene hadde vi kontaktet informantene på telefon og i noen tilfeller på mail. Se *vedlegg 5 - Mail til bedrifter*. Her forklarte vi i korte trekk hva intervjuet skulle omhandle. Dette var for å fremme informantens interesse til å delta på intervjuet, og for at informanten skulle ha muligheten til å tenke igjennom og forberede seg kort om temaet. Vi forhåndssendte

ikke ut noen spørsmål, siden vi ønsket informantens naturlige reaksjon og sikre at informanten ikke hadde planlagt noen av svarene. Alle intervjuene ble gjennomført ansikt-til-ansikt, og hadde en varighet mellom 15 til 60 minutter. De fleste av intervjuene ble gjennomført med to forskere, mens i andre tilfeller var det kun en forsker tilstede under intervjuet. Dette var for å kunne gjennomføre alle intervjuene, innenfor tiden vi hadde disponibel. Vi fulgte intervjuguiden i intervjuene, og spørsmålene ble stilt av samme forsker slik at de ulike informantene ikke ble påvirket av rammeverket, men at de ulike svarene skyldes ulike holdninger og meninger.

Siden vi benyttet i lydopptak, måtte vi i ettertid gjennomføre transkribering av alle intervjuene. En transkribering innebærer at informanten sine svar på de ulike spørsmålene blir skrevet ned, og dannes til et skriftlig dokument (Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A., 2009).

I neste del av oppgaven presenterer vi hvordan innsamlingen av dataene foregikk.

3.6.1 Fremgangsmåten i intervjuene

Det hele begynte med en kort presentasjon av oss selv, og hensikten med intervjuet. Deretter opplyste vi om rettigheten til anonymitet i intervjuet, og årsaken til forskningen. Vi foretok en forespørsel om bruk av lydopptak i intervjuet. I starten av alle intervjuene stilte vi informanten spørsmålet om han godtok å benytte lydopptak i intervjuet, slik at hans eller hennes samtykke bekreftet, se Norske lov (1993) paragraf 5-1-1.

Så begynte selve intervjuet. Den ene av oss hadde hovedansvaret for intervjuet, og sørge for at de sentrale temaene i intervjuguiden ble gjennomgått. Dette gjorde det også enklere for informanten å forholde seg til en hovedintervjuer, mens den andre forskeren hadde ansvaret for å stille oppfølgingsspørsmål for å gå mer i dybden og få mer detaljer rundt et tema. I intervjuer hvor der det kun var en forsker, måtte han stille hovedspørsmålene og oppfølgingsspørsmålene. Etter intervjuene var gjennomført, transskriberte vi de fleste lydopptakene i kort tid etter selve intervjuet. Alle intervjuene ble skrevet først ut i fulltekst, senere renskrev vi det transkriberte materiale og utelatte fyllord. Se vedlegg 6-22 – *Intervju: Informanter*. Dette var en svært tidkrevende prosess, men også nyttig i forbindelse med å få med alt av relevant informasjon. (Jacobsen, 2015, s. 201-202).

Første intervjurunde hadde vi i perioden 9. til 11. februar 2016. I løpet av disse tre dagene gjennomførte vi hele 14 intervjuer av bedrifter fra næringslivet i Førde. Andre intervjurunde var 2. mars 2016. Da intervjuet vi selve arrangøren av Førdefestivalen, i tillegg til to andre bedrifter fra næringslivet i Førde.

Vi opplevde at dybdeintervjuer var en god måte å tilegne seg et godt datagrunnlag. I enkelte intervjuer kom informanten inn på avsporinger og mindre relevante temaer for undersøkelsen. Likevel mener vi at vi fikk en tilstrekkelig metning av informasjon om fenomenet og et representativt utvalg fra næringslivet i Førde. Totalt ble det gjennomført 17 intervjuer. Der tre bedrifter var innenfor hotell og overnatting, fire bedrifter innenfor restaurant og kafé, sju varehandelsbedrifter, to transportbedrifter og selve Førdefestivalen. For presentasjon av de ulike informantene se *vedlegg 4 - Oversikt over informanter*.

Etter vi hadde samlet inn alt av data fra informantene, måtte vi vurdere påliteligheten og troverdigheten til disse dataene.

3.7 Reliabilitet og validitet

Hensikten med dataene en har samlet inn er å kunne besvare problemstilling best mulig. En undersøkelse bør derfor oppfylle kravet om å være valid og reliabel. En valid undersøkelse omhandler at undersøkelsen faktisk svarer på forskningsspørsmålet. Det vil si at undersøkelsen er gyldig og relevant med hensyn til problemstillingen. En reliabel undersøkelse vil si at undersøkelsen er til å stole på, noe som innebærer at den er pålitelig og troverdig (Grønmo, 2004, s. 337-359; Jacobsen, 2015, s. 17-18).

Det er alltid viktig i en undersøkelse å redusere utfordringene som omhandler pålitelighet og gyldighet. Det innebærer at en må foreta en kritisk drøfting på om dataene og funnene i undersøkelsen er gyldige og pålitelige (Jacobsen, 2015, s. 227). Å gjennomføre en kritisk drøfting på gyldigheten og påliteligheten innebærer "*at vi forsøker forholde oss kritisk til kvaliteten på de dataene vi har samlet inn*" (Lewis, 2009). Med andre ord er det vi har funnet i undersøkelsen sant?

Vi vil først se på interne- og eksterne gyldigheten til oppgaven, og deretter se på påliteligheten til undersøkelsen. Dette vil være med på å gi en vurdering av kvaliteten på undersøkelsen.

3.7.1 Intern gyldighet

Den interne gyldigheten handler om det er samsvar mellom det forskeren beskriver i undersøkelsen og virkeligheten. Altså om funnene og resultatene blir oppfattet som riktige. Når den interne validiteten skal vurderes kan en se på ulike forhold. En av de viktigste faktorene er at resultatene gjenspeiler virkeligheten. Det kan en undersøke ved å se om undersøkelsen samsvarer med annen forskning. Ut i fra vår kunnskap fant vi ikke noen tidligere studier gjort på Førdefestivalen, noe som fører til at det blir vanskelig å kunne vurdere denne gyldigheten ut i fra denne faktoren (Jacobsen, 2015, s. 228).

En kan også vurdere den interne gyldigheten ved å se på om informantene gir en sann representasjon av virkeligheten. Mats Alvesson (2011) hevder at forskere har en alt for naiv holdning til det informantene forteller, faktisk også fremstiller virkeligheten. For å vurdere troverdigheten til informantene må forskeren foreta en klar og åpen refleksjon av dataene som blir samlet inn. Noe som vi opplevde i flere intervjuer var at informantene holdt tilbake informasjon, siden de var klar over at intervjuet ble tatt opp. Etter vi avsluttet intervjuet og stoppet lydopptaket, åpnet flere av informantene seg i større grad og uttalte seg friere. Det er ofte informantens vilje og egeninteresse som legger en demper på gyldigheten informantene kommer med, og det er med på å svekke gyldigheten på dataene. En annen faktor er kunnskapen til informantene om det aktuelle fenomenet. Det var stor variasjon om assosiasjoner og erfaringer til Førdefestivalen blant informantene. Det er uansett vanskelig for en forsker å vite om informantene forteller sannheten eller ikke, om et fenomen (Jacobsen, 2015, s. 230-231).

I vår undersøkelse bør en også vurdere om vi fikk tilgang til de informantene som er med på å gi et mest mulig korrekt bilde av virkeligheten (Jacobsen, 2015, s. 229-230). Det var flere bedrifter vi ikke lyktes å komme i kontakt med, som kan være med på å svekke noe av gyldigheten. Blant annet kom vi ikke i kontakt med en sentral aktør innenfor overnattingsbransjen, som vi vet har et samarbeid med Førdefestivalen. Likevel så har vi fått et bredt spekter av aktører fra de ulike bransjene, som vi mener gir en god indikator for undersøkelsen problemstilling. Jacobsen (2015, s. 230-231) mener altså det er den totale

summen fra de ulike informantene som er med på å gi det korrekte bildet av fenomenet. Vi hadde et bredt spekter av informanter, så det er med på å styrke gyldigheten i oppgaven. Jacobsen (2015, s. 231-232) beskriver at en forsker må ta bort mye av detaljene og den uvesentlige informasjonen, når han transkriberer dataene fra intervjuene. Når forskeren foretar denne prosessen blir mye av dataene en samlet inn fra intervjuene distansert fra informantene. Det oppstår altså en fare for at forskeren transformerer dataene til sitt eget synspunkt og mening, i stedet for å representere dataene fra informantene. Dette kan derimot forskeren motvirke dette ved å foreta en grundig og kritisk gjennomgang av undersøkelsens resultat.

Vi forsøkte å kategorisere dataene vi hadde fått inn, for å kunne beskrive temaene vi ønsket å få svar på i problemstillingen. Grunnet store mengder data, var dette en krevende prosess. Valideringen for kritisk drøfting av hendelser og kategorier var mangelfull. Vi har ikke foretatt noen respondentvalidering, grunnet manglende tid og samarbeid med informantene. Dette er en faktor som kan svekke gyldigheten. Derimot foretok vi en nøysom og god validering til den kritiske drøftingen av sammenhenger. Vi så på dataene fra ulike synsvinkler. Først analyserte vi dataene individuelt, og så sammenlignet vi de ulike drøftingene i plenum. Dette er med på å styrke validiteten på undersøkelsen (Jacobsen, 2015, s. 233).

I neste avsnitt ser vi på faktorer som påvirker den eksterne gyldigheten.

3.7.2 Ekstern gyldighet

“Mens den interne gyldigheten går på om vi har beskrevet et fenomen på riktig måte, dreier den eksterne gyldigheten seg om i hvilken grad funnene fra en undersøkelse kan generaliseres til andre enn dem man faktisk har undersøkt” (Jacobsen, 2015, s. 237).

I vår undersøkelse er ikke denne overførbarheten, altså teoretisk generaliseringen, så essensiell siden alle festivaler vil skape ulike økonomiske effekter og har ulik påvirkning på lokalsamfunnene. Det betyr at en generalisering fra en festival til en annen vil føre til en lav validitet. Jacobsen (2015, s. 238) presenterer to sentrale faktorer en skal vurdere når det gjelder å generalisere funnene i forskningen, det er antall enheter og hvordan enhetene er valgt ut i undersøkelsen. Som beskrevet i metodekapittelet – se 3.4 *Utvalgsprosess* – intervjuet vi 17 informanter. Dette mener vi er tilstrekkelig for å få en gyldig metning for fenomenet vi forsket på. Det fantes ingen tidligere publiserte studier, basert på vår kunnskap, om Førdefestivalen. Det bør derfor gjennomføre en lignende studie i senere tid, og se på om

funnene samsvarer med konklusjonen av denne studien. Det ville være med på å styrke den eksterne gyldigheten. En viktig faktor i forhold til om en har oppnådd metning i undersøkelsen, avhenger av hvordan en har foretatt utvalget av enhetene. I studien vår benyttet vi undersøkelsesstrategiens bredde og variasjon, for å få et helhetlig inntrykk av Førdefestivalen sin påvirkning på næringslivet i Førde. Ved å velge denne utvalgsstrategien vil ikke et økt utvalg, øke sannsynligheten nevneverdig til å kunne generalisere eller øke gyldigheten til funnene i forskningen (Gobo, 2009).

Etter å ha sett på intern og ekstern gyldig, ser vi på undersøkelsens pålitelighet.

3.7.3 Pålitelighet

Det neste steget er å se på om undersøkelsesdesignet, datainnsamlingsmetoden eller analysen som kan ha påvirket resultatet og funnene i forskningen. For å se på det skal vi se nærmere på to hovedfaktorer, påvirkningen av informanten i undersøkelsen og slurv i bearbeidingen og analysen av dataene (Jacobsen, 2015, s. 241).

Alle typer forskning vil utsette informantene for ulike former for stimuli og signaler, som informantene vil påvirkes av. Unntaket er studier som holdes skjult for informanten, altså at han eller hun faktisk blir undersøkt. Selve intervjueffekten som skapes under et intervju bør også vurderes med et kritisk blikk (Davis, Couper, Janz, Caldwell & Resnicow (2010, s. 14-26). Vi prøvde å begrense denne intervjueffekten ved å stille åpne spørsmål og unngå ledende spørsmål i intervjuet. I tillegg til å ha en rolig og interessert kroppsholdning ovenfor informanten gjennom hele intervjuet. Konteksteffekt, som omhandler hvilken setting dataene blir samlet inn, er en annen effekt som også må vurderes i forhold til påliteligheten ved studiet. Denne effekten kan påvirke resultatet i undersøkelsen (Jacobsen, 2015, s. 243-244). I våres studie ble informasjonen samlet inn ved at vi oppsøkte informantene på deres arbeidsplass, noe som skaper en naturlig og trygg omgivelse for informanten. Svakheten ved det var at vi opplevde i noen tilfeller forstyrrelser fra omgivelsene. Konteksten var også planlagt, slik at informantene kunne forberede seg i begrensede rammer angående temaet i intervjuet. Det vil si at informanten kun visste om teamet for intervjuet, det betyr at informantene hadde minimalt med muligheter til å planlegge svarene sine. *“En siste trussel mot troverdigheten er at forskeren rett og slett har vært lite oppmerksom og slurvete i nedtegningen og analysen av data. Det er rett og slett gjort feil”* (Jacobsen, 2015, s. 245). Med det mener Jacobsen (2015) det kan forekomme som følge av mangelfull registrering av

data fra forskerens side, eller ved unøyaktig analyse av dataene som en har fått inn i undersøkelsen. Når det gjelder registrering av dataene benyttet vi som belyst tidligere lydopptak i intervjuene. I tillegg ble alt av dataene transkribert fra lydopptakene i kort tid etter selve intervjuet, slik at vi hadde intervjuet friskt i minne. Dette gjør at vi sikrer at alt av viktig informasjon om fenomenet blir tatt med og dataene ikke blir påvirket av våre meninger. I tillegg blir informasjonen, i form av rådata, tilgjengelig for andre forskere i ettertid av studien. En annen faktor for undersøkelsens reliabilitet er hvor nøyaktig analysen av dataene blir gjort. Her møtte vi på en utfordring, som var kompleks og detaljert data. Vi kategoriserte og prøvde å gjøre en så god forståelse som mulig opp mot problemstillingen i undersøkelsen.

I tillegg til troverdigheten og påliteligheten i undersøkelsen, vil det også alltid finnes etiske aspekter å ta omsyn til. I siste del av metodekapitlet tar vi for de etiske omsynet i undersøkelsen.

3.8 Etisk omsyn

Under samfunnsvitenskapelige undersøkelser kan det oppstå ulike etiske aspekter som forsker må ta hensyn til. Jacobsen (2005, s.45) mener det er både konsekvenser for de som blir undersøkt og for samfunnet. Derfor har forskeren plikt til å ta en vurdering om hvordan individet blir påvirket av forskningen, og hvordan forskningen vil bli brukt og oppfattet i samfunnet (Jacobsen, 2005, s. 45-46; Forskningsetikkloven, 2006). Jacobsen (2005, s. 46) mener i tillegg at alle valg som blir gjort underveis i forskningen må skje fra et etisk ståsted. I Norge har vi tre etiske krav som stilles når det forskes på individer (Etikkom, 2006; Jacobsen, 2005, s. 47). Det første kravet omhandler samtykke fra informanten, det går ut på at informanten frivillig deltar på undersøkelsen. Individet skal være fullt klar over hva som blir undersøkt, og opplyst over risikoen og gevinsten med å delta i undersøkelsen. Det andre kravet går ut på informantens privatliv. Forskningsobjektet har rett til å unngå dialog om deler av sitt privatliv, spesielt ved temaer som oppleves som sensitiv og private. Det siste kravet er at informanten har rettighet til å bli korrekt gjengitt av forskeren i undersøkelsen (Jacobsen, 2005, s. 47-53).

Når det kom til selve intervjuet så ble det utarbeidet rammebetingelser slik at forskningsobjektet var klar over bakgrunn og formål i undersøkelsen. Først ble det forklart bakgrunnen og formålet for intervjuet: *”Tre studenter som skal skrive en bacheloroppgave*

ved HiSF, der vi skal studere de økonomiske ringvirkningene av Førdefestivalen. Derfor ønsker vi å høre om deres erfaringer og opplevelser med Førdefestivalen” (Intervjuguide I: Bedrifter og vedlegg 3 - Intervjuguide II: Førdefestivalen., 2016). Spørsmålene var ikke relatert mot informantens sitt privatliv, så følelser eller sensitive spørsmål var ikke så relevant for undersøkelsen. Likevel så måtte vi som forskere ha respekt og være varsomme i presentasjon av spørsmål til Førdefestivalen som kunne fornærme arrangøren eller støtende. I tillegg hadde noen av bedriftene konfidensielle avtaler og materiale, noe vi måtte respektere som forskere. Videre forklarte vi om informantens rettigheter til taushetsplikt og anonymitet. Som nevnt benyttet vi lydopptak i forbindelse med intervjuene. Dette ønsket vi å gjøre for sikre at informanten ble korrekt sitert. Dermed ble informanten gjort oppmerksom på personopplysningsloven §8 (2000), som sier at informanten må samtykke for å utføre lydopptaket. I følge Norske lov (1993) paragraf 5-1-1 så er muntlig avtale like bindende som skriftlig. Derfor ba vi informanten om å gi et muntlig samtykke i starten av hvert lydopptak.

4. Diskusjon

Etter at vi har gjennomført de åpne intervjuende og transkribert dataene, sitter vi igjen med en stor mengde data. Spørsmålet en stiller seg er *“hvordan skal vi trekke ut noe fornuftig av denne informasjonsmengden?”* (Jacobsen, 2015, s. 197). I dette diskusjonskapittelet vil vi foreta en kvalitativ analyse og drøfting.

“Kvalitativ analyse innebærer som regel at forskeren fortolker empirien, enten det nå er hva intervjupersoner sier, hva som står i dokumentene eller hva vi har observert” (Andersen, 2008, s. 38). Det finnes flere ulike tilnærminger til hvordan en kan gjennomføre kvalitative analyser. En av disse tilnærmingene er innholdsanalyse. *“Innholdsanalyse er basert på en antakelse om at det en person sier i et intervju, eller det mennesker gjør når man observerer dem, kan reduseres til et sett færre, men mer overordnede og meningsfylte kategorier”* (Krippendorff, 2013, s. 2). I undersøkelsen gjennomførte vi en drøfting, med utgangspunkt i innholdsanalyse, der vi analyserte innholdet i dataene med hensyn til undersøkelsens problemstilling. Drøfting er den viktigste fasen i undersøkelsen og omhandler det å utforske fenomenet fra flere ulike sider (Førland & Henriksen, 1996). Likevel så poengterer Jacobsen (2015, s. 398) at ingen undersøkelser gir det helt korrekte, objektive og entydige svaret. Med andre ord kan resultatet fra en undersøkelse være tvetydig. Hovedpoenget i en slik tolkningsprosess er å drøfte de ulike funnene en har samlet inn, og prøve å gi problemstillingen et meningsfullt svar. I undersøkelsen har vi benyttet substansiell drøfting, noe som innebærer å koble sammen resultatene i undersøkelsen med annen forskning og teori (Jacobsen, 2015, s. 391).

Vi skal videre i oppgaven presentere de viktigste funnene i undersøkelsen, og koble disse funnene opp mot det teoretiske fundamentet i oppgaven. Først ved å se på assosiasjoner til Førdefestivalen, og om næringslivet opplever en økonomisk påvirkning. Så vil vi drøfte betydningen av de økonomiske effektene som festivalen skaper. Til slutt ser vi på arrangørens meninger rundt forskningsspørsmålet

4.1 Assosiasjoner til Førdefestivalen

I første delen av drøftingen ønsker vi å se på informantene sine ulike assosiasjoner til Førdefestivalen, og i korte trekk hvordan festivalen påvirker lokalbefolkningen og Førde by når det gjelder de ikke-materielle forholdene.

Som vi klargjorde tidligere i undersøkelsen skaper et arrangement mye større verdi enn det som kommer frem av regnskapet. Det kan være i form av materielle- og ikke-materielle forhold. Materielle forhold tar vi for oss i neste delkapittel – se 4.2 - *Økonomisk effekt fra Førdefestivalen*. Ikke-materielle forhold bidrar til å øke aktiviteten og rammene rundt arrangementet. Det kan være i form av økt trivsel, folkeliv og renommé. Disse faktorene er, i motsetning til de materielle forholdene, mye vanskeligere å måle og estimere.

De fleste informantene har et positivt inntrykk av Førdefestivalen, og er stolte over å ha en slik festival i lokalsamfunnet. En mulig forklaring til at informantene fra næringslivet stiller seg positive, er at oppmerksomheten rundt Førde og regionen øker. En annen forklaring, til at informantene er positive til festivalen, er at de selv er deltakere eller bidragsytere i forbindelse med Førdefestivalen. I tillegg var flesteparten av informantene lokale Fördianere, og de ønsker at tilbudet og aktiviteten i nærmiljøet skal være så mangfoldig som mulig. En av informantene uttrykker sitt generelle synspunkt og erfaring til festivalen:

“Positivt! Til all aktivitet som kan generere trafikk [...] Og erfaringene vi har er bare positive.”

(Informant 7)

På den andre siden er det et fåtall informanter som stiller seg kritiske til festivalen. En årsak kan blant annet være at informanten ikke har interesse for denne type musikk og arrangement. En annen mulig forklaring er at de har dårlig inntrykk eller erfaringer av festivalen. En av informantene uttrykker dette:

“Det er ikke min greie i det hele tatt. Jeg er jo så langt derifra som det går an og komme musikalt, ja musikksmak da. [...] Ja for meg ja er den helt uvesentlig.”

(Informant 17)

En vellykket festival bør skape økt folkeliv i regionen. Festivaler er som regel avhengig av å ha en eller annen form for støtte fra lokalbefolkningen. Det kan for eksempel være at de bidrar med frivillig arbeid under arrangementet,, men det viktigste er at de ikke motarbeider festivalen. Det er derfor viktig at Fördianerene føler en form for tilhørighet eller stolthet til festivalen. I vår undersøkelse kommer det frem at informantene er uenige når det gjelder om

festivalen lykkes i å skape økt folkeliv. På den ene siden forteller noen informanter at det ikke merker at det er en festival i Førde:

“Men som Førdeianer så føler jeg litt på det, det de ikke har klart. Det er de å samle, næringslivet i Førde til å faktisk ... At du skal få inntrykk av at det er festival i Førde. Dei som faktisk setter farge på Førde. [...] At du, okay det skjer jo faktisk noe i Førde!”

(Informant 13)

Mens på den andre siden, sier noen andre informanter at det er økt folkeliv i gatene og en stor entusiasme i byen:

“[...]. Akkurat den uken så skjer det noe med folk. Folk danser mitt i gatene. Vi får en energibust, hele bygda, då snakker jeg ikke økonomi, men miljøet. Det skaper en vanvittig entusiasme. Vi får en synlighet i forhold til renomme i Norge og utlandet.”

(Informant 12)

Uenigheten blant informantene kan ha utspring fra forskjellige faktorer . En faktor kan være forskjellige personlige inntrykk i forbindelse med opplevelser og erfaringer av folkelivet under festivalen. Det kan også tenkes at informantene i undersøkelsen har ulike forventninger til hvilket folkeliv som bør skapes under en festival, hvis en sammenligner Førdefestivalen med andre festivaler.

Det er altså ikke en entydig overensstemmelse blant informantene over folkelivet som skapes under Førdefestivalen. Likevel er en av de viktigste ikke-materielle faktoren for næringslivet i Førde, renomméet som Førdefestivalen skaper, også kalt omdømme. Omdømme er en betegnelse av hvordan omverdenen ser på festivalen og hva som forventes av festivalen (Farbrot, 2009). Et sterkt omdømme vil føre til at flere ønsker å delta på festivalen og at flere besøker byen utenom festivalperioden. Dette kan resultere i økt salg for bedriftene, som igjen vil skape økonomiske effekter for lokalsamfunnet. De fleste bedriftene hevder i intervjuene at Førdefestivalen forsterker renomméet for regionen, og setter destinasjonen Førde på kartet. En av informantene forteller hvorfor Førdefestivalen er viktig for Førde sitt omdømme:

“Ja vi identifiserer oss etter hvert med denne festivalen, han er jo kjent for være en av de største festivalene i Norge, og det er Førdefestivalen. Jeg vil føle det som et tap dersom vi skulle miste han. Omdømmemessig er det jo noe som heter, og det er ikke bare kulturopplevelsen, men det blir markedsført langt utover landegrensene, og at det skjer noe. Det er klart at det er jo ikke så mye som skjer på Vestlandet og små vestlandsplasser at de tingene vi har som setter oss på kartet er viktige [...].”
(Informant 3)

Etter å ha drøftet de ikke-materielle forholdene som Førdefestivalen skaper, skal vi nå ta for oss de materielle forholdene med fokus på den økonomiske effekten av Førdefestivalen.

4.2 Økonomisk effekt fra Førdefestivalen

Den økonomiske effekten fra Førdefestivalen bestemmes utfra ulike materielle forhold. De viktigste materielle forholdene vi undersøkte var økt transport, overnatting og varehandel. Den totale økonomiske effekten av Førdefestivalen vil være summen av de direkte og indirekte økonomiske effektene (Birkelund, 1996, s. 22). Vi tar først for oss den direkte økonomiske injeksjonen, som følge av arrangørens forbruk. Deretter undersøker vi den økonomiske påvirkningen som næringslivet opplever. Før vi til slutt ser nærmere på de direkte og indirekte økonomiske effektene, for så å antyde noe om størrelsen på multiplikatoreffekten som Førdefestivalen skaper for næringslivet.

4.2.1 Den direkte økonomiske injeksjonen

Ved ulike arrangementer vil det alltid skapes en økonomisk injeksjon til regionen. Som vi påpekte i teorikapittelet vil den økonomiske effekten variere, både hvilke bedrifter som blir påvirket og i hvor stor grad de blir påvirket.

Arrangøren av Førdefestivalen informerte om at de brukte rundt 11 millioner kroner lokalt i forbindelse med å arrangere festivalen:

“[...] vi legger igjen selv rundt 11 millioner. Av den omsetningen ved å kjøpe varer og tjenester her og i fylket, men mest i Førde [...].”
(Informant 10)

Dette utsagnet fra Førdefestivalen gir oss ikke verdien på den direkte økonomiske økningen, men et utgangspunkt på hvor mye som blir injisert til lokaløkonomien. Vi har ikke tilstrekkelig med data til å beregne verdien på den direkte økonomiske injeksjonen, og vil derfor illustrere med et fiktivt eksempel. Den direkte økonomiske injeksjonen til regionen vil være den lokale verdiskapningen av disse 11 millioner kronene. Den lokale verdiskapningen er hvor stor andel av summen som brukes på lokalproduserte goder. For eksempel er overnatting og lokaltransport tjenester som er 100% lokalproduserte. Derimot vil deler av maten Førdefestivalen kjøper inn være importert. For å illustrere antar vi at Førdefestivalen bruker 8 millioner på lokaltransport og overnatting, og 3 millioner på mat og drikkevarer. Videre forutsetter vi at lokaltransport og overnatting er 100% lokalprodusert, mens mat og drikkevarer er 20% lokalprodusert. Dersom dette var realiteten ville den direkte økonomiske injeksjonen til regionen som følger av Førdefestivalen være 8 millioner pluss 20% av 3 millioner, som til sammen utgjør 8,6 millioner kroner.

Poenget med eksempelet over er å belyse at den direkte økonomiske injeksjonen fra Førdefestivalen vil være lavere enn det som festivalen angir at de bruker lokalt. Dette er på grunn av lokalforhandlerne importerer en rekke varer fra andre regioner, og dette må trekkes fra når selve injeksjonen skal beregnes.

Nå har vi avdekket den direkte økonomiske injeksjonen som Førdefestivalen tilfører regionen. Skal vi videre i oppgaven kartlegge hvordan næringslivet opplever den økonomiske påvirkningen i forbindelse med festivalen.

4.2.2 Den økonomiske påvirkningen på næringslivet

For å kunne kartlegge disse økonomiske effektene, har vi spurt næringslivet i Førde om de har en merkbar økonomisk påvirkning i festivalperioden. Hensikten er å belyse om Førdefestivalen fører med seg en økt etterspørsel for næringslivet i Førde.

Det er essensielt å avdekke den økonomiske påvirkningen som oppleves i næringslivet som følge av Førdefestivalen. Som vi har poengtert i studien så vil ulike arrangementer generere forskjellig grad av aktivitet i sine omgivelser. Det kan for eksempel være gjennom økt varehandel i regionen (Birkelund, 1996, s. 22). Det var delte meninger om Førdefestivalen førte til en økt etterspørsel i næringslivet. På den ene siden var det en trend i besvarelsene at festivalen gir marginal eller lav påvirkning:

“Nei altså det er noen innom, vi omsetter kanskje for et par tusen kroner ekstra den helga.”

(Informant 17)

“[...] så er nok det en av aktivitetene vi registrerer minst økning i omsetning, det har nok lite, eller relativt lite innslag på økning av omsetning i den perioden Førdefestivalen pågår.”

(Informant 5)

På den andre siden var det noen informanter som registrerte en kraftig økning i etterspørselen under festivalperioden:

”[...]Men mellom 50-100 % faktisk er den uken, høyere omsetning enn ukene før og etter. Så vi har veldig bra effekt av det.”

(Informant 13)

Så kan en på grunnlag av tendensen i besvarelsene konstateres at Førdefestivalen har en økonomisk påvirkning på næringslivet? Ja, dersom vi tar utgangspunkt i våre funn vil det være rimelig å påstå at Førdefestivalen generer en økonomisk påvirkning på næringslivet, og at det skapes aktivitet utover selve arrangementet. Det er videre interessant å se på hvor stor effekt den økonomiske påvirkningen har på næringslivet.

4.2.3 Betydningen av de direkte økonomiske effektene

For å kunne se på de indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen, må vi først kartlegge de direkte økonomiske effektene festivalen skaper. Det er fordi de indirekte økonomiske effektene oppstår på grunn av de direkte økonomiske effektene, som igjen danner grunnlaget for multiplikatoreffekten. Når vi identifiserer de direkte økonomiske effektene spurte vi næringslivet om det var en merkbar etterspørselsimpuls, i form av økt omsetning eller salg. I undersøkelsen ble det avdekket at Førdefestivalens påvirkning på omsetningen til de næringsdrivende var lav. Et par av informantene illustrerte det med å sammenligne den økonomiske effekten fra Førdefestivalen med de direkte økonomiske effektene andre arrangementer skaper:

“[...] antageligvis så har vi en større salgsvekst når det er Countryfestival på Breim helgen etter. Selv om den ligger en times kjøring unna, vel så det.”

(Informant 16)

”Natt til 1. mai og natt til 17. mai det er typiske eksempel som kan bære med seg like mye på 1 døgn som Førdefestivalen gjør på en uke, nei 4 dager.”

(Informant 3)

Førdefestivalen betraktes som et betydelig større arrangement enn Countryfestival på Breim og natt til 1. mai. Likevel så opplyser en av informantene at 1. mai generer like mye på et døgn som Førdefestivalen gjør over fire døgn. Kan det da tenkes at de direkte økonomiske effektene av Førdefestivalen er lave? Ja, dersom vi tar standpunkt i besvarelsene fra det lokale næringslivet er det valid å hevde at de direkte økonomiske effektene som oppleves av næringslivet er lave. Dette forsterker teorien om at ulike arrangementer generer ulike økonomiske effekter (Hodur & Leistriz, 2007, s. 63-79).

Det kan i hovedsak være to underliggende forhold som gjør at næringslivet opplever relativt lave økonomiske effekter av Førdefestivalen. Det første kan være at festivaldeltakerne legger igjen lite penger under festivalen, og det andre kan være sammensettingen av segmenter som tiltrekkes eller frastøter arrangementet.

Det kan finnes flere ulike årsaker til at festivaldeltakerne legger igjen lite penger i regionen. En av årsakene kan være at festivalen har et eget program og tilstelninger. Dette kan eksempelvis være overnatting og måltider som er inkludert i festivalpassene. Noe som fører til at de tilreisende blir med på disse aktivitetene, og ikke bruker penger utenfor festivalområdet. For å undersøke nærmere hvordan ulike segmenter påvirker den økonomiske effekten av Førdefestivalen. Gjør vi et tilbakeblikk i oppgaven, se 2.2 - *Preuss segmentering av turister*, der Preuss (2005, s. 287-290) presenterer åtte ulike segmenter, som alle har forskjellig betydning på de økonomiske effektene av arrangementer. På den ene siden presenterer han tre ulike segmenter som generer mye penger til vertsregion. Disse er ”Event Visitors”, ”Home Stayers” og ”Extensioners”. På den andre siden presenterer han tre andre segmenter som tar penger ut av regionen. Disse er ”Runaways”, ”Changers” og ”Avoiders”. De to siste segmentene er ”Casuals” og ”Time Switchers” som generer penger, men i mye mindre grad

enn de tre førstnevnte. Derfor vil ”Casuals” og ”Time Switchers” være mindre relevante når vi skal undersøke betydningen av de økonomiske effektene næringslivet opplever.

I dybdeintervjuene spurte vi bedriftene om de merket en tilstrømming av folk utenfra regionen. Flere av informantene opplyste at de merket en klar påvirkning av tilreisende utenfra Førde:

”Det er en del utlendinger og som kommer også, hoved tingen er nok norske, men de kommer også fra hele landet, hører mye forskjellige dialekter.”

(Informant 16)

Trenden i besvarelsene viser at det er en tilstrømming av turister utenfor regionen, det som Preuss (2005, s. 287-290) definerer som ”Event Visitors”. Likevel forteller næringslivet om relativt lave økonomiske effekter under festivalen. En mulig forklaring på dette fenomenet, kan være at festivaldeltakerne består av segmenter som tiltrekkes av arrangementet, og segmenter som frastøter arrangementet. Med andre ord mener vi det oppstår både segmenter som genererer penger og segmenter som tar ut penger av regionen. Dette fører til at segmentene nuller hverandre ut, og dermed vil de økonomiske effektene oppleves som lave for de lokale bedriftene i Førde.

Etter å ha kartlagt den økonomiske påvirkningen og drøftet betydningen av de direkte økonomiske effektene på næringslivet, ser vi videre på de indirekte økonomiske effektene. Det innebærer å drøfte multiplikatoreffekten som Førdefestivalen skaper og vurdere størrelsen på denne effekten.

4.2.4 Multiplikatoreffekten av Førdefestivalen

De indirekte økonomiske effektene som følge av Førdefestivalen er en selvforsterkende effekt av de direkte økonomiske effektene. Med andre ord vil det oppstå en multiplikatoreffekt som følger av de direkte økonomiske injeksjonen. I undersøkelsen studerte vi nærmere betydningen av de indirekte økonomiske effektene og størrelsen på multiplikatoreffekten. Som nevnt tidligere sitter vi ikke med nødvendig data til å beregne multiplikatoreffekten, men har tilstrekkelig med data til å antyde noe om størrelsen på multiplikatoreffekten av Førdefestivalen. For å kunne antyde noe om effekten skal vi videre koble våre funn til multiplikator teorien, og avdekke ulike forhold som kan være forklarende for multiplikatorens

størrelse.

Som vi har trukket frem tidligere i studien, se 2.3 - *Multiplikatoreffekten*, fastslår Armstrong & Taylor (2000, s. 9) at den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder er den kritiske variabelen for multiplikatoreffektens størrelse. Variabelen måler i hvor stor grad det blir handlet lokalt. Desto større grad det handles lokalt, jo større blir multiplikatoreffekten. For å undersøke nærmere hvordan den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder var i Førde regionen, valgte vi å spørre næringslivet om deres innkjøpsrutiner. Det er viktig å merke seg at innkjøpsstrukturen er veldig forskjellig fra bedrift til bedrift. Ni av bedriftene vi intervjuet var kjedebedrifter, og flesteparten av disse hadde strenge kjedereguleringer vedrørende vareinnkjøp. På den andre siden hadde de lokaleide bedriftene i stor grad frie tøyler på vareinnkjøp. Dataene fra næringslivet fastslår at vareinnkjøpet i liten grad handles fra lokale underleverandører, og at det meste handles gjennom kjeder:

”Underleverandør er 100 % kjøpt i forhold til Umoe Restaurant Group.”

(Informant 12)

”Men på akkurat bakervarer og sånne ting, der er vi jo litt låst i sentrale avtaler i forhold til at vi er med i en bakerikjede. Sånn at de bestemmer mye av innkjøpet vårt.”

(Informant 4)

På den andre siden var det noen bedrifter som hadde veldig fokus på lokale underleverandører, men i hvilken grad de benytter lokale underleverandører kommer ikke frem i dataene våre:

”Vi har veldig fokus på lokalmat. [...] det er veldig viktig policy for oss at vi er med å bidrar til at det er lokale leverandører.”

(Informant 5)

Det kommer frem av våre funn at den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder er lav i Førde. Dette er trolig et resultat av to underliggende forhold. For det første er Førde en relativt liten regionen sammenlignet med for eksempel Bergen. En mindre region som Førde vil ha begrenset utvalg til lokale leverandører, og disse lokale leverandørene vil ofte være mindre konkurransedyktige i forhold til de større leverandørene på pris og utvalg.

Det fører til at regionen vil være mer avhengig av import, noe som vil redusere den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder:

”Altså det er nok Førde for liten til, tenker jeg ... ja da måtte vi nok vært på Karl Johan skulle vi klart det, eller ute på bryggen. ”
(Informant 13)

Det andre forholdet er næringslivsstrukturen i Førde regionen. Av våre funn kommer det frem at flere bedrifter ønsker å handle mer lokalt, men opplever at næringslivsstrukturen ikke er utbredt nok til å tilby lokale goder:

”Jeg kunne brukt det vis vi hadde hatt en kjøttprodusent her i Førde, som kunne levert hamburgere til meg med tilsvarende kvalitet, [...], så hadde jeg brukt det uten å tenkt meg om.”
(Informant 3)

Disse forholdene fører til økt import fra andre regioner, og dermed reduseres den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder, som igjen vil dempe multiplikatoreffekten. Andre forhold som må avdekkes for å drøfte størrelsen på multiplikatoreffekten er hvilke økonomiske lekkasjer som oppstår. Ulike arrangementer vil oppleve forskjellige økonomiske lekkasjer. I undersøkelsen drøftet vi to sentrale økonomiske lekkasjer. Den første lekkasjen ble oppdaget når vi gransket festivalens og næringslivets innkjøpsrutiner. Vi oppdaget at den marginale konsumtilbøyeligheten for lokalproduserte goder var lav i Førde. Et resultat av dette er økt import fra andre regioner, dermed vil import være en sentral økonomisk lekkasje. Den andre økonomiske lekkasjen som reduserer multiplikatoreffekten var at flere bedrifter opererte sin virksomhet gjennom større kjeder. Det betyr at de er låst til å betale deler av omsetningen eller overskuddet inn til kjeden:

“Der er de jo en slik prosentvis sånn alle kjeder, du betaler inn for få lov til å være med i kjeden da.”
(Informant 14)

“ Det er 50/50 det. Vi eier 50 og det er sånn det er. Hvis vi har utbytte så betaler vi, hvis ikke så er det greit.”

(Informant 6)

På den andre siden var det bedrifter som fortalte om minimale kjedesatser, og antydte til bortimot 100% av omsetningen ble igjen i Førde og regionen:

“Vi har en kjedeavgift, men det er helt marginalt.”

(Informant 5)

Det ble også avdekket et ekstremt tilfelle hvor bedriften antydte til at bortimot 100% av omsetningen forsvant ut av regionen og inn til kjedekontoret:

“Alle kort transaksjoner går inn til en sentral konto og alle kontant salget vårt sender vi inn til en sentralkonto, så det blir fordelt der.”

(Informant 16)

Den generelle trenden i besvarelsene var at bedriftene betalte en eller annen form for kjedeavgift. Hvor stor kjedeavgiften var varierte fra bedrift til bedrift. Likevel så er det en tydelig økonomisk lekkasje ut for regionen. Et problemet var at flere informanter ikke hadde tilstrekkelig informasjon om hvor mye som ble betalt til kjeden.

Som vi har vist i våre funn skaper Førdefestivalen en økonomisk påvirkning på næringslivet, men den direkte økonomiske effektens betydning var marginal for bedriftene. Dette resulterte i at også den indirekte økonomiske effekten er lav. På grunn av manglende data klarte vi ikke identifisere pengestrømmen fra den økonomiske injeksjonen. I siste del av diskusjonskapitlet tar vi for oss Førdefestivalen sitt synspunkt på om festivalen bidrar til å skape noen form for økonomisk påvirkning på det lokale næringslivet i Førde.

4.3 Førdefestivalen

I dette delkapitlet tar vi utgangspunkt i dybdeintervjuet vi foretok med arrangøren av Førdefestivalen, se *vedlegg 3 - Intervjuguide II: Førdefestivalen*. Med det utgangspunktet ønsker vi å kartlegge arrangøren sitt syn på hvordan de påvirket lokalsamfunnet og aktiviteten i Førde.

I begynnelsen av diksjonen nevnte vi at Førdefestivalen bruker 11 millioner kroner lokalt i Førde, og dette er deler av den direkte økonomiske injeksjonen. Fra intervjurundene med næringslivet i Førde klarte vi ikke kartlegge hvor i næringslivet kapitalen ble brukt, men selv sier Førdefestivalen at de bruker flesteparten av pengene på overnatting, transport og mat:

”[...] vi selv kjøper 1000 overnatting steder. Vi kjøper mat til alle frivillige, vi kjøper tekniske tjenester, vi kjøper transport, vi kjøper trykke tjenester, layout, design, andre sånn konsulent tjenester. Masse på bil og buss og alt det der, fly selvsagt, det kan jo diskuteres om det er lokalt eller regionalt.”

(Informant 10)

Vi intervjuet bedrifter som tilhørte overnattings-, lokaltransport- og dagligvarebransjen, men trenden i besvarelsene fra bedriftene var at de opplevde minimal økonomisk effekt. En sum på 11 millioner kroner er av en så betydelig størrelse at den bør gi et utslag på en region som Førde. Derfor har vi drøftet ulike årsaker til at ingen av informantene nevner noe om pengene festivalen bruker. En viktig årsak er at vi ikke fikk muligheten til å intervju en sentral aktør i overnattingsbransjen, som har et tett samarbeid med Førdefestivalen. Det kan antas at store deler av summen blir lagt igjen hos denne aktøren, og derfor er dette en begrensning for undersøkelsen. En annen årsak kan være at noen av bedriftene har en betydelig omsetning, noe som fører til at den summen fra den økonomiske injeksjonen ikke utgjør noe merkbart forskjell. En tredje årsak kan være ulike definisjoner på hva som er lokalt og hva som er regionalt. Førdefestivalen kan ha en annen oppfatning av hva som er lokalt, enn hva vi har satt som geografisk avgrensning i vår oppgave. En antakelse kan være at Førdefestivalen kjøper inn matvarer fra leverandør i Bergen, og definerer dette som lokale innkjøp.

Næringslivet mener de har en lav økonomisk effekt av festivalen, mener Førdefestivalen at næringslivet må ta mer ansvar for å markedsføre seg selv under festivalperioden, for å skape økt etterspørsel:

”[...] Det vi har snakket mer med dem om er å få dem til å bruke eller legge igjen mer peng hvis de selv kommer fram med gode tilbud eller er med på å markedsføre festivalen [...].”

”Vi kan ikke selge butikkene i Førde. Det må de prøve å gjøre selv.”

(Informant 10)

Fra intervjuene med næringslivet kom det frem at de fleste bedriftene verken samarbeidet eller tilpasset markedsføringen mot Førdefestivalen. Dermed kan det antas at større fokus mot festivalen fra næringslivets side kunne gitt utslag på de økonomiske effektene.

Det kom tydelig frem i intervjuet at arrangøren av Førdefestivalen var i større grad fokusert på det ikke-materielle forholdene som kunnskap, innsikt i kunsten og høyere refleksjonsnivå, enn til de materielle forholdene. De la til grunn at det verdien, holdningene og nye opplevelser på tvers av generasjoner skulle være i sentrum:

“[...] den merverdien som en regner på når det gjelder økonomien, det er jo en ting sant? Men den merverdien som festivalen gir til publikum og samfunnet rundt bør jo kanskje bli like mye målt i... sant? Mer kunnskap, høgare eller djupare innsikt, større refleksjonsnivå, at en har verdien i kunsten i seg selv og det du gir til hvert menneske og samfunn liksom. Det er jo veldig forskjellige aspekt selvsagt, men jeg tror hvert fall at festivalen har vært med på at folk i Førde er veldig beviste på, at dei er stolte av å ha et slik arrangement som får internasjonal anerkjennelse [...].”

(Informant 10)

Som vi har vist mener Førdefestivalen at de har et lokalt fokus, og bruker mye av sitt budsjett på kjøp av varer og tjenester i regionen. Festivalen mener også at næringslivet selv må ta mer ansvar for å skape økt etterspørsel fra festivaldeltakerne. Førdefestivalen har også et større fokus på de kulturelle forholdene, sammenlignet med de materielle forholdene. Noe funnene i denne studien også indikerer.

5 Avslutning

I denne delen av oppgaven skal vi presentere de viktigste funnene av de direkte og indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen. I tillegg ser vi på gyldigheten og påliteligheten til resultatet i studien. Til slutt ser vi på mulige forskningsområder videre i forbindelse med Førdefestivalen.

5.1 Konklusjon

Vi kjenner ikke til tidligere publikasjoner om de direkte og indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen, av den grunn ble vi nødt til å samle inn primærdata for å besvare problemstillingen. Selve innsamling av primærdata ble utført ved hjelp av dybdeintervjuer. For å tilegne oss nødvendig informasjon om de direkte og indirekte økonomiske effektene av Førdefestivalen, intervjuet vi ulike bedrifter fra næringslivet i Førde som vi antok ville få en etterspørselsimpuls av festivalen. Totalt intervjuet vi 17 bedrifter som ga oss tilstrekkelig metning med data. Videre analyserte vi dataene og foretok en substansiell drøfting hvor vi koblet sentrale funn med eksisterende teori og forskning.

Nå skal vi besvare problemstillingen i undersøkelsen: *“Hvordan er de direkte og indirekte økonomiske effekter av Førde Internasjonale Folkemusikkfestival?”*

Våre funn gir uttrykk for at det er en økonomisk påvirkning som følge av å arrangere Førdefestivalen. Hvordan næringslivet påvirkes økonomisk varierer fra bedrift til bedrift, men en klar trend er at bedriftene opplever lave direkte økonomiske effekter. De indirekte økonomiske effektene vil i stor grad reflekteres av de direkte økonomiske effektene. Vi har i tillegg kartlagt flere underliggende forhold som forsterker antydningen om at de indirekte økonomiske effektene er ubetydelige og multiplikatoreffekten er lav. Det kan også nevnes at våre antydninger stemmer overens med Ericssons (2003) forskning på norske kulturfestivaler. I den forskningsrapporten var konklusjonen den samme som i vår undersøkelse, nemlig at kulturfestivalene hadde liten lokaløkonomisk effekt.

Vi tar videre for oss en kort oppsummering på hvor troverdige og pålitelige disse funnene er.

5.2 Relabilitet og validitet til undersøkelsen

Tidligere i oppgaven, se 3.7 - *Reliabilitet og validitet*, gikk vi i detalj rundt validitet og relabilitet i dataene. Reliabilitet som omhandlet påvirkningen av informantene var lav i undersøkelsen, noe som er med på å styrke påliteligheten. I tillegg så hjalp bruken av lydopptak til at vi sikret nøyaktighet i registreringen av dataene. På tross av dette vil det som regel være en svakhet i analysen ved at det foregår slurv, grunnet komplekse og store mengder av dataene.

Validiteten som omhandler kunnskapen til informanten, og at informanten gir riktig informasjon er vanskelig for å vurdere. Likevel så kan en vurdere manglende bedrifter i utvalget, og at noen av informantene holdt tilbake informasjon grunnet sin egeninteresse. I tillegg må en se kritisk på validiteten til undersøkelsen i forhold til drøftingen av kategorier og sammenhenger. Et bredt og tilstrekkelig antall informanter vil styrke den eksterne gyldigheten. Ut fra vår kunnskap kan vi ikke sammenligne denne studiens funn med tidligere forskning, siden vi ikke har kunnskap om tidligere publikasjoner, vil det føre til at den eksterne gyldigheten svekkes.

Dataene og resultatet til undersøkelsen kan oppsummere med en relativt høy reliabilitet og validitet. Likevel er det flere faktorer som er med på redusere påliteligheten og troverdigheten i studien. Siden det ut fra vår kunnskap ikke er gjort tilsvarende studier om Førdefestivalen, bør en øke fokuset og gjøre flere studier om festivalen. Mer forskning om festivalen vil være med på å styrke gyldigheten i denne undersøkelsen. Vi vil i siste kapittel presentere noen mulige forskningsmuligheter på Førdefestivalen.

5.3 Videre forskning

I litteraturen er det gjennomført mangfoldige og solide studier som har forsket på økonomiske virkninger av ulike arrangementer. Denne studien undersøker Førdefestivalen. Vi kjenner ikke til tidligere publikasjoner om Førdefestivalen, og anbefaler derfor at det forskes mer på denne festivalen. En kan forske videre på Førdefestivalen ved å gjøre endringer på den metodologiske- og substansielle fremgangsmåten. (Jacobsen, 2015, s. 396).

I undersøkelsen drøftet vi sammensettingen av festivaldeltakerne og hvor mye penger de legger igjen som mulige årsaker til lave indirekte økonomiske effekter. Her finnes det

muligheter for å endre metodologisk fremgangsmåte og undersøke festivaldeltakerne i stedet for næringslivet. Gjennom en spørreundersøkelse ville det vært mulighet for å avdekke hvem festivaldeltakerne er og hvor mye penger de legger igjen i Førde.

For videre forskning ville det vært særs aktuelt å estimere verdien Førdefestivalen har for regionen. Her kan formålet være en nøyaktig estimering av den regionaløkonomisk verdiskapning, ved å se på hva tilreisende og arrangør kjøper av varer og tjenester i regionen. På denne måten vil en tilegne seg bedre kunnskap over totalverdien av Førdefestivalen.

For å forbedre antydningene om multiplikatoreffekten ville det være hensiktsmessig å formulere spørsmålene til næringslivet annerledes. Her må spørsmålene være mer knyttet til multiplikator teorien. Spørsmålene bør i større grad få svar på de tre faktorene som påvirker marginal konsumtilbøyelighet for lokalproduserte goder. Spørsmålsformuleringen bør også strebe etter å avdekke flere økonomiske lekkasjer. Å studere regnskapene til næringslivet for mer detaljert og valid informasjon kan forbedre kunnskapen om multiplikatoreffekten. Videre ville det vært interessant å gjennomføre en studie som beregner verdien av multiplikatoreffekten etter festivalen.

I undersøkelsen har vi fokusert på det økonomiske aspektet rundt festivalen. Det er viktig å bemerke seg at slike kulturfestivaler har andre formål enn bare det økonomiske. Av den grunn ville en studie som sammenlignet de kulturelle virkningene av Førdefestivalen med de økonomiske virkningene vært en aktuell studie.

Dersom Førdefestivalen og næringslivet velger å utføre ulike endringstiltak for å forbedre de økonomiske effektene vil en sirkulær prosess av studien være gunstig for å se om endringstiltakene ga noen form for utslag.

Dette er bare noen forslag fra vår side til videre forskning som kan gjøres i forbindelse med Førdefestivalen.

Referanseliste

- Andersen, G. (2008). Forskningsprosessen: Et veiledningshefte for elever i videregående skoletrinn. *Kvalitative analyseteknikker* (s. 38). Hentet 10.04.2016 fra http://www.holbergprisen.no/images/materiell/2008_skole_elevkompendium.pdf#page=20
- Armstrong, H. & Taylor (2000). *Regional economics and policy* (3rd ed. utg.). Oxford: Blackwell.
- Bitustøyl, K. (2016). *Førde Internasjonale Folkemusikkfestival – Store norske leksikon*. Hentet 10.03.2016 fra: https://snl.no/F%C3%B8rde_Internasjonale_Folkemusikkfestival
- Birkelund, H. (1996). *Arrangementsøkonomi i OL-regionen: lokaløkonomiske ringvirkninger av utvalgte arrangementer* (nr. 11/1996 bind). Lillehammer: Østlandsforskning.
- Burgan, B. & Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 700-710. doi: 10.1016/0160-7383(92)90062-T
- Cobb, S., & Weinberg, D. (1993). The Importance of Import Substitution in Regional Economic Impact Analysis: *Empirical Estimates from Two Cincinnati Area Events*. *Economic Development Quarterly*, 7 (3), 282 – 286.
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving* (5. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Davis, R.E., M.P. Couper, N.K. Janz, C.H, Caldwell & K. Resnicow (2010). Interviewer Effects in Public Health Surveys. *Health Education Research*, 25:14-26
- Etikkom (2005). Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, jus og teknologi. *De nasjonale forskningsetiske komiteer*. 2000-mars 2006. Hentet 12.04.2016 fra <https://www.etikkom.no/globalassets/documents/publikasjoner-som-pdf/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-humaniora-juss-og-teologi-2006.pdf>
- Ericsson, B. (2003). *Lokaløkonomiske virkninger av kulturfestivaler - et metodisk urent farvann* (ØF-notat 06/03). Lillehammer: Østlandsforskning.
- Farbrot, A. (2009). Nøkkelen til gull i omdømme. *Tidsskrift for forskningsmiljøene*. Hentet 14.04.2016 fra: <http://forskning.no/ledelse-og-organisasjon-kommunikasjon-abc-i-naeringsliv-sosiale-relasjoner/2009/11/nokkelen-til-gull>
- Finansdepartementet (2015). *Statsbudsjettet 2016*. Hentet 10.03.2016 fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-1-s-gul-bok-20152016/id2456301/?q=kulturdepartementet&ch=2>

- Finansdepartementet (2016). *Statsbudsjettet*. Hentet 11.03.2016 fra:
<http://www.statsbudsjettet.no/Statsbudsjettet-2016/Fylkesoversikt/Oslo/> - hopp
- Forskningsetikkloven.(2006). Lov om behandling av etikk og redelighet i forskning. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2006-06-30-56>
- Førdefestivalen. (2016). *Om festivalen*. Hentet 10.03.2016 fra:
<http://www.fordefestival.no/om-festivalen/>
- Førland, T., & Henriksen, J. (1996). *Drøft: Lærebok i oppgaveskriving*. Oslo: Ad notam Gyldendal.
- Getz, D. (1988). *The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event*. By J. Burns, J. Hatch, and T. Mules, eds. The Centre for South Australian Economic Studies (University of Adelaide, G.P.O. Box 498, Adelaide 5001, South Australia) ISBN 0-85904-019-4, 1986, 221 pp. (tables, maps, figures, footnotes, appendices) n.p., (paper). *Annals of Tourism Research*, 15(3), 455-457. doi: 10.1016/0160-7383(88)90040-0.
- Glaser, B.G & Strauss, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Resarch*. Chicago: Aldine
- Granseth. T. (2012) Definisjoner. *Norsk Turisme*. s.9. Hentet 20.02.2016 fra https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/_attachment/64966?_ts=136e383e288
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget. Ipe, M. (2003). Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework. *Resource Development. Review*, 2 (4), ss. 337-359.
- Hellevik, O. (2002): *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget, 7. utgave, s. 12.
- Henriksen, J. T. (2010). *Planning, action and outcome: evaluation of the Norwegian petroleum system: a structuration approach to ripple effect studies*. Bodø Graduate School of Business, Bodø.
- Hodur, N. & Leistriz, F. L. (2007). *Estimating the Economic Impact of Event Tourism: A Review of Issues and Methods*. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(4), 63-79. doi: 10.1300/J452v08n04_05
- IMDi (2010) - Integring og mangfoldsdirektoratet. *Mal for intervjuguide, individuelt intervju*
Hentet 11.04.2016 fra:
<https://www.tolkeportalen.no/no/brukerundersokelser/Verktoy/Eksempeldel-2/>

- Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg. utg.). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Kan en festival bidra til destinasjonsutvikling? (2014)*. Bacheloroppgave, Markedshøyskolen Campus Kristiania. Hentet 03.04.2016 fra <http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/id/245852/Bachelor>
- Keller, P. (2002). Sport and Tourism: *Introductory report*. Paper presented at the First World Conference on Sport and Tourism, World Tourism Organisation, Barcelona, Spain, 22 – 23 February.
- Kulturdepartementet. (2007). *Knutepunkt*. Hentet 10.03.2016 fra: https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/Stmeld-nr-10-2007-2008-/id494857/?q=knutepunkt&ch=1-match_0
- Lamla, J.M, Straub, M. Girsberger, E.M (2014). On the economic impact of international sport events: *microevidence from survey data at the EURO 2008*. Applied Economics, 46:15, 1693 – 1703.
- Malt, U. (2015). *Strukturert intervju*. Store Norske Leksikon. Hentet fra 10.04.2015 https://snl.no/strukturet_intervju
- Mogstad, Live M. T. *Personlig intervju*. Nasjonal digital læringsarena. Hentet 10.04.2016 fra <http://ndla.no/node/103449>
- Norske Lov (1993). Kong Christian Den Femtis Norske Lov. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1687-04-15?q=norske%20lov>
- Personopplysningsloven - popplyl. (2000). Lov om behandling av personopplysninger. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2000-04-14-31>
- Preuss, H., & Messing, M. (2002). *Auslandtoristen bei den Olympischen Spielen in Sydney 2000*. In A. Dreyer (Ed.), *Tourismus im sport* (pp. 223 – 241). Wiesbaden: Gabler.
- Preuss, H. (2005). *The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Events*. European Sport Management Quarterly, 5(3), 281-301. doi: 10.1080/16184740500190710
- Rienecker, L., Stray Jørgensen, P., & Skov, S. (2012). *Den gode opgave: Håndbog i opgaveskrivning på videregående uddannelser* (4. udg. ed.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Sander, K. (2014). *Hva er en metode?* Hentet 16.04.2016 fra: <http://kunnskapssenteret.com/hva-er-en-metode/>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students* (5. utg.). Essex: Pearson Education.

- Sinclair, M. T. & Sutcliffe, C. M. S. (1978). *THE FIRST ROUND OF THE KEYNESIAN REGIONAL INCOME MULTIPLIER*. *Scottish Journal of Political Economy*, 25(2), 177-186. doi: 10.1111/j.1467-9485.1978.tb00244.x
- Sinclair, M. T. & Sutcliffe, C. M. S. (1982). *KEYNESIAN INCOME MULTIPLIERS WITH FIRST AND SECOND ROUND EFFECTS: AN APPLICATION TO TOURIST EXPENDITURE*. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 44(4), 321-338. doi: 10.1111/j.1468-0084.1982.mp44004003.x
- Sinclair, M. T. & Sutcliffe, C. M. S (1989). *Truncated Income Multipliers and Local Income Generation over Time*. *Applied Economics*, 21(12), 1621-1630. doi: 10.1080/758531696

Vedlegg

Vedlegg 1 – Mal for intervjuguide, individuelt intervju

Fase 1: Rammesetting	1. Løst prat (5 min) Uformell prat 2. Informasjon (5-10 min) Si litt om temaet for samtalen (bakgrunn, formål) Forklar hva intervjuet skal brukes til og forklar taushetsplikt og anonymitet Spør om noe er uklart og om respondenten har noen spørsmål Informert om ev. opptak, sørg for samtykke til ev. opptak Start opptak
Fase 2: Erfaringer	3. Overgangsspørsmål: (15 min) Hva slags erfaringer har du med...(temaet)? Det er ofte hensiktsmessig å ta utgangspunkt i deltakernes erfaring med det temaet som skal diskuteres. Sjekkliste eller oppfølgingsspørsmål Praktisk oppgave kan erstatte overgangsspørsmål: Kan du bruke tre minutter til å skrive ned stikkord for hva dere mener kjennetegner...?
Fase 3: Fokusering	4. Nøkkelspørsmål: (50-60 min) 3-5 nøkkelspørsmål Oppfølgingsspørsmål eller sjekkliste

Fase 4: Tilbakeblikk	5. Oppsummering (ca. 15 min) Oppsummere funn Har jeg forstått deg riktig? Er det noe du vil legge til? Eventuelt: Utdeling av gavekort og reiseregning

(IMDI, 2010).

Vedlegg 2 – Intervjuguide I: Bedrifter

Fase 1: Rammesetting - Uformell prat og informasjon om hensikt med intervjuet

- *Bakgrunn og formål* for denne samtalen;
Tre studenter som skal skrive en bacheloroppgave ved HiSF, der vi skal studere de økonomiske ringvirkningene av Førdefestivalen. Derfor ønsker vi å høre om deres erfaringer og opplevelser med Førdefestivalen.
- *Intervjuet skal brukes til* et forskningsprosjekt som ser på de lokale virkningene av å arrangere en festival.
- Avklare spørsmål rundt *anonymitet og taushetsplikt*;
Opplyse om taushetsplikt i forbindelse med intervjuet og forhøre om respondenten ønsker å være anonym. j.f. personopplysningsloven
- Vi ønsker å benytte *lydopptak* i intervjuet for å gjøre et så grundig og mest effektivt intervju som mulig: OK? jr. personopplysningsloven § 8.
 - Ja → start lydopptak; få med at respondenten samtykker i å bruke lydopptak i dette intervjuet
 - Nei → notere ned på ark
- Er det noe som er *uklart* eller har du *noen spørsmål* før vi begynner intervjuet?

Fase 2: Erfaringer - Overgangsspørsmål

- Be respondenten fortelle kort om seg selv og sin rolle i bedriften.
 - *Stilling (varighet), alder, osv.*
 - *Anonym? Hopp over spørsmålet.*
- Hva er slags erfaring og kjennskap har du i forbindelse med Førdefestivalen?
Helt generell intervjuobjektet sin assosiasjon til Førdefestivalen.
 - *F.eks.; Positiv, negativ, likegyldig til festivalen osv.*

- Hvilken påvirkning tror du Førdefestivalen har for lokalsamfunnet i Førde og regionen?

Få fram intervjuobjektet sin mening om lokalsamfunnet blir påvirket av Førdefestivalen og i hvilken retning.

 - *F.eks. føler lokalbefolkningen tilhørighet og stolthet til festivalen eller tar de avstand fra den, er det med på å sette Førde på Norgeskartet (synliggjøre seg som destinasjon) osv.*
 - Positiv, negativt eller ingen → hvorfor?
- Hva har Førdefestivalen å si for dere som bedrift?
 - *F.eks. Ingen betydning, liten betydning, middels betydning, stor betydning*
 - Ingen/liten betydning; Årsaker til det?
 - Middels/stor betydning; Årsaker til det?

Fase 3: Fokusering - Nøkkelspørsmål

- SALG

Har dere opplevd noen påvirkning i omsetning under Førdefestivalen i forhold til en normalperiode?

 - *Få frem om bedriften merker noen endringer/påvirkning i omsetningen sin grunnet Førdefestivalen.*
 - Økt omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor?
 - Ingen forskjell i omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor?
 - Redusert omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor? Tiltak for å få økt omsetning.
- FORDELING

Hvor stor andel av omsetningen er det som går ut av regionen, og hvor mye blir igjen i regionen lokalt?

 - *Finne ut omlag hvor stor andel som blir igjen i regionen/Førde av bedriftens omsetning og hva er det som blir igjen; lønn, sponsorbidrag, overskudd?? osv.*
 - Liten del (<20 %) - årsaker til det?
 - Middels (20-50 %) - årsaker til det?
 - Stor del (> 50 %) - årsaker til det?

- Ingen data...- Hvor mye tror ha blir igjen i regionen?

- INNKJØP

Kjøper dere inn varer eller tjenester fra lokale underleverandører?

- *Finne ut om de har noen lokale leverandører, og hvor stor del av leverandørene er lokale? Hvordan er mulighet til lokale leverandører for bedriften. Ønsker de å ha lokale leverandører osv. F.eks. er det lokal transportører i forbindelse med transport av varer osv.*
 - Ja → Er det snakk om en stor del av deres varekretsløp som baserer seg på lokale underleverandører? Omlag hvor stor del av innkjøpet er fra lokale leverandører?
 - Nei → Har dere muligheten til å kjøpe varer eller tjenester fra lokale underleverandører?
 - Ja → Hva er grunnen til at dere ikke handler hos de lokale underleverandørene?
 - Nei → Årsaker til det? Tror du dere hadde benyttet en lokal underleverandør om det var mulighet for det?

- RELASJONER

Er det noen form for samarbeid mellom festivalen og bedriften?

- *Finne ut om det er en relasjon mellom festivalen og bedriften f.eks. i form av markedsføring, sponsing, reklame, tilbud, kampanje osv.*
 - Ja → Hvilken form for samarbeid? Hvorfor samarbeider de med festivalen og har det hatt noen effekt for bedriften?
 - Nei → Hvorfor samarbeider dere ikke med festivalen? Har de vurdert et samarbeid?

- TILTAK

Hadde dere kampanje/tilbud under festivalen for å påvirke omsetningen?

- *Finne ut om bedriften har prøvd noen salgsfremmende tiltak under festivalen, i en eller annen form for å påvirke omsetningen.*
 - Ja
 - Hvilken form for kampanje hadde dere?
 - Fungerte den eller fungerte den ikke - Hvorfor?

- Hva kunne dere gjort annerledes med kampanjen, sett i ettertid? Vil de fortsette med kampanje de kommende årene?
 - Nei
 - Hvorfor hadde dere ikke kampanje? Årsaker til at dere ikke valgt kampanje?
 - Tror du at dere hatt fått en påvirkning på omsetningen om dere hadde hatt kampanje, eventuelt hvorfor ikke? Årsak?
- **PRISENDRING**

Endrer dere prisene under festivalen, i form av å øke/reducere prisen?

 - *Høre om det gjør noe med prisene under festivalen i en eller annen retning.*

Merk; gjelder mest overnatting & restauranter.

 - Ja → Hvorfor? Fungerer det?
 - Nei → Hvorfor ikke? Har de vurdert det?

Fase 4: Oppfølgingsspørsmål

Følge opp kommentarer på områder hvor en vil ha mer informasjon (notert noe spesielt ned) eller gå i dybden på områder hvor en har fått eller overraskende opplysninger.

Vedlegg 3 – Intervjuguide II: Førdefestivalen

Fase 1: Rammesetting - Uformell prat og informasjon om hensikt med intervjuet

- *Bakgrunn og formål* for denne samtalen;
Tre studenter som skal skrive en bacheloroppgave ved HiSF, der vi skal studere de økonomiske ringvirkningene av Førdefestivalen. Derfor ønsker vi å høre om deres erfaringer og opplevelser med Førdefestivalen.
- *Intervjuet skal brukes til* et forskningsprosjekt som ser på de lokale virkningene av å arrangere en festival.
- Avklare spørsmål rundt *anonymitet* og *taushetsplikt*;
Opplyse om taushetsplikt i forbindelse med intervjuet og forhøre om respondenten ønsker å være anonym. j.f. personopplysningsloven
- Vi ønsker å benytte *lydopptak* i intervjuet for å gjøre et så grundig og mest effektivt intervju som mulig: OK? jr. personopplysningsloven § 8.
 - Ja → start lydopptak; få med at respondenten samtykker i å bruke lydopptak i dette intervjuet
 - Nei → notere ned på ark
- Er det noe som er *uklart* eller har du *noen spørsmål* før vi begynner intervjuet?

Fase 2: Erfaringer - Overgangsspørsmål

- Be respondenten fortelle kort om seg selv og sin rolle i bedriften.
 - *Stilling (varighet), alder, osv.*
- Hvilken påvirkning tror du Førdefestivalen har for lokalsamfunnet i Førde og regionen?
Få fram intervjuobjektet sin mening om lokalsamfunnet blir påvirket av Førdefestivalen og i hvilken retning.

- *F.eks. føler lokalbefolkningen tilhørighet og stolthet til festivalen eller tar de avstand fra den, er det med på å sette Førde på Norgeskartet (synliggjøre seg som destinasjon) osv.*
 - Positiv, negativt eller ingen → hvorfor?
- Hvordan skiller Førdefestivalen i forhold til andre festivaler?
 - *F.eks. hvilke festivaldeltagere segmenterer de seg mot, samme deltagere som kommer igjen hvert år, hvordan skiller de seg ut osv.*
- Hvilken påvirkning tror du Førdefestivalen har for lokalsamfunnet i Førde og regionen?

Få fram intervjuobjektet sin mening om lokalsamfunnet blir påvirket av Førdefestivalen og i hvilken retning.

 - *F.eks. tror de at lokalbefolkningen føler sterkere tilhørighet og stolthet til Førde grunnet festivalen eller tar de avstand fra den, er det med på å sette Førde på Norgeskartet (synliggjøre seg som destinasjon) osv.*
 - Positiv, negativt eller ingen → hvorfor?

Fase 3: Fokusering - Nøkkelspørsmål

- SALG

Har dere opplevd noen påvirkning i omsetning under Førdefestivalen i forhold til tidligere år (utvikling).

 - *Få frem om festivalen har hatt noe endringer i omsetning*
 - Økt omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor?
 - Ingen forskjell i omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor?
 - Redusert omsetning: Mulige årsaker til det? Hvorfor? Tiltak for å få økt omsetning.
 - Har omsetningen/salg forandret seg ved at dere har fått flere arrangører steder
- FORDELING

Hvor stor andel av omsetningen er det som går ut av regionen, og hvor mye blir igjen i regionen lokalt?

- *Finne ut omlag hvor stor andel som blir igjen i regionen/Førde av bedriftens omsetning og hva er det som blir igjen; lønn, sponsorbidrag, overskudd?? osv.*
 - Liten del (<20 %) - årsaker til det?
 - Middels (20-50 %) - årsaker til det?
 - Stor del (> 50 %) - årsaker til det?
 - Ingen data... - Hvor mye tror ha blir igjen i regionen?

- **INNkjØP**

Kjøper dere inn varer eller tjenester fra lokale underleverandører?

- *Finne ut om de har noen lokale leverandører, og hvor stor del av leverandørene er lokale? Hvordan er mulighet til lokale leverandører for bedriften. Ønsker de å ha lokale leverandører osv. F.eks. er det lokal transportører i forbindelse med transport av varer osv.*
 - Ja → Er det snakk om en stor del av deres varekretsløp som baserer seg på lokale underleverandører? Omlag hvor stor del av innkjøpet er fra lokale leverandører?
 - Nei → Har dere muligheten til å kjøpe varer eller tjenester fra lokale underleverandører?
 - Ja → Hva er grunnen til at dere ikke handler hos de lokale underleverandørene?
 - Nei → Årsaker til det? Tror du dere hadde benyttet en lokal underleverandør om det var mulighet for det?

- **RELASJONER**

Er det noen form for samarbeid mellom festivalen og bedriften?

- *Finne ut om det er en relasjon mellom festivalen og bedriften f.eks. i form av markedsføring, sponsing, reklame, tilbud, kampanje osv.*
 - Ja → Hvilken form for samarbeid? Hvorfor samarbeider de med festivalen og har det hatt noen effekt for bedriften?
 - Nei → Hvorfor samarbeider dere ikke med festivalen? Har de vurdert et samarbeid?

- **TILTAK**

Hadde dere kampanje/tilbud under festivalen for å påvirke omsetningen?

- *Finne ut om bedriften har prøvd noen salgsfremmende tiltak under festivalen, i en eller annen form for å påvirke omsetningen.*
 - Ja
 - Hvilken form for kampanje hadde dere?
 - Fungerte den eller fungerte den ikke - Hvorfor?
 - Hva kunne dere gjort annerledes med kampanjen, sett i ettertid? Vil de fortsette med kampanje de kommende årene?
 - Nei
 - Hvorfor hadde dere ikke kampanje? Årsaker til at dere ikke valgt kampanje?
 - Tror du at dere hatt fått en påvirkning på omsetningen om dere hadde hatt kampanje, eventuelt hvorfor ikke? Årsak?

- **PRISENDRING**

Prisendringer i forhold til bilettene fra år til år.

 - *Høre om det har noen pakketilbud av billetter osv.*
 - Ja → Hvorfor? Fungerer det?
 - Nei → Hvorfor ikke? Har de vurdert det?

Fase 4: Oppfølgingsspørsmål

Følge opp kommentarer på områder hvor en vil ha mer informasjon (notert noe spesielt ned) eller gå i dybden på områder hvor en har fått eller overraskende opplysninger.

Vedlegg 4 – Oversikt over informanter

Bransje	Bedrift
Hotell og overnatting	Thon Hotell Førde Førde Vandrehjem Førde Gjestehus og Camping
Restaurant og kafé	Bambus Pikant Peppes Pizza Conditori Olefine Kronborg
Varehandel	Vinmonopolet Kappahl Apotek 1 Spar Coop Informant X Best
Innlandstransport	Førde Taxi Firda bilag AS
Annen tjenesteyting	Førdefestivalen
Ønsket ikke å stille til intervju / fikk ikke kontakt med	H & M Scandic Sunnfjord Hotel & Spa Spiseriet Førde Dolly Dimples Picasso Match Eurosko Jack & jones Glitter More Woman

	Rema 1000 Bunnpris Sport Outlet Nille Clas Ohlson Enklere liv SunKost Vita
--	---

Vedlegg 5 – Mail til bedrifter

From: Andreas <andreas.ueland94@gmail.com>

Subject: Intervju til bacheloroppgave

Date: 1 February 2016 at 14:29:27 GMT+1

To:

Hei,

Vi er en bachelorgruppe bestående av tre studenter i økonomi og administrasjon fra Høgskulen i Sogn og Fjordane som skal studere ringvirkninger av Førdefestivalen og skrive bacheloroppgave om dette. Vi vil derfor svært gjerne ta en prat med din bedrift for å høre om deres erfaringer.

Samtalen vil vare ca 15 minutt og vi håper at dere er villige til å sette av tid til dette. Av praktiske hensyn vil vi helst gjennomføre intervjuene 10 og 11 februar, men om disse datoene ikke passer, kan vi også finne et annet tidspunkt.

Vi ser frem til å høre fra dere.

Dersom dere har spørsmål, så ta gjerne kontakt.

Med vennlig hilsen/ Best Regards,

Andreas Ueland

Bachelorstudent / Undergraduate

Høgskulen i Sogn og Fjordane

Stedjeåsen 29-8, 6856, Sogndal

Mobile: +47 48 26 37 66

Email: Andreas.ueland94@gmail.com

Vedlegg 6 - Intervju: Informant 1

Forsker	Informant
Så er det greit for deg at jeg tar opp dette intervjuet på lydopptak?	<i>Ja, det er greit.</i>
Ja då kan vi bare starte litt sånn generelt, og hva dine erfaringer med Førde festivalen er, dine personlige erfaringer.	<i>Som bestyrer her?</i>
Nja mer sånn helt generelt.	<i>Nei, jeg har jo vært med en del då pleier alltid delta. Har deltatt som artist og som frivillig hjelper, ikke de siste årene. Jeg har mannen min er styremedlem så vi har jo deltatt på det vi ville, gått fritt på alle arrangement. Så vi har prøvd å få med oss mest mulig. Men det er jo ikke alltid jeg har fri da så. Men vi jobber jo da.</i>
Så du vil si for din del så er det positivt med Førde festivalen her i Førde?	<i>Ja. Det er det.</i>
Da litt kort om din rolle i bedriften, litt hvor lenge du har vært her.	<i>Jeg har vært bestyrer siden 20 april i fjor.</i>
Her i Apotek 1?	<i>Ja, før det så var jeg farmasøyt her, bestyrer betyr at jeg er vikar for apotekeren som har permisjon.</i>
Ja, og hvor lenge har du jobbet i bedriften?	<i>Fjorten og et halvt år.</i>
Så du har god erfaring med Førde festivalen og alt rundt dette?	<i>Ja.</i>
Da litt hvilken påvirkning du tror	<i>Nei, det skaper jo liv og røre. Det er jo mange</i>

<p>Førdefestivalen har på lokalsamfunnet her i Førde og regionen rundt?</p>	<p><i>som er engasjert, men det virker som det har dabbet litt dette her lokale engasjementet. De første årene var det alltid fullt på uteplasser, når det var festival så skulle alle ut liksom. Men det har jo blitt mindre av det sånn på hotellet og sånt. Ja det er jo mange som går på konserter, men det er nok ikke alle som er interessert det er det nok ikke.</i></p>
<p>Så du føler det har stagnert litt på en måte, det begynte veldig bra mange deltok og det var festligheter etter arrangementet, men nå har det stagnert litt? Men det er fortsatt stort folkeliv?</p>	<p><i>Det virker som det er vel så viktig for de tilreisende som for lokalbefolkningen.</i></p>
<p>Ja at det er mer viktig for de som er med på selve festivalen?</p>	<p><i>Ja altså, det er mange som er ihuga fans av folkemusikk og dans som kommer til reisende. Jeg har jo ikke helt oversikt over hvor mye lokalbefolkning som kjøper billetter til arrangementet. Men det har de jo gjort undersøkelser på. Men for oss som apotek, så var det kanskje litt mer hektisk før, litt mer trøkk under festivalen. Men vi prøver jo å ha litt ekstra bemanning her. Men det har ikke vært store rushet nå de siste åra, tror jeg vi kan si. Ikke sånn veldig merkbart, litt ekstra er det nok men ikke sånn kjempe</i></p>
<p>Så for dere som apotek så er det ikke store omveltningene fra når det er festival og ikke festival?</p>	<p><i>Nei det kan vi ikke si.</i></p>
<p>Litt inn på det med salg, om det er</p>	<p><i>Nei jeg tror ikke det er så veldig mye, det har jeg ikke studert så veldig. Men det er nok ikke så</i></p>

merkbar omsetningsøkning under festivalen i forhold til en normalperiode?	<i>veldig mye, litt er det kanskje men ikke så veldig mye.</i>
Litt på det med, dere er jo apotek 1 det er jo et stort apotek og litt sånn av den omsetningen dere får, hvor mye går til apotek 1 kjeden og hvor mye blir igjen i Førde i form av lønninger og overskudd og slik, har du en viss anelse?	<i>Der tror jeg ikke jeg skal bevie meg ut på noe svar på, for det vett jeg ikke.</i>
Så du har ikke noe data på det?	<i>Nei.</i>
Då er det litt med innkjøp og sånn, her er det vel sortimentet er vel likt på alle apotek 1.	<i>Ja.</i>
Men når det kommer til lokale tjenester og sånn, for eksempel når dere får inn varer bruker dere lokale transportører eller blir det benyttet eksterne?	<i>Ja altså varene kommer med, hvem som er her og leverer då? Schenker står det vel på bilen. Så det er jo for så vidt utkjøring i fra godset på Firda, så det er jo for så vidt lokalt med sånn godsbil fra Oslo.</i>
Ja så det går fra Oslo og kommer direkte til Førde da?	<i>Ja, men jeg tror ikke det er en godsbil som har bare apotek 1 varer. Jeg tror det er en det må jeg si jeg vett ikke helt heller.</i>
Men er det noen annen form for lokale tjenester dere benytter? Vaskebyrå et eller annet som er lokalt?	<i>Det hender jo, men vi har jo tilsatt vaskehjelp da. Men når hu har ferie eller er vekke så bruker vi lokalt vaskebyrå.</i>
Noen andre lokale tjenester dere bruker, ikke noe spesielt?	<i>Vi handler jo i butikkene i Førde og sånn, mye på spar og vi bruker jo når vi trenger noe så kjøper vi jo litt her i Førde, det gjør vi.</i>

<p>Da litt med relasjonene til Førde festivalen, om dere som apotek har noen direkte relasjoner med Førde festivalen med spesielle kampanjer tilbud eller noe sånn?</p>	<p><i>Nei vi har ikke det, jeg tror handelshuset har noe sånn festival tilbud som de pleier markedsføre. Vi henger oss av og til på det då at vi har litt sånn, men vi har jo en del faste kampanjer som går. Vi holder jo på å sette opp en ny en i dag. Ja ikke så veldig mye men kan hende vi setter opp litt plakater og sånn.</i></p>
<p>Så du øker kanskje markedsføringen litt, men sånn helt generelt så er det mer senteret som står for kampanjene så er direkte mot festivalen?</p>	<p><i>Ja egentlig tror jeg det.</i></p>
<p>Dere har ikke hatt noen form for markedsføring tidligere år? Der dere har prøvd å markedsføre direkte mot Førdefestivalen?</p>	<p><i>Nei det har vi ikke.</i></p>
<p>Tror du dette ville hatt noen påvirkning på salget deres om dere hadde gjort dette?</p>	<p><i>Hvis vi hadde inngått samarbeid med festivalen tenke du? Hvis vi på forhånd hadde markedsført i programhefte, noe spesielt til publikum?</i></p>
<p>Ja generelt tiltak, for eksempel en kampanje?</p>	<p><i>Nei vett ikke.</i></p>
<p>Du tror ikke det ville hatt noe spesiell effekt på omsetningen?</p>	<p><i>Nei jeg tror ikke det.</i></p>
<p>Helt til slutt litt hva som gjør at du ikke tror dette hadde hatt noen påvirkning, hvis dere hadde gått ut med kampanje under Førde festivalen hvilken årsak mener du dette ikke ville hatt noen påvirkning for salget deres?</p>	<p><i>Nei, jeg tenker at det var ikke så aktuelt å ta enn sånn kampanje. Men om vi hadde gjort det. Ja altså du vett jo aldri det kan jo hende vi hadde fått flere kunder innom som hadde benytta seg av det kampanje tilbudet dersom vi hadde gjort det, men det spørs jo hvordan vi hadde markedsført det da.</i></p>

<p>Da har jeg vært gjennom det jeg skulle være gjennom, så du får ha takk for intervjuet, du har ikke noe å tilføye?</p>	<p><i>Nei. Vi har ikke engasjert apoteket så veldig i festivalen sånn sett, vi føler heller ikke at det er naturlig, de varene vi har, jaja folk kommer jo innom om de trenger apotek varer. Vi selger jo en del varer som alle har bruk for sånn hudpleie og forskjellige ting. Og dersom været er spesielt sånn og sånn så er det klart solkrem og det men jeg vett jo aldri, det er jo et sånn lotteri med været. Så det er litt sånn vi har ikke tenkt det er noe spesielt å hente der.</i></p>

Vedlegg 7 – Intervju: Informant 2

Forsker	Informant
Vi trenger en bekreftelse på at du samtykker å bruke lydopptak på dette intervjuet.	<i>Ja!</i>
Hva er stillingen din og hvor lenge har du jobbet her?	<i>Jeg er eier på denne restauranten også dagligleder på en måte, også er jeg ansvarlig. Hvis det trenger kok i arbeidet. Hvis det mangler folk så jeg jobbe over alt for å si det sånn.</i>
Jobbet her mange år?	<i>Her i Førde i nesten 20 år.</i>
Du var med å starte opp denne restauranten?	<i>Jaja</i>
Har du vært på Førde Festivalen selv eller? Har du noe erfaringer med det?	<i>Ja, hvert litt, fordi festivaler er mye gjester på en måte. Vanligvis så er det fint vær ute, så vi har litt tid. Vi har vært en del i hvert fall.</i>
Syns det har vært positivt for Førde å ha en slik Festival?	<i>Jeg syns det. I sommer ikke sant, så det er veldig greit å få inn sånn program, slik folk kan komme til Førde. Også høre litt sånn forskjellig musikk</i>
Føler du det er positivt for bedriften?	<i>Ja, de siste to årene vi har begynt med ute servering, utenfor handelshuset. Vi griller mat eller noe sånt. Selv om det er fint vær så er det lite gjester inne. Men når vi er ute å griller mat, så er det selvfølgelig bra for våres bedrift.</i>

Er det et samarbeid med Førde festivalen der eller har du bare leid lokalet der borte?	<i>Det sånn med handelshuset at de som vil kan stå utenfor for festivalen. Fordi akkurat for torget og handelshuset er det mye folk for lang tid tilbake, ikke sant. De har lagd sånn mat og varer også. Så det er veldig bra, men er ikke så veldig mye med de. Men jeg lagde to paller med annonser til de. Har litt sånn.</i>
Så litt samarbeid med festivalen da?	<i>Ja</i>
Er det merkbart på omsetningen deres i perioden festivalen foregår?	<i>Ja, altså hvis det er dårlig vær så merker vi det ganske bra, men hvis det er fint vær, det ser ikke så veldig mye, det er på grunn av folk kjøper is eller noe sånt. Det er akkurat det samme som 17 mai, hvis det er fint vær der og, så kjøper folk pølser og litt sånn. De vil være ute istedenfor inne. Hvis det er dårlig vær så folk er inne.</i>
Siden du har jobbet her i 20 år, har du merket noe utvikling av festivalen? Den har vært her ganske mange år.	<i>For våres del så er vi opp hele tiden. Selvefølgelig så startet vi Kina restaurant på Førde hus, borte med hotellet. Nå har vi kommet til handelshuset og det er mye mer sentralt på en måte. Folk er veldig mye mer. Vi merket oppover.</i>
Har dere noen tilbud under festivalen?	<i>Ja, de siste to årene hadde vi sånn grill mat ute, ikke sant. For det vi tar ikke så mye i pris på en måte. EG tipper vi tar en spyd med kylling eller med biff. Da kan folk kjøpe tre</i>

	<i>spyd også har litt stekt ris på siden også. Da kan de sitte eller ta med seg. Det er veldig greit.</i>
Dere tilpasser dere til dem? Dere serverer vanligvis ikke grillspyd her inne?	<i>Ja. Nei ...</i>
Bruker dere lokale underleverandører?	<i>Det varierer litt, sånn som kjøtt, så kjøper jeg fra Vestlandet. Også kinesiske krydder og ting og tang kjøper jeg fra litt fra Oslo og litt fra Bergen. Så de to har import firma. Så generelt så meste kjøper jeg lokalt.</i>
Dere hadde litt samarbeid med Førde festivalen eller hadde dere ikke det?	<i>Vi har markedsført oss med de et par ganger. Fordi vi hadde et problem med folk som jobber her. Også noen år vi hadde for lite folk, så jeg annonserer noe. Fordi det er vanskelig å beholde folk her i Førde. Spesielt for kok, ja, hvis jeg har nok folk jeg må annonsere bedre for å få en bedre omsetning.</i>
Om sommeren så er det høy sesong, hadde det vært bedre for dere om festivalen var utenfor høy sesongen, for eksempel nå i Februar? Dere har kanskje mer pågang om sommeren enn dere har nå?	<i>Nei, fordi om sommeren så er det veldig mange på ferie, og har tid og fri på en måte, om februar syns folk det er kanskje for kaldt. Sånn sett så passer det fint på sommertid.</i>

Vedlegg 8 – Intervju: Informant 3

Forsker	Informant
Da er det greit for deg at jeg tar opp dette intervjuet?	<i>Det er det.</i>
Ja, da kan vi begynne litt sånn du forteller om din stilling, og hvor lenge du har holdt på i den bransjen?	<i>Jeg er butikksjef, heter Albert Kildheim. Jeg er litt frem og tilbake, men begynte her i seks og nitti så har holdt på i 20 år, i år. Døgnåpen stasjon, var døgnåpen fra 1997. Var vekke herifra fra 2002 til 2007, da jobba jeg for best kjeden, tilbake igjen her og har bygd om denne butikken fra Shell, til best. Har bare gått en vei, vi satser på hurtigmat. Bensinstasjon kaller vi det, men det er jo mer et gatekjøkken, eller hva det er bensinstasjon. Da når jeg overtok her i 2007 på nytt igjen så hadde vi en total butikkomsætning på cirka 8 millioner, og nå har vi en matomsætning på 8 millioner. Så vi har doblet butikkomsætningen på sju år.</i>
Da er den Førdekroa, det er på en måte med i?	<i>Nei det er ikke med, men vi eier også Førdekroa. Så det er Roy Solbakken som eier bensinstasjonen også Førdekroa 100%, på samme måte som han eier Thon Hotell Førde. Så Førdekroa står for omtrent samme totalomsætning som vi har matomsætning, men vi har jo da en butikkomsætning her på cirka 16 millioner. Tobakk er jo en veldig stor artikkel i lag med mat. Så vi selger mat og drikke for 8 millioner kroner så selger vi tobakk for mellom 4 og 5 millioner kroner. Så det er jo mye tobakk, mest snus i dag da.</i>

<p>Ja, det har falt av litt på røyken?</p>	<p><i>Ja.</i></p>
<p>Men sånn litt innpå det med festivalen da, dine personlige meninger og erfaringer rundt denne folkemusikkfestivalen?</p>	<p><i>Jeg har jo noe spesielt direkte noe imot festivalen, men har mer noe generelt opp imot all aktiviteter som trekker folk til Førde. Alle aktiviteter som trekker folk til Førde vil få ringvirkninger slik at en då får mer folk mer salg. Det er ganske naturlig. Førdefestivalen foregår jo over ganske mange dager. Slik at det er jo spesielt å sammenligne med en fest på hotell, at det er en kveld mens her har vi kanskje fra torsdag til søndag, der det er mer folk og mer folk mer salg.</i></p>
<p>Så det er mer for bedriften sin skyld du har interesse i Førdefestivalen enn for din eiendel?</p>	<p><i>Ja, jeg har vært heldig og via en samarbeidspartner nesten vært invitert med hvert eneste år på åpning av festival. Har jo hatt gleden av å se frikar, te å bli med på den festivalen. Og det er jo, som kultur så er det jo en opplevelse. Jeg har jo ikke brukt noe mer tid enn det på det en et par konserter. Men jeg synes jo det at det er jo en ting som Førde trenger, men om der er en ting som man trenger opp imot kostnaden det vil jo alltid bli et spørsmål. Da kan du begynne med kunstmuseet til seks og nitti millioner om vi trenger det opp imot kostnadene. Så det er mange ting her som det offentlige spyr ut penger på, som de spyr ut på en festival det synes jeg er greit altså.</i></p>
<p>Du snakker om at Førde har bruk for denne festivalen, da er neste spørsmål litt hvordan dine meininger om</p>	<p><i>Ja vi identifiserer oss etter hvert med denne festivalen, han er jo kjent for være en av de største festivalene i Norge, og det er</i></p>

<p>lokalsamfunnet trenger denne festivalen? Hvordan de oppfatter denne festivalen, lokalsamfunnet her i Førde?</p>	<p><i>Førdefestivalen. Jeg vil føle det som et tap dersom vi skulle miste an. Omdømmemessig er det jo noe som heter, og det er ikke bare kulturopplevelsen, men det blir markedsført langt utover landegrensene, og at det skjer noe. Det er klart at det er jo ikke så mye som skjer på Vestlandet og små vestlandsplasser at de tingene vi har som setter oss på kartet er viktige. Så det at en fest på hotellet, som jeg sa med vinterfest, det er jo ikke noe som markedsfører Førde, annet en i lokalen altså Førde, Florø, Svelgen og tettsteder rundt her. Men når du snakkes om Førde festivalen så setter det jo Førde på kartet for hele landet, og også utlandet.</i></p>
<p>Det kommer litt tilreisende og da?</p>	<p><i>Det er veldig mye, hotella er hvert fall stappfulle i perioden, og campingplassen. Jeg er ikke helt sikker på hvor mange rom totalt det er i Førde men jeg tror med Førde camping og pensjonat at vi snakker om bortimot 1000 rom. Det er klart at når alle de rommene blir fylt opp, og så har vi jo det her Air BNB så vi vett ikke hvor mye det er snakk om. Det har jo vært nå i det siste det har vært omsnakka, men det har jo eksistert lenge, så hvor mange rom de tilbyr til dette her det vett jeg ikke. Det går jo an å søke opp men har ikke formening om det.</i></p>
<p>Litt sånn mer spesifikk om dere som BEST butikk, merke dere noen forskjell i omsetningen under festivalen i forhold til en normalperiode?</p>	<p><i>Jeg har ikke tall på det, jeg har aldri tenkt på det, men det er så jeg sa all aktivitet skaper aktivitet. Så om vi har en normaluke her i butikken ligger på 300.000kr, festivaluken</i></p>

	<p>ligger vi nok tett innpå 400.000kr. Så det er nok en bortimot en 25% økning på den uken, men Førdefestivalen er jo ikke en hel uke, den er fra torsdag til søndag. Så helt klart som alle andre aktiviteter. Førde arrangerer jo fotballturneringer, Førde cup for eksempel så det kan være 2000 fotballspillere fra torsdag til søndag så skaper det minst like mye.</p>
<p>Så du mener ikke det er noen formidabel økning på grunn av festivalen?</p>	<p>Nei, det er ikke det. Jul altså julehelga med åpne hotell ei hel uke det er det beste, og mai med russen. Natt til 1.mai og natt til 17.mai det er typiske eksempel som kan bære med seg like mye på 1 døgn som Førdefestivalen gjør på en uke, nei 4 dager.</p>
<p>Da litt innpå litt sånn tiltak under festivalen, har dere noen form for kampanjer rabatter og sånn under Førde festivalen?</p>	<p>Nei, det gjør ikke vi. Vi driver på vår måte, det kan hende vi bemanner opp litt men ikke mye. Vi er jo døgnåpne som sakt og vi har jo 2 på jobb onsdag, fredag og lørdag. Og her putter vi nok på torsdagen og då, slik at vi har sammenhengende åpent med to stykk på jobb både torsdag fredag og lørdag. Men det er det eneste, for ellers er vi jo klar til å takle en omsetningsvekst på egentlig 100%. Fordi vi har jo det, som sakt innimellom allikevel, så vi tåler det.</p>
<p>Du har jo vært med i bransjen litt, dere har aldri prøvd noen kampanjer eller rabatter tidligere?</p>	<p>En kampanje er for meg. Vi kjører tunge kampanjer, for eksempel i desember alle som tanker for 200kr får et gavekort på 100kr på mat.</p>
<p>Så du mener det ikke hadde hatt noen</p>	<p>Du kan si, jeg starta en, hva skal jeg kalle det</p>

<p>effekt for dere, om dere hadde hatt noen spesiell markedsføring mot Førde festivalen?</p>	<p><i>da? Det ble en eviglang kampanje, det ble et prosjekt da i 2009, som jeg kalte for pluss 20%. Da var dette et tiltak som skulle øke omsetningen med 20% hvert år, og menyvelgeren er ene tiltaket, og vi har gjort flere typer slike tiltak, med gavekort og med oppsøkende til bedrifter og fortelle om produktene våre, og kom her og prøv menyvelgeren. Og den pluss 20% har fungert hvert år, så vi øker omsetningen med 20% og det er en formidabel økning i et minkende marked.</i></p>
<p>Men det er ikke på grunn, det er ingenting siktet mot Førde festivalen som er med på å øke omsetningen?</p>	<p><i>Nei, nei ingenting som er vektlagt mot det der, men vi gjør det jo da og.</i></p>
<p>Litt sånn på lokalkjøp og forhandling lokalt, dere som best kjede er det du som velger sortimentet eller er?</p>	<p><i>Nei, det er et kjedekontor som gjør det, og vi prøver jo å være lokale mot de stort sett. Men ikke alt vi har jo noen spesialiteter som er våre.</i></p>
<p>Men av sortimentet deres, så er flesteparten utenfor Førde regionen, det er ikke noe som handles i Førde?</p>	<p><i>Altså leverandørene?</i></p>
<p>Ja ...</p>	<p><i>Nei, alt av produkt er jo sånn som orka for eksempel som er vår største leverandør. Alt er kjøpt gjennom grossist i Bergen, og hvor de får varene vett jeg ikke, men mesteparten er fra det enorme Orkla konsernet. Det består seg jo i dag av både stabburet og Toro, og det er klart at det Orkla ikke har, det trenger vi jo ikke for den type drift vi har.</i></p>

<p>Litt sånn ikke varer men tjenester da, er det noen lokal form for tjenester, for eksempel vaskebyrå eller et eller annet sånn?</p>	<p><i>Fordi vi er døgnåpent bruker vi ikke vaskebyrå, men det er klart vi bruker jo, vi vasker jo mopper og matter det er jo BB gruppen, men det er jo Florø. Vi bruker alt av håndverkere, ventilasjon rørleggere og elektriker alt det er jo lokalt og det må jo være lokalt fordi vi må jo ha de kjapt på plass når det skjer noe. Men så har vi jo bilvaskmaskinen som bilen min står inni nå, som et firma i Bergen gir service på, så det er en god blanding. Men hadde det vært en forhandler i Førde serve meg på det så hadde jeg brukt det.</i></p>
<p>Vis det ikke hadde vært mye dyrere da?</p>	<p><i>Litt dyrere kan du leve med, fordi det er jo tilstedeværelsen.</i></p>
<p>Det du sier på en måte er hadde du hatt mer lokalt tilgjengelig, så hadde du og brukt det?</p>	<p><i>Jeg kunne brukt det vis vi hadde hatt en kjøttprodusent her i Førde, som kunne levert hamburgere til meg med tilsvarende kvalitet, veldig ofte er det bedre kvalitet når du får et spesialprodukt, så hadde jeg brukt det uten å tenkt meg om. Og det er, ser jo Coop er veldig flinke til det å bruke lokal gardsmat. De har eget utsalg på butikken som er gardsmat. Det bør vi bli flinkere til og, fordi lever jo for og av vårt distrikt. Og jo mer vi kan støtte det jo mer attraktivt vil det være å bo her, og jo flere arbeidsplasser vil det være. Så det er jo en selvforsterkende ting å handle lokalt. Det er det jo i alle sammenhenger uansett, så folk er jo veldig opp til seg selv nærest, ser bare på prisen.</i></p>

<p>Dere er jo en best kjede, så lurer jeg litt på hvor mye av den omsetningen dere har som går til kjeden?</p>	<p><i>Ingenting</i></p>
<p>Alt blir igjen her?</p>	<p><i>Alt blir igjen. Du kan si Best er en forhandler eid kjede av Roy Solbakken som jeg har nevnt nå som eier, han er også hovedaksjonær eller største aksjonær i Best kjeden. Han eier 17% der. De jobber jo for lavere betingelser spesielt. Det som de sparer på de lavere betingelsene beholder de i Best kjeden, alt det andre blir utbetalt til stasjonene.</i></p>
<p>En stor del av omsetningen deres den blir igjen her i Førde og forsvinner ikke?</p>	<p><i>Nei alt blir igjen</i></p>
<p>100%?</p>	<p><i>100%, du kan si bare ta et eksempel da. Det faktum at vi er større så klarer de få varene 5% billigere enn hva jeg hadde klart selv. Så beholder de kanskje 2% av de 5% til å drifte kjeden, og så får jeg de 3% som er igjen, de har da hjulpet til å styrke mine betingelser. Vis jeg sier jeg ikke vil være med på dette så vil jeg tape 3% fordi de tar bare av det de skaper selv. Ingenting annet. Så det er jo måten Best drifter på, de er jo ikke et oljeselskap vi kjøper jo drivstoff vår på samme måte som vi kjøper Coca cola. Så kjøper vi drivstoffet av Statoil. Så har vi en totalavtale med Statoil der vi har korttjeneste, priskrig og alt som har med drivstoff å gjøre kjøper vi</i></p>

	<p><i>hele tjenesten. Som egentlig bare går en vei de får være leverandør så tar vi all kostnad. Så de er jo egentlig perfekt.</i></p>
<p>Så da blir alt igjen i lokalsamfunnet?</p>	<p><i>Alt blir igjen i lokalsamfunnet. Å her er jo 140 Best stasjoner, og alle opplever det samme. Alle fikk forbedret økonomi etter de gikk inn i Best kjeden. Men selvfølgelig noen unntak, en to tre unntak vil de jo alltid være. Men det er jo ofte med driftsforhold, med Shell for eksempel fikk du driftshjelp, men nå må du drive selv. Jeg er jo veldig glad i å drive selv. Jeg ser på meg selv som en kreativ person og det er klart at det der å kunne få være kreativ i en egen butikk, den menyvelgeren for eksempel som jeg har utviklet selv. Så det er klart i en Shell, Esso eller Statoil så hadde du ikke fått lov til det.</i></p>
<p>Helt tilslutt så er det bare om dere har noen form for relasjoner med Førde festivalen, om det er noen form for samarbeid?</p>	<p><i>Ikke her, men vis du går til eier da. Så har han et visst samarbeid når det gjelder overnatting og noe. Men veldig mye ut av aktiviteter som blir skapt i Førde er veldig mye styrt av Scandic, så de er veldig tungt inne så det er der først. Men det er veldig ofte sånn at når det drypper på presten så drypper det på klokkeren. Og veldig ofte når det skjer noe så har ikke Scandic kapasitet og da trekker de så mye folk i sitt samarbeid at det også følger opp det andre. Så Scandic betaler nok en del for å være med på det der, mens Førde hotell de betaler ingenting. Men de e jo en samarbeidspartner i form av felles booking og</i></p>

	<i>ja tilgjengelighet da. Så vi høster uten å betale.</i>
Da har jeg fått svar på det jeg trenger svar på, dersom du ikke ønsker å tilføye noe?	<i>Jeg kan prate hele dagen så. (Demonstrasjon av bærepose triks) (Bensinstasjonenes evolusjon)</i>

Vedlegg 9 – Intervju: Informant 4

Forsker	Informant
Samtykker du til lydopptak?	<i>Ja</i>
Kan du fortelle om stillingen din og hvor lenge du har hatt den?	<i>Jeg har vært daglig leder her i, ja, ikke så lenge nå, men begynner å nærmer seg 6-7 år i hvert fall. Dette er en familie bedrift, så vi har ikke jobbet lengre enn det, enn de årene fjerde generasjon, som er 6-7 år siden. Så det er min bakgrunn her da.</i>
Har dere stor kjennskap eller erfaring med Førde festivalen?	<i>Ja, altså den har jo holdt på en stund og det er en festival som havner ganske bredt i Sogn og Fjordane. Føler vi i hvert fall. Det er mye aktivitet den veka de holder på. Og vi har vært både på konserter og tilstillinger rundt det og sponsor fester og sånne ting. Også leverer vi en del brød til. Det er en sånn frokost kvar lørdag i festivalen, der levere vi en del vare.</i>
Så dere har et form for samarbeid med festivalen?	<i>Ja, vi. Eg føler at dei er ganske aktivt med bruk av lokale virksomheter, både som sponsorer og. Ja. De spiller hverandre gode på en måte. Føler vi i hvert fall.</i>
Føler dokker at lokalsamfunnet får en stor påvirkning av dette her. Med tilhørighet til Førde?	<i>Ja, ring økonomien er ganske bredt. Vi får folk inn fra hele landet og hotell og camping er fulle. Det er mye folk som kjem, en kan si hva en vil om folkemusikk. Det er jo liksom ikke ungdommen en tar tak i, men meir litt eldre, men samtidig så kommer det folk fra hele landet. Som er ganske imponerende syns eg. Det er vel den eneste konserten som. Det er derfor eg sier at det en ganske bredt og, det gjelder selvsagt ikke bare Sogn og Fjordane, selvsagt er det mest av dem her, men og utfra fylket.</i>
Syns du dere merker en kraftig	<i>Tenker du sånn på bedriften vår tenker du?</i>

<p>påvirkning når det er festival eller når dere merker ...</p>	
<p>Ja?</p>	<p><i>Ja, for å si det sånn, det er en grunn til at vi sponser sånne prosjekter. Det er og fordi at vi ser. Vi har jo tre cafeer her i Førde. Sånn at det. Vi har jo. Vi henter inn en del der. Sånn for oss så er vi inne og sponser med varer og sånne ting, så tror vi at vi går vi i pluss på hele greien.</i></p>
<p>Fordi, dere har flere bakerier i sentrum?</p>	<p><i>Ja, vi har to i sentrum og et her oppe. Det er sånn at den går i sus og dus uten av vi merker noe som helst. Vi må trøkke på med varer og vi vet at det er mye folk i cafeene våre på de dagene det holder på. Så det ganske stor forskjell, også er det stor aktivitet. Absolutt, ting vi vil fortsette med.</i></p>
<p>Har du merket noe forskjeller, for eksempel fra år til år nå, har det vært noe positiv utvikling?</p>	<p><i>Vi har ikke gått helt ned i statistikk på de vekane. Det gjør vi ikke. Sommeren er liksom en død periode i generelt i byer. Det er mye ferier, i hvert fall som en så liten plass som dette her, så er det mange som reiser på ferie. Det er ikke fult så mange som kjem til i forhold til. Men akkurat ting som dette her, så vet vi, då er det mykje folk i Førde. Då er det naturlig, driften på, spesielt på spise stedet.</i></p>
<p>Den samarbeidsavtalen, har dere hatt den over lang tid?</p>	<p><i>Den har vi omtrent hatt siden starten, i forhold til den frokosten. Så leverer vi litt back stage og sånn små ting.</i></p>
<p>Har dere noen form for tilbud under festivalperioden Tilbud eller kampanjer?</p>	<p><i>Ja på caféene våre har vi kjørt sånne festival kake. Vi har ikke hatt ei spesifikk festival kake, men jeg vet de har vært de. Så det kan hende vi får tiden til. Så det tror jeg vi får til. Men vi har type kaffe og kake tilbud under festivalen, og kampanjer og ja.</i></p>

Er dere lokaleid?	<i>Vi er lokaleid ja.</i>
Så alle pengene blir igjen i Førde?	<i>Ja.</i>
Innkjøp og o.l. Pleier dere å få inn lokale varer inn til deres produkter?	<i>Tenker du på generell basis? Så ja det gjør vi. Der har jo Coop`en også blitt veldig bra. Men vi prøver oss, så sant det lar seg gjøre. Nå har vi akkurat «skeina opp» en ny kafe i Førde, og der prøver vi og. Ikke bare nødvendigvis lokale varer men og spesielle varer. Vi kjøper parmaskinke fra Italia, og litt sånne ting. Men på akkurat bakervarer og sånne ting, der er vi jo litt låst i sentrale avtaler i forhold til at vi er med i en bakerikjede. Sånn at de bestemmer mye av innkjøpet vårt. Noe styrer du selv på en måte, men vi får best priser ved å gå gjennom dem. Men sånn i forhold til caféen, så prøver vi Ofte hvert fall og finne lokale alternativ. Så er de ikke sikkert at alltid de blir det beste. Av det som blir brukt. Men jeg føler hvert fall, at generelt i området, at en har en lokal patriotisme igjen. Men alt dette der er jo mer eller mindre kjedestyrte nå ... Og de gjelder for veldig, veldig mange bedrifter sant? Hvor du har alle de store sentrale kjedene, som er låst til sitt system. Så der har jo vi en forse siden vi er lokaleid. Så stiller vi litt friere.</i>
Du nevnte noe om at dere hadde «dødtid» om sommeren. Justerer dere prisene eller bevarer dere prisene gjennom hele året?	<i>Nei vi har et ... På caféen våre så har vi litt mer fleksibilitet, en på dagligvarer der det er februar – juli. Det er de to vinduene du har. Så vi får ikke gjort noe med prisene. På kaféen så kanskje i forhold til festivalen og sånn, så har vi ofte to prisjusteringer i løpet av året. Men det er</i>

	<p><i>ikke slik at vi skrur opp prisen så lenge vi ikke vet at det er høgsesong. Vi må følge den generelle prisveksten i samfunnet, men vi justerer prisene en til to ganger i året.</i></p>
<p>Har du noe du ønsker å legge til som du ikke føler du har sagt?</p>	<p><i>Nei, jeg har bare positive ting å si om den. Det er veldig viktig for sånne mindre plasser og at, det finnes sånne alternativ. Både økonomisk i forhold til at det er alt ettersom, men og i forhold til befolkningen her. Som trenger gjerne litt sånn, som det finnes mer av i byene enn på landet.</i></p>
<p>Ja for du merker at det er en tilstrømming utenifra?</p>	<p><i>Ja, akkurat folkemusikkfestivalen er vel den festivalen i Sogn og Fjordane som er hente flest uten i fra fylket. Det er vanskelig å dra folk hit, akkurat til sånne ting. Det er mange som ferierer her og, og syns naturen er kjempefin og sånne ting. Akkurat ved festivaler så har du Mala koff, som er begynt å bli bra. Men det er jo også sånn lokal. Men jeg tror nok folkemusikkfestivalen er flaggskipet!</i></p>

Vedlegg 10 – Intervju: Informant 5

Forsker	Informant
Er det greit at jeg tar opptak av dette intervjuet?	<i>Det går helt fint.</i>
Da kan vi begynne sånn helt kort, der du forteller litt hvilke personlige oppfatninger du har av Førdefestivalen?	<p><i>Ja, altså Førdefestivalen. Coop vest som da har flere butikker i Førde, vi har Coop Extra her, med dagligvare og bakehandel og cafe, vi har en supermarked, mega i sentrum og vi har en klesbutikk i sentrum, og så har vi da Naustdal og en butikk men det er hovedsakelig i Førde.</i></p> <p><i>Min oppfatning av Førdefestivalen er jo en festival som har hatt en slik jeg oppfatter det en rivende utvikling i fra en relativt liten festival til å ha blitt en internasjonal festival i et stort omfang og det har etter hvert i våre øyne blitt en stor butikk. Vi var i en periode samarbeidspartner med Førdefestivalen, med å levere varer, det er vi per tid ikke. Så jeg tenker sånn, som en person som bur i Førde at Førdefestivalen er med å sette Førde på kartet, registrerer at når selve festivalen foregår så er det mange tilreisende til Førde, og det er mange og Førde folket trives med den typen festival, med fint vær så blir det litt sånn sydlandsk stemning i Førde. I tillegg så registrer jeg at de har en del aktiviteter ellers i året og, som blir litt mer anonyme i mine øyer. Men jeg forholder meg til den festivalen som er om sommeren så setter det Førde på</i></p>

	<i>kartet.</i>
Litt kort om din stilling i bedriften, og hvor lenge du har hatt denne?	<i>Ja, jeg er personalsjef i Coop Vest og den stillingen har jeg hatt siden 2012, og i i den stillingen ligger ansvaret for alle større samarbeidsprosjekt altså sponsoravtaler. Coop Vest er et samvirke lag som totalt sett har 86 butikker i Sogn og Fjordane og Søre Sunnmøre. Der som sakt at vi har noen butikker eller avdelinger knyttet direkte til Førde. Vi er totalt sett har vi en omsetning på 1,7 milliarder. Har cirka 900 tilsette, en 470 årsverk. I det Coop Extra Førde er faktisk Norges største Coop Extra målt i reine kroner i omsetning. Vi er vel i Førde er det opp under en 100 tilsette i Coop, så vi er en relativt stor bedrift i Førde.</i>
Du snakket om at for lokalsamfunnet var med å påvirket positivt og satte Førde på kartet, men vis du skal gå litt spesifikk inn for dere som bedrift. Merker dere noen forskjell i omsetning i denne perioden i forhold til en normalperiode?	<i>Førdefestivalen er nok en aktivitet som forhold til hovedsakelig vår del dagligvarer, så er nok det en av aktivitetene vi registrerer minst økning i omsetning, det har nok lite, eller relativt lite innslag på økning av omsetning i den perioden Førdefestivalen pågår. Vi kan ha det på cafeen her nede, at det er mer folk. Men den er relativt liten sånn sett, så vi ser ikke knyttet til vis det for eksempel er landsskytterstevne så er nok kundegruppen så folk i Førde handler der de handler uansett, så gjør at de kommer i festivalmodus, og de tilreisende bur gjerne på hotell og liknende der de ordner seg mat. I dagligvarebransjen er det ikke direkte økning av omsetningen, men det er mer det at det er masse liv i Førde som har</i>

	<i>andre og tredje runde konsekvenser positivt ment.</i>
Da litt som om fordeling, dere er jo en kjede i Coop. Av omsetningen deres her hvor mye går inn til kjeden, og hvor mye blir igjen i Førde i form av lønninger og den typen?	<i>Ja, ingenting går inn. Coop Vest som samvirkelag styrer ansatte, kostnader og inntekter 100% Vi har en kjedeavgift, men det er helt marginalt. Coop vest som samvirkelag er et enestående bedrift som har sine kostnader og inntekter. Så selv om vi tilhører, det er jo andre veien og der vi kan få stimuli fra kjeden i perioder. Så vi er en selvstendig bedrift for å si det sånn.</i>
Men Coop Vest hvor langt strekker denne seg?	<i>Det er som sagt hele sogn og Fjordane og til og med ullstadvik i nord. Samvirket i dale er fusjonert med Coop Vest. Så har vi samvirkelag på Skei som er et helt eget lag så sånn sett er konkurrent med oss innenfor Coop. Så utover Skei, så er alle samvirkelag i Sogn og Fjordane en del av Coop Vest.</i>
Så vis du skal ha en fordeling, så vil du si en større prosentandel av omsetningen så blir igjen her i Førde og regionen?	<i>En større del en?</i>
En som går inn til Coop?	<i>Ja ja, altså omsetningen på Coop i Førde forblir i laget Coop Vest i all hovedsak. Så har vi som sakt en marginal som går til sentralledet, fordi vi er en eget, ja selvstendig lag.</i>
Når det kommer til innkjøp og sånt da?	<i>Ja, vi er veldig. Vi har veldig fokus på</i>

Er det noen form for lokale samarbeidspartnere dere har på innkjøpsfronten?

lokalmat. I Det ligger det at vi handler innenfor noen rammer varer hos lokale leverandører. For vi ser at det er veldig viktig policy for oss at vi er med å bidrar til at det er lokale leverandører. For å si det sånn lokale leverandører skal være god på å produsere mat, så får vi ta oss av salget. Det blir ofte litt sånn utfordrende når du er god på å produsere øl eller foredle fisk eller vi har Lærdal mat, Lærdal grønt i Lærdal. De må produsere, så skal vi være med å. Så skal vi gjøre det vi er gode på, nemlig å selge på vegne av lokale leverandører. Så lokalmat er veldig sentralt for oss. Vi har en fantastisk, når du kjører forbi Byrkjelo så du forbi Bakerljoen for eksempel. Det er en lokalmatbutikk vi har der, som i tillegg er bakeri. Som produserer ulike bakervarer som vi då bruker i våre andre butikker i Coop. Blant annet her i Førde. Men det er klart at det er noe med de store leverandørene så er jo vi gjennom Coop forpliktet til å ta inn en del varer gjennom Coop systemet. Og det er jo det har jo klart med oppkjøp av ICA der ICA butikkene er en del av Coop har vi øket markedsandelene og det betyr at i innkjøp så får vi bedre betingelser i Coop enn når du har mindre markedsandeler. Så dette er en del av det, men i tillegg til det så er vi veldig opptatt av å selge lokalmat. I våre butikker lager vi egne lokalmat avdelinger, fordi ei pølse fra Kandal kjøtt for eksempel, det blir urettferdig dersom den skal ligge ved siden av en pølse som er

	<p><i>stor fabrikkert og i en helt annen prisklasse. Fordi det er en eksklusivitet knyttet til lokalmat, det er ei ordentlig vare. Jeg sier ikke at de andre ikke er ordentlige varer, men det er ulike typer varer. Og derfor er det viktig for oss at lokalmaten blir til side satt.</i></p>
<p>Litt sånn om relasjoner med Førdefestivalen, du sa dere hadde en relasjon med Førdefestivalen som dere nå har avbrutt, litt hvorfor denne ble avbrutt?</p>	<p><i>Nei det er rett og slett. Vi hadde ryddig og godt forhold og godt samarbeid men så er det sånn at vi må ta en som et lag i Sunnmøre og hele Sogn og Fjordane så er det viktig for oss, altså det er mange parameter vi skal forholde oss til. Vi skal være på ulike kulturarenaer, vi skal ulike fordelinger geografisk. Selv om hovedkontoret er i Førde, er det viktig at det ikke bare er Førde. Det er like viktig det som skjer i Steinvik eller i Sogndal for den saks skyld. Det ene er at vi følte at den verdien av den avtalen. Altså vår kostnad både i kroner og den jobben som lå hos oss, den svarte ikke til den «paybacken». Fordi vi er klar på. Det er utrolig viktig at festivalen er for Førde sin del, men i den direkte inn til vår dagligvarehandel så er det litt begrenset. Uavhengig av det så var det rett og slett verdien av det vi måtte betale for å være med som sponsor, det vurderte vi som for dyrt i forhold til det vi fikk igjen. Men det var en helt grei og ryddig samarbeid og profesjonelle i sin gjennomføring og oppfølging av sponsorer slik vi vurderer det.</i></p>
<p>Men det skapte ikke verdi for dere?</p>	<p><i>Nei ikke i forhold til det vi måtte betale. Det er nå engang slik at bunnlinja må være pluss.</i></p>

<p>Da litt om dere har noen spesielle tiltak under festivalen? I form av kampanjer noen rabatter eller ekstra markedsføring?</p>	<p>Nei ikke ekstra markedsføring. Men det er klart at vi gjennom hele året så sjeler jo vi til butikksjefen her nede og butikksjefen på Mega følger jo selvfølgelig med på det som skjer i lokalsamfunnet, og retter litt sånn aktivitetene og tilbudene den uka inn mot det som skjer. Men det er mer generelt, det er ikke spesielt Førdefestivalen. Det er mer sånn det er den type aktivitet så har vi litt trøkk. Når det er konkurranser på høsten og sånn Førde opp da har vi litt. Det er mer på det generelle. Det er viktig å kjenne Førde på pulsen, gjennom hele året. Så vi har ikke noe spesielt kampanjekjør rettet mot den festivalen.</p>
<p>Da er jeg vært gjennom det jeg trenger være gjennom, dersom du ikke ønsker å tilføye noe?</p>	<p><i>Nei, jeg kan jo snakke på inn og ut pust men det ja.</i></p>

Vedlegg 11 – Intervju: Informant 6

Forsker	Informant
Samtykker du å bruke lydopptak under dette intervjuet?	<i>Ja</i>
Da kan du starte med hva er din stilling og hvor lenge du har hatt den?	<i>Jeg er daglig leder i Firda Billag og Firda Billag buss. Jeg har vært her siden 2009.</i>
Har du noen generell erfaring med Førde festivalen, har du vært der selv?	<i>Jaja, har jo vært på festivalen og hører på musikken.</i>
Så det er positivt for Førde og renommé?	<i>Absolutt det er positivt, det er veldig kjekt.</i>
Føler du at det påvirker lokal samfunnet i en stor grad?	<i>Ja, det føler jeg, det er klart at Førdefestivalen, de dagene er der så er klart mye liv i Førde, det setter Førde på kartet. Stunden før så har det hver så mye blest så, ja det er noe som vi forventer hvert år, så i Juli kommer Førdefestivalen, så det er greit det.</i>
Hvordan syns du utviklingen for Førde festivalen har hvert?	<i>Jeg vet ikke, om jeg er helt sikker på. Jeg tror kanskje at forventningene ligger der og det er mange fine festivaler. Det er litt varierende, av og til syns jeg det er kjempe bra og andre tider synes jeg at, det har litt med hva man forventer. Der er jo litt smalt da. Det er jo ikke akkurat for folk flest nødvendigvis, det er det som gjør det sjarmerende</i>

	<i>og spesielt, men utviklingen tør jeg ikke å si. Den musikalske utviklingen kan jeg ikke uttale meg om. Men omsetningen og så har vært stor hele tiden.</i>
Du føler at det er et spredt tilskuertall?	<i>Ja det er bra tilskuertall, det er bra oppslutning. Jeg pleier å være på åpningskonserten og gallakonserten. De fyller opp Førdehuset, det er bra det. Så det er litt liv og rør, og mange folk.</i>
Har dere mange tilreisende, eller har du inntrykk av flere lokale?	<i>Det er en del tilreisende</i>
Så ikke så mye av lokal befolkningen?	<i>Jo, jeg vet ikke forhold mellom lokalt og tilreisende, jeg har ikke sånne statistikker på dette her, men jeg har inntrykk av en god del tilreisende.</i>
Hvordan har festivalen hatt en påvirkning på din bedrift?	<i>Det er jo, som jeg har sagt til deg når du tok kontakt, så er det ikke så veldig. Det er klart at vi får noe mer trafikk, vi kjører jo flybussen så masse av artistene kommer gjerne med flyet og da kjører vi de frem og tilbake. Vi har en god del kjøring under selve festivalen. Det er massevis av kjøring til arrangementer rundt omkring. Da kjører vi publikum og artister rundt, så vi får jo en ekstra aktivitet og det er klart det er jo positivt for oss.</i>
Festivalen har jo blitt spredt rundt omkring i de siste, kjører dere til Florø?	<i>Ja da, vi kjører jo rundt til de enkelte arenaene.</i>
Generelt hele Sogn og Fjordane da...Til Høyanger og Skei?	<i>Ja da, det er klart at det er ikke avgjørende for oss om vi har festival heller ikke, det ikke sann at, tror</i>

	<i>ikke vi ser så mye igjen på sistelinja sånn sett, men vi er jo med å bidrar på en positiv måte og er en del av felleskapet, som får ting til å fungere. Det er klart at det er kjekt å se bussene våre arbeide.</i>
Så dere har en samarbeidsavtale med Førde festivalen?	<i>Ja, vi har samarbeidsavtale med Førde festivalen, det har vi hatt i mange år.</i>
Da får dere et vis beløp?	<i>Vi får jo litt positiv omtale og billetter og litt sånn greier så får de litt gunstige betingelser ved samarbeidet. Dette er et samarbeid vi har hatt i mange år da.</i>
Så du føler ikke at det har hatt en påvirkning på omsetningen dere under den perioden?	<i>Vi har jo en relativ stor omsetning. I buss selskapet så har vi 260 millioner, her snakker vi marginalt sånn sett, sånn at vi ser det igjen på omsetning talla, det gjør vi ikke. Men vi ser det igjen i den forstand at sjåførene våre er med og vi bidrar til et stor sak som skjer i området vi er med og hjelper til og med å bidra. Det er positivt. Om det har noe stor økonomisk betydning for kan vi ikke si. Det er ikke på den siden, det er mer med det å bidra på en positiv måte i noe som er viktig for lokal samfunnet.</i>
Hvis det, Førdefestivalen ikke hadde vært, en vanlig uke, så hadde dere hatt samme omsetning da?	<i>Nei, vi ville hatt mindre kjøring, men du må se det i det totale, vi er relativ store, så om vi kjører noe turer ekstra så er det ikke så veldig avgjørende for oss. Men for al det så er det positiv, men kan ikke prøve på å gjøre det om, uten Førdefestivalen så hadde vi hatt et meget dårligere resultat. Det er ikke sånn, men det er en del det å være leverandør av transport tjenester. Vi er med på mange andre arrangement også. Vi prøver å ha de positive</i>

	<i>brillene på oss. Det syns jeg er viktig.</i>
Men gir dere dem noen form for kampanje?	<i>Når det gjelder måten vi samarbeider så får de noen gunstige priser også får de et beløp som de får, også så får vi sponsorer og billetter og sånn snadder. Dette jo greit altså, men det er ikke. Jeg sa det til deg, at dere ikke måtte komme her med store forventinger om Firda billag at festivalen betyr mye for oss. Det er ikke riktig, men den er der, for er dette veldig positivt veldig greit, men i økonomisk sammenheng så betyr det ikke særlig mye, såpass ærlig må jeg være. Men det er klart at vi får en del. Vi har jo expressbusser, vi har jo tre avgang tur/retur til Oslo hver dag, vi har fem avganger til Bergen tur/retur hver dag, så vi får en del folk igjennom det og. Det er ikke helt uten betydning, men det å måle det i kr, har jeg problemer med. Vi har ikke statistikker som ser på at vi har en voldsom løft rett før festivalen. Det kan jeg ikke si.</i>
Men dere setter ikke opp noen ekstra busser?	<i>Nei, ikke hvis det ikke er behov for det. Det eneste er vel at det kan være på en del flyavganger, men flyet tar ikke stort mer enn en buss, så det går forså vidt greit, men vi har ekstra busser når vi for eksempel har arrangement på Vorskog eller i Flør eller hvor det skjer noe. Da setter vi opp ekstra busser. Det kan jo være en del. Det er jo kjøring, så kommer man tilbake seint på natt, så det kan være krevende, så kan jo være greit. Jeg må vel si at vi er en mer bidrags yter som er med å bidra, til viktig lokal kultur sak, og det føler vi er viktig, at vi er med.</i>
Siden festivalen er et smalt	<i>På Eid så har vi jo den Malakoff. Vi kjører jo der</i>

<p>segment, hvis det hadde vært en annen festivalen, vil du tro at omsetningen ville ha hatt en annen påvirkning?</p>	<p><i>og. Det er klart at det er en oppsving. Alle disse festivalene, alle slags arrangementer er positivt for området og da er det positivt for oss at vi er med å bidra til å få folk inn og ut av området. Men hvor mange ekstra billetter vi selger på grunn av det. Det har jeg ikke noe tall på, jeg har heller ikke noe registrering på det. Det tør jeg ikke å si. Det er positivt om det har vært en festival her i Førde som hadde dratt flere folk, så hadde vi selvfølgelig mer kjøring, men det vet jeg ikke. Vi har en del festivaler, det nå sånne skikkelige fylla festivaler, det er jeg glad for at vi ikke har. Det syns jeg ikke noe ting om. Jeg vet ikke. Tror vi skal passe på det vi har og utvikle det vi har og ikke tenke på hva vi ikke har. Det tror jeg armende seg ut. Det de har fått til med Førdefestivalen syns jeg er veldig bra og hvis de kunne fått til en festival i august så er det kjempe bra det eller i juli. De har prøvd. Det er litt andre arrangement her i løpet av et år.</i></p>
<p>Det at det ligger i høysesongen, hvis det hadde ligget utenfor sesongen, for eksempel nå, Februar, på grunn av dere har ganske god dekning på sommeren uansett?</p>	<p><i>Det er mye bedre for oss å ha det på sommeren, så har vi ledig kapasitet. Det er fordi vi at en stor del av kjøringen vår ut i distriktene er jo skole kjøring. Om sommeren så har skolene fri. Sjåførene våre har jo fri, men det er mange som ikke har fri. Dette er kjøring som vi har kapasitet til. Vi driver veldig mye tur kjøring i sommer perioden, først og fremst på grunn av skolene har fri. Da kjører vi turer fra slutten av April til slutten av September. Da er det stor tur aktivitet. Det er stor kapasitet økning i de månedene. Nå kjører de jo vanlig rute, vanlig rute kjøring og express kjøring. Nå er jo tur kjøring forbi. Så tidspunktet er helt greit.</i></p>

<p>Er det lokalt eid eller er dere en del av et konsern?</p>	<p><i>Firda billag er lokalt eid, men buss selskapet er eid 50 % av Firda Billag og 50 % av Norgesbuss. Norgesbuss er en del av torggaten.</i></p>
<p>Hvor mye av omsetningen eller utbyttet som går til konsernet eller blir igjen her?</p>	<p><i>Det er 50 50 det. Vi eier 50 og det er sånn det er. Hvis vi har utbytte så betaler vi, hvis ikke så er det greit. Vi har en god egenkapital og en god finansiell situasjon.</i></p>
<p>Så dere skatter til Førde kommune?</p>	<p><i>Ja, hovedkontoret vårt er jo i Førde. Firda billag driver jo med buss og. Vi har da vært her siden 1920 da. Den som eier Firda billag er et kommunalt aksjeselskap. Dette er organisasjons kartet våres. Her er mora, så har vi et bil utleie selskap med 120 biler, et reisebyrå selskap som er en del av Trenda Net, så har vi et gods selskap som er en del av Transferd. Det eier SRB. Så har vi på møre et anlegg selskap også har vi et verksted som heter Trucknor. Der samarbeider vi med Volvo også har da buss selskapet våres. Du kan se en stiplet linje, på grunn av det ikke er en del av konsernet våres, men del av gruppen vår. Det røde rundt er Firda billag og har samme administrasjon og det der. Men de er juridisk sett en del av konsernet, men torggaten eller Norgebuss eier 50 % av dette her. Vi hadde en omsetning på 644 mil i 2014 og 540 ansatte. De røde tallene er det vi har i år, men det kommer til å bli rundt 650 mil i år. Men neste år blir det en del revisjon, på grunn av vi selger avdelingen våre transferd i Ålesund. Dette kan dere ta hvis dere vil ha. Hva slags skole er det dere går på da?</i></p>

Høyskolen i Sogndal ...	<i>Å ja, da er dere litt lokalt kjente da, men dere ikke fra sogn.</i>
Det er riktig ...	<i>Hva syns dere om sogn da?</i>
Vi er veldig fornøyd med det da. Super plass det	<i>Sogndal er en svær skole plass det.</i>
Det er jo litt her også?	<i>Ja da vi har jo sykepleier og ingeniør høyskolen. Så vi har litt.</i>
Har dere noe form for underleverandører?	<i>Ja, vi leiere inn drosjer. Drosje næringen er veldig glad for at vi leier de inn. Hvis du har to elever som går på en skole 2 km unna, så kan vi ikke vi stille opp med en buss. Da leier vi de inn. Vi bruker mange million kr på drosje næringen. Slik at vi leier de. Vi har jo masse vis av underleverandører i den forstand at. Vi har jo en stor omsetning på 644 millioner så vi kjøper inn tjenester for mange millioner. Vi kjøper mye verksted tjenester og mye diesel.</i>
Mye lokalt da eller?	<i>Ja, verkstedtjenestene, en stor del så kjøper vi fra våre eget datterselskap der, hvor vi eier 50 % av. Men vi kjøper av verksted både i Sunnfjord og Nordfjord. Vi kjører ikke i Sogn da. Der kjører nettbuss. Det skal på anbud i disse dager. Sånn er det når disse buss områdene blir lagt ut på anbud så det kan komme nye, operatører. Dette anbudet i Sunnfjord var jo vårt, men det tok vi igjen da, men i Nordfjord så var de nettbuss som kjørte, og vi vant det anbudet for 2 år siden.</i>
Hvor lenge varer disse avtalene?	<i>De varer i 8 pluss 1 pluss 1. Det vil si at det varer i</i>

	<p>8 år, så har fylket en ensidig rett til opsjon på 1 pluss 1 år. Hvis vi gjør jobben vår så har vi de i 10 år. Det er store anbud, sånn som i sundfjord, så måtte vi har 137 nye busser for å løse oppgaven våres. Da måtte vi kjøpe 102 nye busser, fordi, miljø og universale utfordringer. Det gamle bussen kan vi ikke bruker i nytt anbud. Nå har vi mye gammelt materielle og må skiftet ut. Det står ikke så mange her nå. Så vi får investering der og med samband på det anbudet på 125 millioner for å kjøpe nytt materiell.</p>
<p>Har dere kjøpt fra Stavanger eller? Siden det står Cosmos på bussen ...</p>	<p>Nei, du tenker på Columbus. Nei, Cosmos, det er et selskap i Sveits. Selskap som arrangerer buss reiser. Vi har et samarbeid med dem i over 40 år. Vi kjører de på sommerstid. Vi kjører i Baltikum, vi kjører i Saint Petersburg, Finland, Nord Kap og sånne rundt turer da. I fjor så hadde vi 50 turer fra April til Oktober. Det har vært litt sånn greit, det er jo fordi vi har ledig kapasitet den måneden. Derfor står det Cosmos på busse. Vi har ikke omprofilert den. Ser litt fint. Den Kringom bussen der er slik bussene i Sogn og Fjordane kommer til å se ut. De som går i rute. Det er Sogn og Fjordanes fylke sitt markeds navn på politikk trafikken, sånn som Columbus i Stavanger, Skyss i Hordaland, Kringom, Møre og Romsdal så er det Fram. Så de styrer på disse her.</p>
<p>Billett prisene blir ikke de samme under festivalene, sånn det er til vanlig, er de kjøpt igjennom festivalen eller?</p>	<p>De får det på turer vet du, en ting er billett prisene, sånn som flybussene, så er det turbusser, når det bestiller en tur buss for eksempel og kjører ekstra, så har vi avtalt pris. Det er en del av samarbeids modellen vi har. Det er spesielle priser på det da.</p>

	<i>Men vi kjører også på kveldstider også. Det er jo ikke vanlig rutekjøringer, det er avtalte priser. Folk løser ikke inn billetter.</i>
Det er fordi de har betalt til festivalen?	<i>De betaler og får de. Det er sånn vi pleier å ha det. For å være helt ærlig så er det forskjellige løsninger på dette her. Men i utgangspunktet så får festivalen en pris fra oss på x antall busser tur/retur og det koster dem x antall tusen kr.</i>
Har du noen opplysninger du vil komme med?	<i>Nei, jeg vet ikke, jeg har ikke så mye festival, men som sagt, Det er ikke noe stor sak for oss rent kommersielt, men vi syns det er veldig greit at vi har Førde festivalen, sånn er det. Litt renomme til å bidra til å få det til.</i>

Vedlegg 12 – Intervju: Informant 7

Forsker	Informant
Da samtykker du i å bruke lydopptak i dette intervjuet?	<i>Jepp, det går fint.</i>
Hva er din stilling her, og hvor lenge har du hatt den?	<i>Jeg er daglig leder her, og har hatt den jobben siden 2008 blir det.</i>
Hva er din erfaring innen stillingen?	<i>Veldig interessant jobb. Du kan si i fra å jobbe i elektrobransjen der vi hadde et ABC-marked, så har vi nå heile jordklode som marked. Det er ingen begrensninger.</i>
Dette er jo mer under utdanningen din da? (International Marketing)	<i>Ja, egentlig så har jeg bakgrunn fra byggebransjen. Der jeg jobbet tidligere. Og så hoppet eg av det, og tok etterutdanning.</i>
Har du vært i Førde lenge?	<i>Kom hit i `83.</i>
Hva er din kjennskap til Førdefestivalen. Generelt ... Hva du kan eller dine erfaringer, positivt eller negativt?	<i>Positivt. Til all aktivitet som kan generere trafikk. Førdefestivalen her jo vist seg å sinisje ikke sant? Å være da en festival med musikk som er ikke er på VG-lista for å si det sånt. Litt smalere segment. Men absolutt har sitt publikum, det vi ofte opplever her er at vi får internasjonalt store artister. Store i sitt heimland/region. Men som ikke når opp i dei, popverden kan du si. Så kvaliteten på artistene har jo vært veldig bra. Og erfaringene vi har er bare positive.</i>

<p>Har dere noen relasjoner eller samarbeidsavtale med de?</p>	<p><i>Ikke særlig stor. Vi skulle gjerne ønsket at den var større. Vi er samarbeidspartnere i dag. Med at vi besørge en del overnatting i fra de. I år, kommende festival, så skal vi ha en festival camp her for å huse de frivillige. En seksjon her på campingplassen. Mye ungdommer som synes dette er interessant. Så det ...</i></p>
<p>Er det noen artister som sover over her? Eller ...</p>	<p><i>Veldig lite. Ja, ja. Vi opplever det at festivalen har knyttet seg sterk mot hotellet her nede, mot Scandic Sunnfjord. Og det gjør jo at all overnatting som de har blir gjennomført der ...</i></p>
<p>Men hvordan er det med frivillige og sånn. Da for dere betalt av festivalen da eller ...?</p>	<p><i>Ja, dei frivillige er vel meir dugnad, de får ikkje betalt i det hele. De får kanskje et festivalpass vis de ønsker å delta på konserter ...</i></p>
<p>Jo, men jeg tenkte mer på dere får betalt?</p>	<p><i>Nei, vi får ikke sånt. Det gjør vi ikke.</i></p>
<p>Så da gjør dere litt dugnad dere og da, for Førdefestivalen ved å romme de frivillige.</p>	<p><i>Ja du kan si, det hender at vi har annonser og kampanjer i dere blad og sånne ting. Så vi kan få fatt i en billett til en konsert, det kan skje, men ikke vanlig med det. Slik jeg vet. Nei, så sånn sett får vi lite igjen for dei på det personlige planet for dei ansatte her. Men det er klart vi får jo flere gjester og det er jo det viktigste.</i></p>

<p>Og ryktet også, det er jo positivt å ...</p>	<p><i>Ja da, det er en fordel. Så vi har veldig mange av de som bor her, dem bestiller lang tid i forveien også når de reiser bestiller dem for neste år igjen. Så det kommer igjen år etter år.</i></p>
<p>Ja så det er faste gjester?</p>	<p><i>Ja, ja veldig vanlig med faste gjester her, og på festival.</i></p>
<p>Så du føler at Førdefestivalen har litt/veldig mye å si for dei bedrift innenfor den sesongen, eller hadde du klart å få dem samme gjestene uansett?</p>	<p><i>Ja, dette er ikke helt enkelt rett fram, men for å illustrere litt så er det slik at på den tiden som festivalen er, dette er jo i juli sant? Ferietid! Da har vi kanskje 85 % belegg, likevel. Så det vi klarer å få her er 15 %. Så hvor stor betydning det har økonomisk, det er marginalt. I forhold til booking sånn sett. Men nå skal vi jo være ærlig å si at all aktivitet er jo positivt. Det som vi helst skulle ønske å se, vis vi tenker rent kommersielt fra vår side. Det er jo aktivitet gjennom et helt år. Hver helg. Slik alt, da er det den helga og den helga er det et eller annet som skjer. Så det er liksom det optimale. Men sånn er ikke Førde skrudd sammen enda, at det ikke er noe fenomen. Men etter hvert har vi fått sommerfesten, festivalen som vi er inne på her, vi har fått Førde-Opp, og vi har mye samarbeid med Røde Kors, som har en to til tre samlinger her i året. Vi har og redningshundene som vi har her fast, og dette er jo organisasjoner som vi også sponser. For det er egentlig ganske utrolig. Folk er kanskje ikke klar over det, men disse</i></p>

	<p><i>folka her dei jobber gratis, for å finne deg og meg vis vi roter oss bort i fjellet. Eller har behov for å bli funnen av en hund f.eks. Og de fleste av det blir ofte trekk i lønn vis de må forlate arbeidsplassen sin, når de reiser i fra jobb. Det er alt for lite fokus på det. Syns jeg nesten er en skandale, men sånn er det jo.. Det blir jo en annen sak.</i></p>
<p>Men jeg tenker å det å ha Førdefestivalen, det skaper jo litt blest om Førde, så tror du mange som kommer her utenom festivalen, kan komme hit pga. Førdefestivalen?</p>	<p><i>Det tror jeg. Det tror jeg nok er riktig at Førde blir mer kjent som reisemål. Og at det profilerer Førde på en positivt måte, og at det i sin tur generer trafikk, sekundært kan du si og ikke primært av festivalen.</i></p>
<p>Men merker du mer at det er norske folk, eller kommer det internasjonale folk også?</p>	<p><i>Ikke målbare tall på det. Det klarer vi ikke å finne ut av, men ... Fordi dei fleste av disse festival artistene, kommer fra relativt fjernliggende områder og kanskje også dårlig økonomisk stilte områder. Slik at truisme i fra de landene der til Norge er lite relevant. Men det er klart vi har jo noen artister som kommer, mer nært, Sverige, Finland, Danmark, Tyskland, Sveits osv. Som er mer sannsynlige hit. Men veldig mange av artistene er jo fra Afrika, Latin-Amerika, Asia osv. Der er det nok mindre sjans for folk å hente ut noen.</i></p>
<p>Men optimalt da, så kan det hende du ville ha hatt Førdefestivalen utenfor sesong da. For vanligvis i sesong, så sier jo du at du har 85 % belegg. Så det mest</p>	<p><i>Ja du kan godt si det sånn at vis nå ... Ja la oss nå si at de kom her i November for eksempel og det hadde vært en Førdefestival da, så ville vi kanskje hatt en booking på 50</i></p>

<p>optimale hadde vært å hatt festivalen utenfor sommerferien?</p>	<p><i>%, så da ville vi fått et tillegg på 50 %. Da hadde den jo hatt større betydning, men nå jobber vi jo også hardt for også fylle opp «skulder-sesongene», slik at nå er vi jo gjerne 60-65 % der også, slik at vi da jobber på nærings sida, ikke sant? Slik med firmaer og den type ting som skal bo hos oss når de er på oppdrag i Førde likevel.</i></p>
<p>Er dette lokaleid sant? Eller er det konsern?</p>	<p><i>Nei det er lokaleid. Det er rett og slett en ... Kort fortelt så er historien bak campingplassen slik at fram til 1983, så var det en bite liten campingplass i sentrum som vart drevet av idrettslaget. Og det var sånn på dugnad for å si det sånn. Og det var ikke særlig profitabelt for dem. Så fikk dem en flom i 1983. Og de skada hyttene, og dem hadde ikke forsikring ... slik at det ikke vart noen dekning der. Så det vart slik at dei rett og sett sa, okay hyttene er ødelagt, vi har ikkje forsikring, me bare avvikler hele denne driften her for det er ikke interessant økonomisk. Så da var Førde uten campingplass i fra 1983 til 1992. Da en bonde her oppe, som heiter Bjørn Olsen Bruland. Han fikk da en diagnose MS, tenkte at okay for å kunne drive garden videre så vil jeg slite. Her ikke helse til det. Kanskje jeg kan drive med campingplass? Så han søkte om å omregulere dette området her til, i fra jordbruksformål til campingformål. Og starta da campingplassen i 1992. Denne sjukdommen hans utviklet seg mye raskere</i></p>

	<p><i>og verre enn det han hadde forventet seg ... så relativt kort tid etter at campingplassen ble etablert så ble han invalid. Han kunne ikke delta i arbeidet på campingplassen. Og han fikk da sine søskenbarn, Hans Bruland til å ta over sine aksjer og en aksjepost til som var såpass stor at han fikk da ca. 80 % av aksjene her på campingplassen. Så er det en del småaksjonærer som har noen prosenter i aksjer. Sist år kjøpt jeg meg opp med en aksjepost her, slik at nå har jeg også en aksjepost på rundt 8 % på campingplassen. Så den er lokaleid, og har en lokal forankring. Og du kan godt si at det er den eneste overnattingsplassen i Førde som har det ved siden av Førde Pensjonat ... Den som er oppe i lia, før turistheimen.</i></p>
<p>Siden allerede har lokalt, har liksom innkjøp av lokale leverandører og eller? Lokale underleverandører ...</p>	<p><i>Ja, ja riktig. Vi bruker jo helt klart lokalt næringsliv her når vi kan. Vi kjøper utstyr og tilbehør til campingplassen. Og vi bruker også et lokal vaskeri her, ute i Florø som er vår vaskeri og leverandør av vasketøy. Men dette er kontrakter som går, som blir innforhandlet hvert tredje år sant? Og da er det jo den beste som vinner. Men akkurat per øyeblikk så er det jo slik at det Bebe-gruppene som dem kaller seg ute i Florø som har kontakt med oss. Og de fleste hotellene her i Førde.</i></p>
<p>Ja, for det er prisen det går på? Hvert tredje år, eller ønsker dere å ha mest</p>	<p><i>Jo, vi legger jo det som et positivt. For fire år siden ble vi sertifisert som et miljøfyrtårn</i></p>

<p>lokale underleverandører?</p>	<p><i>bedrift. Der er jo det at vi også intensiverte arbeidet for også gjøre vår Karon avtrykk mindre. Og det går på, etterisolering av bygningene, slik at vi får ned strømforbruket, det går på å bruke mindre giftstoffer bruk, redusere såpebruk, det går med på å redusere søppel i den grad vi klarer det. Det er ikke så lett. Fordi det er jo det at hyttene, er jo basert på selvhushold ikke sant? Og da er det jo sånn at hva folk velger å ha på maten det ikke opp til oss, men vi har gjort et tiltak da. Det er jo å ha fraksjonert ut, det vi kaller pantbart gods. Da tenker vi på ølbokser, brusflasker osv. Ved å ta det ut, så får vi ned boss mengden litt. Også har vi fått to Plan barn. Altså alle pengene vi får fra pant, den bruker vi da på Plan. Så da har vi to jenter i fra Filipinene som vi gir en trygg oppvekst.</i></p>
<p>Det er bra! Jeg tenker på mat og sånn. Kjøper dere det lokalt eller er det mest ...</p>	<p><i>Ja, det er jo slik at når vi har selskaper og sånt ... for det er jo en del av produktene våre, at vi har leige ut lokalene våre. Så da chatrin vi fra Førdehuset, Sunnfjord cafe. Så dem er jo store på catering.</i></p>
<p>Har dere noen sånne selskaper under festivalen?</p>	<p><i>Ikke per i dag. Det er vi ikke, nei. Men der er jo slik at jeg skal på et møte rett etterpå nå, etter dere, så skal jeg på et møte med kommunen. For vi får graveløyve til et nytt bygg på andre side nå, i løpet av en ukes tid. Vis alt klaffer, og da vil vi startet et ... bygge et selskapslokalet og kurs/konferanse lokalet.</i></p>

	<p><i>Som skal stå ferdig til sommeren håper vi på ... og da vil jo det være mer aktuelt. Og tiltrekke seg konserter og arrangement i forbindelse med festivalen. Da får vi en plass med ca. 160 sitteplasser.</i></p>
<p>Ja, det er muligheter der ...</p>	<p><i>Ja da, det er ikke så langt unna tidsmessig.</i></p>
<p>Du snakket litt om kampanje i stedet, når dere er i brosjyrene til Førdefestivalen. Har dere noen andre former for kampanjer også? Eller ... Markedsføring?</p>	<p><i>Nei vi, bruker stort sett hjemmesiden vår som et medium for å nå kundene, også er vi jo medlemmer i en del europeiske organisasjoner. Axin, Nedcamp osv. altså det er ... nå husker jeg ikke navnet å alle. Men en tre-fire stykker. Dem utgir jo brosjyrer, og brosjyre materiell. Og dem er selvsagt tilstede på nettet. Og dem har CD-plater og sånn som dem deler ut som folk kan putt rett inn i pc-en og få ut mye informasjon om hver enkelt campingplass som finnes i Europa egentlig. Så vis dem f.eks. vi til «The Fjords» så kan dem gå inn på Norge-Vestlandet-Sogn og Fjordane, og klikke seg på campingplassen som ligger der. Og da kommer jo vi opp som et av de ... i tillegg til det så har vi noen kampanjer som vi kjører på ad-Words, altså vi kjøper ad-Words. Da har vi kjøpt ad-Words i Holland, Tyskland, Polen, vi har kjøpt ad-Words i Russland. Russland investeringen var nok litt bortkastet viste det seg, men hvem kunne ha vist at Putin hadde tenkt seg inn i Krim. Det kunne ikke vi vite. Men alt i alt, så har vi fått en del oppmerksomhet i disse landene. Polen har vi</i></p>

	<p><i>faktisk et bra resultat, Tyskland også, Nederland også ... men de var for så vidt store nok nasjoner fra før på camping. Jeg var kanskje ikke klar over det men, før jeg begynte i camping-bransjen, så de to store landene på camping i Norge; det er, foruten om nordmenn, det er Nederland og Tyskland. Og det ser dere når dere er på veien sant? D på alle skilta. L ... NL på alle bobilene. Og det er dei to store landene som frekventere i stor grad Norge.</i></p>
<p>Men siden dere har disse litt internasjonale avtalene, tror du at det skaper dere et konkurransefortrinn vis det hadde vært flere utenlandske gjester på Førdefestivalen? Altså at dere tiltrekker dere mere utenlandske gjester kontra hotella eller andre? Siden de kan ha hørt om dere gjennom disse ...</p>	<p><i>Ja nå, tror jeg at vi skal være såpass ærlig å si at Førdefestivalen er nok såpass beskjeden i størrelse. At den skaper ikke bølger i europeisk unionen. I forhold til å si; ah me reiser til Førde. Så det tror jeg nok er marginalt. Sånn sett. Jeg tror nok at tiltrekningen som Førdefestivalen har, da tenker jeg både nasjonalt og i europeisk sammenheng så er den stort sett knyttet opp til den gruppa av publikum som er spesielt interessert i den type musikk. Det tror jeg nok er riktig å si.</i></p>
<p>Har dere noen former for prisendringer i løpet av sommeren eller Førdefestivalen?</p>	<p><i>Nei! Det har vi ikke. Vi er veldig sånn, litt gammeldags på det kanskje. Det er vel ting som kanskje tyder på det at vi må revurdere det, men vi kjører en prisstruktur hele året og vi har en justering 1. mai hvert år. Den går på tre parameter; det er konsumprisindeks, skatte/avgifter og lønnsoppgjør. Ut av disse tre så lager vi en</i></p>

	<i>faktor, som da vi beregner, og så blir det prisjusteringen det året.</i>
Så da har dere lik pris på vinteren kontra sommeren?	<i>Ja, ja ... Hele året. Men det er jo klart at vis f.eks. et firma ligger her ei hel uke, så får det jo reduksjon siden de ligger her i flere dager ikke sant? Så da har vi det vi kaller en prisdata på det, eller en struktur, Excel-skjema som vi utarbeider slik at vi får oversikt på det.</i>
Men vis de under Førdefestivalen kommer her og sier at de blir her i fem-dager, er det noe evt. noe reduksjon da eller ... eller er det døgnpris?	<i>Det er døgnpris hele sommeren kan du si. Uavhengig av festival. La oss si fra 20. juni-20-aug, så suspenderer vi alle rabattordninger knyttet til overnatting. For da er det døgnpris kan du si, som det går på.</i>
Men dere har vært inne på tanken om at kanskje ...	<i>Ja, vi har jo hatt en del situasjoner med firmaer sånne ting at vi må jobbe i Førde hele sommeren, er det mulig her å ... så har vi gjort en del unntak. Men på generelt grunnlag så gir vi egentlig ikke det. Men vi er jo råd til å snakke med, til det vis det skulle være et spesielt behov.</i>
Et spørsmål til, dere var aksjonærer sant? Du hadde noen aksjer og litt forskjellig. For vi er interessert i å se på hvor mye som blir igjen i regionen, hvor mye av omsetningen tror du blir igjen her i regionen av utbyttet f.eks., lønn og ...	<i>Ja du kan si at vis vi tenker firmaet isolert sett. Så har firmaet her en omsetning på ca. 6. million e.moms. Å resultatet i 2015 var 5,950`, altså 50.000 i fra 6. million. Og det som er viktig å si her er den type kundegruppe som vi har, nå hadde vi i 2015 ca. 26.000 gjestedøgn. Så uten sammenligning, så er campinggjestene de</i>

som legger igjen mest penger i lokalsamfunnet. Det er fordi dei går gjerne på butikken, kjøper maten ikke sant? Og da får kjøpmannen omsetningen, dei kjøper gjerne diesel på den lokale bensinstasjonen. En del, det er litt merkelig men, det er et fenomen, at folk går også mye i butikken når de er på campingtur. Så shopping er en sånn severdighet. De vil sjekke ut hva butikkene her har i forhold til heime ikke sant? Så det er ikke bare å gå i fjellet og gå på tur, som enkelte tror de syns er morsomt. Men det er også å oppleve litt lokalsamfunnet og hvordan det fungerer i en annen plass en hjemme. Jeg har ikke tallene på det, men det er i hvert fall utvikla fra NHO reiseliv, dei har noen tall på det som du sikkert med letthet kan få tak i, det er hvor mye en campinggjest legger igjen i lokalmiljøet visavi en hotellgjest. En hotellgjest kjøper nok gjerne middagen og frokosten på hotellet, men «that`s it» sant? Mens campingturisten kjøper vesentlig mer. Når det gjelder aksjer og avkastning og sånne ting, så er det slik at det som har vært tradisjon her, i hvert fall hit til, etter at jeg kom her. Vi har jo brukt omkring 16 million, på investeringer ikke sant? Og det gjør jo at aksjeavkastningen er jo ikke noe vi har for å si det sånn. Vi har vel blitt delt ut aksjeutbytte tilsvarende engangsskatt eller formueskatt for å dekke den. Og det er jo der en politisk diskusjon, dere har sikkert fulgt med på den ...

	<p><i>Formuesbeskatningen, og da er det jo slik at de fleste bedrifter dei betaler jo ut aksjeutbytte til aksjonærene i forhold til bedriftens resultat. Og det er nok greit nok i og for seg, men hos oss har det vært slik at utbetalinga har vært relativt beskatningen, slik at vi har ikke tapt på å eige aksjer. Dem går i null.</i></p>
<p>Men da følger jeg du har svart på mye her jeg ... Ja så vis ikke du har noe mer å tilføye nå?</p>	<p><i>Nei altså, du kan si det at vis vi ser litt på utsikter da, vis vi tenker litt på det så vil jeg si det at vi den sesongen vi nå går i møtet den er forhåpentligvis, har hvert fall et potensiale i seg til å bli en veldig god sesong. Vi har svak norsk krone, og det er jo en gave for vår bransje. Det betyr jo at det blir billigere for nordmenn å feriere i Norge, det blir også billigere for utlendinger å feriere i Norge. Så det er en sikkerlig pluss, pluss pakke. Så vis vi får været med oss, valutaen holder seg lav, oljeprisen holder seg fortsatt lav så er dette gode greier for vår bransje. Så det er vel ingen år vi kan si, med handen på hjertet kan si at utsikten til et godt driftsår er tilstede.</i></p>
<p>Ja enig, og det er jo bra for norsk ...</p>	<p><i>Ja, og det som er bra for vår bransje, hvert fall for vår bedrift, det er jo at vi har såpass bra belegg til tross for at vi er en av dem få overnattingsplassene i Førde som ikke er bookbar på nettet. Blir vi det ... Så Det har litt med bookingsystemer å gjøre, og det har litt med det vi kaller for full integrering</i></p>

	<p><i>mot booking.com og city brake og disse her som aktørene så gjør vi det. Vis vi nå får, skal gå steget ut til å få et nytt booking program så da tar vi ikke et halvt steg, da tar vi et helt steg ... så da går vi ut i full integrasjon. Det betyr jo da at du kan sitte i resepsjonen og booke, og se at oi der var den solgt ja, og der var den hytta solgt og der poppa den inn ikke sant? Og at det pøser inn, uten at du behøver å gjøre noe fysisk.</i></p>
<p>Og det kan jo være med på å øke omsetningen, ved at flere ...?</p>	<p><i>Det kan være med på å øke belegget, men det er klart det skjer jo ikke gratis, det er jo slik at disse bookingselskapene skal jo ha 15 % sant? Avslag på dette her. Det er jo det de lever av. Og det er klart, det har jo vært en diskusjon i vår bransje der kanskje frontet av kanskje mest mr. Stordalen da den siste tiden, som sier det at; det vi kan risikere nå det at vi blir en distributør av rom og ikke en reiselivsbedrift. Så vi blir sittet igjen som en... vi leverer en pakke med produkt og så er det egentlig Expedia, booking.com, og disse som skummer fløyten, som pøser inn til deg. Ikke sant? Og det er jo et lite tankekors.</i></p>
<p>Men sånn i forhold til Førdefestivalen, da har dere nesten fullt belegg?</p>	<p><i>Ja det kan jeg jo gi en tilbakemelding på, akkurat det så har det vært fullt belegg Ja. I fjord var det faktisk ikke helt fullt, og det kan vel ha noe å gjøre med at Førdefestivalen har endret struktur dem siste årene. Den har sett i fra våre ståsted, så har den minket.</i></p>

Årsaken til det det kan være litt forskjellig; den ene årsaken kan være at festivalen rett og slett har desentralisert en del av sine konserter. De har flyttet en konsert opp på Skei, de har laget en konsert inne i Høyanger, de har konserter i Florø. Hva er grunnen til det? Det er litt vanskelig å si, men jeg tror at festivalen ønsker å tiltrekke seg et større publikum ved å ha festivalene i flere ... det kan være bra og det kan være en felle. Du kan få en utarming av festivalen i Førde, si at færre folk reiser til Førde. Jeg tror at dette er en litt sånn En vei som er feil. Men dette blir en vurdering som dem må gjøre på egenhånd naturligvis, men jeg føler nok at festivalen de siste to-tre årene har hatt et fall i volum, det er ikke bare jeg som sier dette ... handelsstanden i Førde har blitt mindre. Og det synes jeg er litt trist, men det er sikkert hyggelig for Florø og Skei å få en konsert ... det er jo bra. Men du har samme diskusjonen med OL ikke sant? Compact games er det ikke det de snakker om, det som er bra. Alt skal samles på en plass, og så har du noen som sier okay vi har en del haller rundt omkring vi kan bruke for å spare litt penger ikke sant? Og så kan vi spre det litt. Så her er det en balansegang som er litt, ikke så helt lett ... og det er litt i den skvisen som Førdefestivalen nå er i, og jeg tror at dem skal vokte seg litt nå for det og gå litt for langt ut den veien for da kan tyngdepunktet i Førde bli forvitret og da er Førdefestivalen i

	<i>trøbbel.</i>
Jeg tror kanskje det er blitt et internasjonalt fenomen, for nå skal jo fotball EM prøve på noe sånt, ha forskjellige land. Så er det et felles sted.	<i>Ja jeg ser den, men nå var jo fotball em i Frankrike for noen år siden, men da var jo det spredd over hele landet ... Altså ene kampen i Borduxe og neste kamp var i Montpellier eller i Marseille, og det er jo Jeg vet ikke hvor mange mil, men en 70-80 mil ikke sant? Og om dem da hadde krysset en landegrense så hadde ikke det spilt noen rolle egentlig ... om det hadde vært i Brüssel eller om det hadde vært i Paris, eller Transbore så er dem relativt nær likevel. Men dette blir en slik vanskelig sak.</i>
Men tror du slik for Skei, siden dem får en konsert, da er det vel litt positivt for dem?	<i>Absolutt! Jeg forstår. Absolutt</i>
Men for deres del ...	<i>Ja, ikke bare for våre del. Men jeg tror at Førdefestivalen. Den skal være litt obs på. At det kan være en dødspille. Slik at du klarer ikke å dra nok folk til Førde. Da sliter du med det. Og det første som du må kutte ned på, så kutter dem ned på dei som er i utkantene ... og da forsvinner jo Skei og Florø og sånt. Og så skal de bygge opp igjen i Førde, og da er det liksom en tung motbakke å restarte. Så der er det, ut i fra sånn jeg ser det, en markedssynspunkt at det kan være en liten utfjording for dem. Dem kan gjerne gjøre sånt, men da må dem ha et sterkt og godt fundament i Førde som er</i>

	<i>såpass godt at det ikke forvitrer.</i>
--	---

Vedlegg 13 – Intervju: Informant 8

Forsker	Informant
Samtykker du i å bruke lydopptak i dette intervjuet?	<i>Ja</i>
Da kan vi begynne ... Kan du fortelle litt om stillingen din da og hvor lenge har du hatt den, og litt erfaringer?	<i>Ja jeg er daglig leder i Førde taxi da, men det er kun i 60 % stilling, og den har jeg hatt i 3 år. Ca. det.</i>
Har du hatt noen andre tidligere erfaringer med daglig leder andre steder?	<i>Ja, jeg er daglig leder i et annet foretak og da ...</i>
Her lokalt i Førde?	<i>Ja, det er lokalt i Førde.</i>
Så bodd i Førde de siste årene da eller ...?	<i>Ja jeg er vel så bosatt som en kan være.</i>
Hvilken kjennskap er det du har til Førdefestivalen, erfaringer og har du vært der tidligere?	<i>Ja den kjenner jeg jo godt fra sin spillestart. Det gjør jeg jo. Jeg var jo litt aktiv med faktisk, akkurat i oppstarten, noen år som dugnadspersonalet.</i>
Så du assosierer det med noe positivt for Førde?	<i>Ja definitivt</i>
Ja det er bra for lokalsamfunnet?	<i>Ja det tror jeg er veldig positivt. Å ha noe sånt.</i>
Føler du det setter Førde mer på kartet i Norge eller ...?	<i>Ja det tror jeg nok at det gjør.</i>

<p>Så du tror det er mange som kommer hit pga. festivalen. Vis dem ikke kommer akkurat når festivalen er, så vis de kommer en annen tid så har dem hørt om Førdefestivalen som gjør at dem reiser til Førde eller ... Tro du det kan ha noen sammenheng?</p>	<p><i>Ja, litt usikker men at dem kjem mye folk det er jeg helt sikker på. Jeg ser det jo faktisk. I bybildet når vi er her at det er veldig mye folk som kjemme til, akkurat når festivalen er.</i></p>
<p>Er det da mye folk, utenfra Førde som kommer eller ...?</p>	<p><i>Ja veldig mye folk utenifra Førde. Jeg har inntrykk av at neste ... nei ja jeg tror det veldig mye folk utenifra som kjem til Førdefestivalen. Ja.</i></p>
<p>Er det merkbart at det er utenlandske og eller ...?</p>	<p><i>Ja, altså. Ja det er vel ganske mye deltagere som er med på festivalen. Men jeg tror definitivt at det er mye utenlandske folk som er her når Førdefestivalen pågår ... ja. Ulike språk her ja,</i></p>
<p>Har dette påvirket bedriften deres eller på noen måte at festivalen er tilstedeværende?</p>	<p><i>Det vet jeg egentlig ikke om det har påvirket så veldig mye. Fordi att taxi næringen, om dei har fått så mye utbytte av Førdefestivalen det er jeg usikker på.</i></p>
<p>Så du vet ikke om omsetningen har gått opp eller ned, eller om den er den samme ...?</p>	<p><i>Omsetningen er ganske stabil og den er ikke så veldig høy, vi hadde gjerne sett at vi hadde fått mer respons på Førdefestivalen enn det vi får.</i></p>
<p>Ja, så du merker ikke merkbart at nå er det Førdefestivalen vis du ikke hadde vært klar over det?</p>	<p><i>Nei! Nei det gjør ikke vi.</i></p>

<p>Hva tror du årsaken til det er da, er det ...?</p>	<p><i>Årsaken til det er at det er sommer, det er fint vær, og de har en del avtaler med buss-selskapene som gjør at veldig mange blir transportert med buss ... ja. Det er jo klart det kan hende det at vi hadde merket en liten nedgang dersom det ikke hadde vært Førdefestivalen, men jeg tror ikke det er sånn merkbart veldig.</i></p>
<p>Er det lokalteid taxi-byrå eller er det en del av et konsern eller noe?</p>	<p><i>Nei det er lokalt i Førde da, med forskjellige havere som har biler da i Førde Taxisentral.</i></p>
<p>Så det er ikke noe utbytte som går til andre steder, det blir forvaltet her i Førde?</p>	<p><i>Det blir forvaltet alt sammen her i Førde, ja. Det blir det.</i></p>
<p>Så dere har ingen for samarbeid med festivalen da?</p>	<p><i>Jo vi har kontakt med festivalen, ja. Absolutt. Det har vi. Vi får en del brosjyremateriale som vi har liggende i bilene og bruker, vi har det på sentralen liggende, så absolutt vi har kontakt med festivalen og dem som er der i forhold til å være disponible for dem.</i></p>
<p>Dere har da litt reklame for dei ... i bilene, program og sånn?</p>	<p><i>Ja. Vi har alltid reklame i bilene når Førdefestivalen går.</i></p>
<p>Men dere har ikke sånn avtale om spesielle priser og sånn ... det er fastpris uansett?</p>	<p><i>Ja det er sånn taksameter pris, egentlig uansett.</i></p>
<p>Så dere har ikke prøvd på å få samme avtale som bussene har da? På taxien ...</p>	<p><i>Med bussene?</i></p>

<p>Ja du sa jo at festivalen hadde kontakt med bussene, på transport og sånn ... dere har ikke prøvd å gjort det samme som dem?</p>	<p><i>JO, vi har prøvd. Men der har jeg inntrykk av at festivalen har ... Dei ber oss egentlig om å følge på, for å si det sånn ... Vi må være litt sånn fleksible, femte hjulet på vognen, vi må være tilstede hele tiden og det prøver vi i aller høyeste grad å være kan du si. Men jeg har inntrykk av at når folk skal transporteres så er det ofte store grupper ... og da er det litt krevende i forhold til taxiene.</i></p>
<p>Ja selvfølgelig, men setter dere opp noen ekstra vakter under Førdefestivalen, siden dere ikke merker noen spesielt til det eller ...?</p>	<p><i>Nei vi har jo dei ti bilene vi har og dei er jo disponible hele tiden, 24-timer i døgnet sant? Det er dem jo.</i></p>
<p>Men vis Førdefestivalen hadde vært flyttet, nå er dem jo kanskje midt under høysesongen når det er mye folk her/turister her uansett, tror du at vis det hadde vært i en annen tidsperiode f.eks. nå i februar at dere hadde merket større forskjell da?</p>	<p><i>Ja det kan hende. Pga. været. Så tror jeg kanskje vi kunne ha merket en viss forskjell ja. Fordi att under Førdefestivalen så er det en del lokale arrangementer rundt, faktisk der taxi sentralen ligger ... Førdehuset, utstillingsplassen, Førde sentrum. Det er akkurat der drosjesentralen ligger, og det er korte avstander å bevege seg på der da. Skjønt at de har en del andre plasser, sånn opp til Bruland og de skal opp Havstadjellet og sånne ting. Da er det bussene som kommer inn, fordi att det er ofte større grupper som skal være med. Ja!</i></p>
<p>Det er en faktor at vis det er dårligere vær, at kanskje dere blir da mer påvirket av festivalen enn vis det er bra</p>	<p><i>Ja det blir det. Altså vis det er dårlig vær så blir vi mer påvirket av det. Ikke sånn voldsomt, men vi blir mer påvirket. Og det gjelder igjen, dette høre at om kveldene så er</i></p>

vær?	<i>det korte avstander som folk beveger seg på ... Sunnfjord hotell og, utstillingsplassen, Førdehuset sant? Så om det er en liten regnværs skur så tåler folk det på dem måten når det er sommer og varmt i været så er det litt enklere å bevege seg likevel, fløtt seg. Noen minutter før dem går.</i>
Har dere hatt noen former for kampanje eller noe slags under Førdefestivalen eller er det lite?	<i>Nei vi, vi har ingen kampanje eller noe under Førdefestivalen. Vi kjører vanlige drosjepriser under Førdefestivalen, det gjør vi.</i>
Så prisendringene blir da natt takst og sånn ...?	<i>Ja!</i>
Det er helt vanlig året rundt?	<i>Ja det er helt vanlig året rundt kan du si ... det er det.</i>
Da er det det med underleverandører men dere har vel ikke så mange lokale underleverandører?	<i>Jo vi har en som vi samarbeider veldig mye med opp på Jølster Vassenden da. Vassenden taxi. Han tar vi ofte inn, vis vi f.eks. merker det at ... men det er og ellers i/gjennom hele året. Men jeg vet at i fjord bl.a. så tok vi han inn på noe under Førdefestivalen. Fordi det var arrangement oppe på Jølster, surfing der. Da tok vi inn hans biler, for han har minibusser da. 16-seter, og da tok vi han inn så får han dra ut litt av det og kan du si. For vi har et veldig bra samarbeid med han i gjennom mange år. Så vi har han som en sånn back-up, som vi trekker inn når det er behov.</i>
Ja for han har eget firma, men mer mini	<i>Ja han har minibusser og større biler ja, og er</i>

<p>busser?</p>	<p><i>og disponibel ellers i helgene kan du si. Så vis vi da ser det at de skal være, sånn som i fjord at det skulle være et arrangement oppe på Jølster, da fikk vi jo noen henvendelser da var i sta og tok inn han.</i></p>
<p>Angående, vi har jo snakket med andre bedrifter og, og de nevner noe med at det kanskje har vært nedgang dem siste årene, er du enig i det i antall folk?</p>	<p><i>Det er jeg veldig usikker på, jeg har ikke så veldig mye følelse med det ... ikke annet enn jeg har lest og da har det da vært en liten dipp ned ... Med det er nå det jeg har lest da. Men ellers så har jeg ikke noe voldsom filing med det. Det har jeg ikke.</i></p>
<p>Da har vi nok vært igjennom de fleste spørsmålene, vis ikke du har noe du vil legge til skulle jeg til å si ... om festivalen eller?</p>	<p><i>Nei det tror jeg vel egentlig ikke det er noe sånn spesielt. Det tror jeg ikke.</i></p>

Vedlegg 14 – Intervju: Informant 9

Forsker	Informant
Samtykker du til lydopptak?	<i>Samtykker eg til lydopptak, 10 eller 11 i dag?</i>
10	<i>10.2</i>
Kunne du fortalt litt om din stilling og hvor lenge du har hatt denne stillingen?	<i>Daglig leder for Førde Vandrerhjem/Førde Sommer Hotell, og alt som har med alt i forhold til samarbeid med musikkfestivalen kontra folkehøgskolen, kan du si da; overnatting, mat og ... andre ting.</i>
Hvor lenge har du hatt denne jobben?	<i>6 år, trur jeg. Noe sånt.</i>
Dette er en folkehøgskolen (ikke på sommeren), men resten av året?	<i>Ja, som du seier, så om sommeren (når elevene har ferie) så er dette et vandrerhjem/sommerhotell, og ellers utleie til andre ting som skulle være noe.</i>
Hva er din erfaring med Førdefestivalen? Generelt ...	<i>Generelt er erfaringene gode, er jo vant med at dem er her. Samarbeidet fungerer greit. Alt mulig sånn sett. Som er en grei sak som forløpe uten noen former for dramatikk eller for så vidt noe sånt.</i>
Hva er din mening om Førdefestivalen?	<i>Nei, du kan si at, jo mer aktivitet jo bedre aktivitet. Sånn generelt på en måte. Jeg synes at Førdefestivalen er sundt for regionen og oss, for ellers her osv. Som gjør at mer type aktivitet om sommeren så klart.</i>
Ja, så du føler litt mer tilhørighet av at det er en Førdefestival her?	<i>Ja tilhørighet ...</i>

<p>Føler du at lokalsamfunnet her er med på å assosiere seg med Førdefestivalen?</p>	<p><i>Ja du kan si det sånn at på en måte så er Førdefestivalen på en måte 25- eller 30 år gammel. Sant? Så på en måte så er det jo ikke sånn at det er våre festival. Det er jo Førdefestivalen, liksom. Det er sånn dem er. Det er de som forløper. Så ... egentlig sånn personlig selv så tror jeg og andre «Førdefolk» benytter den veldig lite. Så ja, kunne vært flinkere. Mest tilreisende, tror jeg.</i></p>
<p>Berre, dere hadde et samarbeid med Førdefestivalen?</p>	<p><i>Ja, i forhold til at dem har musikere her og sånne ting. Det er det samarbeidet.</i></p>
<p>Ja så artistene ...</p>	<p><i>Artistene bor her ja. Og så skal dem ha bespisning her og sånne ting da. Øvingslokalet og etc.</i></p>
<p>Så det stiller dere med?</p>	<p><i>Ja. Da stiller vi med det vi har. Og så til en viss pris så klart.</i></p>
<p>Er det deltakere også som kommer hit?</p>	<p><i>Ja, det er det og.</i></p>
<p>Har Førdefestivalen stor betydning for dere som bedrift da?</p>	<p><i>Jeg vil ikke på en måte ... si ... Altså den har jo betydning, stor betydning? Det er klart altså. Altså vi hadde jo tjent mindre penger i løpet av en sommer vis vi ikke hatt den! Men vi snakker ikke nødvendig vis om mer enn ... Vis vi ser på omsetningen, så vet ikke jeg helt resultattallene, men la oss si at omsetningen hadde vært 30-40.000 mindre i omsetning vis vi ikke hadde hatt musikkfestivalen kanskje ... Nja, kanskje mer, kanskje 60.000 eller noe sånt da.</i></p>
<p>Så da er det en liten</p>	<p><i>Ja da, helt klart! Men det er sikker mer andre som har mer igjen for det en vi. Sånn sett tror jeg; Rica</i></p>

påvirkning?	<i>Fjordhotell, Handelsstanden og litt sånne ting.</i>
Ja de har mer økning ...?	<i>Ja det tror jeg. For vi er vel kanskje et mer er rimeligere overnattingssted. Så vi får ikke maksa ut, det vi kunne tatt. Vi har av og til lurt på om vi skal be om å ta ut musikerne og heller ta inn mer vanlige folk, løfta prisene. Du skal betale for fem dager sammenhengende overnatting. Så har igjen f.eks. sikkerlig melket dem for de vi kunne. Så de er liksom en sånn ting som ligger litt på gjæret. Men lojaliteten i forhold til musikkfestivalen, gjør til at vi går ikke for den. Ikke foreløpig hvert fall.</i>
Nei, for dere har hatt dette samarbeidet over lang tid?	<i>Ja, vi ser jo det at, vis dem ikke har noen plass for musikerne her oppe, så sliter de jo litt. Da må de kanskje lengre vekk og ja ... Så på en måte jo vi har jo. Vi ser jo den, altså mentaliteten. Så den må vi bare ta hensyn til.</i>
Har dere bedre omsetning på deltakerne, skulle jeg si, kontra konsertene eller artistene tenker jeg på?	<i>Vi hadde tjent mer, på sikkert å ha bare deltakere, altså hatt gjester her altså. Det tror jeg. Ja, jeg er helt sikker.</i>
Så dere er litt inne på tanken der ...	<i>Den ligger i bakhodet. Som økonom på en måte, litt som bakgrunn. Så vet jeg det er mest fornuftige ... Men musikkfestivalen står i beit vis de ikke ... Men vi har jo løfta prisene litt pga. å endre/få litt mer balanse.</i>
Er dere eid av noen, eller er det via et konsern et eller annet sted?	<i>Nei altså det er jo ... Nå får jeg helt jernteppe når du spør om sånne ting. Det er jo en stiftelse dette her da. Altså folkehøgskolen. Så vandrerhjem og sommerhotell er ikke et eget organisasjonsnummer eller firma. Det er berre et på en aktivitet i ... folkehøgskolen for å si det sånn –</i>

	<i>juridisk!</i>
Så alt av omsetning blir igjen her da, på en måte?	<i>Ja, blir i skolen.</i>
Okei ja, hvordan er det når dere har besøkende her, når dere serverer mat og sånn. Hvordan er det med innkjøp, er det lokalt eller er det ...?	<i>Nei! Vi bruker egentlig samme innkjøpsavtaler som vi har eller som skolen drifter med Maske og sånn som dette der ... Så det er lite lokalt. Det er vel egentlig ingenting lokalt. Det er Nortura og Mask og sånne ting.</i>
Ja for Lerum og sånn er det ...?	<i>Ja det er via Maske i så fall osv. Så der er det kanskje noe der ... Men fint lite tror jeg.</i>
Ja, en ting med prisen; For dere har vanlig overnatting utenfor festivalen også?	<i>Ja da. Ja da.</i>
Men gjør dere noe pris endring når det er Førdefestivalen?	<i>Nei! Samme pris.</i>
Men dere har sett på muligheten for kanskje å kunne ...	<i>Ja da, ja da. Så det er klart, de må jo ligge litt i bakhodet, hele tiden og.</i>
Ja, for jeg tenker på å lage sånn kampanje og tilbud under ...	<i>Ja, vi har jo prøvd på det kan du si. Men dem rommene som musikerne, helts ikke vil ha. Dei uten dusj og toalett osv. Men ... så vi har fått litt ut av det. Men – hva skal jeg si. Samtidig så er det vel litt sånn at i deg og, at du skal ikke være «unfair» heller, så du ... Det vi gjør er at vi legger på f.eks. at det er med sengetøy og med frokost uansett så da får vi hvert fall melka den biten ut da. Det</i>

	<p><i>er klart at når det er påmeldingsliste, så sier vi til alle at; Okay, vi prioriterer dem som skal være her lengst, altså dem som skal være her i fem netter, dem prioriter vi foran dem som har to.</i></p>
<p>Så det blir på en måte en form for kampanje ...?</p>	<p><i>Ja det er jo på en måte det. Og et åpent spill eller åpen sak, opp mot de som står på venteliste ... at okay, vi prioriterer dem som er her lengst. Og etter hvert så er jo faste kunder som kommer igjen år etter år. Men det er jo sånn som er her fra starten og helt ut.</i></p>
<p>Hvordan merker du at i forhold til at det er fleste fra Norge som kommer eller kommer det utenlandske folk inn og?</p>	<p><i>Nei, Norske – absolutt. De utenlandske som kommer hit, vet ikke om det.</i></p>
<p>Nei dem gjør ikke det?</p>	<p><i>I hvert fall dem som har booket her ... «What? Okey»</i></p>
<p>Men positivt egentlig da?</p>	<p><i>Ja er egentlig det, men det har vært uhell. For egentlig så stenger jeg all kapasitet, for jeg får nok inn via ventelista til å fylle opp. Utenom artister og sånn som det der da. Men av og til skjer, når du er på forskjellig booking ... at oi der har jeg glemt å stenge dem rommene og så plutselig tikker det inn noe. Men det løser seg alltid. Dvs. det er alltid noen som skal være her to netter, så vi klarer å putte dem inn mellom.</i></p>
<p>Ja det er en ting jeg lurar på angående lokale leverandører, har dere mulighet for det eller er det</p>	<p><i>Pris!</i></p>

bestemt inne i stiftelsen?	
Pris ja. Ja og samarbeid det hadde dere jo ... Så da har vi fått på alt nå. Vis ikke du har noe du ønsker å legge til?	<i>Nei, ja ... Eneste du kan ta med er god sånn sett som kanskje er utfordringen for musikkfestivalen for oss er at musikerne som forklart/sagt er at gjennom årene så har de økt kravet til standarden. Det er jo klart at noen av dem har 200-300 reisedøgn i året, og de har jo ikke lyst til å ligge på et rom uten dusj og toalett f.eks. eller sånne ting. Eller ikke dele rom med andre osv. Så dem setter nok dem i en større knipe en det de gjorde for 20-15 år siden. Kanskje ... Så dem går jo for musikere med høyere standard internasjonalt, og krever mer.</i>
Så alle musikerne til festivalen bor her?	<i>Nei, nei, nei ... Noen bor på Rica Sunnfjord Hotell, noen på Førde Hotell, så noe her... Så litt sånn jeg forstår så er dei på bristepunktet på hva det har tilgjengelig sånn sett...</i>
Deltar du selv på Førdefestivalen eller?	<i>Nei, jeg har aldri vært så flinkt til å gå på ... Jeg vet ikke hvorfor.</i>
For det er ikke egentlig så mange lokale som er med på Festivalen?	<i>Jeg tror ikke det for å si det sånn. Nei jeg tror ikke det. Men det er et godt voksent klientell som kommer.</i>

Vedlegg 15 – Intervju: Informant 10

Forsker	Informant
<p>Da må vi ha det bekreftet på teip at du sier at du godtar å bruka ...?</p>	<p><i>Ja, jeg informant 10, direktør for Førdefestivalen, drifts- og administrativt ansvarlig. Det er helt greit at det blir gjort opptak av intervjuet og at de bruker opplysningene i bacheloroppgaven. Unntatt sånne som jeg evt. nevner som er konfidensielle totalt ... Men det skal jeg heller prøve å unngå å si. Men det er jo sånn som går på sponsoravtaler og artistkontrakter og sånne ting ... som ligger der.</i></p>
<p>Kan du fortelle litt om stillingen din, og hvor lenge du har hatt den?</p>	<p><i>Ja jeg har jo vært med fra tidenes morgen så, jeg begynte jo å jobbe med festivalen i 1989. Den første festivalen var i 1990, så har jeg vært ute litt som musiker & danser et år, og så har jeg to sånne varselspermisjoner/morspermisjon saker ... Men jeg har jo egentlig vært involvert hele tiden. I programarbeidet og sånt. Og det har jo vært en lang ferd, for jeg begynte jo i halv stilling, halv prosjektstilling, og da var det 50 % jobb og 150, 50 % betalt og 150 % jobb ... men vi er jo vant til dugnadsjobb, så det har jo bygd seg opp gjennom årene sant? at me greide å få støtte fra staten, og det kom mye folk og ... Det startet jo med et besøkstall rundt 6.000 det første året, og me syntes jo det var bra, og andre året var det 9.000 det var jo yes, supert! Og så tredje året ble det 18.000, og da hadde ikkje me system på, me hadde egentlig ikke logistikk på å ta imot så mange, og folk hadde kjøpt festivalpass og kom ikkje inn der dei skulle, og det var litt heftig! Me måtte fløtte mange konserter fra ein ... fra ein konsert som var</i></p>

	<i>inne i idrettshallen og ja det var masse greier. Og så har det bygd seg opp litt og stabilisert seg rundt 25.000-30.000 besøkende dem siste årene.</i>
Så det har vært ganske stabilt dem siste årene?	<i>Ja det har vært ganske stabilt dei siste årene, litt sånn svingninger sant? Regner det mykje eller andre ting, kor treffe tema og litt forskjellig sånne ting som kan spille inn som dere sikkert kjenner til ja ... Men det har vært ganske ... Fra å være en halv stilling og 6.000 publikummere til å være en kulturinstitusjon med 6 fast tilsette og...</i>
Den stillingen du har nå da, kor tid fikk du den 100% stillingen?	<i>Jeg vet faktisk ikke om jeg husker det altså, det var mulig det var andre eller tredje året det ble full stilling. Men så var jeg jo alene mange år sant? Før me hadde råd til å få inn noen nye, så fikk vi inn noen fra NAV ... også litt sånn dere. Prøvde å bygge opp, så det har gått litt sånn sakte opp etter kvart som me har hatt råd til det, rett og slett. Så me har vore, ja mykje søknadsskriving og publikumsutvikling ... Me har jo hatt bra styre og, mange av oss er det jo veldig viktig med dei frivillige og... me har 350 frivillig som, mange har vært med veldig lenge og.</i>
Er det bare fra Førde eller er det fra fylket?	<i>Nei, det er både fra fylket og fra andre plasser i Norge og noen fra utlandet og, det er jo selvsagt få da men. Det er litt sånn i dokkers aldersgruppe så er det jo endel som reiser rundt og er sånn frivillige fordi dei har ikke så masse penge også ... får dem masse oppleving på kjøpet.</i>
For da få dem festivalpass ...?	<i>Ja, det kommer an på hvor mye dem jobber ... men det er jo et sånn system at så og så mange vakter</i>

	<p><i>og timer så får du en fribillett, to fribilletter ... og jobber du mye så for du et sånn medarbeiderpass og da kommer du inn på alt så lenge det er ledige plasser. Så får dei mat og t-skjorter og du veit alt det der ... og gode opplevinger det er jo det som er det viktigste for folk tror jeg.</i></p>
<p>Hvordan tror du festivalen har hatt påvirkning på lokalsamfunnet og regionen?</p>	<p><i>Det er jo interessant ... Det er jo kanskje noe av det dere skal finne ut når det gjelder økonomien, men ellers sånn så burde det jo vært en sånn ... gjort et forskningsprosjekt på akkurat det, mer sånn samfunnsvitenskapelig forskningsprosjekt ... hadde vært interessant</i></p>
<p>Ja du tenker mer det kulturmessige?</p>	<p><i>Ja, for jeg tenker jo at ... En ting er jo at, me er jo en stiftelse med ideelt formål, så me har jo som mål at folk skal få nye opplevinger, folk skal møte, at dette skal være en møteplass der folk kan oppleve musikk i fra hele verden ... som er tradisjonsmusikken vi driver med. Og den merverdien som en regner på når det gjelder økonomien, det er jo en ting sant? Men den merverdien som festivalen gir til publikum og samfunnet rundt bør jo kanskje bli like mye målt i sant? Mer kunnskap, høgare eller djupare innsikt, større refleksjonsnivå, at en har verdien i kunsten i seg selv og det du gir til hvert menneske og samfunn liksom. Det er jo veldig forskjellige aspekt selvsagt, men jeg tror hvert fall at festivalen har vært med på at folk i Førde er veldig beviste på, at dei er stolte av å ha et slik arrangement som får internasjonal anerkjennelse og alt dette her som me har fått. Så det tror jeg ... Og så tror jeg at</i></p>

publikum er jo blitt mer kunnskapsrike, det merker vi jo at dei er sant? Og kanskje enda mer nysgjerrige, for det som me har gjort som er en vanskelig øvelse er jo, og som vi har fått mye kritikk for, det er jo at me presentere artister som folk ikkje kjenner noen ting til i fra før. Dei kjenner ikke musikken eller noen ting sant? Men jeg sier jo det at det er ingenting som er som en god overraskelse. Hæ? Tenk deg å går inn på en, du veit ikkje hva du går til og så WOW! Dette her husker jeg for resten av livet mitt. Og dette her er, og da får en jo både ny kunnskap, ny opplevelse og en trigger til å komme igjen. Så neste gang vi presentere noe dei ikkje vet noe om så tenker dei jo, jaja jeg fikk jo den opplevelsen sist gang så kanskje jeg skal prøve dette her og. Så den effekten trur jeg det har, at det ... Lærer opp publikum til å ikkje være redd for det ukjente, det tror jeg er en veldig stor verdi. Være nysgjerrige, og opparbeide den tillitten at me leverer en kvalitet som gjør at dei tør å gå på desse ikkje kjente ... No er det jo klart at det ligger veldig mye musikk ute på nettet, og det er jo en helt annerledes enn det var før. Men når jeg begynte sant? Då måtte jeg jo, det var jo 89-90 der omkring, så måtte jeg jo gå bort til reisebyrå og sende telex til et annet reisebyrå i et annet land, som en annen måtte gå på reisebyrå ... Og det var jo det mest effektive, ellers måtte jeg jo sende brev ... Og så kom fax-maskina og det var jo fantastisk ... og ja nå veit dere jo hvordan det er - så det har jo vært en fantastisk utvikling i kommunikasjon og måten.

<p>Så teknologien var ikke helt med deg i begynnelsen, det var jo ikke så lett å få tak uten Internett ...</p>	<p><i>Nei, tenk på det at du skal jobbe med hele verden og så må du sitte og sende brev. Så alt var jo helt, en visste jo ikke om annet. Men det er jo helt fantastisk nå, tilgangen en egentlig har og det som er paradokset det er jo at selv om vi nå sitter og har tilgang til all slags musikk fra heile verden ... så sender det altså i dei store radiokanalene ganske smal del av den ... av all musikk som finnes i verden, det synes jo jeg er litt trist da. Så det må vi være litt motvekten til.</i></p>
<p>Så det er en bevisst strategi fra dere å ha ukjente artister?</p>	<p><i>Det er bevisst at me har en, ikke nødvendigvis ukjente, dei er jo stort sett ikke ukjente i sine egne land og på den internasjonale arenaen så er dei jo stjerner. Men det er bare det at dem er ukjente for et norsk publikum. Me har jo publikum både fra her og Ja dere har sett desse statistikken om at dei kjem fra andre plasser i landet sant? Så det er jo ikke bare lokalbefolkningen vi påvirker, men det er jo mange som kjem hit berre for festivalen sin del. Så det er klart at, det er jo ikke sånn at me tenker dei er nødt til å være ukjente ... Det er ikkje sånn politikk, men me har en politikk på å løfte fram det beste me kan finne fra land rundt om i verden. Men som nødvendigvis ikkje er kjent her. Det har me. For me vil gi folk nye opplevinger og liksom opne opp, få litt videre horisont ... herregud det er jo så mye bra der ute - det er jo helt for grusomt at ... men ikkje er oppmerksom på det ellers gjennom det vanlige livet.</i></p>
<p>Så det er å gi nye opplevelser det er det dere satser på?</p>	<p><i>Ja, det er å gi nye opplevelsen og så er det jo etterhvert som me har fått styrka økonomien så er det jo veldig viktig for oss og ikkje berre booka ...</i></p>

	<p><i>Det kan jo alle gjøre, med en viss kunnskap sant? Men det å lage nye prosjekt, nye produksjoner og likningsverk og at me får fram ny musikk da. Og at me gir norske musikere muligheten til å jobbe med stjerner i fra utlandet som me har fått gitt mange muligheter der ... Og det synes jeg er spennende. Det som er aller gøyest egentlig.</i></p>
<p>Så du mener at denne Førdefestivalen setter Førde på kartet, norgeskartet?</p>	<p><i>Ja det er jo klart at me gjør det. Det er jo det fremste kulturelle fyrtårnet innenfor den utøvende kunsten her i fylket. Med det gjennomslaget me har av å være på disse listene, nå The Guardian seier at dei er en av dem sju beste, og National Geographic ... nei var det ti beste på The Guardian og sju beste på National Geographic sant? Så det gjør noe med folk her, en blir kanskje ikke profet i egen bygd sånn uten videre. Så egentlig så var det når den internasjonale pressen begynt å oppdage festivalen at lokalpressen skjønnte at, åja dette er jo kanskje noe fantastisk. Det er litt sånn. Men det er jo litt sånn med oss alle, en tror ikke helt før en får et blick utenifra vis det da blir sett veldig sånn!</i></p>
<p>Korttid kom dette blikket utenifra?</p>	<p><i>Ja, det er nå egentlig et godt spørsmål, korttid me begynte ... Me har jo et sånn internasjonal presse og bransjeprogram nå, som me gjør sammen med Music Norway og utenriksdepartementet. Og det har me vel hatt i 7 år eller noe sånt kanskje ...? Det kan me sjekke heilt etterpå altså.</i></p>
<p>Og da begynt den internasjonale boozt med en gang liksom?</p>	<p><i>Me hadde nok ein, me hadde en internasjonal annerkjennelse før me begynt med det programmet, fordi ryktet gjekk mellom musikerne</i></p>

	<p><i>og agentene og sånt ... at dette her var en kjempebra festival, og dei kom hit. Dei er jo vandt til å berre reise mellom sånne storbyer, inn- og ut en dag, og gjør et show og ut igjen. Me har en annen filosofi. Me vi at dei skal komme her og gjøre fleire ting, dei for være her litt lengre ... Og folk kjeme jo til en sånn liten plass sant? Fjella og naturen er berre sånn wow. Også har me klart å ta godt vare på dei. Det er mange av oss som jobber med festivalen som har bakgrunn fra å jobbe som musikere selv rundt omkring og i utlandet og sånt. Da veit me hva som skal til for at musikerne skal bli fornøyd, uten at me behøver å oppfylle dei mest regide, tullete raiderene som noken sende. Men at dei skal ha det kjekt sant? og godt, og dei skal bu godt og me skal være velorganiserte og lyden skal være okei, og alt skal være på stell liksom. Så det ryktet om, eller renomme om at me er en sånn høg kvalitetsfestival det gikk lenge før dei utenlandske pressa ... Men det var da mest i media da kan du si.</i></p>
<p>Men at det er flere ting, hva legger du i det? Er dei med på både konserter og arrangementer eller?</p>	<p><i>Ja, for eksempel så ber me dei om å ... I og med at vi har mange ukjente artister for folk felse, så har me iallfall to grep me gjør med det. Det ene er at me har sånne små smale smakebit opptredener i sentrum, som er gratis for publikum ... så lavterskel nivå der dei kan få hørt ei gruppe dei ikke har hørt om eller aner noe om musikken og at det oi - dette var jo kjempekult den tror jeg må kjøpe billett til sant? Sånn type tenking. Og det andre er jo at me har en stor åpningskonsert og en gallakonsert, og begge disse konsertene er det</i></p>

	<p><i>mange artister med, men dei har små innslag ... akkurat som i spellemannsprisen eller altså ikke sant? En sammensatt konsert. Og det med å ha sånn type konserter det og er med på at publikum får lyst til å gå på åpningskonsertene deres, men det gir også litt mer til artistene da. Da kan dei vere med, du skal ha ein promo, du skal være med på åpningskonsert og du skal gjøre din egen konsert. Og kanskje dei gjør to egne konserter, en her og en i en annen kommune. Så det er litt sånn annet enn hva mange andre festivaler gjør, i hvert fall i utlandet.</i></p>
<p>Og det er bevis kanskje, for å lokke til seg artistene hit eller andre type artister?</p>	<p><i>Ja, det er klart det å komme seg til Førde. Dei vet jo ikke helt sånn hvor de finner ... Så det er oftes me som booker reise og sånn. Sånn at me får det til på det. Det, i og med at det er litt mer strevsom å komme seg hit enn på de største byene i Europa så gir det litt mer at dei får mer å gjøre sant? Og det er jo reiseutgiftene som er den store driveren i artistbudsjettet så ... Bortsett fra noen honorar.</i></p>
<p>Ja vil du si at dette er en festival for dem spesielt interesserte eller?</p>	<p><i>Nei, det vil jeg ikke si. For noken, for i utgangspunktet så er det mange som tenker det. Men me har jo tenkt litt annerledes. Me har tenkt at me skal ikke gå på akkord på den sjanger me driv med, men me skal prøve å nå flest mulig, med den musikken. For me mener jo at den er knallbra! Så derfor så gjør me mange tiltak for at ... for å få et bredt publikum, for å nå et bredt publikum. Me ber for eksempel ikke berre hit til en festivalarena, som er hovedarenaen her i Førdehuset som har mange saler og sånn, men me går ... med oppøkende konsertvirksomhet. So to speak. Med</i></p>

	<p><i>disse små konsertene i sentrum, me ber alle barnehagene, me sender info til skulene, me gjør diverse sånn tiltak med gratis festivalfrokost i parken. Og plutselig kommer det masse folk, og vi får presentert noe musikk og så kommer dei neste gang og ... Ja så det er mange sånn ting me gjør, sammen med sponsorene og som er med på å finansiere disse gratis arrangementene. Og da når vi også mer innvandrerbefolkning, som er pris ømfintlighet blant dei. Så me prøver virkelig å nå ut til mange. Og det viser jo tidligere undersøkelser, tror ikke me hadde med det spørsmålet denne gangen her, men om dei ... Me har hatt to-tre tidligere publikumsundersøkelser, der me har spurt om dei går på sånne type musikkarrangement ellers i året? Og der er det egentlig en overaskende stor del som ikke gjør det, men dei går på festivalen for det er noe de Det synes jeg er kjempebra for det viser at me når ut til meir enn berre sånn smalt kjernepublikum. Også ... Ja og da opplever dei også den norske folkemusikken for den første gang, for det er jo mange som ikke kjenner den heller sant?</i></p>
<p>Har ikke dere dratt ut konsertene nå sånn at det ikke berre er i Førde lengere, det er litt i andre plasser... Tror du at det påvirker at det blir mindre i aktivitet i Førde? Eller blir det bare generelt mer aktivitet?</p>	<p><i>Nei, altså det som me har gjort litt annerledes ... Me har hatt en strategi i publikumsutvikling, me å gå ut til dei andre kommunene. Me har hatt litt av det hele tiden, men ikke så mye som nå. Jeg tror ikke det blir mindre i Førde av den grunn, men at me når et nytt publikum. For det er endel som har litt sperrer vet du. Dei skal ikke reise til Førde og, dei vet ikke hva dette her er. Men vis det skjer noe i deres egen hjembygd eller deire kommune så går</i></p>

	<p><i>dei på det. Og det har vært litt strategi, for me opplever at det er jo litt vanskelig for tilreisende å få overnatting og at det er nok overnattingskapasitet ... og da har me tenkt at ja, men vil vi øke publikum så må me prøve å nå noen som ikke trenger overnatting sant? Så da har me gjort mer, både med å legge litt flere arrangement ut i kommunene rundt oss og gjort litt på markedsføring og annonsering og sånt for å prøve å nå dei bedre dei som har reiseavstand som ikke trenger overnatting. Så før hadde me nok me flere parallell konserter her i Førde som gjorde at folk visste ikke hva dei skulle velge. Men nå har me bestemt oss for at me i utgangspunktet ikke skal ha flere enn to parallelle arrangement, og da kan me legge noken flere ute. Så jeg tror egentlig ikke det går på aktiviteten, jeg tror me når et nytt publikum og så er det jo litt at dei som er her dei reiser. Me setter opp buss for eksempel, vis me har en konsert i Bygstad så reiser dei dit, men dei ... Dei som reiser ut herifra dei legger nok først og fremst konsertbillettene sine og så kjøper dei mat, som ofte er matservering der ... men det blir jo ikke den store omsetningen i den ellers... Dei reiser sånn ut og inn igjen.</i></p>
<p>Men hvordan vil du si at den typiske Førde deltager ser ut da? Siden dere ønsker å nå ganske bredt, er det noe typisk?</p>	<p><i>Ja de er kultur kjerringene det veit du. Det viser jo undersøkelse. Dobbelt så mange damer som menn, det var litt mer enn det me egentlig hadde målt før. Men det som er målet er jo et veldig stort aldersspenn sant? Det er godt voksne, og kvar publikumer vis du regner snitt har med seg 0,65 barn var det det? altså det er veldig stor andel vis</i></p>

	<p><i>du rekna ut ... som har med seg unger. Si at me når våre mål med at skal være publikum ... nei famillie festival. Men vis du ser på det voksne publikumet så er damer, over snittet musikkinteressert, med høg utdanning og bra inntekt ... ja inntekt har me ikke målt. Men høg utladning. Der er de. Også kan me prøve å finne ut hvordan me skal få med mannfolka. Dei er vel ikke single alle disse her tror jeg. Det er nok endel som er på sånn jentetur og dametur sant? Så reiser kanskje gutta på fotball tur, jeg vet ikke!</i></p>
<p>Men dere vil helst være en familie festival?</p>	<p><i>Ja me vil det. For me tenker at det er jo, ikke sant me har jo ... Me vil at ungene skal oppleve dette her; både fordi det er en verdi for oss. Og en spesiell verdi ikke berre med at dette er en barnekonsert og dette er en voksenkonsert. Men me vil at det skal være opplevinger på tvers av generasjoner, for me synes det er en egen verdi i det. At foreldre opplever noe med ungene sine. Så er det klart at når folk blir 14-år og sånn så er det ... så har de ikke de. Ikke lyst til å oppleve med ungene sine - da er det Malakoff og Roskilde og alt sånn sant? Og det tenåringssegmentet er vanskelig, for alle festivaler som ikke driver med rockemusikk, for der er det utrolig sterke kommersielle krefter bak som driver hele greien. Men det me tenker, og ser, er det at dei kommer jo tilbake når dem har blitt voksne selv når dei har opplevd festivalen når dei var små, og det var positivt for dem. Så for dei unger selv og da tar dei med ungane, så det er en driv i det selv om selv om vi ikke har så mange i det ungdomssegmentet. Men</i></p>

	<p><i>me prøver å dra dem inn i, på den måten å engasjere i frivillighet og me har hatt samarbeid med Firda Videregående skule på musikklinja der oppe ... og me, at me har forelesninger om arrangements ting og musikk og ja me driver med ungdomsbedrifter her på videregående skuler her i Førde og slikt. Så me prøver å gjøre litt da. På det segmentet og.</i></p>
<p>Hvordan vil dere utvikle festivalen videre da?</p>	<p><i>Ja, det er spennende det ... Nå skal vi gå litt mer inn i dette her tallene fra undersøkelsen og. Men me tenker nå at verdien som festival og målsetningene dei ligger jo der. Me vil fortsette dette med nyproduksjoner og bestillingsverk og sånt. Så har me jo lyst til å prøve å få med næringslivet mer! For jeg tror det er et potensiale der på at me kan dra litt mer, vis alle jobbe litt mer for samme sak. Og det som er interessant å se på i den undersøkelsen, er hvor mange, hvor stor prosent, er det som kommer for festivalen sin del ikke sant? Dei reiser videre, eller fløtte dei, eller kjeme for festivalen tilreisende. Og det er stor prosentandel i forhold til andre undersøkelser som Ove og gjengen har gjort. Så da tenker jeg at det er et potensiale i næringslivet har, at vi kan dra sammen med oss for å gjøre noe for å dra enda flere rett og slett, og nå ut til flere. At me kan gjøre mer sammen med dem. Me opplever jo kanskje at dei ikke har vært sånn kjempe aktive. Men det går mest på dette detaljhandelen, og de har ikke tradisjon for, det er kanskje ikke så store marginal, pengane, overskuddet reiser en annen plass, kjede, Rema 1000 eller et eller annet en annen stad. Få</i></p>

	<p><i>bedrifter med hovedkontor i Førde. Så dei me har hatt stødeige, dei har vært kjempebra! Det er energiselskap, det er media, dei hovedsponsorene - bank som de veit vi har med oss. Og dei har vært kjempe viktige, så dei har me jobba mer sammen med. Men me opplever jo at det er vanskelig å få, både å få nye store og å få summene opp på et litt mer omstendig nivå. Som jeg synes det skulle være. Så det er ... mye! Det som er litt skjæringspunktet, som me diskuterer litt, de er hvor mye ressurser me skal legge inn fra vår egen stab i å få flere sponsorer og næringslivssamarbeidspartnere. Vis vi legger inn dei samme ressursene fra administrasjonen på publikumsutvikling og få flere til å betale billett. Vil vi fått større uttelling da? Det er litt sånn vurderinger. Nå vet ikke jeg at det i hvert fall ikke er den letteste tiden å få nye sponsorer på, så me driver på. Nå er det jo en regjering som vil at dei private skal komme inn mer, men me opplever ikke det som spesielt enkelt altså.</i></p>
<p>Men sånn som Førdefestivalen, den trekker jo tusenvis av folk til Førde, og det må jo bli mere aktivitet i Førde. Tror du at øker aktiviteten for næringsdrivende; tror du at di øker omsetningen og får mer salg og sånt?</p>	<p><i>Ja altså det er jo noen som seier at dei gjør det og noken sier dei ikke gjør det, og nå er vel dere litt rundt å snakker med bedrifter og litt med dei og men. Når me har spurt direkte til dei som selger mat og sånt så seier dei at det er jula og juli, når festivalen er, at dei har høg omsetning her på Pikant for eksempel. Og det er klart hotellene her borte og alle desse her ... Men så var det noen som ... Festivalen har jo vært så lenge og så jeg vet ikke om dei vet helt alltid, men Ove sa jo at det var</i></p>

	<p><i>ikke, dere hadde jo vært rundt og spurt, og at det ikke var sånn veldig god tilbakemelding på at det var så mange som ... Jeg vet ikke, det kan vel dere si noe om, men tidligere så har jo me fått beskjed om at til og med møbel butikkene her mere omsetning, og dei måtte jo kjøpe inn ekstra mange grasklippere når det var festival for det har vært så mange som hadde dei kjøper andre ting. Men spørsmålet er jo selvsagt om de ville ha kjøpt den grasklipperen likevel? Berre at dei kjøpte den akkurat da. Det er jo ikke sikkert dei selger ... Du har jo ikke bruk for flere grasklippere. Jeg mener, sånn ting er jo alltid litt vanskelig å måle i forhold til det med økt omsetning. Om det bare fløter omsetningen fra en dag eller veke til den veka.</i></p>
<p>Men det var litt rundt på senteret og da hørte jeg litt om, dere har et samarbeid med senteret der. Kan du fortelle litt mer om det?</p>	<p><i>Vi har samarbeid med Elvetorget og Handelshuset.</i></p>
<p>Spesielt det handelshuset eg har hørt om ...</p>	<p><i>Ja, om både så, er vi der om å gjere: dekorere å har stands og sånn piler og greier og installasjoner for å vise at det er festival i byen. Dekorere byen ganske mykje da. Det er fordelen med en liten plass, men og at dei er med enda meir, men det bidrar litt til at vi kan ha disse gratis arrangementene der borte. Stiller litt opp "backstage" og litt strøm og litt grande små penger i kontant for at vi skal kunne ha dei konsertene der borte. Det er jo, vi samarbeider med mange forskjellige sånn som bondens marked og kokenes mesterlaug om gratis festival frokost i</i></p>

	<p><i>parken og ja. Forskjellige som bidrar litt Me har et. Vi har sånn tre sjikte på sponsorer. Den ene er general sponsor nivå, som er Sparebanken Vest, der har vi både en sponsor avtale og gavemidler. Også har me hovedsponsorene som er et sjikt under. Som er dette her bank, media, energiselskap og avis. Også har vi disse små sponsorene som gjør og bidrar litt til aktivitet. Dei er ... Det er veldig viktig at det er mange med og eg skulle ønske at de bidrar til litt større summer, men eg ser at det ... det er ikke sånn at det er en vanlig butikk eier.. Det kan jo kanskje ikke. Det har ikke så stor kompetanse på hva relasjons markedsføring og den type. Et idretts arrangement er lettere, enn får logoen din der. Men dette her er litt mer komplisert kanskje, også gir de en liten sum og det kan være ganske ressurs krevende å drive med å bare hente inn alle disse små summene. Samtidig så ser eg at det kan ha verdi. Fordi at det gjør at det er flere som får et forhold til festivalen. Det flere som identifisere seg litt med den. Også kan det hjelpe til på andre måter enn bare å gi rene penger. Vi har ganske mange barteavtaler, med at de stiller med hotellrom, de stiller med bil eller stiller med møbler som vi trenger til festival kontoret. Altså sånn type ting da. At de stiller med vare og tjenester istedenfor penger.</i></p>
<p>Hva tror du skal til for at det skal bli mer samarbeid mellom Førde og festivalen?</p>	<p><i>Det er et godt spørsmål, det er jo bra med sånne undersøkelser som dette her som kan vise. Vi har en omsetning på 16 millioner og vi legger igjen selv rundt 11 millioner. Av den omsetningen ved å kjøpe varer og tjenester her og i fylket, men mest i</i></p>

	<p><i>Førde. Så det er ganske mye, sant. Også kommer det som publikum generer og det kommer an på, når en skal regne ut på sånt må vi regne ut sånn og så mye skulle, og de som ikke var her allikevel og dette her som dere vet. Så det som undersøkelsen viser er at det er stor prosent del av de som er her, som reiser her for festivalen og det er veldig, veldig bra. Men så bruker de ikke så mye peng utenom som andre undersøkelser har vist, noe som ikke er så bra. Vi kan jo prøve å trigge de. Men vi vil jo at det skal gå på konserter, de går på snittet rundt 6 arrangement hverdag, så kanskje de ikke har tid til å kjøpe, men det virker veldig lite. Det var rundt 192 kr dagen, eller noe som virker, det går nesten ikke an på et vis. Så vet ikke om det ligger en eller annen feil kilder der et sted.</i></p>
<p>Hvis du snur fjølen ka tror du bedriftene gjøre til å tiltrekke seg folk?</p>	<p><i>Det er det vi vil gjøre mer med dem om. Det vi har snakket mer med dem om er å få dem til å bruke eller legge igjen mer peng hvis de selv kommer fram med gode tilbud eller er med på å markedsføre festivalen. Fordi det er så mange som kommer her for festivalen. Så vet vi at det drypper på de. Det er kanskje mange så mange som bo privat av den delen av publikum som glemmer å tenke på at verten har brukt penger på å servere dem frokost og tar det ikke med, eller at det har oppgitt at de har brukt penger på det. Det ligger en del feil kilder i tallene. I hvert fall så tror jeg at vi må gå mer i dialog med næringslivet om rett og slett markedsføring av festivalen når vi har så høy score på de som kommer for å gå på festivalen. Fordi det vil gi en større uttelling for de og kanskje</i></p>

	<p><i>andre aktiviteter eller side aktiviteter for å få med manne beina. Vi er ikke helt ferdig med å tenke på dette her. Men det er spennende og det veldig bra med å ha sånne undersøkelser, kanskje dere kan komme opp med noe gode forslag. Om hva som kan gjøres. Vi føler det selv at det vi kan er å lage et kjempe bra konsert program, med musikk kunnskapen og vi har arrangement kunnskapen og de kan vi levere topp kvalitet på også må vi få andre til å levere på andre ting som de kan bedre enn oss. Vi kan ikke selge butikkene i Førde. Det må de prøve å gjøre selv. Opp mot festivalen så det kan gjøre det som er bra. Det kanskje vi skulle ønske var mer, når vi har en del folk fra Bergen og stor byer i tillegg til folk rundt oss her at de butikkene som er i Førde er stort sett sånne kjede butikker som er andre plasser også. Hvis du kommer fra en annen plass så har du lyst til å gå på hennes & Mauritz i Førde, men hvis du kommer fra Bergen så er ikke hennes & Mauritz i Førde noe spesielt interessant. Men det er mer enn sånn ønske tenkning, det er ikke slik at næringslivet styrer så mye, men det å ha hatt et enda mer variert næringsliv kanskje, med enda flere butikk som er utenom kjede butikk. Hatt en mer sånn nisje greie.</i></p>
<p>Kanskje litt mer lokal preg</p>	<p><i>Ja, at det, men det er sånn som, det er mer samfunns utvikling som legger til rette for næringslivet på en plass og det er mye større bilde som politikker må komme inn.</i></p>
<p>Eg var innom og høre i en gammel bedrift som nevnte at i oppstarten</p>	<p><i>Ja, det er en del som kjører festival tilbud, men det er del sånn bod salg utenfor, men nei det er et godt</i></p>

<p>av Førde festivalen, så var det skikkelig opplegg ute i gatene, der de hadde kampanjer og tilbud og sånn veldig rett mot at her kunne publikum gå og tror du nå som de har flyttet inn på handelshuset at dette dør litt vekk.</p>	<p><i>spørsmål om handelshuset gjør at det blir mer innelukket og mindre stemning og hele omsetningen i Førde har flyttet seg fra vi begynte, det var veldig mye borte i sentrum, der rådhuset ligger, der var det mye butikker før og sånt. Og nå har det flyttet til de to handhelhusene, Elevetorget og Handelshuset. Og de er jo, det er nå ganske bra ute aktivitet på Elevetorget som det heter nå, utenfor der. Der har vi den utendørs scene med konsertene. Det kan godt være at de kunne flyttet mer ut sine egne ting. Det er jo og mulig at det går bra omsetning så kan det bli at de lener seg litt tilbake og tenker ikke utvikling. At de må være med. Vi har jo lyst til å utfordre. Også må man sette seg ned å tenke litt kreativt på hva som kan bestå i det. Om de kan være mer ute om de kan flytte ut selv, gi god tilbud eller markedsførings kampanjer, knytte festival pass til et godt tilbud de har. Eg vet ikke, det er mange muligheter. Men det er å få implementert det og få orden på det.</i></p>
<p>Du nevner jo dette at du at du brukte 11-12 millioner her i Førde, kan nevne hvilken type varer og tjenester dere benytter.</p>	<p><i>Ja, det er klart at vi kjøper, vi selv kjøper 1000 overnatting steder. Vi kjøper mat til alle frivillige, vi kjøper tekniske tjenester, vi kjøper transport, vi kjøper trykke tjenester, layout, design, andre sånn konsulent tjenester. Masse på bil og buss og alt det der, fly selvsagt, det kan jo diskuteres om det er lokalt eller regionalt.</i></p>
<p>Når dere kjøper mat da, hvilken type mat handler dere inn da?</p>	<p><i>Det er klart at alle artistene våre, si at vi har 300 artister og de er her i snitt tre døgn hver. Så er det jo 900, de får frokost, middag, de får tre måltid om dagen. Pluss backstage facilitis utslag. Også</i></p>

	<p><i>har vi et funksjonær kjøkken som folk får mat, der går det en del peng. Også kjøper vi og selvsagt det med t-skjorter og sånne type ting, sånn "marchendis" ting, sånn som vi gir til frivillig og artister og selger selv, det kjøper vi lokalt, her i fra fylket, vi har brukt Skogstad litt, også har vi brukt Sognefjord nett, som er i Luster. Men det blir produsert i Kina, men kjøper det.</i></p>
<p>Men dere har ikke noe bevist strategi på å kjøpe lokale produkter?</p>	<p><i>Jo vi prøver på det, vi har bevist strategi på det, vi har faktisk prøvd å trykke i, det var så mye billigere, bort i Latvia. Men altså, både syns vi, og vil at det skal være en strategi at støtter lokal næringsliv, at vi ser at det er bra for oss og det er bra for regionen vår. Samtidig så må vi tenke på det som er kostnads effektivt. Men vi ser det og med å flytte ut ting som er langt unna, at det er vanskelig heter med det, som er problem med våre kommunikasjons team. Men vi har en bevist strategi på å bruke lokalt næringsliv, men vi må være noe lunde konkurranse dyktig på pris.</i></p>
<p>Hvordan er det med festival pass, har dere mange forskjellige passer eller det en standard?</p>	<p><i>Vi har to egentlig. Vi har, vårt festival pass er sånn at det, vi har, utgangpunktet er det at vi har så mange typer arenaer. Vi har 30 ulike arenaer, og prøver å ha noe nye hvert år, noen er veldig små og er bare helt akustisk, og er bare plass til 30 personer kanskje, inne i en liten stove på museum. Noe er for 3000 ute, eller 2000 inne. Og da har vi festival pass som gir fri tilgang til de 5 største konsertene i idrettshallen og 1 ute. Og de gir rabatt til alle andre arrangement, nesten alle</i></p>

	<p><i>andre. Sånn vi har kontroll. Det er sånn voksen pass, vi har tre kategorier, vi har voksen pass, ungdoms pass og barn pass, og det ungdom og barnepasset er veldig billig, vi tør å si at vi har Norges billigste barnebilletter som koster 50 kr pr konsert. Og ungdoms passet er vanvittig bra fordi du betaler barne pris på resten av konsertene, så det er de kategoriene vi har, også har vi medarbeider pass for frivillige.</i></p>
<p>Er det bevist å ha så billig barne-og ungdoms pass?</p>	<p><i>Ja det er det Absolut. Fordi at vi tenker at det er bedre å få mange, at de har råd ikke sant. En familie ser på hele pakken, nå har kanskje ikke dere så mange barn enda, men når der får det, så herregud så blir dette jo 7000 kr og dette kan vi ikke gjøre, også velger en ut hardere. Da vil vi heller nå flere og heller ha rimelige priser. Det er helt bevist også er det bevist at det er veldig god rabatt på de som vil gå på mye. Derfor så har de som kjøpet pass får nesten halv pris på den andre arrangementene. Og da går de på mer. Det er en grunn til at folk går på 6 arrangementer. Det er fire betalte arrangementer i snitt. Det er ganske bra.</i></p>
<p>Har dere pakke tilbud, for eksempel at du får hotell og festival billett samtidig?</p>	<p><i>Vi har prøvd litt med hotell, men har ikke fått det helt til. Vi driver med det reiseliv greien og det er også en ting vi har lyst til å utfordre andre mer på. Fordi vi er ikke spesialisert på reise liv. Men det med pakking er absolutt en sånn greie vi har lyst til å utvikle mer, men nå har vi akkurat ansatt en som begynte i går som har erfaring fra reiselivsbransjen og har vært distriktssjef for hurtigruten, salgssjef.</i></p>

<p>Hun skal jobbe litt mot dette da ...?</p>	<p><i>Ja, hun skal gå litt mer mot det. Dette er et av de utvikling punktene mot reiseliv, så vi har prøvd litt, men ikke har fått helt tak på. Men vi har hatt litt, i fjor var det en gruppe fra kina som betaler, dette er de som heter musiclovers og de har jo peng, det er ikke det går på. Men må ha et ordentlig produkt og produktet er skikkelig, det er et potensiale der absolutt. Det er veldig interessant, det var en gruppe fra England som vi ikke ha noe å gjøre med, vet ikke helt hvordan det skjedde, men i hvert fall så er det en god del gjøre å få, komme med inngrep i reiselivsbransjen, for eksempel de som bor, de som er i Florø. Vi booker jo hele Scandic og en del av Førde hotell med bare våre egne artister og gjester. Som er litt sånn. Vi fortrenger litt, men det bor jo folk, som er på ferie i Florø, hvis du er på en sånn pakke tur så er det klart at det ikke er noe pes for de å reise inn her og ut igjen for å gå på konsert, 30 stk ekstra eller 50 stk på konserter. Vi må tenke litt for de som må likevel er turister i området er må få god tilbud. Vi har prøvd her og der, men reiselivssatsingen her ikke så kjempegod, vi har følt at det er litt tung, men det er potensiale.</i></p>
<p>Så de fra Kina skal komme på festivalen så må de først bestille billett så fly, så hotell.</p>	<p><i>Vi hadde en god kontakt som jobbet som kultur sjef på den norske ambassaden i Beijing tidligere, og ho jobbet i, ho driver med reiseliv, ho lagde pakke som ble solgt, det gjorde ho for oss. Vi må komme i, tror de hadde en ferdig pakke ting, vi må bare få til flere sånne, og komme i dialog med de som driver med booking og alt sånt, det er absolutt en</i></p>

	<p><i>ting å gjøre, det er spennende, men å få det til med camping, skei, og har de mye turister, det er å få de til å være en dag til og oppleve festivalen, eller bli lagt inn i programmet, vil tro det er bra hotellene også.</i></p>
<p>Føler du det er mangel på overnattingsplasser?</p>	<p><i>Ja, altså, vet ikke om folk gjør det på en annen måte om de bor privat, om det ikke hadde vært slekt og venner så hadde det vært helt krise. Men det er klart at en del av de som reiser drar på camping, så booker de ny plass neste år de drar derfra. Vi får noen nye tall på hvordan det ligger, før så fikk vi mye spørsmål om, at folk var så fortvilet at det var overbooket på hotellene. Men nå har de funnet andre muligheter. Undersøkelsen viser at de ikke var så misfornøyd med overnatting tiden, men jeg må studere enda mer på disse tallene her. Det kan være at vi har mistet noen som har gitt opp, det vet ikke vi, de som ikke kommer, pga. de ikke får overnatting, de er jo ikke her, så vi får ikke spurt dem, og det er tanke kors</i></p>
<p>Potensielle kunder ...?</p>	<p><i>Potensielle kunder, ja, så vi prøvde å få laget en sånn festival camp nærmere sentrum, kommunen ville ikke og campingen ville ikke.</i></p>
<p>Det måtte kanskje være noe midlertidig da, siden det er ekstra trøkk akkurat da.</p>	<p><i>Ja, altså vi er ikke sånn helt i sikte sånn som Malakoff, der det er mange som bor i telt, sånn har vi ikke vi har med familier og voksne folk, og da vil de gjerne ha pensjonat standard et eller annet sånn, i den duren, eller om de tar med seg camping vognen eller bor på hotell. Det er en fare for vi har mistet en del, de tenker, at «Førdefestivalen her får</i></p>

	<p><i>vi ikke overnatting». Det vet vi ikke, vi får ikke tak i de og spurt dem. Men hvis noen hadde bygget et nytt hotell i Førde så hadde greit om vi hadde om vi klarte å fylle det, YES. Det er fremtids drømme, vi kan lage en ekstra etasje på kulturhuset.</i></p>
<p>Omsetningen deres har den utvikles seg ut i fra de siste 10 årene eller fra starten av?</p>	<p><i>Ja, nå er det litt sånn standardisert. Men det har gått oppover, vi har fått, nå er jo knuttpunkt ordningen gått vekk og det er lagt til en spydspiss ordning i kultur, sånn de driver å mekke på. Men fra det var knuttpunkt i 2005 så har staten sett at dette er bra veier og fått øket tilskudd og det tar vi som en anerkjennelse at de ser på dette som kvalitet og at vi driver godt, og at vi alltid har hatt styr på økonomien og ikke gått i underskudd, så vi har hatt øket budsjett. Vi får se om vi får inn gaveforsterkning ordningen og får inn mer sponsorer, jeg tror at nå framover er det ikke tidene for å noe mer offentlige virkemidler, i hvert fall ikke driftstilskudd. Fylkeskommunen sliter med ramme og alt sånt, vi må prøve å få flere til å betale billett, vi må være flinkere på å søke prosjekttilskudd, det går han, det finnes forskjellige sånne ordninger. Men det svinger jo, kan jo få avslag år til år. Også må vi prøve å utvikles oss i forhold til reiseliv og næringsliv. Det er de utfordringene der, også er det sånn at det hvor sterke mål man skal ha for å øke. Noen synes, vi liker veldig godt at vi både har store og små arenaer, med litt sånn, det blir veldig tett her i forhold til å være en festival i en stor by. Så er det kort avstand mellom arenaene og du bor nær. Men hvor stor skal man bli, vi må i hvert fall beholde</i></p>

	<p><i>kvaliteten på arrangementet og servicen for publikum og sånt. Det er jo kjempe viktig. Publikum og artistene er det viktigste ambassadørene våres, det er fremdeles sånn at snacksen fra en person til en annen er det mest kjøpsutløsende, så hvis en forteller vennen at, fy faen neste år må du være med på Førde festivalen, det er det kuleste jeg har hvert med på lenge. Det som gjør at vi ikke sitter inn en annonse i dagbladet. Så den er kjempe viktig at vi bevarer den kvaliteten, men vi har kapasitet i de fleste salene til å ta inn flere folk, en del er jo stappa full og utsolgt, men det er jo og at vi slipper inn frivillige, så vi kan selge flere billetter.</i></p>
<p>Så dere har kommet opp på et nivå der dokker vil være?</p>	<p><i>Det vil jeg ikke si, vi vil alltid, det er plass til flere folk i salene, men vi behøver ikke å ha flere arrangement. Det er ikke nødvendig, men vi kan ha flere betalende folk i salene. Så der er det et utvikling potensial og det vil vi jo. Det er derfor vi vil nå flere og drive aktiv publikum utvikling. Men det må vi kanskje for enten de som allerede få de til å kjøpe enda flere billetter. Eller få enda flere i nær området til å komme på festival og kjøpe billett fordi det er overnatting problematikken ligger der.</i></p>
<p>Da er det å arrangere arrangement utenfor Førde som er baktanken?</p>	<p><i>Ja, det er det, men jeg tenker kanskje nå at vi har kommet litt, det er ikke sikkert at vi skal ha enda flere arrangement, utenfor og under selve festivalen, det har og noe, en festival er en konsentrasjon. Det er en konsertert eksplosjon av musikk opplevelse, en kan ha, på en konsentrert tid og konsentrert sted. I utgangspunktet, eller så blir</i></p>

	<p><i>det liksom en konsert serie som går, sånn som Vestfold festspill som har mange kommuner over langt tid, vi får ikke festival stemningen da, det skal syde, skikkelig og det skal være masse folk på et lite område på et kort tidsrom, det er festival. Derfor må vi balansere det litt, derfor så har vi disse konsertene i de andre kommunene, stor sett i andre tidssoner, vi har onsdagen, før det er gang omdømme her og søndagen som er siste del av konserter. Da får vi kanskje noen til å trigge til å komme inn her, og på søndagen, så er det på vei. Vi er omtrent hvor vi skal være, i volumet på det, også kan vi variere på hvor vi skal være og at vi kan lage ny konsept på hvor vi skal lage til. Men vi må passe på at vi bruker mye at budsjett her for å lage den eksplosjonen som skal være her i Førde. Ja, dere får kanskje ikke entydig svar, men.</i></p>
<p>Er det noe du vil legge til ?</p>	<p><i>For oss så er det så sagt at det er viktig. Noen plasser så starter folk festival fordi de skal øke omsetningen hele tiden, men har jeg ikke så veldig mye tro på. Jeg har tro på musikk nerdene, sånn som på Malakoff og de som lager gode festivaler, sånn som oss. Fordi vi er dedikert til den sjangeren eller det vi driver med, det tror jeg egentlig er bra for næringslivet til slutt og fordi at det, man har en sånn drivkraft med noen som vil gjøre noe og med kompetanse på musikken og arrangement gjennomføringen som gjør at det slår over på det andre. Hvis vi skal bare gjøre noe som fører til aktivitet så, har jeg ikke så mye tro på det i det lange løp, det blir som alle andre nærings dager</i></p>

eller byggedager. Jeg tror at den nerven som skal til for å lage noe som er så bra og blir lagt merke til utover, at enn få folk til å komme, reise langt for å komme og oppleve det, da man ha dedikasjon og kompetansen. Det tror jeg er viktig at næringslivet og politikerne anerkjenner at det må ligge i bånd, man får ikke lage omdømme av ingenting, omdømme er noe du får av det du har gjort. Da må man gjøre det bra først. Næringsmessige konsekvenser som er et resultat av det.

Vedlegg 16 – Intervju: Informant 11

Forsker	Informant
Så er det greit for deg at jeg tar opptak på dette intervjuet?	<i>Det er i orden</i>
Ja, då kan me bare begynne helt generelt. Da vil jeg vite om dine personlige erfaringer og assosiasjoner med Førdefestivalen, utfra ditt syn	<i>Førdefestivalen er kjempepositivt, vi er veldig positive til at den er her, og at den bygger seg opp og blir større og større. Veldig stolt over at Førde har fått det til. Så merker jeg de siste par åra, så har senteret øket opp samarbeid med festivalen.</i> <i>Festivalen har vært her på et par senterforening eller senterleder møte. Og presentert, informert og fått opp engasjementet for hva som skjer under festivalen, og dette har vært viktig og avgjørende. De har også delt ut litt gratis billetter. Laga litt blest rundt det da. For klar de store kjøpesenteret, det er jo natur og handel sant med restauranter og hotell selvsagt, men er du ikke så interessert i natur går du kanskje i butikker mellom disse slaga. Da er vi viktige ambassadører for Førde. Og det med festivalen, viss kunder har spørsmål rundt den at vi ikke helt grønne, men at vi hvert fall er interessert i å hjelpe de så godt vi kan. Det er veldig viktig at samarbeidet er sånn som det er, og at det fortsetter å være sånn i framtida. Når det er sagt så føler jeg kanskje ikke at vi merker det kjempe masse på at de dagene må vi ha inn antall</i>

	<p><i>betjeningen fordi omsetningen er der oppe, så det er væravhengig, er det fint vær vil folk være ute då går de ikke på handel. Det er mer sånn tilfeldig at de ramler innom da. Det er vår erfaring med det, så det er noen dager vi krysser av i kalenderen om at det skjer noe ekstra i Førde, og du vett ikke helt hva som venter deg de dagene. Og at vi er litt obs på at de er mange tilreisende, som kanskje ikke kjenner til toalett viktig å vite ting. Men vi har ikke forventninger om at omsetningen skal eskalere, i fra vår side</i></p>
<p>Men sånn overordna så har du et positivt syn på Førdefestivalen, men at det er litt uforutsigbart om det påvirker dere då?</p>	<p><i>Ja</i></p>
<p>Og litt hva, ja du har vært inne på det men hvilken betydning festivalen har for lokalsamfunnet her i Førde. Føle du det er positivt påvirkning eller?</p>	<p><i>Utelukkende positiv påvirkning</i></p>
<p>Utelukkende positiv påvirkning for lokalsamfunnet?</p>	<p><i>Ja</i></p>
<p>Har du en grunn til hvorfor du mener festivalen har positiv påvirkning?</p>	<p><i>Jeg meiner det er positivt fordi at folkemusikk blir forbundet med veldig sånn smalt sært med engang en verden kommer til Førde så får du spesielt alle disse gratis konsertene er veldig viktige for å bygge opp under denne positiviteten for et yrende folkeliv verden kommer virkelig til Førde. Men det preger hele byen selvsagt litt væravhengig det og når det er kaldt og surt og regner men du har ingen unnskyldning for</i></p>

	<i>å gå glipp av det vis du er her, da er det bare å ta seg en tur.</i>
Så det er bra folkeliv under selve festivalen altså?	<i>Det varierer litt for det er jo noen år vis det regner og er kaldt og surt då blir jeg litt sånn flau då blir det sånn herregud hvor er alle folka? Men då e de jo på innekonserten igjen. Men folkeliv i gatene er mer avhengig da. Men det at dokke gjør den festivalen så tilgjengelig med opptog og torgscene og utekonsertene det trur jeg er helt avhengig for at folk får økende opp.”</i>
Så det er det du ser som det mest positive utekonsertne og gratiskonsertene ...?	<i>I forhold til akkurat det</i>
Lokalsamfunnet?	<i>Ja fordi at då i stedet for å tenke det e smalt og sært og noe av det er jo det men då får en mer bredde i va folk fra heile verden virkelig. En av mine største øyeblikk det var med hu ana mora som spilte fader, for du er så vandt med denne irske gi og ha hiv-hoy og så liksom hu tok det helt ned og det var helt sånn du blei helt berørt av en sånn fantastisk vakker og dyktig artist da. Så det å få frem spekteret er viktig</i>
Sånn generelt om din stilling i bedriften og hvor lenge du har drevet på med dette?	<i>Butikksjef så jeg har totalansvar for denne avdelingen og jobbet i 10 år.</i>
10 år, så du har god erfaring med både senteret og Førdefestivalen då	<i>Ja</i>

<p>Litt sånn generelt hva Førde festivalen har for dere å si som bedrift. Her og var du innpå at du merket litt uforutsigbart du vil si at det er litt avhengig av været. Du vil si at dersom det er dårlig vær så vil dere merke det mer?</p>	<p><i>Ja, det er nå litt pluss og minus med å ligge på et kjøpesenter. At er finvær så vil ikke folk jaja vis det veldig varmt så går de kanskje her for å kjøle seg ned. Men vi merker det at vis det er veldig fint vær så er det rolig i butikken ... selv om det er folkemusikk festivalen da. Det er det, men dårligere vær så trekker folk innom for å tørke seg litt og gå på cafe</i></p>
<p>Så det er litt værbestemt?</p>	<p><i>Det er det men jeg opplever ikke at vi er avgjørende for at festivalen skal ha en suksess då det gjør jeg ikke. Men det er klart det at Førde kan tilby veldig mange som er positivt overasket over at det er så masse butikker her. For det er jo en ganske liten plass, og det er jo ganske mange butikker pr innbygger. Så jeg trur at det er positivt og vis du skal ta med deg hele familien at det finnes muligheter for å gå å handle. Og så klart at det er masse restauranter. Jeg tenker jo at det er viktigere at de har god kapasitet.</i></p>
<p>Men litt mer spesifikk då, dere har ikke sett noe spesifikk omsetningsøkning under festivalen, i forhold til en normalperiode?</p>	<p><i>Nei!</i></p>
<p>Så det ligger på det samme?</p>	<p><i>Ja, det varierer litt utfra våre, hvordan vi har truffet med aktivitetene våre utfra været og sånne ting. Så det gjør faktisk det, mer det at nå er det folkemusikk festival, så nå kan vi forvente en høy omsetning.</i></p>

<p>Dere er jo en konsern KappAhl, så lurer jeg litt på hvor mye av omsetningen dere får inn går til konsernet KappAhl og kor mye som blir igjen her i Førde i form av lønninger og, utbytte og slik ...?</p>	<p><i>Ja altså jeg administrer jo alt det der men jeg ser ikke så masse av de talla, men alle som bur her de skatter jo til Førde. Så det er at du har, holde på arbeidsplasser i bygda då så kommer jo skatteinntekta tilbake. Men i og med at vi er en svensk kjede, så vil jo det meste av profitten havne der. Uten at jeg kan gå innpå spesifikke detaljer.</i></p>
<p>Så det er først og fremst overskuddet som går til KappAhl kjeden? Mens en stor del blir igjen her i Førde i form av utbetaling av lønninger og sånne ting</p>	<p><i>Ja, de betaler jo skatt til kommunen også. Så vi skaper jo arbeidsplass som tilbyr folk å bli buende her da.”</i></p>
<p>Litt om sånn innkjøp, vareinnkjøp og sånt. Jeg regner med at dere har fast sortiment så dere får fra kjeden, så dere skal kjøpe. Men i form av tjenester da sånn lokale tjenester for eksempel transportfirma som kommer med klærne og sånt, er det lokale transportkjeder eller er det eksterne?</p>	<p><i>Det er jo, det kommer fra hovedkontoret i Gøteborg, så vi har ikke en som reiser til Gøteborg fra Førde. Men det blir transportert på mest miljøvennlig måte til Oslo, så til Førde. Så det blir bil fra Oslo og hit, og det er lokale Firda billag hvert fall vi bruker da. Så de kommer og leverer det her.</i></p>
<p>Ja så har dere noen annen form for lokale tjenester dere benytter her i bedriften?</p>	<p><i>Vi har jo veldig godt samarbeid med kors på halsen, røde kors sin barne- og ungdomstelefon. Nei vi er jo flinke til å stille opp når senteret ønsker aktiviteter, så vi er en av butikkene som alltid er med på å bidra til at det skal komme folk på senteret her. Litt usikker på hva du ...</i></p>
<p>Vaskebyrå noe sånn dere bruker?</p>	<p><i>Ja, ja, ja ...</i></p>
<p>Og det er her lokalt i fra?</p>	<p><i>Ja og Securitas og pengetransport er lokalt.</i></p>

Ja så dere benytter en del lokale tjenester i driften?	<i>Ja</i>
Det er med på å skape økonomiske indirekte virkninger det så. Så er det relasjonen deres med selve Førdefestivalen om dere har noe direkte relasjon med den i form av sponsing eller et eller annet kampanje noe sånt?	<i>Nei</i>
Nei ikke noe form for det?	<i>Nei vi prøver jo å som jeg sa flinke til å bli med når senteret drar i gang noe, vi prøver jo å være med på et tilbud og kan være med dersom det er felles annonsering eller et eller anna. Så ønsker jo vi også å bli med å bidra til fellesskapet her men og selvsagt for å trekke kunder inn til oss.</i>
Så du føler det er mer senteret som skaper relasjonen, så er dere butikker med på det?	<i>Ja</i>
Så helt kort om dere har gjort noen tiltak liksom noe spesifikk tiltak dere gjør når denne konserten er	<i>Nei vi må bare være litt obs på at torsdag til lørdag så vett vi ikke helt hvordan det blir og informerer om 30.000 som kommer til Førde så vi må jo passe på å være tilgjengelig og attraktive det er jo mange.</i>
Men hva gjør at dere ikke kjører noen form for kampanje eller tilbud under denne Førdefestivalen?	<i>Jo det gjør vi, men det er senteret som drar det i gang.</i>
Det er senteret som drar i gang ja, hvordan funker denne kampanjen?	<i>Det er føler ikke vi har noe spesielle omsetningsøkning, men det er klart den er jo samme tiden hvert år. Har du gjort det bra et</i>

	<i>år så er det jo bra å holde det sant.</i>
Dere har ikke noe form kampanje og dere har heller ikke prøvd det tidligere?	<i>Jo vi har men senteret drar det i gang</i>
Er dette felles for hele senteret? Prosent og sånt?	<i>Ja annonsere og sånn, det er nok forskjellig om butikker har tilbud på et spesifikk produkt eller mer generell rabatter eller for eksempel ved halv pris og rød pris. Men det er umulig for oss å smale oss inn til alle folkemusikk. De må jo synes at vi er attraktive og vise oss frem med markedsføring. Men det er jo ikke sånn at jeg sitter her og kan bestemme at vi bruker penger her og her og her, det er styret har strenge budsjett på det. Jeg er med på alt jeg får være med på.</i>
Trur du vis dere hadde økt markedsføring eller økt kampanjer at det hadde tiltrukket mer folk?	<i>Nei ikke egentlig. Det er ganske bra sånn som det er. For det er så begrenset hvor mange som er her kun for å handle og hva får de med seg på hva som skjer i Firda eller i fylkesmagasinet eller papirannonser, alle de som skal reise her til er først og fremst for å dyrke musikk interesse og være her under folkemusikk festivalen. Også blir det litt tilfeldig at de dukker innom vis de får tida til det. Jeg trur ikke det er mange som spesifikk reiser til Førde for å reise. Så kan det gå på konserter vis de får tid, det blir mer motsatt då. Så vi må gjøre oss synlige og det gjør vi. Å være attraktive ja men ja.</i>

**Då har jeg fått svar på det jeg trenger,
tusen takk for samtalen dersom du ikke
har noe å tilføye.**

Nei det har ikke jeg.

Vedlegg 17 – Intervju: Informant 12

Forsker	Informant
Eg vil bare si om du samtykker å bruke lydopptak i dette intervjuet	<i>Selvfølgelig</i>
Kan du snakke litt om din stilling og varighet, og hva du gjør her på Peppes?	<i>Vi har vært oppe i 10 år her i Førde. 10 år nå til sommeren. Jeg er en del av eierne i Peppes her. Og driver 100% drift.</i>
Hatt stillingen lenge?	<i>Stilling som, jobbet her?</i>
Antall år, jobbet her ...	<i>Jobbet her i 10 år.</i>
Hvor mange eiere?	<i>4 eiere.</i>
Hva er din generelle erfaring med Førdefestivalen, har du vært der selv?	<i>Ja da, Jeg har svigerinne som har jobbet der litt, hun er musiker. Jeg får det ligg igjennom der da. Hvert år har vi vært på noe av det selv, men jobber selvsagt i tillegg.</i>
Synes du at det er noe positiv for Førde?	<i>Det er utelukkende positivt, egentlig, absolutt.</i>
Får dere en større tilhørighet med å ha festivalen?	<i>Vi får en større tilhørighet ved, nei, det føler vi uansett, uavhengig av festivalen, men det som er positivt med festivalen, det er Førde internasjonale festival, den er stor og internasjonalt. Det er liv og røre i gatene og før en helt annen. Sunnfjordinger er kjent for å være rolige av oss. Men vi er forskjellige. Men akkurat den uken så skjer det noe med folk.</i>

	<i>Folk danser mitt i gatene. Vi får en energibust, hele bygda, då snakker jeg ikke økonomi, men miljøet. Det skaper en vanvittig entusiasme.</i>
Det er liksom med å synligjøre Førde, at de hører om festlivene, men så vet de om Førde ...	<i>Vi får en synlighet i forhold til renommé. I Norge og utlandet. Musikk er, altså. Det er ikke rock en roll, men folk hører og vet hva Førde har, men særlig utlandet.</i>
Føler du at det kommer mange fra utlandet?	<i>Masse folk fra utlandet, ja. Og det kjem fra hele landet, det er mange som er interessert i folkemusikk i forskjellige typer sjangere, til og med som ikke er over interessert. Men det er mange folke musikk, Jeg tenker hardingfele. Men det er bare en liten del av. Det er ganske fascinerende.</i>
Hvordan føler du festivalen har en påvirkning på bedriften?	<i>For vår bedrift så er det jo, altså, det er ganske enkelt, jo mer folk det er en plass, jo mer omsetning må det bli. Det har litt med folk ønsker mat, for vår del. Samtidig, arrangørene er veldig dyktige til å lage til og legge til rette for det, middager oppe på, så det generer ikke så mye som langskytterstevne hadde gjort. Det er en stor forskjell på det, men vi vil ha en økning.</i>
De har arrangert middager andre plasser og som folk går heller på det istedenfor å komme her?	<i>Ja da, de har jo, det vil dere sikkert få høre når dere intervjuer de, De har sine opplegg der. De har også samarbeid med Rica sundfjord hotell. Så har de catering på Førde huset som på en måte. De drypper på en måte på mange når det skjer sanne ting. Det er ikke kapasitet til å klare alt.</i>

Du nevnte omsetningen økes litt, har du noe tall på det?	<i>Nei!</i>
Setter det et preg på det?	<i>Det setter preg på omsetningen, hvor mye preg er eg usikker på, nå har vi hatt festival så lenge vi har, Juli og juni er det beste månedene, Juli er månedene med størst omsetning. Hvor stor effekt, om nøyaktig er vanskelig å si, vi har mange folk om sommer. Når det er langskytterstevne, då har vi, det er til neste år, da skal vi lage en ute restaurant som tar 100 til. Det gjør vi ikke under festivalen her.</i>
Det er ikke så tydelig økning der, som langskytterstevne kunne ha vært?	<i>Nei, for det, det skjer så mye i gatene, at de søker så mye på det, så går de inn her og tar en kjapp mat og ut igjen.</i>
Så dere prøver ikke å tiltrekke de på noe måte, kampanje?	<i>Peppes har ikke gjort noe kampanje for det, det kunne ha vært på sikt i forhold til samarbeid til. Sant, det å ha et arrangement med paviljongen, altså hvis de har arrangerte en mini konsert der, så ville de kunne hvert i vår regi.</i>
Dere har vært inne på tanken?	<i>Vi har vært inne på tanken, men det har ikke gjort så mye ut av det, det koster litt penger for ting og tang å få det bort der.</i>
Har dere noen begrensinger på å være en del av Peppes, på markedsføring, eller blir det en del av Peppes bransjen/konsernet?	<i>Vi kan jo altså markedsføre lokalt, i forhold til sånne ting, men den generelle markedsføringen til Peppes er vi en del av, men lokal markedsføring har mulighet til å gjøre stort sett hva vi vil. Det er begrensninger, vi må ha den rette logo.</i>

<p>Hvordan blir fordelingen av utbytte, omsetningen går inn til konsernet og så mye som blir igjen i dere bedrift.</p>	<p><i>Vi er en franchise, dere vet hva franchise innebærer, vi eier det, men leier navnet. Men vi har ikke mye sligringsman, vi må følge alt.</i></p>
<p>Det er visse retningslinjer?</p>	<p><i>Ja, ja, vi kan ikke lage Førdes pizza og sånne ting, også leier vi, så betaler vi for å være en del av det konseptet også er det vi som sitter med kostnadene og inntekten, bunnlinjen er vår etterpå.</i></p>
<p>Så dere leier på en måte navnet og konseptet og utbytte blir oss dere eiere.</p>	<p><i>Ja da, det står på oss som eiere. Peppes blir stort sett det samme som spar og andre butikker, så må man betale for å være med, men de vet jo gamet, de kan jo tjene penger.</i></p>
<p>Du har jo disse retningslinjene å følge. For oss er det interessant å se hva som blir igjen lokalt, hvordan blir det med underleverandører da? Har dere noe, eller er det bestemt for øvrige hender eller bestemmer dere litt selv.</p>	<p><i>Underleverandør er 100 % kjøpt i forhold til Umo restaurant groupe. Peppes, Fridays, Burgerking mange som ligger under den paraplyen. Innkjøpsavtalene blir også lagt til UMO, så det skal være en del fordelen, en at vi selv skulle gjort det som enkel leverandør, aktør. Dette der er sånn som, vi har aldri vet 100 %, vi går ut ifra. Det er jo ikke alle tall vi får vite. NorgesGruppen det er ikke så mye folk får vite. Men går ikke an å bruke energi på det heller, vi må ta et valg om vi er med.</i></p>
<p>Hvis Førdefestivalen hadde vært litt mer utenfor sesong, tror du at det hadde vært en større påvirkning på Peppes da. Nå er det liksom midt i sesongen, hvis du hadde hatt den i November.</p>	<p><i>November, ja. Hvis det hadde vært i Februar, sånn som nå. Det hadde hatt en stor, eg trur vi hadde hatt en god bum der altså, fordi det er kalt, folk vil være innendørs, selvfølgelig hadde vi merket en stor forskjell.</i></p>

<p>Hadde dere noe form for prisendring i løpet av sommeren eller er det regulert ut i konsernet?</p>	<p><i>2 ganger i år er det regulert ut ifra konsernet. Vi følger jo, menyene, menyene står prisene, det er ca. 2 ganger i året.</i></p>
<p>Også en ting at folk føler det har vært en nedgang de siste årene i forhold til det var i begynnelsen. Hva er ditt synspunkt på det? Antall besøkende ...</p>	<p><i>Det har jeg ikke noe formeining om. Bare ut av det jeg leser i forhold til hva de sier. De har jo, de har hatt økning, hele veien. Været også. Utlendingene kommer til oss uansett, men folk fra Oslo, Bergen, Stavanger pøs været her, så er det ikke sikkert at de gidder å reise opp her.</i></p>
<p>Vi ser jo på det som blir igjen lokalt, da tenker jeg på at dere eier kjeden selv og utbytte sånn. Det blir igjen lokalt her eller?</p>	<p><i>Vi som eier det heter Varo AS firmaet vårt, vi skatter til Førde, fleste som har tilknytting her, skatter til Førde, Det er klart at det større kjedene som er kjedene eid tipper eg at de skatter ikke til Førde. H&M og Kappahl.</i></p>
<p>Dere har ikke noe form for samarbeid med festivalen?</p>	<p><i>Nei, vi har ikke noe samarbeid med de, utover at vi er her.</i></p>
<p>Kunne dere ha gjort det?</p>	<p><i>Ja, det kunne vi, men vi har ikke tatt noe voldsomt initiativ selv og da at det koster. Ofte det å ... dømme langskytterstevne da, så er det mat oppe på den plassen da, men da skulle vi ha x antall tusen for å kunne være der, det var opp mot seks sifre, det tjener du ikke inn på en uke, så vi har valgt å være litt rolige, men vi har gitt beskjed til de at vi ordner 50-60 pizza på kort tid, hvis det blir krise der opp, det vet de om.</i></p>
<p>Er det sånn dere alltid er forbedrede under høy sesong, eller tar dere høyder</p>	<p><i>Nei, altså, nei, konseptet våre er slik at vi ikke kan, vi kan gi 50-60 pizza på en times tid, men</i></p>

<p>for det under Førdefestivalen? Sånn at nå kan det komme en bestilling ...</p>	<p><i>det kan vi ikke gjøre hele tiden, vi må jo heve bunner, sant.</i></p>
<p>Vi har vært igjennom det meste da, hvis du ikke har noe spesielt å legge til så?</p>	<p><i>Nei, ikke annet at når det er snakk om festivalen i forhold til hva det gjør med lokal samfunnet, vil jeg påstå at det vil bli subsidiert sånne ting, men det blir lagt igjen mye peng i Førde. Selv om H&M og andre som ikke skatter her, så blir det lagt igjen mye penger uansett, det går jo i pluss</i></p>

Vedlegg 18 – Intervju: Informant 13

Forsker	Informant
Da setter vi i gang nå vis det går greit?	<i>Det går fint ja.</i>
Ja, då må jeg bare ha det på teip at; samtykker du i å bruke lydopptak i dette intervjuet?	<i>Ja.</i>
Ja men da kan vi starte da. Kan du bare fortelle litt om din stilling og hvor lenge du har hatt den?	<i>Ja, jeg er jo daglig leder da, på Pikant nå, og har hatt den stillingen i, siden 01.01.2015. Men har jo vært medeier i Pikant siden 2003, så jeg har nå litt bakgrunn for ... ja jeg vet litt hva som har skjedd.</i>
Har du bod i Førde lenge?	<i>Ja da, jeg er førdianer. Kjøpte meg inn i Pikant i 2003, etter en konkurs da. Og det var rett og slett fordi at det var blitt stamplassen. Og lurte på hvorfor i all verden, hvor skal jeg gå hend nå? Så ble jeg spurt av en gruppering om jeg ville være med som, i utgangspunktet, som en femte mann med for å få høy nok aksjekapital for å være passiv eiger da. Nå er jeg den eneste av dei fem som er igjen. Så det er en litt artig historie. Men det er jo en interesse av å ha, og skape noe i Førde selvfølgelig. For Førde folk, inkludert meg selv da. Så det er nå for så vidt ja ...</i>
Hva er egentlig din erfaring med Førdefestivalen?	<i>Den er jo Hva skal jeg si. Den er delt. Vis jeg tar den økonomiske for Pikant så er det klart at den har en positiv innvirkning. Det blir høyere besøk. Vi har Jeg tenkte jeg skulle finne det</i>

	<i>nå her ... Jeg tipper vi har faktisk en ... skal vi se her ...</i>
Ja for det er en merkbar oppsving for dere under Førdefestivalen?	<i>Ja, skal vi se ... Den er faktisk såpass merkbar at den, ligger mellom, det varierer jo litt fra år til år. Men mellom 50-100 % faktisk er den uken, høyere omsetning enn ukene før og etter. Så vi har veldig bra effekt av det.</i>
Tror du det har noe med beliggenheten å gjøre eller ...?	<i>Vi tror absolutt at det har med, altså selvfølgelig det som også er et moment her er rett og slett været, under festivalen. Vi merker og en stor forskjell på omsetningen vis det er et dårlig år. Kontra et bra år. Jeg tenker at litt av ... det vi merker av det her, sånn som i år/fjord, så hadde vi tre arrangement ... eller det var arrangement på Rådhusplassen, og det er klart gav oss en positiv effekt. Da er jo gjestene her, dem ser Pikant. Pikant er litt sånn Det meste i Førde er jo pizza, kafe og China samtidig, og også gatekjøkken. Så vi er jo på en måte den folkelige versjonen av hotellene da, så du faktisk få litt oppgradert kafe. Selvefølgelig ved at vi har alkoholserving, det er jo med på å dra opp ... i sånne festival ... Det vi har lurt litt på, og det vi ser og, det er jo rett og slett at vi får en del tilreisende på, men det er og en del oppsving på lokalbefolkningen. Dem vet at det skjer noe i Førde, og derfor så går dem ... Så det blir en sånn, pluss, pluss.</i>
Er det merkbart at det er mest norske, eller er det utenlandske folk	<i>Vi merker jo, at i fjor så var det faktisk et bra år for oss, vi hadde veldig mye utenlandske gjester i</i>

<p>som kommer hit og?</p>	<p><i>fjor. Større grad enn før, og det stemmer jo med, det som norske kroene og det som reiselivet har sagt ellers at det var et bra år for reiselivsbransjen. Så det merket vi. At det var mye mer pågang på det engelske miljøet for å si det sånn. Skal jeg nevne Førdefestivalen ellers, så er det jo en veldig ... det jeg mener det den ikke veldig mye bidrar til er å lage festivalstemning i Førde. Det er et veldig lokket festival på en måte. Den er spredd over veldig mange lokaler, mange scener. Gjerne litt ute i distriktene og. For ti år siden så var litt mer sånn at du hadde, gratiskonsserter rundt omkring som skapte litt liv i sentrum. Dei har blitt litt vekk. Det er klart, litt av greia er jo at Rådhuset her borte vart jo bygde ... eller stod ferdig for to-tre år siden. Så det har vært en byggeplass her utenfor i to år og, i den perioden ... og så er det jo berre igjen sånn sant? Dei har alltid, dei prøver å ha ting ute, men dei blir ofte flytta inn i ... men fjor året var veldig bra for vår del, med mye sol og det er klart vi har bra økning på mat selvfølgelig. Men det er jo ikke minst øl og vin det går i, kan en si det sånn.</i></p>
<p>Men har du sett noen utvikling dei siste årene, er det noen spesielle trender; er det flere folk er det mindre ...</p>	<p><i>Altså for å si det sånn, fjoråret var et fantastisk år, vi satte jo en solid ny rekord der. Årene før var litt mer sånn sikk sakk, og mer væravhengige rett og slett sant? I fjor var det kanskje litt full klaff da, mange tilreisende og mange turister generelt, og godt vær så da ... det var liksom full klaff på alle punkt så. Men trenden er jo klar, det er gode uker for oss det er de. Utenat jeg vet det,</i></p>

	<p><i>de er interessant med totalen her ... for jeg vil gjerne lese konklusjonen her. For jeg tror på en måte Pikant er litt, at vi kanskje er en av di som, bortsett fra hotell og overnattingsstedene, så er vi kanskje en av dem som får mest igjen for... jeg kan ikke helt se for meg at Peppes pizza får, eller har dobling... det kan godt hende dem har det, altså... den er litt sånn hysj, hysj denne festivalen... Ja vi solgte 20.000 billetter, men vi vet jo ikke om det er 1.000 tilreisende eller er det, er det lokalbefolkningen som bruker dem... det er veldig sånn, jeg er jo såpass gammel at jeg husker jo vi hadde jo countryfestivaler og sånn til Førde der det var 5.000 tilreisende. Da var jo campingplassene og gårdene rundt, alt var jo fullt av campingvogner og ... du merket jo bare at det var masse folk. Førdefestivalen så merker, så ser ikke du det. Nei, du får ikke ... sentrum er dødt og på de vanlige tidene ellers. Så det er de jeg sier, den er veldig sånn sær festival. Det skjer litt nok masse i Førdehuset, men så har de kanskje 20 forskjellige arenaer og dem teller jo selvfølgelig billetten på alle plasser og inn og ... så vi har alltid lurt på hvor mange er det som faktisk kommer til Førde? Vi har tross alt bare to hoteller her, og dem sier jo også at dem har privat innkvartering men ja ...</i></p>
<p>Men føler du at det kommer mye stamkunder under Førdefestivalen, eller merker du at det er masse folk utenbygds som kommer?</p>	<p><i>Det er klart at selvfølgelig blir det en kombinasjon, vi har mange tilreisende eller nye folk som vi ikke ser eller. Så siste, i fjor hadde vi faktisk, tidligere årene har vi hatt arrangement på Pikant og i regi av ... altså vært en av en av</i></p>

	<p>scenene da. Det hadde vi ikke i fjor, og vi reduserte og året før. Det var rett og slett det at ... Pikant er en kronglete plass og, det er lite publikumsområdet ... det ble egentlig bare masse arbeid med å sette opp en scene, måtte stenge av ... Så kanskje vi var litt egoistiske der og sa, okay ... Vi sa jo ikke det til Førdefestivalen, men vi tapte jo faktisk penger på å ha den, arrangere noe der. Fordi vi fikk lite penger av festivalen for det, og vi tapte omsetning sant? Det var jo en strålende dag og vi måtte stenge i 2 timer, berre for å ha en 50 besøkende som kanskje vi fikk 10 kr per gjest sant? Så litt kyniske måtte vi være der og, og si at nei nå ... Vi er glad for at dere lager festival i Førde men, og vi tjener penger på det, de har vi sagt til dem. Men vi for prøve ja.</p>
<p>Men er det et form for samarbeid mellom Pikant og Førdefestivalen?</p>	<p>Ja, det er jo til en viss grad det. Det er jo som sagt, det var mer før. Det gikk litt i stå, litt pga. sånne ting. Dem stilte litt store krav på, dem arrangerte noe konsert som var musikk og mat f.eks. der vi ... der vi hadde tre retters meny sant? Som var spesial komponert for den og, og så var det da konsert og matopplevelse i et da. Men igjen, det vart og i beste, eller i god tid for oss, og jeg må jo si at ... jeg skal ikke si at det har vært dårlig samarbeid men Vi har ikke helt funnet en kode som har sagt at dette er noe vi kan tjene begge to på samtidig. Altså klart, dem kan jo si at det er jo vi som får festivalen til Førde, de hadde ikke hatt dem pengene men ... men nå er det jo engang sånn at det er ikke noe lukrativt å drive i utelivsbransjen i Norge sant?</p>

	<p><i>Så vi må jo egentlig bare få inn det vi kan. Og ikke være for snille heller.</i></p>
<p>Men føler du at dem gjør det litt vanskelig å samarbeide kanskje ... eller siden dem har sine arrangementer og dei skal ha gjennomført ...?</p>	<p><i>Ja, altså vi har jo en litt sånn ... For å si det sånn, det som er samarbeidet vårt det er jo at vi har en sånn gentlemen agreement vi ikke har konserter og, i vår regi da under festivalen ... altså det har kommet ned på det, det er litt vanskelig å samarbeide om. Pikant er en dårlig konsert arena, sånn at okei, vi trekker oss litt ut av det for vi ser at vi tjener ikke på det og er jo litt vanskelige for å si det sånn ... Men sånn at dem også ber oss om at okei, vær så snill og ikke kjør/leie inn noen som da evt. kan ta ifra deires publikum. Så det er ikke noe dårlig ... altså vi prater jo sammen, men det er jo rett og slett litt sånn, begge vi ha sant? Og det er jo helt normalt. Men at vi blir sånn veldig inkludert det vil jeg ikke påstå. Vi har hatt et par feider på ting som har skjedd ute på plassen her f.eks. at okei nå har vi et arrangement der så da ville dem at vi skal stenge uteserveringen vår og i den tiden det pågår, så dem vil ikke ha gratis. Ja. Skal vi stenge uteserveringen til 200 stk. vis det er strålende sol og alle drikker øl. Altså hallo, alle må gå inn ... nå skal dem spille sant? Det blir feil. Så dere hører kanskje at det er blitt, ikke verdens beste samarbeid.</i></p>
<p>Men føler du Førde blir satt på kartet av Festivalen eller?</p>	<p><i>Ja det blir jo det. Du ser jo dem får jo omtale både i riksmidia og i utenfor ... men igjen det er jo en sær festival. Og ære være det, ingen problemer med sære festivaler, det er drit tøft</i></p>

	<p><i>det. Men som Førdianer så føler jeg litt på det, dem ikke har klart. Det er de å samle, næringslivet i Førde til å faktisk ... at du skal få inntrykk av at det er festival i Førde. Du får jo masse ... Dei som faktisk setter farge på Førde er jo den vognen som kommer og skal selge: sigøynervognene for å si det sånn. Det er jo dem som faktisk gjør at du, okay det skjer jo faktisk noe i Førde sant? Men med engang dem har pakket ned ballongene og stengt boden sin så det jo død igjen i sentrum så ... Men vi kjører jo, vi har jo en festivalmeny, men det er jo rett og slett for i reduserer jo den vanlige menyen for å ha større kapasitet, så det er jo ikke noe ... det er jo bare lureri sånn sett. Det er ikke noe vi gir ekstra.</i></p>
<p>Men tror du det hadde vært annerledes vis det hadde vært, tror du f.eks. du hadde hatt enda mer omsetning under en rockefestival eller et eller annen type festival? Eller tror du ikke det hadde noe å si for dere ...</p>	<p><i>Du kan si at det som er greit for vår del. Det er jo at vi er en liten plass, sant? Vi har plass til 200 ca. inne på en kveld og det er klart at vi er jo ganske nært opp til en maks uansett i en. Men allikevel vi ser jo det at det er jo fredag og lørdag som er dei to store eller gode dagene da, og spesielt fredagen. Lørdagen er jo et stort arrangement på Sunnfjord hotell i forbindelse med avslutningen og sånn ting, og da dette den ned her og så blir det på en måte lokalbefolkningen som tar over igjen her. Så, jeg vil jo ... det er klart hadde det vært en tre-fire dagers rocke-konsert i Førde så eller en festival så kan det jo hende at den. Da snakker vi jo gjerne om et festival område igjen, og da vil jo mye skje der. Så på en måte så tror jeg vi kan</i></p>

	<p>være, så at vi antagelig vis tjener eller at Førdefestivalen som form er bra for oss for vi er tross alt et ... kanskje det mest sære for folk som kommer da. Å gå på Dolly Dimpels og Peppes pizza, det gjør du overalt. Vi er tross alt ingen kjede eller noe sånt, og når du da har flott vær og du kan sitte her og ta det et billig glass vin og i forhold til hotellene og så ... Så fort dem tilreisende oppdager det, så er vi vinneren. Det følger jeg uansett da. Så det er ikke bare festivalen som gir oss dette her. Vi bidrar jo faktisk med, der vi ligger og at vi har et/en bevist priskalkyle på vin og sånne ting. For å ta et eks. så selger jo hotellet der borte en flaske for 1.500 kr og vi selger den for 650. Så når en gjest oppdager det, så går du heller å kjøpe tre flasker på Pikant eller sitter på hotellet og drikke mer der ... Så det er jo en ... Men ja det er klart, vi skulle gjerne ha ønskt det var Førdefestivalen hele året vis det hadde bidratt på den måten det gjør.</p>
<p>Så, jeg tenker sånne lokale underleverandører, hvor dere kjøper inn forskjellige ting fra: er det distriktet i Førde og Vestlandet ... eller blir det mer nasjonalt?</p>	<p><i>Hvordan er det du tenker ... altså for festivalen?</i></p>
<p>Nei, jeg tenker generelt for deres del, vis dere kjøper inn mat hvor kjøper dere inn råvarene fra?</p>	<p><i>Sånn ja, vi prøver jo, vi er jo med i en kjede ... og vi er jo den største restauranten i den kjeden sant? Det er jo Bønes, Bergen basert liten kjede. Men vi er jo totalt frittstående utenom det så, vi ønsker jo å kjøpe mer. Vi har jo på menyen vår</i></p>

	<p><i>nå Angus i fra nabobygden, en lege som har begynt å oppdrette der ... så det er jo det vi ønsker å gå litt mot. Fordi att det er igjen unikt, for å si det sånn og for å skille oss ut sant til de andre plassene. Problemet hele tiden der har jo vært logistikken. Altså å faktisk få klar, vi må jo kjøpe en hel kalv i slengen og det er jo klart 80 kg kjøtt du plutselig får levert på dør ... så skal både brukast og men ... Vi må jo ha leveranser vi kan stole på. VI har ikke kommet helt dit enda at vi kjøpe, dagens råvarer og lager menyen ut i fra den. Altså det er nok Førde for liten til, tenker jeg ... ja da måtte vi nok vært på Karl Johan skulle vi klart det, eller ute på bryggen.</i></p>
<p>Men dere går ikke utelukkende etter pris, liksom, når dere ser etter råvarer. Det kan ...</p>	<p><i>Vi, sånn det er ... nei det gjør vi ikke. VI har prøvd, altså vi ser jo at vi kan bli flinkere kanskje på endel produkt, altså vis ... det er jo sånn at nå er jeg et år som daglig leder, og da prøver vi å knekke tall hele veien. Og det er jo klart at mange ... vi må jo finne dem plassene hvor vi virkelig blør penger, og få kontroll på det. Det er jo enkelt og greit, bedre at vi er i livet enn att sant? SÅ det er jo en prosess som tar mye tid, og ... men det er jo klart at da blir jo en slik kalv. At en kjøper en sånn kalv fra en lokal leverandør der du får en kilopris som er for hele kalven, så vil det jo si at selvfølgelig så vil den kjøttdeigen vi får da ifra den er jo rådyr i forhold til vis vi hadde kjøpt First Price produkt... Men så må du jo, okay ... er det med på å bygge opp tillitten til plassen, får vi mer besøk pga. det? dette har vi berre hatt på menyen nå i år, så det er ganske</i></p>

	<p><i>nytt på... et nytt prøveprosjekt... Vi får skryt, men det er jo det. En ting er jo å få skryt, og en annen ting er jo faktisk å se at det virker på litt lengre sikt sant? Men vi liker, prøver å være utradisjonelle eller ... utradisjonelle – vi har lyst til å gjør begge ting. Og prøve det. Ikke være en kysten rundt kiosk for å si det sånn.</i></p>
<p>Du nevnte noe om at dere hadde noen sånn tilbud under festivalen, er det en sånn kampanje dere lager til?</p>	<p><i>Nei som sagt, så er det ikke noe tilbud. Vi tar egentlig berre ... det er en litt sånn, okay vi kaller det for festivalmeny, berre for å skille den fra den vanlige menyen. Det er rett og slett at vi skalerer ned for å få mindre, altså, det er vel det som alltid er med restauranter, for stor meny er jo fyfy ... Så det er jo rett og slett for å komme seg ned på et... der kjøkkenet kan produsere, for me produserer jo dobbelt så mye dei tre-fire dagene der.</i></p>
<p>Gjør dere noe med prisen også da, under festivalen?</p>	<p><i>Vi gjorde det for et par år, vi har ikke gjort det dem siste to årene. Da har vi behold den opprinnelige ... årene før så la vi faktisk på en 10`er eller, så vi økte prisene under festivalen. Uten at det ... Det kunne vi sikkert fortsatt med i år, men det går rett og slett litt på æres kodeksen og, mot lokalbefolkningen og. At dem ser jo det, at okay i går kostet den 150, i dag koster den 170 sant? Det er nå litt ja.</i></p>
<p>Men dere tjente ikke så mye på å gjøre det tiltaket eller?</p>	<p><i>For å si det sånn, vi har jo hatt større omsetning årene etterpå, enn det siste året vi gjorde det. og vi hadde.. VI gjorde jo og dette der i forbindelse med 17.mai og slike ting før, og den er jo litt mer</i></p>

	<p><i>forståelig for det er jo en 100% dag, og det godtar jo folk i større grad. Det er så vanskelig å knekke ned, men altså hvor mange som ... Vi hadde nok sikkert ... Jeg tipper jo, hadde vi lagt på en 10`er på alle produkta så hadde vi nok tjent mer ... Folk tenker ikke, vi er billige i utgangspunktet ... Vi begynner jo nå og se, at okei nå må vi legge på 5ere jevnt utover, men ... Det har jo vært en strategi helt siden Rådhus bygging her og vi lå i en ja. VI måtte prise oss litt ned. Så for vi heller prøve å få kontroll, og prise oss opp igjen. Den ... Nei det er ikke noe poeng for oss i utgangspunktet i og med at vi har såpass bra uke, eller dem fire dagene at det er kjekkere å berre fylle opp restauranten enn at vi på en måte skal melke noen på det. Men ja, det er egentlig bare en... ja, vi har ikke lyst til å være, å få ord på oss om at vi er sniker. Selv om det sikkert hadde vært fornuftig.</i></p>
<p>Ja økonomisk kanskje ... Da har vi vært gjennom alt, for dere er lokalt eid, liksom, dere er ikke en del av ... Dere skatter til Førde kommune og?</p>	<p><i>Vi er ... det er kun førdianere som er eigere ja. Og vi har ikke noe, nei. Huseieren er opprinnelig førdianer og vi leiger ... ja. Så det er helt lokalt.</i></p>
<p>Så omsetningen blir i lokalsamfunnet?</p>	<p><i>Ja absolutt, alt går i ... eller dem har ikke fått så masse i skatteinntekter enda men. Alle. Det er hundre prosent lokalt.</i></p>
<p>Da tror jeg vi har vært i gjennom spørsmål. Vis ikke du har noe spesielt du vil legge til om festivalen</p>	<p><i>Nei da Som sagt vi er da veldig glad for at festivalen finnes, og vi vet jo at den har litt endringer i knytpunktordningen ... Har jo blitt varselet sant? Selv om vi ikke ser så veldig mye</i></p>

<p>eller noen innspill?</p>	<p><i>til festivalen og som førdianer, nå er jeg litt inhabil der da ... der er jo en periode du er på jobb hele tiden så du får ikke muligheten til å ha sett så mye, du får ikke føle den stemningen som er. Så jeg er nok kanskje litt streng når jeg sier det ikke skjer noe i Førde under den ... De har jo et stort tog og de har jo konserter ... eller dem som vi har nå i bybilde dei høres jo igjen, men det er litt sånn at når kvelden kommer så da forsvinner ... Det er ikke sånn at du føler nå er det virkelig en festival, at her skjer det noe sant? Du har noen vimpler her og der, men ikke noe ... men jeg kan jo ikke akkurat, det er jo ... Jeg kan ikke kjeft på festivalen heller. Det er jo tross alt flere som skal være med på å lage et, lage til noe som skjer så ... Vi håper jo absolutt at den består og!</i></p>
<p>Men kanskje ikke utviklingen, at det blir flere knytte ... for deres del tenker jeg?</p>	<p><i>Nei altså, der er jo når det er bra vær så har jo dem fleste ... et konsertområde i parken her borte og det er klart det er jo veldig, veldig bra. Da hører du jo at det, da får du lyd i fjellene mellom her og du skjønner at det er noe som foregår og vis det er jo 500 som sitter der borte og hører på den, så er det jo klart vi har folk her som sitter og hører bort der så som for være med på den sant? Men det er jo det de handler om, at du skaper en, at du skaper litt liv ... Og det er jo det jeg kanskje tenker litt at det er kanskje litt redde for å, spesielt når de får så masse i tilskudd, at dem er litt redd for å gi vekk gratis toner til folk. Kunne kanskje vært litt mer sjenerøse, for å se det sånn. Altså selvfølgelig når du har et</i></p>

arrangement der du er økonomisk ansvarlig og du er tvingene nødvendig i å få inn dei billettinntektene for å i det hele tatt gå i null så Så skjønner jeg det. Men jeg tror dem har vunnet på å gjort den litt mer folkelig, og mer åpen. Sånn at du føler litt at dette var kult. Litt mer, at du prøver å kanskje... men, men jeg er ikke med i komitéen.

Vedlegg 19 – Intervju: Informant 14

Forsker	Informant
Så da er det greit for deg at jeg tar et lydopptak av dette intervjuet?	<i>Det går helt fint det.</i>
Kjempe, da kan vi bare begynne litt kort om din stilling i bedriften og hvor lenge du har hatt denne?	<i>Daglig leder på sparhuset i Førde. Tredje generasjon har jobba her i 5 år, og siste 2 årene har jeg vært daglig leder.</i>
Så det er familiebedrift?	<i>Ja.</i>
Å litt sånn personlig dine erfaringer og assosiasjoner med Førdefestivalen?	<i>Det er jo en, det er vel den største festivalen i Sogn og Fjordane. Og den er veldig ehm ... omfanget både gamle, unge og egentlig alt som er da sånn som jeg har fått inntrykk av, og den og er ikke bare i Førde sentrum, men og i ja i nabokommunen, i fjellet, i skogen og overalt.</i>
Så du merker det er litt liv når denne festivalen er?	<i>Eh ja, det merkes ja.</i>
Sånn for lokalsamfunnet sin del da, tror du det er positivt, negativt at denne festivalen er her?	<i>Det er nok positivt.</i>
Du tror det er mest positive sider av at denne festivalen bli arrangert?	<i>Ja, jeg tror det er veldig mye positivt rundt den. Den er jo, det er jo ikke som en sånn rockefestival den er jo litt smalere. Denne her er jo litt bredere sånn sett.</i>
Og for dere spar da, hvordan føler dere Førde festivalen påvirker dere her i	<i>Nei altså, det er jo mer aktivitet, liv og røre nedi sentrum de er jo midt i sentrum så blir</i>

<p>spar? Merker dere noe forskjell? Liten betydning? Stor betydning?</p>	<p><i>det jo mer folk innom her. Men det er ikke slik at vi må oppbemanna og på en måte virkelig, men det går begge veier det er jo vi og kan gjøre mer ut av den situasjonen der da. Det er jo ikke, kan jo ikke bare sitte og se på.</i></p>
<p>Det er sant det, da kommer jeg litt over på mer spesifikk når det kommer til salg om dere merker omsetningsøkning eller ingenting omsetningsøkning i forhold til en normalperiode for denne helga?</p>	<p><i>Nei det er ikke så veldig enkelt å se noen store forandringer altså. Det har vi snakka om på hele senteret også, men det er nok det at vi kunne lagd litt mer utav det selv også. For noe økning vil det selvfølgelig være når det er noen tusen ekstra i sentrum da, men det er ikke slik at de fyller opp handlevognene sine da.</i></p>
<p>Så det er relativt liten forandring i omsetningen?</p>	<p><i>Eh ja. Egentlig det altså.</i></p>
<p>Så litt på fordelingen av penger dere får inn. Dere er jo under kjeden Spar, så litt hvor mye av omsetningen går videre til kjeden og hvor mye som blir igjen her i Førde i form av lønninger og?</p>	<p><i>Der er de jo en slik prosentvis sånn alle kjeder, du betaler inn for få lov til å være med i kjeden da.</i></p>
<p>Ja for å få lov til å ha kjedenavnet?</p>	<p><i>Ja, så det varierer etter hvor mye du omsetter for. Eller så er det slik at, det er vi som eier dette selv så da blir jo pengene igjen her.</i></p>
<p>Så det er en viss prosentandel som går ut, du har ikke noe estimering hvor mye?</p>	<p><i>Nei, har egentlig ikke det. Det er omsetningsbasert da.</i></p>
<p>Så det har ikke noe med overskudd og gjøre, hvis du har stort overskudd må du betale mer i andel til sparkjeden?</p>	<p><i>Nei. Så går det jo selvfølgelig en sats til senteret og, basert på omsetning og markedsføring og sånt og da. Størrelse på</i></p>

	<i>butikk og sånt.</i>
Dere er jo forhandlere av matvarer, litt sånn på innkjøpssiden. Benytter dere noen lokale innkjøpere. Kjøpere dere noe lokalt?	<i>Vi prøver jo å kjøpe mest mulig som er av slike lokale produsenter. Men det er jo litt sånn kjede, det må på en måte ligge inne i systemet da, data alt må på en måte meldes inn.</i>
Det er på en måte et rammeverk Spar har, som du må forholde deg innfor?	<i>Nei det er ikke så strengt, men det er sånn dersom du hadde begynt å produsere lefse oppi Augedalen da. Så hadde du komnt ned her å sakt; du er interessert i å selge disse her, her inne. Så har ikke du, altså du må ha en strekkode, du må ha et nummer, et varenummer. Så må du helst ligge inne i systemet slik at vi kan bare oppdatere sant.</i>
Ja så alt må være, ja det må vær logistikk i det. Det må være en viss logistikk i det. ...	<i>Ja det bør være det altså. For ellers må vi helt, det blir veldig tungvint. Det går litt på det. Du må ha et visst volum. Dette merket jo disse lokale produsentene og at de må ha et visst volum skal de ha et, ha et nummer på produktet sitt, de skal ha emballasjen og sånn og sånn.</i>
Men finnes det noen av disse da?	<i>Ja du har jo akkurat i Førde er det ikke så veldig mange. Du har hâijenn i Naustdal som driver med sånn lefsebakeri. Så har du Kandal kjøtt i Sandane. Og på Jølster noen som driver med lefsebakst. Kinn bryggeri i Florø har blitt veldig store. Æ gir øl, Balder øl og du har, så har du inni sogn en del sånn lokale produsenter.</i>

<p>Så du vil absolutt si at sortimentet deres består av lokale produsenter i tillegg til eksterne?</p>	<p><i>Ja.</i></p>
<p>Tjenester og slik da. Lokale tjenester benytter dere noe av det. Tjenester i form av transport av varer for eksempel vaskebyrå, bruker dere noen slike tjenester?</p>	<p><i>Ja. Der og er vi litt slik. Jeg ser jo verdien av å benytte meg av tjenester lokalt da. Så langt det lar seg gjøre. Det er jo slik at sparkjeden har avtaler igjen. Så vi må på en måte. Det blir jo et kostnadsspørsmål. Sånn som vask da, så er det BB gruppen så det er Førde, det er jo lokalt og sånn. Når det gjelder elektriker for eksempel, hvis vi skal ja så bruker vi lokale elektrikere, lokale snikere vis vi skal gjøre noe slik og ellers vis det er sånn som reklame og den biten der så er det ren design, som er Førde firma.</i></p>
<p>Så du vil si det er litt det samme som selve varehandelen, at det består av både eksterne og lokale leverandører, at det er en god blanding der?</p>	<p><i>Ja. Men det kommer jo helt an på hva kjeden opererer med. Hvis de har, får inn en god deal med et firma ned i Oslo. De kan levere reklame til alle Spar butikkene i hele Norge så er langt under de prisene de lokale kan levere. Da er det jo fort for at du går på den da.</i></p>
<p>Så det er til en viss grad bestemt av kjeden og?</p>	<p><i>Ja du kan ikke støtte det lokale for alt det er verdt liksom.</i></p>
<p>Så litt på spar sine relasjoner med selve Førde festivalen, om det er et samarbeid der om dere har noen kampanjer i forhold til og?</p>	<p><i>Nå er jo vi på senteret og de har jo. Folkemusikk festivalen er jo innom og informerer i forkant av festivalen da hvert år på sånn senter møte. Men de siste årene har vi vel ikke hatt noe spesielt samarbeid med de da, det har ikke vi.</i></p>

<p>Tror du det hadde hatt noe effekt dersom dere hadde hatt slik samarbeid med Førdefestivalen for deres del.</p>	<p><i>Ja, det hadde det jo. Det blir feil å si nei der, men det kommer helt an på hvordan det blir gjort da. Det er jo, ja der må en jo rett og slett bare sette seg ned å diskutere og forhandle da. Men en må jo aldri gi opp.</i></p>
<p>Litt mer spesifikk på kampanjer, ikke plent i samarbeid med Førde festivalen, men i fra deres ståsted. Dere har ikke kjørt noen kampanjer under Førde festivalen, eller noen spesielle tilbud eller noe sånn?</p>	<p><i>Nei, ikke noe spesielt som går på det. Nei vi har jo faste kampanjer som går hver uke, sånn som denne uka er det pizza for eksempel på 40%.</i></p>
<p>Ja og det er styrt av kjeden da eller ...?</p>	<p><i>Ja. Så det er. Når det er musikkfestivalen så har ikke vi sånn eget opplegg da.</i></p>
<p>Så det er ikke noe spesifikk til festivalen?</p>	<p><i>Nei det har ikke vi.</i></p>
<p>Dersom dere hadde kjørt et spesifikk tilbud til festival deltakerne da, tror du dette kunne vært med å påvirke antall besøkene eller økt omsetning eller noe sånn?</p>	<p><i>Ja, men da er du på det samme. De festivaldeltakerne er her for å høre på musikk og oppleve kultur og sånne ting. De er ikke her for å handle inn kaffe eller pizza eller sånne ting. Men det hadde kanskje gått an og finne noe som var mer rettet mot de viss du skjønner da.</i></p>
<p>Ja altså prøvd å finne et produkt som var rettet mot publikumet?</p>	<p><i>Ja litt mer mot festivalen og litt mot festival publikumet. Men kjører enn Grandiosa Pizza til 10kr så klart omsetningen går opp, kundeantallet går opp, men vi taper jo, det er ikke noe positivt fordi vi sitter igjen med dårlig resultat på det da.</i></p>
<p>Du sier her at omsetningen går opp og</p>	<p><i>Nei.</i></p>

alt det her når dere har tilbud, men tror du dette er deltakere på festivalen?	
Ja det er bare vanlige folk?	<i>Ja må det eksempelet der. Men hvis du har andre eksempler så kunne det gått an å få til noe men har ikke tenkt på noe egentlig spesifikk for den festivalen.</i>

Vedlegg 20 – Intervju: Informant 15

Forsker	Informant
Samtykker du til bruk av lydopptak?	<i>Det er greit for meg at dere tar opp på band.</i>
Hva er din stilling og hvor lenge har du hatt denne stillingen?	<i>Jeg er ansatt som kjøkkensjef, men fungerer som hotell sjef, det har jeg gjort i 3 år</i>
Har du hatt noen andre stillinger her eller? Andre steder?	<i>Jeg har vært med eller mindre underleverandør til Førde festivalen på bord og stoler. Jeg har godt kjennskap til festivalen og aktivitets nivået omkring festivalen.</i>
Er du fra Førde?	<i>Jeg er då fra Danmark, men bor i Larvik en liten time i fra.</i>
Hva slags generell oppfatning har du av Førdefestivalen?	<i>Førde festivalen kan man ha mange oppfatninger om, og rundt kvaliteten på festivalen er nok ganske høy. Og så inkluderer det mer eller mindre hele fylket, og de er veldig flinke til å få folk med seg til å arrangere, de har jo holdt på i ganske mange år etter hvert, og det blir bare bedre og bedre, og vi som står på utsiden kan jo være misunnelig på de andre som får litt mer omsetning ut av Førde festivalen enn det vi gjør. Osv. osv. Det er 2 hoteller i Førde. Vi blir jo brukt når de andre ikke rekker til, blir vi brukt som B hotell eller som plaster på såret. Vi kunne jo gjerne hatt noe mer, men det kan også være sjølv for skyldt fordi vi har hatt en ledelse som ikke er så interessert i å være delaktig i og arrangere, dermed står vi litt på utsiden og det resulterer i at Førde er overbooket i 14 dager i og rundt festivalen, vi får jo fylt uansett, men hoved parten av</i>

	<i>aktivitetene forgår i Førde huset eller på Sunnfjord hotell.</i>
Har dere tenkte å gjøre noe, siden dere er B hotell, har dere noe planer om å endre på dette?	<i>Nei, vi har ikke det, fordi hvis vi setter fingeren i jorden, så får vi det fullt uansett, vi kan ta fulle priser, vi kan si at de 14 dagene så har vi 1590 for dobbeltrom, fordi det er høysesong, vi kunne kanskje gjenre ha hatt noe arrangement på dag tid her på huset, men vår tidligere ledelse har ikke ønsket å være delaktig i det, liksom vi er innstilt at det er på de andre.</i>
Du sier at kvaliteten på festivalen er bra, tenker du artistene eller opplegget rundt festivalen?	<i>Begge deler, artistene er forskjellige fra år etter år, og det kommer veldig mange som liker folkemusikk, de står og spiller alle mulige plasser, det også er mest fra hovedveien og over på den andre siden, vi har veldig mye aktivitet på frokost, alle de som bor her 120-30 stk. Også skal de ut av huset på en eller annen ting for foregår på Sunnfjord, parken, midt i sentrum eller på den store parken eller på Førde huset sant, også får vi aktivitet igjennom kvelden. Folk kommer inn å skal bo og overnatte på huset. Ellers så skjer alt annet andre plasser. Så aktivitets nivået her på huset er frokost og overnatting. Kvaliteten på musikerne er litt vanskelig for meg som nødvendigvis ikke er så glad i folkemusikk, altså felespilling, det er for meg, av og til så sier eg samme som å dra en katt i halen. Eg god venn med Aleksander Rybakk. Jeg må passe på hva jeg sier.</i>
Hvordan tror festivalen har hatt en påvirkning, føler du en større tilhørighet til Førde?	<i>Om folk innrømmer det heller ikke så er du alltid fornøyd med noe som er annerledes der du kommer fra. Og det er også noen som du møter på Grand Canaria eller Hellas så sier du at du er fra Førde. «Å ja der har jeg vært i forbindelse med Førdefestivalen». Det kan være noen år siden, så det er jo man fornøyd med det,</i>

	<i>fordi det er noe som folk liker.</i>
Så det er jo med å synligjøre Førde på kartet. Legger du merke til fleste norske eller kommer det mange internasjonale personer hitt.	<i>Det er nok flest norske, men det er mye engelsk også.</i>
Hvordan er omsetningen dere, merker dere noe endring litt opp eller ned?	<i>Det er høy sesong når det er Førde festival. Førdefestivalen ligger i høy sesongen det er midt i sommeren. Vi har fire busser. Det kan være at det er fullt uansett. Sånn sett om det skulle være med på å øke omsetningen, så skulle det vært i skulder sesongen, siste helgen i September eller første helgen i Juni. Fordi at det er før sesongen er på sitt høyeste. Så omsetningen er høy, men det ville den vært allikevel. VI har fullt hus uansett. Om vi har 10 rom for Førde festivalen eller har 50 rom fra festivalen, ville det har vært fullt hus.</i>
Hvis ikke festivalen hadde vært så hadde det nesten ikke påvirket dere?	<i>Førde festivalene har vært i 20-25 år, så det er vanskelig å si hvordan det hadde vært, men eg tror det at vi hadde hatt vel så mye å gjøre i vår bransje. Fordi at det er langt til nærmeste hotell, fordi alle bussene som kjører fram og tilbake. Vi merker ikke noe. Det øker ikke omsetningen hos oss, men hvis det hadde hver i en av endene i sesongen så ville det vært med på å øke omsetningen. Men vet jo det at butikkene, andre næringsdrivende som ikke har som mye med turister å gjøre, de har det i hvert fall travelt, vi driver også med bensin stasjon her bort, og Førde kro her bort, og Førde kro har det travelt, her går folk inn å spiser og noe er sult så er det ofte de går der. Under Førde festivalen så har de det veldig travelt.</i>
Så da har de stor påvirkning?	<i>Ja for de har det stor påvirkning.</i>

Prøver dere å ha noe kampanje under Førdefestivalen?	<i>Vi har ikke det, nettopp det at vi er hotell nr. 2 under festivalen, så gjør vi ikke noe ekstra.</i>
Prøver dere å få noen relasjoner til Førdefestivalen?	<i>Nei, vi har jo samarbeid med Førde festivalen om hva de ønsker å samarbeide med de om, vi får jo brosjyrer og orienterer resepsjonistene om å sette seg inn i hvor ting skjer og slik at vi driver service for gjestene vi har, men vi lager ikke noe festival buffe med festival priser, men vi har, vi kjører høy opplegg uansett.</i>
Så prisen den er samme uansett under Førde festivalen.	<i>Ja.</i>
Hvordan gjør dere med innkjøp av ting, mat, og andre ting, er lokalt eller vi kjeden.	<i>Vi kjøper inn lokalt av det vi kan kjøpe inn lokalt. Da må vi få noe som har lokalt preg. Vi kjøper ikke inn, fra lokale butikker. Det som vi får fra Bergen eller Oslo. Vi kjøper Lerum på det vi kan fra Lerum. Det er på grunn av det er et merke vi vil assosiere oss med. Fordi det er lokalt. Også kjøper vi inn eller lokale produkter når det gjelder ost, og pålegg eller så er det ikke det helt store lokalt.</i>
Så det er en ganske liten andel lokalt?	<i>Ja, det er det, fordi vi er et kjede hotell og vi har kjede ting vi skal forholde oss til. Det står også i kjede avtalen også, hvis vi har lokale produkter som er bedre og billigere og kort reist, så har vi lov å gjøre det, der er de veldig ofte pris som spiller inn.</i>
Blir dere begrenset av å være en del av en kjede?	<i>Vi blir ikke begrenset, vi har muligheten for det vi ønsker å gjøre.</i>
Det at dere er en del av en kjede, blir deler av	<i>Vi er bare assosiert, så vi er privat eid, vi får slite med økonomien selv. Vi er mange som trodde at vi gikk fra</i>

<p>omsetningen satt inn til konsernet eller blir mye igjen oss dere?</p>	<p><i>Choice over til Thon så ville vi trodd at vi skulle få noen av Thons millioner til å pusse opp, men det er ikke slik det fungerer, vi er bare assosiert, men hvis Thon hadde kjøpt oss hadde vi sikkert fått penger derifra, men da hadde vi sikkert også hvert hefta på hva vi kunne kjøpe inn. Nå gjør vi, det vil si eg, akkurat som det passer meg.</i></p>
<p>Hvem er det som eier dette nå?</p>	<p><i>Det er en som heter Roy Solbakken, Han er styreleder i bensinstasjonen Best. Det er han som fant opp Best kjeden på bensinstasjonen. Han har, jeg er ikke sikker på hvor mange stasjoner han har, men han er veldig aktiv. Hotell er bare en lillefinger opp i forhold til resten. Vi er altså en del av et konsern hvor det er et hotell, en haug av bensinstasjoner, Førde kro og eier i Dolly og en haug med eiendommer, det er bensin konteinere som blir plassert rundt omkring, spesielt foran Coop vest sine små butikker, siden han kan bensin og de kan dagligvarehandel, så jobber de fint i lag. Så han importerer konteinere fra utlandet og plasser de ut i bensin handel. Han er meget aktiv.</i></p>
<p>Er han lokal?</p>	<p><i>Ja han er lokal, det vil si han har bodd her i 50 år, men han er ifra Oslo fjorden en eller annen plass.</i></p>
<p>Da kan en si at omsetningen blir i Førde. Så nevnte du at du hadde vært underleverandør for Førdefestivalen i forbindelse med?</p>	<p><i>Før jeg begynte som kjøkkensjef, så hadde eg en liten bedrift som drev med utleie av bord og stoller. Det har jo de bruk på en slik festival, så leverte eg bord og stoller og flyttet på de hvor konsertene skulle være.</i></p>

Vedlegg 21 – Intervju: Informant 16

Forsker	Informant
Samtykker du til bruk av lydopptak?	<i>Da samtykker jeg til lydopptak</i>
Hva er din stilling og hvor lenge har du jobbet?	<i>Butikksjef og har jobbet i Førde siden 1991</i>
Er du lokal?	<i>Jeg kommer opprinnelig fra Arendal</i>
Hva slags erfaring har du med denne jobben?	<i>Jobbet i Vinmonopolet før jeg kom her i Kristiansand. Dette er det første Vinmonopolet i sogn og Fjordane.</i>
Du har alltid vært butikksjef her?	<i>Nei, jeg var ikke det før jeg kom her.</i>
Har Førdefestivalen vært her hele tiden, mens du jobbet her?	<i>De hadde jubileum nå. Om den ikke var begynt så var den i spe start 25 eller 20 års jubileum. Jeg tror det.</i>
Har du mye erfaring med Førdefestivalen?	<i>Ikke noe annet at jeg har vært på arrangementer.</i>
Har du noen formening om hvordan festivalen har påvirket Førde som by?	<i>Utelukkende positivt, generelt utelukkende positivt. Det er ingen tvil, det ser man på publikums tilstrømmingen, at de har menighet, det andre er at lokalsamfunnet at det kommer opp tilresiden, til å være, kanskje en, må være forsiktig med hva en sier, men kanskje smal festival i forhold til en rocke festival som drar et annet type publikum.</i>
Litt mer nisje festival nesten ...?	<i>Ja.</i>
De har ikke trekk plaster som mange har ...	<i>Nei, derfor er det sånn at publikums tallet er ganske jevnt og de drar de samme folkene. De</i>

	<i>planlegger feriene her til neste som har vært her i mange, mange år.</i>
Du tror ikke at de kommer her på grunn av artistene, men mer festivalen?	<i>Ny fikenhet og festivalen og det vet hva de får, masse spennende, masse spennende og nytt, som ingen har hørt om, som kanskje i internasjonal folkemusikk reiser til et annet land så er det en kjempe artist.</i>
Hvordan tror du festivalen har påvirket bedriften?	<i>Altså, for å si det sånn, så hadde nok vi tjente mer penger på en rocke festival enn en folkemusikk festival. Det hadde vi. Det er ikke noe poeng for oss. Og vi opplever det at publikum på folke musikk festivalen er et annet type publikum enn du ville ha funnet på en rocke festival eller jazz festival. Det er en del familie folk, som selvsagt drikker litt vin, men merker ikke sånn enorm vekst i volumet, på den, de tre-fire dagene det står på, men noe ser vi, men antageligvis så har vi en større salgsvekst når det er country festival på Breim helgen etter. Selv om den ligger en times kjøring unna, vel så det.</i>
De har ikke Vinmonopolet der?	<i>Joda, men da er mange som reiser herfra og opp, så det er ikke store skilnaden på de to helgene.</i>
Du sa vin, merket du en spesiell oppgang på vin på Førdefestivalen?	<i>Det har vi ikke tall på, men ser på tallene så har vi en ganske stor lørdag i forhold til, det er fordi vi har mange folk her. Lørdagen er ganske stor her da. En 20-25 % høyere enn helgen før. Så det at vi merker noe, men ikke så mye som du skulle tro, hvis det skulle komme like mye tilreisende ungdom, så ville det sett</i>

	<p><i>annerledes ut. Det er jo også noe med profilen, tenker jeg, med folke musikk festivalen, altså det skal være en festival for alle, hvor du skal føle at det ok å være, selv om du har med deg små unger, ja. Det er bare et arrangement det er sånn at, hva skal vi kalle det, fest arrangement og det er arrangementet de har på kvelden på sundfjord hotell på lørdag kveld. Da er det festival natt. Da er det nok mange som går det, som på en måte ikke har noe forhold til musikken, men da er alle der. Så da er det sosialt og treffer mange folk. Noe hører på musikk og noen prater.</i></p>
<p>Så du vil si at festivalen er mer en kulturell opplevelse, det er det de kommer for?</p>	<p><i>Ja, det tror jeg. Og de skaper masse aktivitet i sentrum og de har arrangementer. Ofte så har bedrifter som er inne å sponser dette, så har jo artister i sine nær området og Førde torg rigger de opp scener foran der og har masse gratis konserter og ja.</i></p>
<p>Hvordan er deres relasjon til Førdefestivalen?</p>	<p><i>Ingen!</i></p>
<p>Ingen form for sponsing?</p>	<p><i>Nei, vi driver ikke med det. Det vi Vinmonopolet gjør er jo, nasjonale innsamlings aksjonen. Vi har ikke noe mulighet til å drive sponsing. De kunne aldri bruke vårt navn i noen sammenheng heller.</i></p>
<p>Kunne dere hatt en samarbeid om å kjøpe fra dere?</p>	<p><i>Det kan gått være at de har og, uten at jeg vet det. Men vi har ikke noe samarbeid. Vi er jo ikke kommersiell i den forstand som andre bedrifter er, vårt mål er ikke å selge mest mulig alkohol, så for oss er det ikke aktuelt.</i></p>

<p>Det er ikke sånn at de kommer her, hvis du sa at du ikke vist det, så de kommer ikke her å kjøper kartonger med vin og masse sånn for festivalen her?</p>	<p><i>Det kan jeg ikke huske sånn, det kan være de har noen arrangementer med artister og jeg vet at sponsorer har arrangementer med forbindelse med festivalen som handler her. Ja da, for da har de kunde arrangementer med gjerne med et band eller orkester eller en artist og da.</i></p>
<p>Men ikke sånn spesifikt Førdefestivalen?</p>	<p><i>Nei, jeg klarer ikke ta, men det er ikke noe sånn volum i tilfelle, nei, så det blir kanskje for et internt arrangement eller hvor det blir, men jeg klarer ikke å ta det nå om de har det. Sånn som jeg har sagt så er alkohol elementet i festivalen diskre tilstede hvis man kan si det sånn altså, så derfor er det også en behagelig festival å være på, hvis du på måten syns det ikke er så gøy å traske rundt i øl søl og støy.</i></p>
<p>Så den skiller seg litt ut?</p>	<p><i>Definitivt, altså her vil det aldri bli akseptert at en sitter og prater og høyer på en konsert, aldri, så dette er nok en festival for før og fremst musikk interesserte folk altså. Vil jeg si.</i></p>
<p>Hvordan fordeler dere omsetningen deres. Hvor mye blir igjen i regionen eller for eksempel som går til staten? Hvor mye av det dere selger som går til lønninger og utbytte. Dette handler om de lokale ringvirkningen vi skal se hvor mye som blir igjen?</p>	<p><i>Det kan jeg nesten ikke svare på, vi har ikke noe, all vår omsetning går på en måte inn til Vinmonopolet, så jeg har ikke noe påvirkningskraft i det hele tatt.</i></p>
<p>Så det er egentlig bare lønninger som blir betalt ut?</p>	<p><i>Ja, alt går sentralt, så alt det vi gjør er, på en måte å registrere forbruk av ressurser også blir det notert i lønns avdelingen i Oslo. Vi ser ikke til noe. Alle kort transaksjoner går inn til en</i></p>

	<p><i>sentral konto og alle kontant salget vårt sender vi inn til en sentralkonto, så det blir fordelt der. Det blir ikke igjen noe, som har noe sammenheng med folke musikk festivalen å gjøre.</i></p>
<p>Du får da ikke noe voldsomme ringvirkninger på en måte da?</p>	<p><i>Du kan si det som skjer for oss er at vi får en vekst i volumet den uken da. Og så skal vi tjene penger, det virker litt sånn motsetning fullt det å begrense alkohol salget samtidig som, på en måte å finansiere nye etableringer av butikker. Alt skal finansiere over det vi selger så det at.</i></p>
<p>Det må jo gå rundt ...</p>	<p><i>Ja, det går jo rundt, men det ikke sånn tall som man ser når du ser på DnB legger fram sine tall eller, jo mer vi tjener desto mer tar staten, de har en sånn andel, så det er ikke noe poeng, sånn har det hver i alle de årene jeg har vært her.</i></p>
<p>Så for dere er det bare å gå rundt, så går resten inn til staten?</p>	<p><i>Ja, men vi måles, kjære vene, vi drive her å gå i underskudd. Så det er butikker som ikke er selvfinansierende, med veldig små enheter.</i></p>
<p>Så dere styrer veldig lite selv lokalt?</p>	<p><i>Ja, så faktisk kan vi det, det er begrenset hva vi kan gjøre, vi markedsfører ingenting, så vi er jo pris gitt at folk vi handle her. Så akkurat det økonomiske parameterne er ikke så veldig aktuelle for oss å tenke mye på, bortsett fra vi må tenke på budsjett i forhold til budsjett og ressurs bruk og ja, driftsbudsjett, alt det der har vi jo da. Men når det gjelder salg og de tingene der så er det ikke så mye vi kan påvirke. Og vi skal heller drive den formen for</i></p>

	<i>mer salg som de vil gjøre på G-Sport eller på match eller ja.</i>
Men jeg tenker på dere vet, hvor mye økning var det du sa dere hadde under Førde festivalen 20 %?	<i>Ja ca. det</i>
Da er dere klar over det nest år at det kommer en økning?	<i>Ja, ja, vi plotter inn disse festivalene inn på planen over sommertrafikken, og med erfaring at det har blitt mer trafikk på torsdag og fredag når det er country festival enn når det er Førde festival, da er den største aktiviteten på lørdagen, det vet vi.</i>
Dere har tatt prognoser ut ifra tallene	<i>Ja da og de tallene er på en måte at de skiller pluss, minus 20 kunder dag og dag. Så i dag kan jeg si at vi kommer til å ha i dag på tirsdagen 200 pluss. Også stemmer det pluss minus 20 kunder. Det ganske sånn sementerte kjøps mønster. Det er jo interessant å ha med seg. Fredag størst også lørdag, torsdag. Men på sommer så skjer det noe da, noe interessant da er det, da går salget ned på fredag og lørdag, mens det øker på mandag, tirsdag og onsdag. Hva tenker dere om det? Grunnen det er at Førde folk er på ferie, de som pleier å handle mye på fredag og lørdag, men det er mye turstier som handler mandag, tirsdag og onsdag også forflytter de seg videre når det blir helg. Tror vi. Sånn at da må vi øke bemanningen de tidligere dagene og kan nesten gå ned på bemanningen på de store dagene som er ellers i året. Så vi merker solid økning, i dag så har vi ca. 200 kunder. 7 Juli i fjor så</i>

	<i>hadde vi nesten 400 kunder. Likt er det på 29 juli det er nesten 50 % økning, nei det er 100 % økning på de dagene. Men så går det ned litt på slutten. Så vi kan ha veldig rolige lørdager i Juli hvis der er fin vær spesielt.</i>
Ligger disse tallene ute sa du ...	<i>Nei, ikke de tallene der, nei men dere vil nok finne noe tall der. Årsregnskapet ligger ute. Og der ligger i hvert fall vår omsetnings tall.</i>
Vi er jo ekstra interessert i da den Førde festivalen akkurat den uken der hvordan den er, men da var lørdag som var?	<i>Det begynner kanskje på torsdagen litt og noe på fredag og ganske mye på lørdagen.</i>
Men føler du at festivalen er med å sette Førde på kartet?	<i>Ja, det tror eg. Den får ganske mye radio tid. Til nå så har det vært en knute punkt festival som har vært den eneste i Norge sammen med, så har den samarbeid med finsk og svensk festival også mener jeg, det må dere sjekke. Det er klart at det viktig når man har alle disse artistene fra fjern og nær at man kan prøve å få de videre til en festival uken etter. Reisekostnader og alt det der som antageligvis er noen av de store utgifts kostnadene for de.</i>
Men du føler at befolkningen er ganske positivt til Førde festivalen generelt?	<i>Ja, men du vil alltid finne noen som mener at det er litt sånn merknevning musikk. Sånn er det bestandig, men jeg har inntrykk at folk setter pris på det og spesielt at folk kommer ut i gatene og har litt for barn, konserter for barn og sånn, det er vesentlig.</i>
Merker du størst at det er den norske befolkningen som kommer eller	<i>Det er en del utlendinger og som kommer også, hoved tingen er nok norske, men de kommer</i>

<p>merker du også utenlandske folk også?</p>	<p><i>også fra hele landet, hører mye forskjellige dialekter.</i></p>
<p>Tror du de som bor i Førde er også med på festivalen, er det mange?</p>	<p><i>Ja, det er mange som er med, en annen ting som de har her som er utrolig populært er den frokosten de har på lørdagen morgning. Da har de gratis frokost, i år var det borti parken der. Og de dekker lang bord og kokkene mester Lauge er der eller Øyrande videregående skole er med å, ja. Detaljene som eg kommer med det stemmer nok ikke helt, de har i hvert fall en frokost med masse folk, og spiser frokost som folke musikk festivalen arrangerer, så det er ganske mye aktivitet. Så er det klart som dere vet så får de ganske god offentlig støtte. Så noe av dette her må de sikkert gjøre for å forsvare støttnads ordningene. At de, det at de får, de får en stor del av offentlig midler, gjør at de må lage arrangementer som er breie for folk og kanskje gratis arrangementer også</i></p>
<p>Slik at du tiltrekker deg en del folk?</p>	<p><i>Da er vi inne på stor politikken, heldigvis at det er fremdeles er sånn, sånn tenker jeg, at, så hadde man ikke hatt sånne festivaler. Da hadde du hatt noen få sånne, du får ikke de heller, de sliter med de store rocke festivalene og artistene der etterhvert skal jo ha så vanvittig med penger.</i></p>
<p>Da blir det bare i byene igjen?</p>	<p><i>Ja da blir det bare i byene igjen, da kan du glemme der du kommer ifra.</i></p>

<p>Ja, absolutt, da blir det Hellbillies ...</p>	<p><i>Da blir det Hellbillies ja, det er jo argumentet, de lever jo på musikken og Vassanguttane, hvis du skal få et mangfold så må man ha en støtte ordning.</i></p>
<p>Har du noen flere opplysninger?</p>	<p><i>Jeg snakket med kollegaene mine og de har samme oppfatning at det er ikke den eksplosjonen av kunder, men jevnt lite tilsig av folk. Og hvis du har vært på den festivalen i noen år da, så ser en jo aldri noen som er i nærheten å være beruset, aldri.</i></p>
<p>Fordi mye familier?</p>	<p><i>Voksene som reiser her for å ta et glass vin, men reiser først og fremst for å lytte på musikk og treffe folk fra i fjor og for i fjor, fra Småla eller hvor de måtte komme ifra ...</i></p>
<p>Det er interessen og stemningen?</p>	<p><i>De har absolutt klart å skape seg et navn.</i></p>

Vedlegg 22 – Intervju: Informant 17

Forsker	Informant
Før vi kan fortsette må du godkjenne på lydopptak at det er greit at jeg tar et lydopptak.	<i>Jo, men det går bra.</i>
Ja, det går bra. Då litt sånn generelt dine personlige erfaring om denne Førdefestivalen som dere har her?	<i>Det er, jeg har jo vært her engang på åpningen. Det er ikke min greie i det hele tatt. Jeg er jo så langt derifra som det går an å komme musikalt, ja musikksmak da. Jeg har jo aldri vært der. Sånn det genererer veldig lite til min bedrift, jeg bruker ikke penger og markedsføre bedriften min til den kundegruppen som kommer.</i>
Så du vil si du er likegyldig til denne festivalen?	<i>Ja for meg ja er den helt uvesentlig.</i>
Da litt om deg selv og hva din rolle i bedriften er?	<i>Jeg er eier og daglig leder.</i>
Og det har du vært hvor lenge?	<i>I 32år.</i>
32 år nå ja så du har erfaring med handel her i Førde ja.	<i>Ja.</i>
Litt sånn for lokalsamfunnet sin del hvordan tror du denne festivalen påvirker lokalsamfunnet her i Førde?	<i>Jeg tror nok den generer litt, for det kommer jo en del folk da men det billettsalget de oppgir, når du kjøper enn sånn festivalbillett ... så regner de at du har vært på alle arrangementa. Det blir jo, du har kanskje vært på fire men du har kjøpt sånn festivalbillett så det blir jo et helt tullete tall og operere med da. I mine øyne.</i>
Så da får du et festivalpass då?	<i>Ja så går du på fire, men så har de 40 konserter så regner de at de har solgt 40 billetter. Det blir</i>

	<i>jo veldig feil. Det er ikke rart de selger mye billetter, men det er ikke så mye folk.</i>
Så du vil si det er oppskrytt på en måte, det er mindre det egentlig utgir seg for å være?	<i>Ja, det er det. Som sakt vi merker ikke noe til det i butikken her at det er mer kunder. Selvefølgelig er det noen av de som er der som er innom og handler. Men jeg tror det er veldig få. Det er veldig spesielt publikum det er ikke min målgruppe i butikken.</i>
Då er det over til neste spørsmål, det er litt mer generelt hvordan denne festivalen her påvirker bedriften din, det har du jo på en måte svart litt på at det ikke er noe spesielt?	<i>Altså første to-tre årene det må nok være på 80-tallet tror jeg. Da lå vi i Sentrumsveien i gata da lagte jo handelsstanden en del ut av den festivalen, med å lage ting ute på gata og det var det jo mulighet til å gjøre den gangen. Og da hadde vi effekter de første to gangene, tror jeg vi hadde litt effekt av det. Men så fortsatte vi, men det ble helt stopp. Det skjedde ingenting. Da slutta vi jo å lage aktivitet.</i>
Så det du sier, er at dere hadde en form for kampanje i oppstartsårene?	<i>Ja i oppstartsårene så var vi med å lagde, så vidt jeg husker så ga vi ut egen avis for gata der og masse tilbud og lagde stand ute hadde oppe telt med t-skjorte.</i>
Og resultatet av dette var at det funka?	<i>Ja det var ok.</i>
Men det var ikke noe som var verdt å satse videre på?	<i>Nei, det rasa ned. Omsetningen bare rasa ned. Plutselig så ble det ikke noe, vi gjorde det samme så det var ikke noe vits å holde på mer.</i>
Så du vil si at denne festivalen har ingen betydning for omsetningen i din butikk?	<i>Veldig lite, det er nok noen.</i>

Men det er ikke noe økt omsetning i forhold til enn normal periode?	<i>Nei.</i>
Da er det litt sånn med fordeling, jeg er ikke helt kjent med, men er det bare her i Førde?	<i>Ja.</i>
Så dette er ditt varemerke?	<i>Ja.</i>
Så det vil si alt du tjener inn, det vil bli lokalt her i Førde, det går ikke ut til noe kjeder og sånt ...?	<i>Nei, nei.</i>
Og litt sånn med lokale tjenester og lokale produkter, dere har ikke noe form for innkjøp av lokale produkter?	<i>På klærne du tenker på?</i>
Ja ...	<i>Altså jo jeg har, det er jo ikke produsert i Norge men jeg har norske leverandører på herre tipper jeg det er over 50% norsk leverandører. Det er jo ikke produsert i Norge, men designet gjennom norske selskap. Som Moods of Norway, bølger, Johnny Lowe ja alt er jo norsk.</i>
Men det er ingenting av disse som kommer fra regionen Førde?	<i>Nei, det er det ikke. Jeg handler ikke klær fra noen her i Førde, men jeg kjøper jo alle tjenestene mine her. Altså til bedriften da.</i>
I form av transport og vasking?	<i>Nei ikke transport.</i>
Ikke transport nei.	<i>Alt av kopimaskiner, kontorutstyr kjøper jeg lokalt PCer og alt.</i>
Så alt av tjenesteyting då?	<i>Alt kjøper jeg lokalt, og jeg kjøper kun av lokale eiere. Jeg kjøper aldri av en kjede. Det er prinsipp.</i>

<p>Det er med på å skape indirekte økonomiske virkninger. Men så da kan du si at dersom du hadde hatt tilbudet, om det hadde vært en designer i Førde så kunne du tenkt deg å samarbeidet med han for eksempel?</p>	<p><i>Ja.</i></p>
<p>Ja du hadde vært åpen for det?</p>	<p><i>Ja. Jeg kjøper jo mye norsk, jeg produserer jo ikke noe varer selv. Eller det vil si jeg har nettopp begynt å gjøre det.</i></p>
<p>Å har du det?</p>	<p><i>Med egen labell. Men det er ikke ordentlig i gang da.</i></p>
<p>Spennende ...</p>	<p><i>Jeg er i gang, men ikke offisielt.</i></p>
<p>Ja?</p>	<p><i>Det ligger oppi der. Men det er bare en prøve produksjon, så det er ikke slik den blir da. Men det er jo produsert i utlandet da, men det er jo meg som laga det til da.</i></p>
<p>Det er jo så å si alle klær nå?</p>	<p><i>Men jeg kjøper jo mye norsk, men det er jo ingen som produserer eller jobber med tekstil i Førde. På produksjonssiden.</i></p>
<p>Men det er jo minste føre når du tar alt av tjenester så går gjennom det lokale så vil jo det få økonomien til å snurre der.</p> <p>Så litt om relasjonen med Førde festivalen, men det nevnte du tidligere at du ikke er med på noen form for sponsing eller kampanje og</p>	<p><i>Nei fordi de som går der er ikke mi kundegruppe, eller mesteparten av de som går der. De har jo ikke handla klær siden 1970 sa jeg i stad da. Men litt drøyt da. Men de går jo kledd sånn som de gjorde når de var ungdommer. De har jo ikke skjønt at verden går fremover.</i></p>

noen ting?	
Så det appellerer ikke dine produkt i det hele tatt?	<i>Nei, eller selvfølgelig er det noen. Men hadde vi hatt en Malakoff eller noe for eldre publikum så hadde det hatt en mer synergieffekt hos meg. Mye mer.</i>
Ja fordi vi ser jo ikke små enkelt tilfeller, vi prøver jo å finne store virkninger her og du vil ikke si det er noe form for virkninger?	<i>Nei altså det er noen innom, vi omsetter kanskje for et par tusen kroner ekstra den helga.</i>
Så litt om det med tiltak, du nevnte dere hadde hatt tiltak før du følte ikke det hadde noe for seg?	<i>Nei det var bra i begynnelsen ... så når vi hadde den festivalen så var det som en vanlig uke. Etter en tre fire fem år så var den uka lik alle andre uker. Men de første åra meine jeg det var kjempebra, aktiviteter slo godt til og ja men så flata det ut. Siden har jeg ikke hatt noe respons på ting i forbindelse med festivalen så jeg har bare sluttet å markedsføre noe spesielt til den festivalen. Fordi det ikke vært noe til hjelp.</i>
For du tror ikke en kampanje eller markedsføring under denne festivalen ville økt din omsetning?	<i>Nei.</i>
Ingenting tro på det?	<i>Nei ikke så mye at det hadde vært verdt de pengene som hadde blitt brukt.</i>
Men da har jeg vært gjennom det meste jeg skulle være gjennom her, meget bra at du tok opp det med tidligere år?	<i>Tror ikke du finner noe andre som husker tilbake til den tid, de var ikke i butikkbransjen da. Det er noen non-stop sko euroske de har holdt på så lenge. Men det er ny generasjon da.</i>