

BACHELOROPPGAVE

Hovefestivalens miljøarbeid og festivaldeltagernes bevissthet rundt dette

Av

Erica Marstein Ring 118
Kristina Tarberg 108

Hove Festival's environmental work and how conscious the festival participants are on this matter



Reiselivsledelse
RE694
21.05.12

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet som en avsluttende oppgave i det treårige studiet Reiselivsledelse ved Høgskulen i Sogn og Fjordane.

Vi vil gjerne rette en stor takk til Hovefestivalens miljøkoordinator, Fredrik Eive Refsli, for et godt samarbeid gjennom hele perioden. Han har hjulpet oss med utforming av spørreskjema, samt å legge ut skjemaet på Hovefestivalens Facebook-side. I tillegg har han gitt oss mye nyttig informasjon.

Vi vil også takke Ove Oklevik og Torbjørn Årethun for hjelp med statistikk og bruk av statistikkprogrammet SPSS.

Til slutt vil vi takke vår veileder, Anders Fitje, for gode råd og veiledning.

Erica Marstein Ring

Sted

Dato

Kristina Tarberg

Sted

Dato

Sammendrag

Denne bacheloroppgaven tar for seg temaet miljø i forhold til musikkfestivalen Hove i Arendal. Problemstillingen oppgaven vil gi svar på omhandler Hovefestivalens miljøprofil, samt hvor bevisste festivaldeltagerne er på denne. Oppgaven vil gi også svar på om Hovefestivalen blir oppfattet som en miljøvennlig musikkfestival, og til slutt hva som kan gjøres for å styrke miljøprofilen ytterligere.

Musikkfestivaler blir definert som en del av reiselivsnæringen. Interessen for å lage miljøansvarlige festivaler har vist seg å øke det siste tiåret, da festivalen kan ha både positive og negative virkninger på miljø og samfunn. Reiselivsnæringen har i økende grad blitt mer bevisste på ulike negative virkninger miljømessig, spesielt knyttet til masseturisme eller bruk av sårbare naturområder. Miljøutfordringer er derfor helt reelt i reiselivet, og innføring av miljøvennlige tiltak er derfor hensiktsmessig for å eliminere eller redusere de negative konsekvensene. De utfordringene en står overfor er det som kan sammenfattes i begrepet *ansvarlig turisme*.

Funnene i oppgaven baserer seg på primærdata innhentet fra en utvalgsundersøkelse med 479 respondenter. Respondentene i undersøkelsen består av både menn og kvinner i aldersgrupper fra under 18 til 40+, hvor alle tidligere har vært deltagere på Hovefestivalen.

Tilleggsopplysninger har blitt gitt av Hovefestivalens nåværende miljøkoordinator, Fredrik Eive Refsli, gjennom et intervju via email.

Undersøkelsen viser at Hovefestivalen allerede blir oppfattet som en miljøvennlig festival, og at et stort antall festivaldeltagere er bevisste på festivalens miljøarbeid, men dette i ulike grader. Miljøtiltakene festivalen utfører viser å ikke være en avgjørende faktor ved valg av festival, men bør allikevel ikke nedprioriteres av festivalarrangørene, da dette kan være sparsomt og hensiktsmessig for festivalen og lokalsamfunnet i Arendal.

Abstract

This bachelor thesis deals with the subject environment related to the music festival Hove in Arendal. The question this research deals with is Hove Festival's environmental profile, and how conscious the festival participants are on this matter. The paper will also provide answers as to whether the festival is seen as an environmentally friendly music festival, and finally, what can be done to improve the environmental conduct further.

Music festivals are defined as part of the tourism industry. The interest of making environmentally responsible events has been shown to increase over the last decade, because events can have both positive and negative effects on the environment and society. The tourism industry has become increasingly more aware of the various negative environmental impacts, especially related to mass tourism, or the use of sensitive nature areas. Environmental challenges are therefore real in tourism, and the introduction of environmentally friendly actions is therefore appropriate to eliminate or reduce the negative consequences. The challenges we stand above can be summarized in the concept of *responsible tourism*.

The findings in the thesis are based on primary data collected from a survey with 479 respondents. The respondents in the survey consist of both men and women in age groups from under 18 to 40+, where they all have been former participants at the Hove Festival. Additional information has been provided by the Hove Festival's current environmental coordinator, Fredrik Eive Refsli, through an interview via email.

The survey shows that Hove is already perceived as an environmentally friendly festival and that a large number of festival participants are aware of the festival's environmental work, but in different degrees. The environmental actions the festival is performing shows not to be a crucial factor in the choice of festivals, but should nevertheless not be given less priority by the festival organizers, as this may be sparse and appropriate for the festival and the local community in Arendal.

Innholdsfortegnelse

FORORD	I
ABSTRACT	III
TABELL INDEKS	VI
FIGUR INDEKS	VI
INNLEDNING	1
BAKGRUNN FOR VALG AV PROBLEMSTILLING	1
PRESENTASJON AV PROBLEMSTILLING	1
FORMÅL	2
HOVEFESTIVALEN	2
1. TEORI	4
1.1 REISELIVSPRODUKTET.....	4
1.1.1 Kulturbasert attraksjon	5
1.2 BÆREKRAFTIG REISELIV	5
1.2. HVORFOR SATSE PÅ MILJØ?	7
1.3.1 Fra oppstart til gjennomføring av miljøarbeid.....	7
1.4 MILJØTILTAK	9
1.5 MILJØSERTIFISERINGER OG MILJØMERKER	14
1.5.1 Miljøstyringssystem	14
1.5.2 Miljømerker.....	15
1.6 HOVES MILJØTILTAK	16
2. METODE	19
2.1 HVA ER METODE?.....	19
2.2 VITENSKAPELIG TILNÆRMING	19
2.2.1 Positivismen	19
2.2.2 Hermeneutikken	20
2.2.3 Den pragmatiske tilnærmingen.....	20
2.3 METODENS 4 PROBLEM	21
2.3.1 Induktiv eller deduktiv datainnsamling	21
2.3.2 Individualistisk eller holistisk tilnærming	22
2.3.3 Nærhet eller distanse	22
2.3.4 Ord eller tall.....	23
2.4 UNDERSØKELSESDSIGN	24
2.4.1 Ekstensivt eller intensivt design	24
2.4.2 Beskrivende eller forklarende design	24
2.5 KVALITATIVT ELLER KVANTITATIVT	25
2.6 ANALYSERING AV DATAMATERIALET.....	26
2.7 DATAKILDER.....	26
2.8 ETIKK.....	27

2.9 FEILKILDER	28
2.9.1 Validitet	28
2.9.2 Reliabilitet	28
3. SPØRREUNDERSØKELSEN	29
3.1 UTFORMING AV SKJEMA	29
3.1.1 Spørsmålene i undersøkelsen	30
3.2 VALG AV ENHETER	31
4. ANALYSE AV DATA	32
4.1 ANALYSE AV KVANTITATIV DATA	32
4.2 ANALYSE AV KVALITATIV DATA	42
4.3 FORSKNINGSKVALITET	44
5. SVAR PÅ PROBLEMSTILLING	45
5.1 ANBEFALINGER OG FREMTIDIGE TILTAK	47
5.1.1 Hovefestivalens tiltak for 2012.....	49
KONKLUSJON	50
LITTERATURLISTE	52
WEB-ADRESSER	53
VEDLEGG	54
VEDLEGG 1 INFORMERT SAMTYKKE	54
VEDLEGG 2 SPØRREUNDERSØKELSEN	55
VEDLEGG 3 INTERVJU MED FREDRIK EIVE REFSLI	58
VEDLEGG 4 KRYSSSTABELLER I SPSS	61

Figur indeks

Figur 1: Reiselivets bærekraft	6
Figur 2: Den hermeneutiske spiral	20

Tabell indeks

Tabell 1: De tre tilnærmingene.....	23
Tabell 2: Kjønn.....	32
Tabell 3: Alder	33
Tabell 4: Beliggenhet	34
Tabell 5: Pris	34
Tabell 6: Artister	35
Tabell 7: Fasiliteter.....	35
Tabell 8: Miljøsertifiseringer	36
Tabell 9: Miljøvennlig.....	36
Tabell 10: Sorterer søppel	37
Tabell 11 Kjøper økologisk.....	37
Tabell 12: Andre fremkomstmidler.....	38
Tabell 13: Miljøvennlige tiltak.....	38
Tabell 14: Bevissthet	39
Tabell 15: Hovefestivalen	39
Tabell 16: Kildesortering	40
Tabell 17: Økologisk mat.....	40
Tabell 18: Bionedbrytbart bestikk.....	41
Tabell 19: 100 % bærekraftig strøm.....	41

Innledning

Denne oppgaven tar for seg Hovefestivalen og deres miljøarbeid, og en problemstilling om festivaldeltagernes bevissthet rundt dette. Oppgaven bygger på en teoridel, med presentasjon av sentrale begrep og definisjoner, i tillegg til en uttredelse av relevante tema. Videre vil en metodedel påpeke hvordan dataen er innhentet, der kvantitative primærdata er grunnlaget. Problemstillingen vil bli besvart med utgangspunkt i en kvantitativ spørreundersøkelse, og anbefalinger vil bli utarbeidet. Oppgaven avsluttes med en konklusjon basert på de mest sentrale resultatene.

Bakgrunn for valg av problemstilling

Vi har valgt å skrive om musikkfestivalen Hove og deres miljøprofil. Temaet festival og miljø ble tidlig bestemt, men hvilken festival det skulle skrives om var ikke avklart med det første. Etter mange forsøk på å få kontakt med forskjellige musikkfestivaler i Norge, som blant annet Øya og Slottsfjell, var det Hovefestivalen som ga oss best respons og viste engasjement for samarbeid.

Miljø blir stadig et hetere samtaleemne og flere festivaler ønsker å profilere seg på dette området. Konsekvensene og problemene som følger av å ikke være miljøvennlig gjelder alle, og folk blir mer og mer miljøbevisste og ønsker å ta bedre vare på miljøet. Å være miljøvennlig har blitt en trend.

Ideen bak problemstillingen kommer fra en generell interesse for musikkfestivaler og miljøarbeid. Vi synes det er interessant å finne ut om folks oppmerksomhet og bevissthet rundt det å være miljøvennlig.

Presentasjon av problemstilling

I hvor stor grad er festivaldeltagerne bevisste på Hovefestivalens miljøprofil, og blir Hovefestivalen oppfattet som miljøvennlig?

- *Velger festivaldeltagerne festivalen bevisst på grunn av deres miljøprofil?*
- *Hva kan gjøres for å styrke miljøprofilen ytterligere?*

Formål

Formålet med denne oppgaven er å finne ut om Hovefestivalen blir oppfattet som en miljøvennlig festival, og om miljøprofilen er godt nok synlig for deltagerne. I tillegg ønsker vi å finne ut om festivalens miljøtiltak har en påvirkning på deltagerne ved valg av musikkfestival, og hva som er nødvendig for å styrke Hovefestivalens miljøprofil.

Undersøkelsen vi vil foreta vil forhåpentligvis gi oss noen interessante opplysninger om Hovefestivalens deltagere og deres synspunkt i forhold til miljø. Et interessant aspekt vil være om det er noen forskjeller mellom de ulike aldersgruppene og kjønnene i forhold til miljøbevissthet, og hvor miljøvennlig Hovefestivalen blir oppfattet.

Hovefestivalen

Hovefestivalen er en fire-dagers musikkfestival, som siden 2007 har blitt holdt årlig på Tromøy utenfor Arendal. Festivalen tilbyr et bredt utvalg av artister og musikksjangre - både nasjonale og internasjonale. Målgruppen til festivalen er alle som liker musikk, kunst og kultur i fantastisk natur, men hovedpublikummet og den gjennomsnittlige camper er kvinner og menn mellom 18 og 25 år. I løpet av festivalperioden er det mellom 14 000 til 22 000 på området til enhver tid, med over 1000 ansatte, 2300 frivillige, 1850 inviterte og 250 pressefolk. I gjennomsnitt har festivalen ca. 15 500 betalende deltagere per dag. Dette gjør Hovefestivalen til en av Norges største musikkfestivaler (Refsli 2012).

Mange musikkfestivaler har kastet seg på den miljøvennlige bølgen. Dette er gunstig med tanke på hvor mye avfall festivaler produserer. Hovefestivalen har hatt høye miljøambisjoner helt fra starten i 2007, da tanken var å lage en festival i samspill med naturen og å kompensere for utslipp. Festivalområdet er plassert i Raet landskapsvernområde og er omgitt av vakker natur, strender og hav. Festivalledelsen har et stort ansvar for området og det er viktig at de forvalter medansvaret på en forsvarlig måte, som blant annet gjennom å bygge infrastruktur skånsomt og rydde avfall veldig grundig. Festivalen utvikles hvert år mot å bli enda mer miljøbevisst og bedre på praktiske miljøoppgaver (ibid.).

Hovefestivalen var den første karbonnøytrale festivalen i Norden og har vært det siden oppstart. Å være klimanøytral innebærer å utføre *tiltak som til sammen sørger for at klimaeffekten blir den samme som om aktiviteten ikke hadde funnet sted* (Kallbekken 2008).

Hvert år jobber festivalen med ulike miljøprosjekt og velger de miljøtiltakene som fungerer godt på lang sikt. Dette er tiltak som kildesortering, miljøvennlig innkjøpspolitikk og økologisk mat. Hovefestivalen sitt mål for 2012 er å synliggjøre festivalen som en miljøvennlig fest, basert på miljøvennlige prinsipper. Festivalen streber etter å bli miljøfyrtårnsertifisert, noe som innebærer masse dokumentering og planlegging (Hovefestivalen 2011).

1. Teori

I dette kapitlet vil vi presentere teori og definisjoner som kan være med på å gi en mer helhetlig forståelse av oppgaven. Vi vil klargjøre relevante begrep som inngår i temaene reiseliv og miljø.

Reiselivsnæringen er en av verdens raskest voksende næringer, og kan være omfattende og varierende når det kommer til produktaspektet reiseliv. Tidligere bestod selve næringen av overnatting, servering og transport, men i dag regnes både reisebyråer, turoperatører, suvenirbedrifter og kommersielle attraksjoner som en del av næringen (Lyngnes 2007).

Kamfjord (2005:41) henviser til WTOs (World Tourism Organisation) definisjon av reiseliv:

Reiselivet omfatter personers reise og opphold utenfor det geografiske området hvor de vanligvis ferdes, og hvor hovedformålet med reisen ikke er å få lønnet arbeid på det stedet de besøker, (og uten at de personene nødvendigvis må ha overnattet utenfor egen bolig).

1.1 Reiselivsproduktet

Kamfjord (2001) definerer det helhetlige reiselivsproduktet slik:

Det helhetlige reiselivsproduktet er et samlet tilbud av varer, tjenester og frie goder som tilfredsstiller den reisende behov i forbindelse med midlertidige opphold utenfor hjemstedet. Som del av produktet regnes også det sted eller området hvor forbruket skjer (2001:180).

Det helhetlige reiselivsproduktet består av flere delprodukter levert av ulike produsenter. I følge Kamfjord (2011) er det helhetlige reiselivsproduktet sammensatt av fire komponenter: servering, innkvartering, transport og attraksjon. Disse fire komponentene er avhengige av hverandre og sammen skaper de en helhetlig opplevelse.

1.1.1 Kulturbasert attraksjon

Attraksjoner er noe som gir grunnlag for opplevelser. Dette kan være alt fra et landskap, en katedral, en festival eller en badestrand (Jacobsen & Viken 1997). Mot slutten av 1980-årene ble det lagt mer vekt på samarbeidet mellom kultur og reiseliv, og attraksjoner ble definert som en del av reiselivsnæringen og det helhetlige reiselivsproduktet. Dette førte til større aksept for at både kultur- og naturbaserte attraksjoner kan tiltrekke turister til visse destinasjoner. Turisme førte også til utbygging og utvikling av nye objekter, som for eksempel sentre, museer og festivaler, og destinasjonsutvikling (Lyngnes 2007).

Wikipedia (2012) definerer begrepet festival slik:

Festival er en anledning for festlighet eller feiringer, spesielt en dag eller en tid av religiøs betydning som skjer ved faste tidsrom eller ved visse mellomrom. I moderne tid er festival ikke forbeholdt religiøse høytidsdager, men kan være en gjentakende festival for film, musikk, teater, og andre kulturelle aktiviteter.

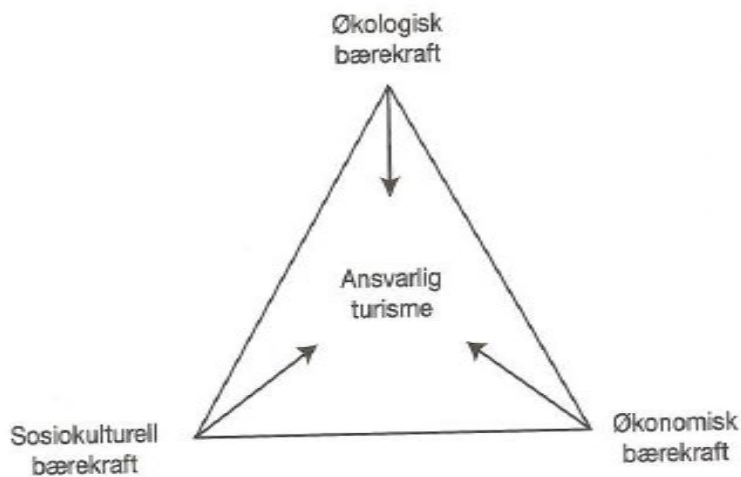
Opplevelser og kultur er en stadig økende del av vårt forbruk og en stadig viktigere del av verdiskapningen for samfunnet (Lyngnes 2007:14), og i denne sammenheng hører også kulturbaserte attraksjoner med. For å sikre kvalitet og bærekraft i alle ledd må kommunikasjon og samarbeid tilrettelegges (ibid.).

1.2 Bærekraftig reiseliv

Reiselivet kan påvirke miljøet både positivt og negativt. Offentlige myndigheter og reiselivsnæringen har i økende grad blitt mer bevisste på ulike negative virkninger miljømessig, spesielt knyttet til masseturisme eller bruk av sårbare naturområder. I følge Teigland og Holden (1996:vii) er *utbygging og drift av reiselivsanlegg, samt lite miljøvennlig adferd fra de tilreisende selv, viktige årsaker.*

Miljøutfordringer er derfor helt reelt i reiselivet. De utfordringene en står overfor er det som kan sammenfattes i begrepet ansvarlig turisme. Ansvarlig turisme bygger på tre typer bærekraft: økologisk, økonomisk og sosiokulturelt bærekraft (se figur 1), hvor hver av de igjen konkretiseres i tre punkter.

Figur 1: Reiselivets bærekraft



(Kamfjord 2001:200)

Den første typen bærekraft Kamfjord (2001) presenterer er økologisk bærekraft som innebærer følgende:

- Ressursenes tålegrenser
- Naturforurensing
- Estetisk forurensing

Økologisk bærekraft kan omhandle spørsmål som for eksempel *hvor mange mennesker kan bevege seg i et område, og på hvilke måter, uten å skade miljøet?* (2001:200)

Den andre typen bærekraft Kamfjord (2001) omtaler er økonomisk bærekraft, som inneholder følgende punkt:

- Lønnsomhet i miljøbasert drift
- Kvalitet og konkurransekraft i bærekraftige produkter
- Markedets krav

Her vil spørsmål som *hvor mange mennesker kan bevege seg i dette området, og vil benytte disse produktene, og på hvilke måter, uten å forringe opplevelsen, selvfølelsen, redusere kvaliteten for hverandre og undergrave lønnsomheten?* stå sentralt (2001:201).

Den siste typen bærekraft Kamfjord (2001) viser til er sosiokulturell bærekraft, som tar for seg følgende punkt:

- Lokal kultur
- Aksept i lokalsamfunnet
- Annet næringsliv

Spørsmål om *hvor mange mennesker kan bevege seg i et område, og på hvilke måter, uten å overbelaste sosiale, kulturelle og næringsmessige relasjoner?* er viktig å vurdere (2001:201).

Arbeidet med ansvarlig turisme foregår av organisasjoner nasjonalt og internasjonalt. Miljøverndepartementets organisasjon GRIP (Grønt Arbeidsliv i Praksis) har en viktig rolle nasjonalt, mens organisasjonen World Travel and Tourism Council står sterkt internasjonalt (ibid.).

1.2. Hvorfor satse på miljø?

I reiselivsnæringen i dag er miljø et veldig omtalt tema. En grunn til at miljøvennlig adferd er så viktig er at det kan bidra til at den kommende generasjonen også kan glede seg over ren natur. Mange bedrifter har blitt mer og mer miljøbevisste og søker stadig miljøvennlige alternativer. Bedrifter kan gjennom miljøarbeid få oversikt over ressursbruken og verdiskapingen. Satsing på miljø kan derfor være sparsomt og hensiktsmessig. For en festival vil det også kunne gi et troverdig inntrykk, ikke bare til publikum, men også artister, medarbeidere og sponsorer (Bjørseth 2004).

1.3.1 Fra oppstart til gjennomføring av miljøarbeid

For å lykkes med miljøarbeid er det noen viktige faktorer som må være på plass. For det første må arrangørene være engasjert, slik at det blir lettere for dem å motivere sine medarbeidere, da miljøengasjement hos alle er avgjørende for drivkraften bak miljøarbeidet. Arrangørene må også avgjøre tidlig hvem som skal være den miljøansvarlige. Det er viktig at den personen er miljøengasjert og er i stand til å lede all det praktiske miljøarbeidet (ibid.). Videre bør arrangørene velge ut en arbeidsgruppe for miljø, som vil gi innspill og arbeide med spesielle miljøtiltak. Gruppen kan bestå av mange ulike medlemmer, som for eksempel de som har hovedansvaret for innkjøp, marked/salg/PR eller sikkerhet. Fordelen med å ha personer fra ulike arbeidsområder, er at den sikrer en mer helhetlig miljøinnsats (ibid.).

Siden miljøarbeid er av stor betydning, er det viktig å ha en miljøvisjon. Visjonen er en grunnstein og en ledestjerne for miljøarbeidet. Den skal vise til det overordnede målet for miljøarbeidet, slik at de ansatte, frivillige, leverandører, samarbeidspartnere og publikum forstår hva de jobber mot og hva de vil oppnå med de ulike miljøtiltakene (Bjørseth 2004).

I tillegg til å ha en miljøvisjon, er målsetting en sentral del, da det kan bidra til en bedre forståelse hos alle. Målbare mål er vesentlig for festivalen, slik at de har muligheten til å se om de har blitt bedre på de ulike miljøomsatsingsområdene. Det er viktig å sette klare frister for når de ulike tiltakene må være gjennomført, og tillegg må man prioritere de viktigste tiltakene først (ibid.).

Den miljøansvarlige må også gi tilstrekkelig informasjon til alle som arbeider med miljøarbeidet. Det inkluderer ledelsen, medarbeiderne, frivillige, samarbeidspartnerne, og leverandørene. Det er nødvendig å motivere den enkelte til å gjøre sitt beste og informere om hvilke oppgaver som må utføres, og hvordan oppgavene skal utføres. Her er det viktig at den enkelte får den informasjon de trenger for de ulike arbeidsoppgavene og gi de den nødvendige opplæringen som trengs (ibid.).

Motivering gjelder ikke bare før og etter festivalen, men også under. For å skape miljøengasjement er det viktig å ha god kommunikasjon med både festivaldeltagerne og de ansatte (ibid.).

Det er også viktig å kartlegge hvordan miljøbelastningen på festivalen er i dag. Den miljøansvarlige må se hva som har blitt gjort tidligere innen miljøarbeid, og hva slags tiltak som har blitt utført. For å få til dette er det avgjørende at ledelsen har et godt system og gode medarbeidere. Kartleggingen vil også kunne vise hva som belaster miljøet mest, og hvilke tiltak som må settes i gang. På sikt vil en se hva en har spart miljøet for når det gjelder avfall og utslipp, og hvor mye drivkostnader en har spart. Slike resultater kan virke motiverende for ledelsen, samt medarbeidere. Derfor er det viktig å dokumentere resultatene, slik at en kan se hvor hensiktsmessig miljøarbeid faktisk er. Dette vil mest sannsynlig øke miljøengasjementet hos alle (ibid.).

En bør også utarbeide en handlingsplan. Denne skal inneholde ulike tiltak, hvilke arbeidsgrupper som skal gjøre hva og en tidsfrist på når tiltakene skal være ferdige. Handlingsplanen må være grundig utført og forståelig for folk flest, da det vil gjøre det lettere for ledelsen og de ansatte å følge med på arbeidsprosessen. Miljøarbeidet må gjennomføres både før, under og etter festivalen. Den miljøansvarlige har ansvar for at alle tiltakene blir gjennomført og fungerer som planlagt etter handlingsplanen (Bjørseth 2004).

Etter festivalen bør miljøarbeidet evalueres. Resultatet blir målt etter hvordan situasjonen var før tiltakene ble iverksatt og etter de målene som ble satt for miljøarbeidet. Hvis ikke målene ble nådd, er det nødvendig å finne mulige årsaker til hvorfor målene ikke ble nådd (ibid.).

Evaluering er viktig for:

- *Å kunne vurdere lønnsomheten og miljøeffekt av tiltakene*
- *Å se og erfare at arbeidet nytter*
- *Å motivere alle til videre innsats*
- *Å kunne legge goder planer for videre miljøarbeid*

(Bjørseth 2004:21)

1.4 Miljøtiltak

Det er mange tiltak som kan gjøres for å fremme miljøprofileringen på arrangement og festivaler. Alle tiltak er nødvendigvis ikke like aktuelle for alle arrangement. En må velge ut tiltak som passer best i forhold til sitt arrangement.

Avfall

De fleste festivaler legger fra seg mye avfall. Kildesortering er en viktig del, da det vil redusere både avfallsmengden og avfallskostnadene. Det er viktig å gjennomføre kildesortering både på ”backstage”, på steder der publikum ikke er, og på ”frontstage”, som er på selve festivalområdet. Kildesortering kan gjøres ved å sette ut store søppel- og avfallsdunker og søppelstasjoner rundt omkring festivalområdet. Det er viktig at miljødunkene er klare og synlige for festivaldeltagerne (ibid.).

Ulike avfallstyper vil kreve forskjellig innsamling og behandling. Riktig utstyr er nødvendig ved riktig håndtering av avfallet. Å kontakte en leverandør som har gode avfalls løsninger er hensiktsmessig. Leverandøren vil hjelpe ledelsen til å sette opp en plan for avfallshåndtering på hele festivalen. Dette kan for eksempel være tilrettelegging av kildesortering, foreta opplæring, bruk av riktig utstyr, transport og tømning (Bjørseth 2004).

Innkjøp

Å ha gode innkjøpsrutiner er nødvendig og bra for miljøet. Det påvirker forbruk av energi og transport, samt avfallssituasjonen. Det første ledelsen må foreta er å kartlegge dagens situasjon og gå gjennom hvilke rutiner og prosedyrer som finnes for innkjøp i dag. En må kartlegge hvem som har ansvaret for innkjøpene og hvilke leverandører som blir brukt. I tillegg kan det være hensiktsmessig å ha en innkjøpspolicy, der hvilke miljømål en ønsker å oppnå gjennom innkjøp blir kartlagt. Innkjøpspolicyen gir informasjon til både de ansatte og leverandørene om hva som skal prioriteres, og hvordan man ønsker å arbeide videre (ibid.).

Ved innkjøp bør den ansvarlige velge miljøvennlige, miljømerkede eller resirkulerte produkter. Den ansvarlige bør også benytte miljømerkede trykkeritjenester for plakater, billetter og flyers så langt det er mulig (ibid.).

Gode innkjøpsrutiner vil sikre at:

- *Det vurderes om det er nødvendig å kjøpe noe i det hele tatt*
- *Det vurderes om bruk der det er mulig*
- *Det ikke kjøpes mer enn nødvendig*
- *Riktig produkt blir kjøpt inn*

(Bjørseth 2004:48)

Økologisk mat- og drikkevarer

Mat og drikke hører med på en festival. Festivaler som jobber helhetlig med miljø, bør vurdere å servere økologisk mat, noe som er et viktig miljøvalg. De økologiske produktene inneholder, verken kjemiske sprøytemidler eller kunstgjødsel (ibid.).

Innkjøp av mat- og drikkevarer bør planlegges i god tid før festivalen. De som har ansvaret for innkjøpet, må lage en oversikt over hvor mye mat de trenger og hvem som skal ha mat (frivillige, artister, publikum). Innkjøpsansvarlige må kontakte potensielle leverandører i god

tid før festivalen, samt bestille mat- og drikkevarer henholdsvis tidlig. Mange festivaler må søke om tillatelse fra mattilsynet, da de stiller strenge krav til håndtering og tilberedning av matvarer (Bjørseth 2004).

Informasjon og kommunikasjon

For å synliggjøre og skape en bedre forståelse for festivalens miljøarbeid, er det viktig at alle samarbeidspartnere, leverandører og sponsorer blir informert om miljøarbeidet og hva det innebærer for den enkelte. Det er derfor viktig at festivalen velger bedrifter og organisasjoner som kan tilby miljøvennlige produkter eller som har en god miljøprofil (ibid.).

Alle som bidrar til festivalen må informeres enten muntlig eller skriftlig. Miljøvisjonen og miljøpolitikken kan for eksempel informeres på første møtet. En sjekklister kan bli presentert skriftlig til hver aktør, der det er oversikt over hvem som har ansvaret for de ulike tiltakene, samt når de skal gjennomføres. I tillegg er det lurt å ha en toveis kommunikasjon mellom aktørene under arbeidet (ibid.).

Mange festivaler kan også oppnå ekstra oppmerksomhet og positiv omtale ved å profilere miljøarbeidet overfor media. Det er viktig å opplyse alle festivaldeltagerne, samarbeidspartnere og journalister om miljøarbeidet. Miljøarbeid handler ikke bare om å ta vare på naturen, men også kulturen og samfunnet rundt. Derfor er det viktig å vise at en tar samfunnsansvar og miljøarbeidet på alvor. Dette kan bidra til økt miljøengasjement hos alle (ibid.).

Energi og transport

Energiforbruket på festivaler kan deles opp i flere områder; el-forbruk, transport og ventilasjon/varme. De fleste konserter har et stort energiforbruk. Mange festivaler har liten mulighet til å påvirke energiforbruket, da det ofte leies store lokaler eller store anlegg til festivalen. Ved innkjøp av utstyr bør det dermed legges vekt på lav energiforbruk (ibid.).

Transport blir benyttet på flere ulike områder på en festival. Dette kan være for eksempel i forbindelse med administrasjon, drift og avvikling av festivalen. Avfall skal hentes og varer skal leveres. I tillegg trenger artister, frivillige og deltagere transport. Målet skal være å bruke minst mulig transport under planleggingen og gjennomføringen av festivalen, derfor er bruk

av miljøvennlig elbiler eller dieslbiler hensiktsmessig. Elbiler er så å si forurensningsfrie og nesten lydløse. Dieslbiler er svovelfrie og gir ikke økt Co2 utslipp (Bjørseth 2004).

Programmet på festivalen bør inneholde minst mulig forflytning, og aktivitetene bør foregå innen gangavstand. Det er viktig å informere festivaldeltagerne om ulike miljøvennlige transportformer som de kan benytte seg av, med tanke på hvordan de bør komme seg til og fra festivalen (ibid.).

Vann

I Norge er ikke bruk av vann sett på som et miljøproblem, da det stort sett er tilgang til nok vann slik at normal bruk av vann ikke skaper problemer for miljøet. Men oppvarming av vann vil kreve bruk av energi. Ved å organisere dette på en fornuftig og bærekraftig måte vil det være store muligheter for å spare både miljøet og penger. På store festivaler er det viktig at både artister, frivillige og publikum har tilgang til drikkevann, spesielt hvis festivalen er på sommeren og været er varmt. Ved å opprette flere vannposter omkring festivalområdet vil vann bli mer tilgjengelig for alle (ibid.).

Bruk av spesielle verneområder og utendørsområder

Festivaler blir ofte holdt på natur- og kulturminneområder. Disse områdene kan inneholde tidligere kulturminner eller skjulte spor etter menneskers aktivitet. Oppførselen og atferden må da skje med respekt og aktsomhet for kulturminnene (ibid.).

Festivaler som ønsker å gjennomføre sitt arrangement på slike områder er nødt til å ta hensyn, og vil bli stilt overfor spesielle miljøkrav. Dette kan påvirke både innholdet og omfanget av det planlagte programmet. Det må søkes dispensasjon for festivalen hvis området er fredet etter kulturminneloven. Søknaden skal sendes til Riksantikvaren, men ofte må festivalen også kontakte kommunen for spesielle henvendelser og situasjoner (ibid.).

Overnatting og camping

Deltagere kan få valget mellom å overnatte på overnattingssteder nært festivalen eller på selve festivalcampen. For mange er det å campe på selve festivalområdet en del av festivalopplevelsen. Utfordringen med dette er at det belaster miljøet ved at det blir lagt igjen mye avfall. Det er da viktig at kildesorteringen er på plass og deltagerne får tilstrekkelig med

informasjon om hvordan de skal sortere. Det må også være tilrettelagt for sanitæranlegg og dusjmuligheter (Bjørseth 2004).

Helse, miljø og sikkerhet

HMS er et område som er svært viktig med tanke på de ansatte, frivillige og deltagerne. Sikkerhet og godt arbeidsmiljø er sentrale faktorer for at alle skal trives og gjøre en god jobb. Å jobbe systematisk og kontinuerlig med HMS er hensiktsmessig for totalsikkerheten på en festival. Det er blant annet arbeidstilsynet og direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap som har hovedansvaret for at alle jobber med HMS (ibid.).

Det er påkrevd at alle de som har med sikkerhet å gjøre på en festival, opplyses om interne rutiner, planer og instruksjoner. Misforståelser og forsinkelser vil dermed bli unngått, så langt det er mulig (ibid.).

Ved utendørskonsserter er det viktig at naboer forstyrres minst mulig av musikken. Arrangørene må helst kontakte kommunen om hvilke lydgrenser som gjelder i den kommunen festivalen blir holdt, da det ikke finnes regler eller lover for lydnivået (ibid.).

Videre må sikkerhetsansvarlige kartlegge ulike områder på festivalen, og hva som kan eventuelt skje på de forskjellige områdene. Hvilke tjenester man trenger i forhold til sikkerhet og vakthold er nødvendig å kartlegge, samt hvilke oppgaver de ulike aktørene har ansvar for må defineres. Uklarheter, misforståelser og forvirringer som kan oppstå, kan da bli unngått i kritiske situasjoner (ibid.).

Sammen med brann, politi- og helsevesen må festivalen sette opp evakueringsplaner, sikkerhetsplaner, beredskaps- og sanitetsplaner. På store festivaler med mye folk er det viktig at vaktene har klare retningslinjer og hvilke områder de har ansvar for. Det er også viktig å ha nok helsepersonell med riktig kompetanse. De skal være tilgjengelig både for publikum, ansatte og de frivillige. I tillegg er det viktig at alle nødutganger merkes synlig, slik at hvis det skjer noe, kan man få ut folk systematisk og på kortest mulig tid. Festivalen må også legge til rette for bevegelseshemmede, slik at de også har mulighet til å delta (ibid.).

Det er lurt å notere all nødvendig informasjon som man kan ha bruk for senere under festivalen. Ha også en evaluering i etterkant med alle involverte, da dette vil sikre bedre

sikkerheten og gode arbeidsforhold for de ansatte/frivillige, og ikke minst gode opplevelser for publikum (Bjørseth 2004).

1.5 Miljøsertifiseringer og miljømerker

Miljøsertifiseringer og miljømerker blir stadig viktigere, og flere virksomheter jobber bevisst for å bli sertifisert/merket. Dette finnes det flere gode grunner til, som i følge Teknologisk Institutt (2011) blant annet er:

- *Synliggjøre at virksomheten tar hensyn til miljøet*
- *Bevisstgjøre egen organisasjon på hvordan virksomheten påvirker miljøet*
- *Skape et grunnlag for mer miljøvennlig produksjon og sikrere håndtering av miljøfarlige produkter*
- *Kutte kostnader ved å spare energi og redusere avfall*
- *La en uavhengig tredjepart vurdere hele styringssystemet opp mot en anerkjent standard*
- *Skape varige konkurransefortrinn og et godt omdømme*

1.5.1 Miljøstyringssystem

Et miljøstyringssystem (sertifisering) handler om driften til virksomheten, som for eksempel hvordan arbeidet blir strukturert, organisert og administrert. Virksomheten må arbeide kontinuerlig med å redusere sin miljøpåvirkning, og det stilles strenge krav til rutiner og rapportering av arbeidet (Bjørseth 2008). I følge Bjørseth (2008) er følgende sertifiseringsordninger spesielt tilpasset arrangement som festivaler:

FEE Norway

Fee Norway (Foundation for Environmental Education) tilbyr internasjonale ordninger for miljøsertifisering. Stiftelsen arbeider for bærekraftig utvikling med fokus på miljøopplæring og – informasjon. Sertifikatet gjelder kun det ene arrangementet (2008:19).

Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn er en nasjonal sertifiseringsordning, et enkelt program for miljøledelse og miljøhandling. Miljøfyrtårn har to sett krav: generelle krav som inkluderer enkelte pålagte lover og forskrifter (for eksempel et fungerende HMS system), samt spesifikke krav for en rekke ulike bransjer, bl.a. krav til grønne arrangement. Bransjekrav for arrangementet omfatter arbeidsmiljø, innkjøp og materialbruk, avfall, transport, energi, utslipp og estetikk. Sertifikatet gjelder i tre år (2008:19).

GRIP

Stiftelsen GRIP (Grønt i Praksis) har som mål å bidra til økt miljøeffektivitet i norske virksomheter – det vil si å oppnå høyere verdiskapning med mindre miljøbelastning. GRIP ble opprettet av Miljøverndepartementet i 1992, og er en oppdragsfinansiert stiftelse. GRIP skal hjelpe private og offentlige virksomheter med å utnytte miljøutfordringene og tilpasse seg mer miljøbevisste markeder. GRIPs visjon er å gjøre bærekraftig utvikling lønnsom og inspirerende. GRIP har et helhetlig syn på miljøutfordringene og jobber på tvers av bransjer og fagområder (Bjørseth 2008:5).

ISO 14001

ISO 14001 er en internasjonal standard for private og offentlige virksomheter som vil bygge opp et miljøstyringssystem i sin organisasjon. Målet er å oppnå kontinuerlig forbedring av egen miljøprestasjon (Bjørseth 2008:39).

1.5.2 Miljømerker

Et miljømerke er et produktmerke, basert på produktenes miljøpåvirkning fra ”vugge til vugge” (Bjørseth 2008:38). For å bli miljømerket skal produktet belaste miljøet minst mulig under produksjon, når de brukes og som avfall. Miljømerker kan virke som en garanti for at produktet er laget med minst mulig miljøbelastning. Det finnes utallige ulike miljømerker, men bare to av de mest vanlige merkene vil bli nevnt i denne oppgaven.

Debio (Ø-merket)

Ø-merket er kontroll- og godkjenningssinstans for produksjon, foredling, omsetning og import av økologiske varer. Foruten matvarer, gjelder merket også på tekstiler,

kosmetikk og en del andre produkter. Debio skal godkjenne bruk av Ø-merket og ordet ”økologisk” på festivalen, for eksempel på menyene (Bjørseth 2008:39).

Svanemerket

Svanemerket er Nordens offisielle miljømerke. Svanemerket stiller miljøkrav og kontrollerer at produktene oppfyller dem. Merket er en garanti for at produktene holder en høy miljø- og kvalitetsmessig standard (Bjørseth 2008:39).

1.6 Hoves miljøtiltak

Hovefestivalen har både store og små miljøprosjekt. Dette kapittelet omhandler de mest sentrale tiltakene festivalen utfører.

Miljøbodene

Hovefestivalen har satt opp miljøboder rundt omkring festivalområdet. Det er mulig for Hoveddeltagere å leve kostnadsfritt under oppholdet ved å selge sitt søppel. Dette får en gjort hos miljøbodene. Deltagerne kan for eksempel få pant for ølbrett, ølglass, flasker, bokser og pizzaesker. Ved å levere sekker med kildesortert avfall får deltagerne utlevert kuponger som de kan bytte mot både mat og t-skjorter. Dette er positivt både for festivalen og deltagerne (Hovefestivalen 2011).

Søppel

Etter festivalperioden blir det produsert store mengder med søppel. I 5 år har renovasjonsgruppen jobbet med å rydde opp rundt festivalområdet og naturvernområdet. De blir flinkere på dette hvert år, men Hovefestivalen har fortsatt et forbedringspotensial som inspirerer de fleste til å gjøre det enda bedre i årene som kommer. Hvis festivaldeltagerne legger merke til den gode jobben renovasjonsgruppen gjør, vil de også forsøple mindre og dermed vil de gjøre hverandre gode. Dette kan være en viktig motivasjonsfaktor for å jobbe videre med miljøtiltakene (ibid.).

Kildesortering

Hovefestivalen kildesorterer både produksjonsavfall og publikumsavfall. Avfallet som blir igjen ved bygging, drifting og pakking av festivalområdet blir betegnet som produksjonsavfall, mens avfallet som deltagerne legger igjen av flasker, bokser, pizzaesker blir betegnet som publikumsavfall. Miljøbodene ble opprettet for publikum, da det ikke

fungerte så bra med kildesorteringsdunker som ble prøvd ut de første årene. Det endte med at de ulike fraksjonene ble forurenset med annet avfall, og alt endte opp som restavfall.

Miljøbodene gir fordeler både for festivalen og publikum, da festivalområdet blir ryddigere og deltagerne kan tjene inn festivaloppholdet sitt ved å gjøre en liten innsats selv (Hovefestivalen 2011).

I tillegg til søppel, blir det også lagt igjen stor mengder av brukte gjenstander som stoler, telt og klær. Festivalen kildesorterer dette på en best mulig måte, men det blir anbefalt at deltagerne enten tar det med hjem eller leverer det til miljøbodene (ibid.).

Strøm

Alle festivaler trenger strøm, og strøm krever infrastruktur. Hovefestivalen er drevet 100 % av miljøvennlig kraft med opprinnelsesgaranti (ibid.). En opprinnelsesgaranti er et bevis på at den elektriske kraften er produsert med fornybare energikilder, som for eksempel vannkraft og vindkraft (Wikipedia 2012). Festivalen ble koblet på hovedstrømnettet i 2010 som gjorde at strømmen nådde ut til de viktigste delene av festivalen. Ett år senere nådde strømmen ut til hele festivalen, grunnet en bedre infrastruktur på Hove. Resultatet av dette var mindre utslipp fra både aggregatene og transporten av dem, samt støyen de lager, slik at både deltagerne og naboene kunne sove bedre om nettene. Hovefestivalen har en generator i tilfelle noe skulle skje med strømmen (ibid.).

Økologisk mat

For Hovefestivalen er det viktig at deltagerne kan spise så miljøvennlig som mulig. Innkjøp av økologiske varer er et smart miljøvalg. Med dette unngår Hove å bruke kjemiske sprøytemidler eller kunstgjødsel som er energikrevende, og som i tillegg forurenser jorden. Målet for Hove er at 15 % av maten som blir tilbydd er økologisk. Ø-merket blir brukt av mange festivaler, inkludert Hovefestivalen. Ø-merket er deltagerens garanti for miljøvennlig og økologisk mat (ibid.).

Hovefestivalen er en emballasjefri festival. Alle produkter, unntatt mat, deltagerne får kjøpt er dermed fri fra emballasje. I tillegg er bestikket og tallerkenene biologisk nedbrytbare. Det betyr at deltagerne kan kaste både matrestene og bestikket i en og samme dunk, som er plassert rett ved siden av matbodene (ibid.)

Miljøvennlige campingstoler

I 2011 bestemte Hovefestivalen at de vil lage sine egne campingstoler for å redusere antallet stoler som ligger igjen på campen etter festivalen. Deltagerne kan leie disse til en bra pris, men må leveres etter festivalens slutt. De blir laget av gamle paller og blir reparert hvis de går i stykker, i stedet for at de blir kastet. Den største fordelen med stolene er at festivaldeltagerne slipper å drasse med seg tunge campingstoler hjemme fra (Hovefestivalen 2011).

Trykksaker

Hovefestivalen bruker sosiale medier som Facebook og Twitter, i tillegg til sin egen nettside. Hove produserer trykksakene sine så miljøvennlig som mulig. Dette blir gjort lokalt slik at de slipper å transportere papir og lignende over store avstander. Alle plakatene blir trykket hos Birkeland Trykkeri, som er sertifisert Miljøfyrtårn. Det er viktig for Hove at papiret som de bruker til trykksakene er både miljøvennlig og resirkulert.

Den viktigste nyhetskilden på Hovefestivalen er ”Hoveposten”. Den er trykket hos Agderposten og merket Svanemerket. Dette betyr at treverket kommer fra bærekraftig skogbruk og oppfyller miljøkrav for kjemikalier, forurensing og miljøbelastninger fra papirproduksjonen. Svanemerket stiller også krav som blir benyttet ved trykkingen, som for eksempel rensemidler og trykkfarger. Avfallshåndteringen på trykkeriet blir det også stilt krav til (ibid.).

2. Metode

I dette kapitlet skal vi presentere hvilke metoder vi skal bruke for å få svar på problemstillingen vår. Det er viktig å få avklart tidlig hvilke metoder vi skal bruke for å komme i gang med innhenting av data. For å få en bedre forståelse på hva metode dreier seg om er det noen viktige begrep som må forklares.

Vi skal presentere hvordan vi skal samle inn data, hvordan velge ut enheter til undersøkelsen, og hvordan vi skal analysere dataen. Dette kan ha stor betydning for oppgavens validitet og pålitelighet.

2.1 Hva er metode?

Olav Dalland (2010) definerer metode slik:

Metoden er redskapet vårt i møte med noe vi vil undersøke. Metoden hjelper oss til å samle inn data, det vil si den informasjonen vi trenger til undersøkelsen vår for å belyse problemstillingen (2010:83).

Metoden forteller oss noe om hvordan vi bør gå til verks for å fremskaffe eller etterprøve kunnskap. Begrunnelsen for å velge en bestemt metode er at vi mener den vil gi oss gode data og belyse spørsmålet vårt på en faglig interessant måte (2010:83).

2.2 Vitenskapelig tilnærming

Vi skiller mellom to ulike retninger innenfor vitenskapelig tilnærming: positivisme og hermeneutikk. Dalland (2010) beskriver positivisme og hermeneutikk som to hovedsyn på kunnskap. I følge Dalland (2010) avspeiler disse hovedsynene seg i kvantitative og kvalitative metoder. Vi kan også velge en tredje utvei – den pragmatiske tilnærmingen.

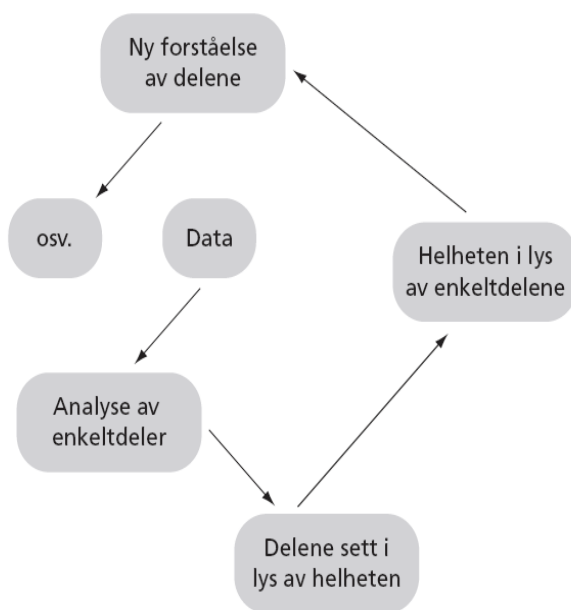
2.2.1 Positivismen

Innenfor positivismen er det bare to kilder til kunnskap: det en observerer med sansene og det en kan regne ut med sin logiske sans (ibid.). Positivistene tror at verden er ekstern og uavhengig, og at forskerne ikke har en påvirkning på undersøkelsen. En positivistisk forsker fokuserer på fakta og leter etter grunnleggende lover. Positivismen er knyttet til kvantitative undersøkelser.

2.2.2 Hermeneutikken

I hermeneutikken er det satt stor fokus på søken etter forståelse. Forskeren er opptatt av å tolke og forstå data. En må søke forståelse gjennom meningsfulle fenomen som ikke kan beskrives med fysiske kriterium, slik som handlinger og sosiale relasjoner; menneskets handlinger alene er ikke fullt observerbare (Jacobsen 2010). Helheten må forstås i lys av delene og delene må forstås ut i fra helheten; det er dette som ofte blir kalt for den hermeneutiske spiral (se figur 2).

Figur 2: Den hermeneutiske spiral



Den hermeneutiske spiral

(Jacobsen 2010)

Hermeneutikken er knyttet til kvalitative undersøkelser.

2.2.3 Den pragmatiske tilnærmingen

Det er liten prinsipiell forskjell mellom positivismen og hermeneutikken. En kan ikke si at den ene metoden er bedre enn den andre - de egner seg i ulike sammenhenger (Jacobsen 2010). En undersøkelse trenger ikke nødvendigvis å være enten kvantitativ eller kvalitativ. Ved å bruke begge metodene i en og samme undersøkelse får vi det som blir kalt den pragmatiske tilnærmingen. Begge metodene har sine sterke og svake sider, og ved å blande de

kan de utfylle hverandre. Hvilken av de tre tilnærmingene en skal bruke er avhengig av problemstillingen som skal belyses (Jacobsen 2010).

I denne oppgaven har vi valgt å bruke den pragmatiske tilnærmingen. Oppgaven vil bestå av en blanding mellom en kvantitativ undersøkelse og et kvalitativt intervju, men med den kvantitative undersøkelsen i hovedfokus.

2.3 Metodens 4 problem

Metode skal angi hvilke fremgangsmåter som skal anvendes for å kartlegge virkeligheten. Hvilke metoder som er best kommer an på hva som skal undersøkes. Jacobsen (2010) presenterer fire ulike problem ved valg metode.

2.3.1 Induktiv eller deduktiv datainnsamling

Ved datainnsamlingen om virkeligheten kan en velge om det skal være en induktiv (fra empiri til teori) eller deduktiv (fra teori til empiri) fremgangsmåte. Når en velger den induktive tilnærmingen går forskeren ut i virkeligheten med et åpent sinn, og teorier blir dannet ut fra den innhentede informasjonen. En slik fremgangsmåte blir ofte kalt Grounded Theory, som tilsier at teorier dannes ut fra det som ble observert (Glaser & Strauss 1967, referert i Jacobsen 2010:29).

Ved en deduktiv tilnærming vil forskeren på forhånd danne seg forventninger og oppfatninger om hvordan virkeligheten er ut fra tidligere empiriske funn og teorier, for å så gå ut og samle data. Her blir den innsamlede informasjonen målt opp mot forskerens forventninger, for å se om det stemmer overens med virkeligheten. En fare ved denne tilnærmingen kan være at noen forskere kun plukker ut den dataen og de resultatene som han selv synes er relevant. Det vil da kunne støtte oppunder forskerens gitte forventninger av undersøkelsen istedenfor å gi et helhetlig syn (Jacobsen 2010).

I denne undersøkelsen vil datainnsamlingen være induktiv, da teorier vil bli generert ut fra selve undersøkelsen (fra empiri til teori). Det som avgjorde dette var hvor mye kunnskap vi fant på områdene festival og miljø, som i vårt tilfelle er veldig lite. Dermed må vi gå ut med et helt åpent sinn, og systematisere og analysere all innhentet informasjon som er relevant for vår problemstilling og danne oss konklusjoner ut fra det.

2.3.2 Individualistisk eller holistisk tilnærming

Den individualistiske tilnærmingen innebærer at enkeltmennesket er den viktigste datakilden. Her står enkeltmenneskets motiver og adferd i fokus uavhengig av den sosiale sammenhengen menneskene inngår i (Jacobsen 2010). Denne tilnærmingen har gitt opphav til to metodiske undersøkelsesopplegg; kontrollerte eksperimenter og utvalgsundersøkelser.

En holistisk tilnærming har fokus på hvordan mennesket fungerer og opptrer i ulike sammenhenger (ibid.). Her må fenomener bli forstått som et komplekst samspill mellom enkeltindivider og den sammenhengen de inngår i. ”Observasjon i naturlige sammenhenger” blir ofte benyttet i denne tilnærmingen.

Denne undersøkelsen vil være en individualistisk tilnærming siden vi skal bruke mennesket som informasjonskilde ved en stor utvalgsundersøkelse, samt et intervju via email. Enhetene vi undersøker er den viktigste datakilden og vi skal se på deres motiver. Utvalgsundersøkelsen vil gi oss svar på hvilke synspunkter og fellestrekk disse menneskene har. Intervjuet vil gi oss mer dybde til selve oppgaven.

2.3.3 Nærhet eller distanse

Her må forskeren ta stilling til om datainnsamlingen skal foregå nært det skal som undersøkes, eller fra en distanse. Ved å være nært forskningsobjektet vil forskeren få en bedre mulighet til å sette seg inn i forskningsobjektets situasjon, men da vil det være en fare for undersøkelseeffekt. Det vil si at forskningsopplegget blir påvirket av forskerens nærvær, noe som kan unngås ved at forskeren tar distanse fra forskningsobjektet. En ulempe med distanse er at forskeren ikke får mulighet til å få et dypt innsyn i den enkeltes forståelse og fortolkning (ibid.).

Ved å velge spørreundersøkelser som datainnhentingsmetode velger vi å ta distanse fra respondentene. Dette er fordi det er enklere for oss å sende ut spørreundersøkelser til så mange personer som mulig enn og faktisk spørre de selv. Slik kan vi også unngå å påvirke respondentene ved deres valg av svar. Med et intervju via email velger vi også her å ta distanse fra intervjuobjektet. Dette er fordi det vil spare oss mye tid og penger, og fordi intervjuobjektet kan bruke lengre tid til å tenke og utforme svarene selv.

2.3.4 Ord eller tall

Dette er det vi kan kalle kvalitative og kvantitative tilnærminger. Disse to tilnærmingene handler om hvilken form informasjon vi skal samle inn har, enten det er i form av ord eller tall.

Den kvalitative metoden gir oss informasjon i form av ord, der observasjon og åpne intervjuer har blitt trukket frem som idealer. Den kvantitative metoden gir oss informasjon i form av tall, der den innhentende informasjonen kan behandles ved hjelp av statistiske programmer. Det typiske måleinstrumentet er spørreskjema med faste svaralternativer (Jacobsen 2010).

Disse to tilnærmingene vil vi komme mer inn på under kapittelet 2.5 Datainnsamling.

Tabell 1 er en oversikt over de grunnleggende forutsetningene til de tre tilnærmingene presentert ovenfor.

Tabell 1: De tre tilnærmingene

	Positivism	Hermeneutikk	Pragmatisk tilnærming
Metode	Deduktiv	Induktiv	Deduktiv og induktiv etter hva som egner seg best for å belyse en konkret problemstilling
	Individualistisk	Holistisk	Vekselvirkning mellom individ og kontekst
	Distanse	Nærhet	Balanse mellom avstand og nærhet – fordeler og ulemper med begge
	Nøytral og objektiv	Styrt av undersøkerens verdier og interesser	Nøytralitet som et ideal, men likevel noe det er vanskelig å oppnå i virkeligheten
	Tall (kvantitativt)	Ord (kvalitativt)	Tall og ord utfyller hverandre

2.4 Undersøkellesdesign

Etter konkretisering av problemstilling er det neste steget å velge undersøkelsesdesignet som er best egnet til den spesifikke problemstillingen. Jacobsen (2010) viser til to ulike dimensjoner ved valg av undersøkelsesdesign:

- ekstensiv (bredde) og intensiv (dybde)
- beskrivende (deskriptiv) og forklarende (kausal)

2.4.1 Ekstensivt eller intensivt design

Det ekstensive designet går i bredden og tar for seg flere undersøkelsesenheter enn det intensive designet gjør. Det er to formål med dette designet. Det første er å få en presis beskrivelse av et fenomen på tvers av ulike kontekster, og det andre er at den øker muligheten for å generalisere funnene fra et utvalg til en populasjon (ibid.).

Det intensive designet tar for seg hvordan du vil tilnærme deg det fenomenet du undersøker. Det er et design som er åpen for ny informasjon og omhandler som oftest enkelttilfeller. Å gå i dybden er et forsøk på å få frem så mange nyanser og detaljer som mulig i selve fenomenet (Jacobsen 2010:89).

Vi har valgt å gå både i dybden og i bredden. Ved å stille mange enheter få variabler i en stor utvalgsundersøkelse vil vi gå i bredden. Dette vil få frem forskjeller og likheter mellom enhetene som blir undersøkt. Intervjuet vil gå mer i dybden der vi vil intervju miljøkoordinatoren for Hove. Vi har valgt å bruke en blanding av åpne- og semistrukturerte spørsmål for å tilegne oss informasjon om Hovefestivalen og miljøarbeidet de utfører. Informasjonen vi får fra intervjuet skal brukes som en tilleggskilde til informasjonen som ligger tilgjengelig på Hovefestivalens egne nettsider.

2.4.2 Beskrivende eller forklarende design

Den andre dimensjonen er om studien er beskrivende eller forklarende. En beskrivende studie kan deles inn i fire delkomponenter. Hvilken av disse delkomponentene en skal velge kommer an på hva slags studie en skal utføre:

1. En situasjon på et gitt tidspunkt (tverrsnittstudier)
2. Utviklingen i et utvalg over tid (tidsseriestudier)
3. Utviklingen i en spesiell gruppe over tid (kohortstudier)
4. Utviklingen hos enkeltpersoner over tid (panelstudier)

Det forklarende designet handler om årsak og virkning, og at det må være en samvariasjon mellom disse. Årsaken skal alltid komme før virkningen i tid, det vil si at *”en virkning skal være noe som følger av en årsak”* (Jacobsen 2010:109).

Ut fra problemstillingen har vi et beskrivende design. Vi ønsker å beskrive hvor bevisste Hove deltagerne er på miljøtiltakene som blir utført på Hovefestivalen. Vi vil foreta en statistisk studie der vi undersøker deltagerne på et gitt tidspunkt. Denne type studie blir kalt tverrsnittsstudie og passer oss best i den forbindelse at vi slipper å vente i en lengre periode før dataen kommer inn, samt å slippe å undersøke enhetene flere ganger. Slike undersøkelser er også relativt lite kostbare.

2.5 Kvalitativt eller kvantitativt

Etter valg av undersøkelsesdesign er det naturlig å velge hva slags metode vi skal bruke for å samle inn informasjonen vi trenger for å belyse problemstillingen. Problemstillingen er dermed styrende for hva slags metode vi velger; kvalitativ eller kvantitativ. Jacobsen (2010) mener at begge metodene er *like gode, men de egner seg til å belyse ulike spørsmål og problemstillinger* (2010:125).

Kvalitativ og kvantitativ tilnærming handler om hvilken form informasjonen vi skal samle inn har, enten i form av ord eller tall. Ved valg av kvalitativ tilnærming er det fokus på hvordan mennesker forstår og fortolker en situasjon. Den kan hjelpe til med å se sammenhengen mellom individ og kontekst. Når det er et ønske om generalisering av funnene blir den kvantitative metoden brukt. Her vil en få en ide om hva det typiske svaret er, altså hva flertallet eller mindretallet mener om en sak. Spørreundersøkelser er ofte brukt i denne sammenhengen (ibid.).

Siden vi har valgt både intensiv (dybden) og ekstensiv (bredden) design, skal vi samle inn både kvalitative og kvantitative data. Dette blir ofte kalt metodetriangulering, der vi kombinerer begge disse to metodene *slik at vi oppveier for de svakhetene som er forbundet med bare å benytte én metode* (Jacobsen 2010:124). Vi skal gjennomføre en stor utvalgsundersøkelse, der de fleste spørsmålene vil ha faste svaralternativer (kvantitativ). Vi skal også foreta et intervju via email med Hovefestivalens nåværende miljøkoordinator (kvalitativ).

2.6 Analysering av datamaterialet

Det neste steget er analysering av informasjonen som vi har fått inn både fra spørreundersøkelsen og intervjuet. Dette er den mest tidkrevende fasen i forskningsprosessen, men er den mest interessante delen.

Det første vi må gjøre ved analysering av kvantitative data er å samle inn opplysningene fra spørreundersøkelsene som vi har fått inn, og legge det inn på dataen slik at datamaterialet kan analyseres ved hjelp av et statistiskprogram (SPSS). Dette betyr at vi må gjøre om svarene på spørsmålene til tall, og denne prosessen blir kalt koding (Jacobsen 2010). Når dette er gjort kan en begynne å analysere. Vi har valgt å analysere den kvantitative dataen gjennom en univariat analyse ved hjelp av frekvenstabeller. Dette vil se at vi vil analysere en og en variabel om gangen, altså hver og en av spørsmålene i spørreundersøkelsen. Vi vil blant annet finne ut av hva det typiske svaret er i utvalget. Spørsmål 10 i spørreundersøkelsen vil bli analysert kvalitativt.

Ved innhenting av kvalitative data gjennomførte vi et intervju via mail. Intervjuobjektet fikk da god tid til å svare grundig på spørsmålene, samtidig sparte vi også en god del tid, ved å slippe å skrive ned hele intervjuet, som en måtte gjort hvis en hadde gjennomført et personlig intervju, der intervjuet måtte ha blitt tatt opp med lydbånd.

Analysering av den kvalitative dataen blir dermed gjort på en annerledes måte enn analysering av kvantitative data. Ved gjennomføring av et intervju sitter en igjen med mye informasjon og det første en må gjøre er å redusere kompleksiteten, samt å få en oversikt over all relevant informasjon. Analysen er en veksling mellom de enkelte deler (detaljer) og helheten. Dette er det som blir kalt den hermeneutiske spiral som vi nevnte tidligere i oppgaven (ibid.)

2.7 Datakilder

En kan skille mellom to typer datakilder; primærdata og sekundærdata. Primærdata er data som er innhentet av forskeren selv. Dette kan være svært ressurskrevende, både når det gjelder tid og penger. Sekundærdata er data om noe som allerede har blitt forsket på og skrevet noe om, men som regel til et annet formål. Derfor må en være kritisk ved bruk av sekundærdata og vurdere om det er relevant for den valgte problemstillingen. Å hente inn data ved bruk av sekundærdata er billigere og mindre tidskrevende (ibid.).

I denne oppgaven vil vi bruke både primær- og sekundærdata. Vi vil samle inn primærdata gjennom en utvalgsundersøkelse og et intervju. I tillegg ønsker vi å få direkte informasjon fra både deltagere og fagpersoner. Sekundærdata vil bli samlet gjennom dokumentundersøkelser og faglitteratur, noe som vil bli brukt i teoridelen av oppgaven. Det finnes ingen informasjon om deltageres synspunkt i forhold til miljø, da det aldri har blitt gjennomført noen lignende undersøkelser for Hovefestivalen tidligere (Refsli 2012). Det finnes også lite informasjon om miljøarbeid i festivalsammenheng.

2.8 Etikk

De fleste undersøkelser dreier seg om å studere mennesker. Når en forsker på mennesker begår en et "innbrudd" i deres liv både på privat og offentlig. Forskerne står derfor som oftest overfor noen etiske dilemma.

I dag er det tre grunnleggende krav for forskningsetikken i Norge knyttet til det som går på forholdet mellom forsker og dem det forskes på. Disse kravene er: informert samtykke, krav på privatliv og krav på å bli korrekt gjengitt. Dette er krav som vi har tatt fokus på og som vi vil ta i betraktning i vår undersøkelse.

Undersøkelsen vil være anonym, der vi ikke spør etter personlige opplysninger som navn, bosted eller lignende. Opplysninger som alder og kjønn vil det bli spurt om, men det vil likevel ikke gjøre at en kan spore opp og koble informasjonen med opplysninger om enkeltpersoners identitet. Sensitiv data, som for eksempel religion eller rase, vil det ikke bli spurt om i spørreundersøkelsen. Resultatene vi samler inn vil også på best mulig måte bli korrekt gjengitt. Gjennom signering av et informert samtykke skjema har miljøkoordinatoren for Hovefestivalen, Fredrik Eive Refsli, gitt oss tillatelse til å bruke all informasjon han har gitt oss gjennom denne perioden. Dette skjemaet er å finne som Vedlegg 1.

2.9 Feilkilder

Dalland (2010) forklarer at metodene som blir brukt i en undersøkelse skal gi troverdig kunnskap. Derfor er det viktig å finne ut hvor pålitelig den innsamlede dataen egentlig er. Dette blir kalt feilkilder. Resultater fra analysen kan inneholde feil, noe som medfører til at undersøkelsens verdi synker. Når en skal undersøke eventuelle feilkilder er det to forhold en må se på: reliabilitet og validitet. Kravene til *validitet og reliabilitet må være oppfylt* (Dalland 2010:50).

2.9.1 Validitet

Validitet står for relevans og gyldighet (ibid.). Det er viktig at både det som undersøkes og dataen som er samlet inn er relevant og gyldig i forhold til problemstillingen. Dette er viktig slik at en måler det en faktisk ønsker å måle.

Dataen vi har hentet inn gjennom utvalgsundersøkelsen har høy validitet. Dette er fordi vi har hentet inn primærdata ved å utføre spørreundersøkelsene og intervjuet selv. I tillegg er spørsmålene i både spørreundersøkelsen og intervjuet utformet av oss, hvor vi har vært kritiske til ordbruk og formuleringer for å unngå misforståelser på best mulig måte. Før utsendelsen av spørreundersøkelsen ble det foretatt en ”prøverunde” for å se om noen av spørsmålene kunne misforståes eller tolkes feil.

2.9.2 Reliabilitet

Reliabilitet betyr pålitelighet, og sier noe om hvor pålitelig den innsamlede dataen er (Johannessen, Tufto og Christoffersen 2010). Ved høy reliabilitet skal uavhengige målinger kunne gi samme resultat ved nærmest identiske målinger (Dalland 2010). Reliabilitet handler om at målinger må utføres korrekt, og at eventuelle feilmarginer blir angitt.

Dalland forklarer at *reliabilitet knytter seg til undersøkelsens data: hvilke data som brukes, hvordan de samles inn, og hvordan de bearbeides* (2010:229). Derfor er dette svært viktig i kvantitative undersøkelser. I kvalitative undersøkelser vil ikke kravene til reliabilitet stå like sterkt, siden datainnsamlingen er styrt av samtalen (ibid.).

3. Spørreundersøkelsen

For å gi svar på problemstillingen vil denne oppgaven basere seg på primærdata samlet inn via et web-basert spørreskjema, som i følge Jacobsen (2010) er en av de vanligste metodene innen kvantitative undersøkelser. Dette kan bli kalt for en ekstensiv metode hvor en tar for seg mange enheter (utvalg), men få variabler (spørsmål). Variablene er predefinert av forskeren selv, med relativt lukkede svaralternativer (ibid.).

I følge Jacobsen (2010) er hensikten med en slik metode *å få inn lett systemiserbar informasjon som kan legges inn på datamaskiner i standardisert form, slik av vi kan analysere mange enheter samlet* (2010:235). Dette vil bli gjort igjennom et statistisk program kalt SPSS.

3.1 Utforming av skjema

Ved utforming av spørreskjema er det mye en må ta hensyn til. I utformingen av spørsmål kan en skille mellom ulike måter å formulere spørsmålsstillingen og svaralternativene (ibid.).

Spørsmål har to ulike hovedtyper:

1. Vanlige spørsmål med spørsmålstejn
2. Påstander som respondentene må si seg enig eller uenige i

Videre må en ta hensyn til hva slags svaralternativer en skal ta i bruk. Her finnes det tre hovedtyper en kan velge mellom: kategoriske (nominale), rangordnede (ordinale) og metriske (forholdstall). Kategoriske svaralternativer vil kunne gi informasjon om likhet eller ulikhet mellom enheter i like eller ulike kategorier. I likhet med kategoriske svaralternativer, vil rangordnede i tillegg si noe om forholdet mellom kategoriene. Metriske svaralternativ kan, i tillegg til å gruppere og rangere enheter i forhold til hverandre, rangere gruppene nøyaktig og gi eksakt avstand mellom kategoriene (ibid.).

Spørreskjemaet som er brukt i denne oppgaven består av ti vanlige spørsmål med spørsmålstejn, hvor respondentene må forholde seg til faste svaralternativ. Svaralternativene er en blanding mellom kategorisk og rangordnet. Slik vil en kunne få svar om holdninger til respondentene, graden av intensitet og ulike vurderinger i forhold til noe. Det siste spørsmålet er et åpent spørsmål hvor respondentene står fritt ved valg av svar. Grunnen til det er fordi det

finnes så mange svaralternativer at det ville vært nødvendig med flere sider til å liste de opp (Jacobsen 2010).

Ved utforming av spørsmålene er det flere ting vi har lagt vekt på. Dette er blant annet valg av ord og språkbruk. Vi har unngått å bruke vanskelig og uforståelig språk, som for eksempel fremmedord og fagspråk. Målgruppen til spørreskjemaet har også blitt tatt i betraktning ved språkutformingen. Det har også vært viktig å huske at ulike respondenter kan tolke samme begrep på ulike måter (ibid.). For å prøve å unngå at svarene kunne bli styrt i en viss retning, har vi unngått ledende spørsmål. Det er viktig at respondenten ikke føler seg tvungen eller ledet til å gi et spesielt svar. Før spørreskjemaet ble sendt ut testet vi den, da dette kunne gi oss svar på om noe ble mistolket eller misforstått. Dette ga oss en sjanse til å gjøre eventuelle forandringer og forbedringer.

3.1.1 Spørsmålene i undersøkelsen

Rekkefølgen på spørsmålene i undersøkelsen har en naturlig oppbygging, og begynner med innledningsspørsmålene 1 og 2 som omhandler kjønn og alder. Her er det interessant å se om det er forskjell mellom kjønn og aldersgrupper når det kommer til miljøbevissthet.

Spørsmålene 3 til 6 går inn på respondentenes egne holdninger og synspunkt i forhold til miljøvennlighet. Her ønsker vi blant annet å få rede på hva respondentene anser som viktigst ved valg av festival, hvor viktig det er for respondentene å være miljøvennlig, om respondentene er miljøbevisst i privatlivet og om de tar miljøbevisste valg i hverdagen.

Spørsmål 7 til 9 går direkte inn på Hovefestivalen. Hovedformålet med disse spørsmålene er å få rede på om respondentene er bevisste på Hovefestivalens ulike miljøtiltak, og i hvilken grad de oppfatter festivalen som miljøvennlig.

Vi har valgt å la siste spørsmål være åpent slik at respondentene kan komme med egne innspill. Her håper vi på realistiske og kreative ideer til hvordan Hovefestivalen kan bli mer miljøvennlig.

Hele spørreskjemaet ligger som Vedlegg 2.

3.2 Valg av enheter

I følge Jacobsen (2010) er en av de viktigste grunnene til å velge en kvantitativ tilnærming *at vi ønsker å få et representativt bilde av en populasjon* (2010:276). Ved valg av enheter må en definere den teoretiske populasjonen og et teoretisk utvalg. Den teoretiske populasjonen består av alle de enhetene vi ønsker å undersøke, mens utvalget er en mindre gruppe enheter trukket fra populasjonen. Det er alle de en ønsker å undersøke. I noen situasjoner er det mulig å undersøke hele populasjoner, men som i likhet med denne oppgaven, må en bestemme seg for et utvalg. Til slutt vil en sitte igjen med det faktiske utvalget, som er de som deltok i undersøkelsen (ibid.).

Populasjonen for denne oppgaven er festivaldeltagere innenfor Hovefestivalens målgruppe. Hovefestivalen som har ca. 15 500 deltagere per dag (Hovefestivalen 2011), så av praktiske grunner har vi vært nødt til å gjøre et utvalg. Ut i fra utvalget ønsker vi å generalisere til populasjonen.

I samarbeid med Hovefestivalens miljøkoordinator, Fredrik Eive Refsli, vil spørreskjemaet bli lagt ut på Hovefestivalens Facebook-fanside. Ved å legge ut linken til spørreskjemaet på akkurat denne siden, som er likt av over 48 000 Hove-entusiaster, vil vi med en viss sikkerhet vite at de som utfører undersøkelsen muligens har deltatt på Hovefestivalen. Ved å ha ”Har du deltatt på Hovefestivalen?” som overskrift til linken, ønsker vi å tiltrekke de som faktisk har deltatt på festivalen. I analysen vil det bli tatt i betraktning at noen av besvarelsene som har blitt utført ikke har vært deltager.

Ved å utføre undersøkelsen via internett vil vi ikke kunne bestemme kjønnsfordeling, alder eller antall respondenter. Det vi ønsker er å få så mange respondenter som mulig innenfor Hovefestivalens målgruppe (18-25 år) på en kjønnsfordeling på ca. 50/50.

4. Analyse av data

I denne delen av oppgaven vil det bli presentert data fra spørreundersøkelsen gjennom analyser og bruk av SPSS. Frekvenstabeller vil bli anvendt der hvert enkelt spørsmål blir analysert, samt krysstabeller for blant annet å teste ut om det er ulikheter mellom alder og kjønn i forhold til svar. Analysene vil hjelpe oss med å gi et svar på problemstillingen, samt trekke konklusjoner og anbefalinger. Kapittelet avsluttes med eventuell kritikk mot spørreundersøkelsen og analysene.

4.1 Analyse av kvantitativ data

Her vil vi kort analysere frekvenstabellene til spørsmål 1-9 i spørreundersøkelsen.

Spørsmål 1: Kjønn

Tabell 2: Kjønn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mann	215	44.9	44.9	44.9
	Kvinne	264	55.1	55.1	100.0
	Total	479	100.0	100.0	

Respondentene i undersøkelsen består av 215 menn og 264 kvinner. Dette vil si at 44,9 % av de som svarte var menn, mens 55,1 % var kvinner. Idealet var en så lik kjønnsfordeling som mulig, men dette var ikke noe vi kunne styre i og med at undersøkelsen var web-basert. Grunnen til at vi ønsket å skille mellom kjønnene er at vi ønsker å finne ut om det er noen signifikant forskjell på miljøbevissthet mellom kjønnene. Dette er noe vi vil finne ut i krysstabellene (Vedlegg 4).

Spørsmål 2: Alder

Tabell 3: Alder

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Under 18	109	22.8	22.8	22.8
	18-20	238	49.7	49.7	72.4
	22-25	98	20.5	20.5	92.9
	26-29	14	2.9	2.9	95.8
	30-39	16	3.3	3.3	99.2
	40+	4	.8	.8	100.0
	Total	479	100.0	100.0	

I tabellen kan en se at aldersfordelingen ser slik ut:

Under 18: 22,8 %

18-20: 49,7 %

22-25: 20,5 %

26-29: 2,9 %

30-29: 3,3 %

40+: 0,8 %

Flertallet av respondentene er i mellom 18 og 25 år, noe som tilfeldigvis også er hovedmålgruppen til festivalen. Dette ser vi på som en faktor som gir undersøkelsen validitet, og gjør svarene mer gyldige. Vi er minst interesserte i de to nederste aldersgruppene, da det er uinteressant å se utenfor målgruppen. En av grunnene til at vi ønsket å gruppere respondentene etter forskjellig alder er at det kunne vært interessant å se på om det er forskjeller når det gjelder miljøbevissthet. Dette er noe vi vil finne ut i krysstabellene (Vedlegg 4).

Spørsmål 3: Hva er viktigst for deg ved valg av festival?

Rundt dette spørsmålet oppstod det en del misforståelser blant respondentene. Flere valgte å gi alternativene samme rangering, noe som skapte problemer når dette skulle analyseres i SPSS. På grunn av dette er 33 respondenters svar ikke inkludert i analysen av spørsmål 3.

Tabell 4: Beliggenhet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	42	8.8	9.4	9.4
	2	106	22.1	23.8	33.2
	3	126	26.3	28.3	61.4
	4	105	21.9	23.5	85.0
	5	67	14.0	15.0	100.0
	Total	446	93.1	100.0	
Missing	System	33	6.9		
Total		479	100.0		

Her kan en se at flest (26,3 %) har valgt å rangere beliggenhet midt på treet, mens kun 8,8 % har valgt beliggenhet som den viktigste faktoren ved valg av festival.

Tabell 5: Pris

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	4.2	4.5	4.5
	2	213	44.5	47.8	52.2
	3	127	26.5	28.5	80.7
	4	58	12.1	13.0	93.7
	5	28	5.8	6.3	100.0
	Total	446	93.1	100.0	
Missing	System	33	6.9		
Total		479	100.0		

Hele 44,5 % av respondentene mener at pris er viktig ved valg av festival, mens kun 5,8 % mener at dette ikke er viktig.

Tabell 6: Artister

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	363	75.8	81.4	81.4
	2	47	9.8	10.5	91.9
	3	16	3.3	3.6	95.5
	4	7	1.5	1.6	97.1
	5	13	2.7	2.9	100.0
	Total	446	93.1	100.0	
Missing	System	33	6.9		
Total		479	100.0		

Her kan vi se at det er artister respondentene legger mest vekt på ved valg av festival, da hele 75,8 % har valgt dette som det viktigste kriteriet. Kun 2,7 % mener at de ikke tar hensyn til artistene ved valg av festival.

Tabell 7: Fasiliteter

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	2.5	2.7	2.7
	2	55	11.5	12.3	15.0
	3	125	26.1	28.0	43.0
	4	177	37.0	39.7	82.7
	5	77	16.1	17.3	100.0
	Total	446	93.1	100.0	
Missing	System	33	6.9		
Total		479	100.0		

Her har flertallet (37 %) valgt å rangere fasiliteter som nest minst viktigst. Med dette kan vi si at fasiliteter ikke er en spesielt viktig faktor ved valg av festival.

Tabell 8: Miljøsertifiseringer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	1.9	2.0	2.0
	2	25	5.2	5.6	7.6
	3	52	10.9	11.7	19.3
	4	99	20.7	22.2	41.5
	5	261	54.5	58.5	100.0
	Total	446	93.1	100.0	
Missing	System	33	6.9		
Total		479	100.0		

Denne tabellen viser at over halvparten av respondentene (54,5 %) har rangert miljøsertifiseringer som minst viktigst, mens kun 1,9 % har valgt det som viktigst.

Spørsmål 4: Hvor viktig er det for deg å være miljøvennlig?

Tabell 9: Miljøvennlig

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Uviktig	42	8.8	8.8	8.8
	Litt viktig	246	51.4	51.4	60.1
	Viktig	150	31.3	31.3	91.4
	Svært viktig	41	8.6	8.6	100.0
	Total	479	100.0	100.0	

Kun 8,8 % av respondentene svarte at det er uviktig å være miljøvennlig, mens godt over halvparten mente at dette er noe en burde ta hensyn til. Dette viser at de fleste av deltagerne er miljøbevisste, men også at det er et forbedringspotensial.

Spørsmål 5: Hvilke av disse miljøtiltakene utfører du som privatperson?

Tabell 10: Sorterer søppel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid aldri	27	5.6	5.6	5.6
av og til	150	31.3	31.3	37.0
alltid	302	63.0	63.0	100.0
Total	479	100.0	100.0	

Her kan vi se at godt over halvparten (63 %) sorterer søppel på hjemmebasis. Kun 5,6 % har svart at dette er noe de ikke utfører på privaten.

Tabell 11 Kjøper økologisk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid aldri	162	33.8	33.8	33.8
av og til	301	62.8	62.8	96.7
alltid	16	3.3	3.3	100.0
Total	479	100.0	100.0	

Hele 62,8 % har svart at de kjøper økologiske varer av og til, mens kun 3,3 % har svart at dette er noe de alltid gjør.

Tabell 12: Andre fremkomstmidler

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid aldri	45	9.4	9.4	9.4
av og til	281	58.7	58.7	68.1
alltid	153	31.9	31.9	100.0
Total	479	100.0	100.0	

58,7 % har svart at de av og til bruker andre fremkomstmidler enn personbil. 31,9 % har svart at dette er noe de alltid gjør. En grunn til dette kan være at de ikke eier egen bil.

Godt over halvparten sorterer søppel hjemme, mens de fleste kjøper økologiske varer og bruker andre fremkomstmidler enn personbil av og til.

Spørsmål 6: Hvor viktig er miljøvennlige tiltak for deg ved valg av festival?

Tabell 13: Miljøvennlige tiltak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Uviktig	172	35.9	35.9	35.9
Litt viktig	209	43.6	43.6	79.5
Viktig	77	16.1	16.1	95.6
Svært viktig	20	4.2	4.2	99.8
6.00	1	.2	.2	100.0
Total	479	100.0	100.0	

Hele 35,9 % tenker ikke på hva slags miljøvennlige tiltak festivalen utfører ved valg av festival, mens kun 16,1 % av respondentene mener at dette er noe de tar hensyn til. Litt under halvparten synes det er passelig viktig. Her kan vi se en sammenheng mellom svarene i spørsmål 3 og spørsmål 6, hvor miljøsertifiseringer ikke blir prioritert og at mange ser på det som uviktig. Miljøvennlige tiltak blir ikke verdsatt i vesentlig grad av festivaldeltagerne.

Spørsmål 7: Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøetsatsing?

Tabell 14: Bevissthet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ikke bevisst	84	17.5	17.5	17.5
	Litt bevisst	152	31.7	31.7	49.3
	Bevisst	184	38.4	38.4	87.7
	Svært bevisst	58	12.1	12.1	99.8
	23.00	1	.2	.2	100.0
	Total	479	100.0	100.0	

17,5 % av respondentene svarte at de ikke var bevisste på Hovefestivalens miljøetsatsing, noe som betyr at ca. 80 % er bevisste, men i ulike grader. Kun 12,1 % svarte at de var svært bevisste.

Spørsmål 8: Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er?

Tabell 15: Hovefestivalen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ikke miljøvennlig	6	1.3	1.3	1.3
	Litt miljøvennlig	89	18.6	18.6	19.8
	Miljøvennlig	280	58.5	58.5	78.3
	Svært miljøvennlig	104	21.7	21.7	100.0
	Total	479	100.0	100.0	

Her kan en se at ca. 80 % av respondentene mener Hove er en miljøvennlig festival. Kun 6 av 479 respondenter svarte ikke miljøvennlig.

Spørsmål 9: Hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører?

Dette spørsmålet ble laget som en test på deltageres bevissthet rundt ulike miljøtiltak Hovefestivalen utfører. Alle fire tiltak blir utført.

Tabell 16: Kildesortering

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	430	89.8	89.8	89.8
Nei	16	3.3	3.3	93.1
Vet ikke	33	6.9	6.9	100.0
Total	479	100.0	100.0	

90 % av respondentene er godt klar over at Hovefestivalen kildesorterer. Kun 16 av 479 svarte nei på dette spørsmålet.

Tabell 17: Økologisk mat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	305	63.7	63.7	63.7
Nei	75	15.7	15.7	79.3
Vet ikke	99	20.7	20.7	100.0
Total	479	100.0	100.0	

Godt over halvparten (63,7 %) vet at Hovefestivalen tilbyr økologiske matvarer. 15,7 svarte nei, mens 20,7 % er usikre.

Tabell 18: Bionedbrytbart bestikk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	178	37.2	37.2	37.2
Nei	69	14.4	14.4	51.6
Vet ikke	232	48.4	48.4	100.0
Total	479	100.0	100.0	

Halvparten (48,4 %) er usikre rundt dette, mens 14,4 % er ikke klar over dette i det hele tatt. En grunn til det kan være at de ikke vet hva bionedbrytbart bestikk innebærer.

Tabell 19: 100 % bærekraftig strøm

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ja	216	45.1	45.1	45.1
Nei	69	14.4	14.4	59.5
Vet ikke	194	40.5	40.5	100.0
Total	479	100.0	100.0	

45,1 % svarte ja på dette spørsmålet, mens nesten samme antall respondenter (40,5 %) svarte vet ikke.

4.2 Analyse av kvalitativ data

Her vil vi analysere det siste spørsmålet i spørreundersøkelsen, som var et åpent spørsmål hvor vi var ute etter respondentenes egne meninger. Spørsmålet var: *Hva mener du Hovefestivalen kan gjøre for å bli mer miljøvennlig?*

Her har det kommet inn mange gode forslag til hvordan Hovefestivalen kan bli enda mer miljøvennlig. I hovedtrekk var det følgende punkt som gikk igjen i svarene:

- Flere søppelstasjoner
- Bedre transport til og fra festivalen
- Bedre synliggjøring av tiltak

Mange av svarene handlet om søppel. Her kom det forslag til flere stasjoner til kildesortering, både på campen og festivalområdet. Det kom også forslag til bedre synliggjøring av søppelstasjonene, slik at deltagerne slipper å bruke mye tid på å lete etter en søppeldunk, noe som i verste fall kan resultere i at søppelet havner på bakken. I tillegg ble det foreslått å ansette egne ”miljøpoliti” eller vakter som har hovedoppgave å passe på at folk rydder opp søppelet sitt. Flere tipset også om mindre emballasje på matproduktene.

Et svar som skilte seg ut fra de andre var et annet alternativ til campen. Det ble foreslått at Hovefestivalen selv kjøper inn telt og lignende, og tar i mot et depositum fra deltagerne som blir gitt igjen hvis ingenting blir ødelagt. På den måten vil det bli redusert utallige mengder med søppel.

Transport var et tema som gikk igjen i svarene. Her var det flest som ønsket bedre transporttilbud til og fra campen, og en bedre synliggjøring av tilbudene. Flere argumenterte for flere busser både på dagtid og kveldstid for å slippe bruk av personbiler. Det ble også foreslått å bruke busser som bruker biogass som drivstoff fra Arendal til festivalen. Flere nevnte at mange deltagere bruker personbil inn til Arendal sentrum for å handle mat og drikke, grunnet høye priser på festivalen. Et foreslått tiltak er å redusere prisene for å minske bruken av personbiler.

Flere ønsket bedre synliggjøring av ulike tiltak deltagerne selv kan gjøre for å være miljøvennlig på Hovefestivalen, i tillegg til hva slags tiltak Hove selv utfører. Her kom det tips om å ha en egen informasjonsbod om miljø, hvor en også kan donere penger til

miljøvennlige foretak. Dette kan gjøres i samarbeid med andre miljøorganisasjoner som Zero, Greenpeace, Natur og Ungdom osv. I tillegg var det ønsker om flere konkurranser for å holde campen ren og kildesortert, noe som kan være med på å øke engasjement for miljøvennlig adferd på festivalen. Det var også noen som mente at flere miljøsertifiseringer og merker vil være med på å øke troverdigheten til Hovefestivalen, som for eksempel på økologisk mat (Debio-merket).

Videre blir det foreslått at Hovefestivalen kan se på andre miljøansvarlige festivaler og deres tiltak, som for eksempel Øyafestivalen og Roskildefestivalen. Der har de blant annet tiltak som ”mobilladestasjoner” som er drevet av solcellepaneler og sykkelstasjoner hvor en kan sykle for å lade batteriet til mobilen.

Mange svarte også at Hovefestivalen gjør en god jobb allerede med sitt miljøarbeid og har lagt godt til rette for festivaldeltagerne, men at problemet ligger i deltagerne selv og deres innsats/vilje til miljøvennlig adferd.

4.3 Forskningskvalitet

I analyseprosessen har vi oppdaget opp til flere feil og ting vi kunne gjort annerledes. I selve spørreundersøkelsen kunne vi for eksempel ha tatt vekk et fjerde alternativ på spørsmål 4, 6, 7 og 8. Her kunne vi i stedet hatt slått sammen alternativene “Viktig” med “Svært viktig”, “Bevisst” med “Svært bevisst” og “Miljøvennlig” med “Svært miljøvennlig. Ved å gjøre dette ville det blitt lettere for respondentene å ta et standpunkt, samt lettere for oss å analysere svarene.

Selv om vi hadde en test-runde på spørreundersøkelsen, var det spørsmål som ble misforstått. Dette skjedde under spørsmål 3, hvor 33 respondenter misforstod, da de ga flere alternativ samme rangering. Siden det ikke var flere, valgte vi å ekskludere deres svar i analysen. Vi mener selv at spørsmålsformuleringen ikke kunne ha vært mer klar.

Vi har også lagt merke til opp til flere skrivefeil i selve undersøkelsen. Blant annet har tallet 21 blitt utelatt i alderskategoriene, da det egentlig skulle stått 18-21, og ikke 18-20 i kategoriene. Respondentene på 21 år har da måttet velge mellom enten 18-20 og 22-25.

Et spørsmål vi i ettertid kunne tenkt oss og hatt med i spørreundersøkelsen er hvor mange ganger respondenten har deltatt på Hovefestivalen. Det kunne gitt oss et svar på om det er en sammenheng mellom antall ganger en har deltatt på festivalen og miljøbevissthet. Kanskje miljøbevisstheten ville vist seg å ha steget etter antall ganger en har deltatt?

Til slutt vil vi presisere at det er ikke 100 % sikkert at alle som har deltatt i spørreundersøkelsen faktisk har vært deltager på Hovefestivalen. Dette er noe vi har tatt hensyn til i analysen, og noe vi må tenke videre på når vi skal gi svar på problemstillingen. I tillegg har vi også tatt forbehold om at ikke alle respondentene har svart oppriktig eller vært 100 % seriøse ved valg av svar.

Spørreundersøkelsen fikk 479 respondenter, noe som overgikk alle våres forventninger og gjør det mulig for oss å gi bedre konklusjoner. Allikevel er det for få til å kunne generalisere til hele populasjonen, da det kanskje ville gitt et annet utslag.

5. Svar på problemstilling

Svaret på problemstillingen i denne oppgaven vil basere seg på kvantitativ primærdata, som har blitt innhentet gjennom en utført spørreundersøkelse. Funnene som er presentert i dette kapittelet er basert på krysstabellene i Vedlegg 4. Det vil også bli brukt kvalitativ informasjon som ble gitt gjennom intervjuet med miljøkoordinatoren som er å finne i Vedlegg 3.

Problemstillingen for denne oppgaven er:

I hvor stor grad er festivaldeltagerne bevisste på Hovefestivalens miljøprofil, og blir Hovefestivalen oppfattet som miljøvennlig?

- *Velger festivaldeltagerne festivalen bevisst på grunn av deres miljøprofil?*
- *Hva kan gjøres for å styrke miljøprofilen ytterligere?*

Undersøkelsen viser at flertallet av deltagerne er bevisste på Hovefestivalens miljøarbeid, men at kvinner er mer bevisste enn menn. Her kan en se at festivalen har gjort en god jobb på miljøprofilering, men at ikke alle er like bevisste på dette. Det viser seg å være et forbedringspotensial ved styrking av deltageres bevissthet rundt festivalens miljøarbeid. Det er viktig å uttrykke viktigheten med miljøarbeid, da dette kan påvirke den enkeltes miljøadferd.

Når det gjelder alder i forhold til bevissthet rundt Hovefestivalens miljøarbeid, har dette vist seg å stige med alderen, med unntak i aldersgruppen 25+. Dette kan skyldes et generasjonsskille, hvor fokus på miljø har økt i nyere tid. På spørsmålet om hvor miljøvennlig festivalen blir oppfattet av de ulike aldersgruppene viste det seg at festivalen blir oppfattet som mer miljøvennlig med alderen, men også her var det et unntak i aldersgruppen 25+.

Festivalen blir oppfattet som miljøvennlig av flertallet, og her er det ingen signifikante forskjeller mellom kjønnene. Det har vist seg at de som mener miljøvennlig adferd er viktig, er de som er mest bevisste på Hovefestivalens miljøinnsats, samt de som er miljøvennlige som privatpersoner, er de som er mest bevisste på de ulike tiltakene Hovefestivalen utfører. Igjen viser dette at festivalen er dyktig med å profilere miljøarbeidet de gjør, og at tiltakene har blitt lagt merke til av deltagerne. Her har det også vist seg å være en signifikant forskjell mellom aldersgruppene under 18, 18-20 og 22-25, hvor oppfatningen om hvor miljøvennlig Hovefestivalen er har økt mellom den første og de to siste aldersgruppene.

Ulike tiltak som kildesortering og tilbud av økologiske matvarer er anerkjent blant de fleste av deltagerne. Undersøkelsen viser at rundt 90 % av respondentene er klar over kildesorteringen på Hovefestivalen, samt at over halvparten alltid sorterer søppel på hjemmebasis.

Kildesortering og økologiske matvarer kan ses på som mer synlige tiltak, og er kanskje en grunn til at flere er klar over akkurat disse tiltakene. Tiltak som har vist seg å ikke være like synlige er bruken av bionedbrytbart bestikk og 100 % bærekraftig strøm. Her viser undersøkelsen at mange var svært usikre på om disse tiltakene er noe Hovefestivalen utfører. Hovefestivalen arbeider kontinuerlig med bedre synliggjøring og opplysninger av tiltakene for deltagerne. Det tar tid å bevisstgjøre festivaldeltagerne på tiltakene, men i følge Refslis erfaringer har bevisstheten blant deltagerne økt fra år til år.

Det kom også frem i undersøkelsen at det er artister og pris som er hovedfokuset for valg av festival, etterfulgt av fasiliteter og beliggenhet. Miljøtiltak og miljøsertifiseringer blir ansett som uviktig, og er heller ikke noe som blir tatt hensyn til ved valg av festival. Dette betyr ikke at miljøsertifiseringer eller merker ikke bør strebes etter, men kan heller skyldes lite miljøengasjerte og uvitende deltagere. Dette kan endres ved en sterkere miljøprofilering og synliggjøring av viktigheten med miljøarbeid.

Disse resultatene baserer seg kun på 479 respondenter og kan ikke generaliseres til populasjonen. Som presisert i kapittel 4.3 Forskningskvalitet, er det ikke sikkert at alle respondentene har svart oppriktig. Det er mulig resultatene ville fått et annet utslag om undersøkelsen ble foretatt på nytt.

5.1 Anbefalinger og fremtidige tiltak

Her vil vi presisere noen tiltak som kan gjennomføres i arbeidet med å synliggjøre og styrke Hovefestivalens miljøprofil. Tiltakene er hentet fra teoridelen i oppgaven, den utførte spørreundersøkelsen, samt intervjuet med Fredrik Eive Refsli.

Miljøvisjon og handlingsplan

Hovefestivalen har per dags dato ingen uttalt eller offentlig miljøvisjon, samt heller ingen helhetlig handlingsplan. Som vist i teoridelen av oppgaven er miljøvisjonen en grunnstein og en ledestjerne for miljøarbeidet. Den skal vise til det overordnede målet for miljøarbeidet, slik at alle involverte forstår hva Hovefestivalen jobber mot og hva som ønskes å bli oppnådd med de ulike miljøtiltakene. En handlingsplan er under utvikling av miljøkoordinatoren. Det er viktig å ha en grundig og forståelig handlingsplan, da dette kan gjøre det lettere for både ledelsen og de ansatte å følge med på prosessen. Det er den miljøansvarliges ansvar for at tiltakene blir gjennomført, og at tiltakene blir evaluert etter gjennomføring. Evaluering er blant annet viktig for å vurdere nyttheten med miljøarbeidet og for å motivere til videre innsats.

Miljøfyrtårn

Hovefestivalen jobber per dags dato med å bli sertifisert Miljøfyrtårn gjennom å etablere miljørutiner og miljøholdninger i organisasjonen. Å bli sertifisert Miljøfyrtårn vil synliggjøre at virksomheten tar hensyn til miljøet, samt skape varige konkurransefortrinn og et godt omdømme. Det vil i tillegg bevisstgjøre både de ansatte og deltagerne på hvordan festivalen påvirker miljøet. Et av kravene for å bli sertifisert er at organisasjonen har et velfungerende HMS-system.

Helse, miljø og sikkerhet

HMS er et område som er svært viktig å informere om med tanke på de ansatte, frivillige og deltagerne, og er en vesentlig del av miljøarbeidet. Sikkerhet og godt arbeidsmiljø er sentrale faktorer for at alle skal trives og gjøre en god jobb. Derfor er det viktig at HMS jobbes med kontinuerlig og systematisk for å heve totalsikkerheten på festivalen.

Informasjon og kommunikasjon

For å styrke Hovefestivalens miljøprofil er informasjon og kommunikasjon to viktige nøkkelord. Det er viktig at alle involverte blir informert om miljøarbeidet, samt hva det innebærer for den enkelte. Her kan for eksempel miljøvisjonen presenteres. I tillegg er det viktig at festivalen velger bedrifter som har en god miljøprofil og som kan tilby miljøvennlige produkter. Det er også viktig å få frem at miljøarbeidet også handler om å ta vare på kulturen og samfunnet rundt, og ikke bare naturen. Å vise at en tar samfunnsansvar og miljøarbeidet på alvor kan bidra til økt miljøengasjement.

Ved å gi tilstrekkelig med informasjon og ha fokus på de konkrete tiltakene festivalen utfører, kan bevisstheten til deltagerne øke, samt vise hvor lett det er å holde det ryddig og trivelig rundt seg på en miljøvennlig måte. Dette vil også gjøre det skjøre naturområdet mindre utsatt for forsøpling og skade. Med dette kan egne informasjonsboder om miljø bli satt opp, hvor en kan få informasjon om miljøarbeid og få mulighet til å donere penger til miljøansvarlige foretak.

Motivasjon

For å lykkes med miljøarbeid er motivasjon en viktig faktor. Miljøengasjement er avgjørende for drivkraften bak miljøarbeidet. Det er derfor svært viktig at alle involverte er motiverte til miljøvennlig adferd både før, under og etter festivalen. En anbefaling vil derfor være å innføre flere konkurranser under festivalen for deltagerne for å øke deres miljøengasjement. Etter at festivalen er overstått kan resultater bli presentert til alle involverte, da dette blir sett på som en motivasjonsfaktor. Resultatene vil kunne vurdere lønnsomheten og miljøeffekten av tiltakene.

Økologisk mat

Å tilby økologisk mat er et viktig miljøvalg og kan være med på å styrke miljøprofilen. Hovefestivalen tilbyr per dags dato økologisk mat, men ønsker i fremtiden å øke andelen. Undersøkelsen viste at dette er et synlig tiltak blant deltagerne, men også at det ligger litt usikkerhet rundt dette. Her finnes det forbedringspotensial ved synliggjøring av tiltaket og for å øke bevisstheten til deltagerne.

Transport

Et annet viktig aspekt ved styrking av Hovefestivalens miljøprofil er transporttilbud. Det er viktig å informere festivaldeltagerne om ulike miljøvennlige transportformer som de kan benytte seg av, med tanke på hvordan de bør komme seg til og fra festivalen. Hovefestivalen har et forbedringspotensial med informering av transporttilbud, da undersøkelsen viste at det manglet tilstrekkelig informasjon om dette.

Media

Som nevnt i oppgaven bruker Hovefestivalen sosiale medier som Facebook og Twitter, i tillegg til å ha en oversiktlig internettside. Rundt festivalperioden får festivalen også mediedekning både på internett og i aviser. Dette kan utnyttes mer for å synliggjøre miljøarbeidet, samt å styrke miljøbevisstheten til festivaldeltagere og andre.

5.1.1 Hovefestivalens tiltak for 2012

Hovefestivalen har satt seg konkrete mål og tiltak for årets festival. Tiltakene vil være med på å styrke miljøprofilen ytterligere. Disse er blant annet:

- Informere tydeligere om hvor man kan kildesortere avfallet sitt, samt gjøre det mer interessant å gjøre det.
- Videreutvikle Hove-mobilapplikasjonen til å gi mer miljøinformasjon, inkludert et eget interaktivt miljøkart for Hove.
- Pålegge mataktører høyere andel økologisk mat. Målet for 2012 er 15 % økologisk mat.
- Innføring av en stilling som internkontrollør for miljø. Denne stillinga skal følge opp og kontrollere at stab og alle eksterne aktører følger kildesorteringsreglene.
- Performance-forestillinger på camp, som skal hjelpe camperne til å bli mer bevisste på kildesortering.

Konklusjon

I denne oppgaven har vi presentert relevant teori og anvendt metoder for å kunne gi svar på problemstillingen. I samarbeid med Hovefestivalens miljøkoordinator ble det utarbeidet en spørreundersøkelse. Denne undersøkelsen ble lagt ut på Hovefestivalens Facebook-side, og fikk 479 respondenter. Svarene fra spørreundersøkelsen har blitt brukt som primærkilde for å gi svar på hvor bevisste festivaldeltagerne er på Hovefestivalens miljøprofil og om festivalen blir oppfattet som miljøvennlig. Anbefalinger ble utarbeidet på grunnlag av spørreundersøkelsen og teori om miljøvennlige arrangement.

Ut fra spørreundersøkelsen og intervjuet vi har gjennomført, har vi fått ulike syn og meninger på hvordan festivalen oppfattes og hva den bør gjøre videre. Hovefestivalen blir allerede oppfattet som miljøvennlig, både fra deltageres og miljøkoordinatorens side. Her viste det seg å ikke være noen signifikant forskjell mellom menn og kvinner.

Miljøtiltaket som viste seg å være mest synlig for deltagerne er kildesorteringen, mens med bevisstheten rundt tilbudet av økologisk mat, bruken av bionedbrytbart bestikk og 100 % bærekraftig strøm viste det seg å være usikkerhet rundt. Med dette kan vi konkludere at Hovefestivalen gjør en god jobb med synliggjøring og tilrettelegging kildesorteringen, og at det er behov for bedre synliggjøring av de andre tiltakene.

I tillegg viste undersøkelsen at bevisstheten rundt Hovefestivalens miljøarbeid er nokså høy, og at kvinner er mer bevisste på miljøarbeidet som blir utført enn menn. Både bevisstheten rundt Hovefestivalens miljøprofil og om festivalen blir oppfattet som miljøvennlig viste seg å stige med alderen, med et unntak av deltagerne på over 25 år.

Ved valg av musikkfestival viste artister og pris å være de mest avgjørende faktorene, etterfulgt av fasiliteter og beliggenhet. Miljøtiltak og miljøsertifiseringer ble nedprioritert og ansett som uviktige faktorer ved valg av festival.

Samtidig kan vi også konkludere at både deltagerne og miljøkoordinatoren mener at festivalen har flere ting å jobbe mot for å styrke miljøprofilen ytterligere og for å bli mer miljøvennlig. Flere tiltak ble anbefalt på bakgrunn av teoridelen i oppgaven, den utførte spørreundersøkelsen, samt intervjuet med miljøkoordinatoren. Blant annet ble det anbefalt at

Hovefestivalen lager en klar miljøvisjon og handlingsplan, da dette har vist seg å mangle. I tillegg ble viktigheten med god kommunikasjon og informering om miljøarbeidet til alle involverte presisert.

Litteraturliste

Bjørseth, H. (2004). *Miljøhåndbok: For festivaler og utearrangementer*. 1. utgave. Oslo: Hippopotamus

Bjørseth, H. (2008). *Miljøhåndbok: For festivaler og utearrangement*. 2. utgave. Oslo: GRIP og Øyafestivalen

Dalland, O. (2010). *Metode og oppgaveskriving for studenter*. 4 utgave. Oslo: Gyldendal akademisk

Jacobsen, I. D. (2010). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*, 2. utgave. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS

Jacobsen, J.K.S. & Viken, A. (1997). *Turisme Fenomen og næring*. Oslo: Universitetsforlaget As

Johannessen, A. Tufte, P. A. Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4 utgave. Oslo: Abstrakt forlag As

Kamfjord, G. (2001). *Reiselivsproduktet*. 3. utgave. Oslo: Reiselivskompetanse As.

Kamfjord, G. (2011). *Det helhetlige reiselivsproduktet, Bind 1- innføring*. Oslo: Fagspesialisten AS.

Lyngnes, S (2007) *Kultur og turistattraksjoner. Jakten på det norsk. Jakten på opplevelser*. Oslo: Universitetsforlaget As.

Refsli, F. E. (2012) *Intervju* [Vedlegg 3].

Web-adresser

Hove (2011) *Om Festivalen* [Internett]. Tilgjengelig fra:
<<http://www.hovefestival.no/info/>> [Nedlastet: 20.04.2012]

Hove (2011) *Miljø* [Internett]. Tilgjengelig fra:
<<http://www.hovefestival.no/info/>> [Nedlastet: 20.04.2012]

Kallbekken, S. (2008) *Cicero, Senter for klimaforskning: Hvem er klimanøytal?* [Internett].
Tilgjengelig fra: <<http://www.cicero.uio.no/sporsmal/detail.aspx?faqid=170>> [Nedlastet 16.
mai 2012]

Teknologisk Institutt (2011) *Sertifisering av miljøstyringsystemer, ISO 14001* [Internett].
Tilgjengelig fra:
<<http://www.teknologisk.no/TI-Sertifisering-as/Systemsertifisering/Ytre-miljoe>> [Nedlastet
29. mars 2012]

Wikipedia (2012) *Festival* [Internett]. Tilgjengelig fra:
<<http://no.wikipedia.org/wiki/Festival>> [Nedlastet 12. mars 2012]

Wikipedia (2012) *Opprinnelsesgaranti* [Internett]. Tilgjengelig fra:
<<http://no.wikipedia.org/wiki/Opprinnelsesgaranti>> [Nedlastet 11. april 2012]

Vedlegg

Vedlegg 1 Informert samtykke

Informert Samtykke

Til respondenten,

Dette intervjuet skjer i forbindelse med Erica M. Ring og Kristina Tarberg avsluttende bacheloroppgave i reiselivsledelse ved Høgskulen i Sogn og Fjordane. Spørsmålene i intervjuet vil være knyttet til problemstillingen:

I hvor stor grad er deltagerne bevisste på Hovefestivalens miljøprofil, og velger deltagerne festivalen bevisst på grunn av deres miljøprofil?

- *Blir Hovefestivalen oppfattet som miljøvennlig?*
- *Hva kan gjøres for å styrke miljøprofilen ytterligere?*

Respondenten er klar over oppgavens hensikt og deltar frivillig. Med samtykke fra respondenten, vil informasjon fra intervjuet bli brukt i besvarelsen.

Med vennlig hilsen,

Erica. M. Ring og Kristina Tarberg

Bachelorstudenter ved Høgskulen i Sogn og Fjordane

Informert samtykke:

Fredrik Eiv Røppli 20.04.12

Respondentens navn / dato

Erica M. Ring 14 03 2012

Erica M. Ring / dato

Kristina Tarberg 14 03. 2012

Kristina Tarberg / dato

Vedlegg 2 Spørreundersøkelsen

Har du vært på Hovefestivalen?

I forbindelse med vår bacheloroppgave, har vi laget en liten spørreundersøkelse for deg som har vært på Hovefestivalen. Undersøkelsen er helt anonym. – Erica Ring og Kristina Tarberg, Høgskulen i Sogn og Fjordane.

*Må fylles ut

1. Kjønn *

- Mann
- Kvinne

2. Alder *

- Under 18
- 18 - 20
- 22 - 25
- 26 - 29
- 30 - 39
- 40 +

3. Hva er viktigst for deg ved valg av festival? * Ranger kriteriene fra 1 til 5, slik at 1 er det viktigste kriteriet og 5 er det minst viktige.

	Beliggenhet	Pris	Arister	Fasilitet (f.eks dusj)	Miljøserifiseringer
1 (Viktigst)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 (Minst viktig)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Hvor viktig er det for deg å være miljøvennlig? *

- Uviktig
- Litt viktig
- Viktig
- Svært viktig

5. Hvilke av disse miljøtiltakene utfører du som privatperson? *

	Aldri	Av og til	Alltid
Sorterer søppel (papir, plast, rest)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kjøper økologiske varer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruker andre fremkomstmidler enn personbil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Hvor viktig er miljøvennlige tiltak for deg ved valg av festival? *

- Uviktig
- Litt viktig
- Viktig
- Svært viktig

7. Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing? *

- Ikke bevisst
- Litt bevisst
- Bevist
- Svært bevisst

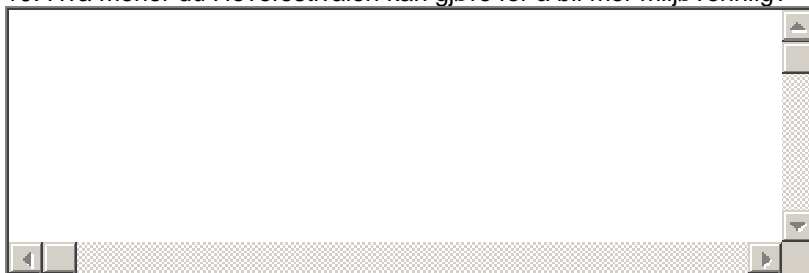
8. Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er? *

- Ikke miljøvennlig
- Litt miljøvennlig
- Miljøvennlig
- Svært miljøvennlig

9. Hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører? *

	Ja	Nei	Vet ikke
Kildesortering	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Økologisk mat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bionedbrytbart bestikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
100% bærekraftig strøm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Hva mener du Hovefestivalen kan gjøre for å bli mer miljøvennlig?



Send

Vedlegg 3 Intervju med Fredrik Eive Refsli

Intervju - Bacheloroppgave for Erica M. Ring og Kristina Tarberg

1. **Navn:** Fredrik Eive Refsli
2. **Stilling/Tittel:** Miljøkoordinator/leder for miljøseksjonen for Hovefestivalen 2012
3. **Hvor lenge har du vært ansatt?** Jeg har jobbet for Hovefestivalen siden 2010, som gruppeleder for renovasjon. Jeg var ansvarlig for renovasjon i to år, til jeg ble Miljøkoordinator i høst. Fremdeles ligger renovasjonsansvaret hos meg, men nå i tillegg til sanitær og hele Hovefestivalens miljøprofil. (I norske festivaler er det veldig få heltidsansatte, så jeg jobber på prosjektbasis før hver festivalavvikling.)
4. **Kort historiebakgrunn for Hovefestivalen fra oppstart til dagens dato:**
 - **Oppstart (Hvordan startet det?)** Dette kan jeg dessverre ikke svare på, siden jeg ikke har vært involvert siden starten. Dere finner litt om dette her: http://en.wikipedia.org/wiki/Hove_Festival og her: <http://no.wikipedia.org/wiki/Hovefestivalen>
 - **Utvikling (Hvordan har festivalen utviklet seg?)** Samme som over.
 - **Miljøpolitikk (Når kom miljø inn i bildet?)** Hovefestivalen har hatt høye miljøambisjoner helt fra starten i 2007, da man søkte å lage festival i samspill med naturen og å kompensere for utslipp. Dette innebærer bl.a. at vi forvalter medansvaret for Raet landskapsvernområde på en forsvarlig måte, gjennom å bygge infrastruktur skånsomt og rydde avfall veldig grundig. Hvert år utvikler vi oss mot å bli enda mer miljøbevisste og bedre på de praktiske miljøoppgavene, og vi har mange velfungerende og nye, mindre og større, miljøprosjekter. Les mer her: <http://www.hovefestivalen.no/info/miljo/>
5. **Hvem er målgruppen til Hovefestivalen?** Alle som liker musikk, kunst og kultur i fantastisk natur. Folk i alle aldre kommer fra nær og fjern for å oppleve den gode stemninga vi er kjente for. Allikevel er nok vårt hovedpublikum og den gjennomsnittlige camper mellom 18 og 25 år.
6. **Har Hovefestivalen en miljøvisjon? Hvis, ja, hva er Hovefestivalens miljøvisjon?** Vi har nok ingen uttalt og offentlig miljøvisjon så vidt meg bekjent. Men vi har veldig høye miljøambisjoner. Gjennom systematisk arbeid ønsker vi å være helt i toppsjiktet når det gjelder miljø, sammenlignet med tilsvarende festivaler (størrelse på festivalområde, publikumstall, lineup osv).
7. **Hvordan jobber Hovefestivalen med miljø?**
 - **Mål:** Som nr. 6
 - **Tiltak:** Les på miljøsidene våre. Der listes de sikre prosjektene. I tillegg jobber jeg med mange nye og videreutviklede prosjekter for 2012 og 2013. Det er alt

fra å bli enda bedre organisert når det gjelder avfallshåndtering, til innslag på festivalområdet og på camp for å inspirere publikum/camperne til økt miljøbevissthet.

- **Handlingsplan:** Per dags dato finnes det ikke en helhetlig handlingsplan, men dette er noe jeg jobber med som ny miljøkoordinator. Vi jobber i disse dager for å bli sertifisert Miljøfyrtårn. Dette innebærer utarbeiding av konkrete handlingsplaner for ulike områder. Ambisjonen er å bli sertifisert i år.
- **Miljøprofilering:** Vi forsøker å fortelle hva vi er flinke til, og derfor har jeg nylig skrevet den oppdaterte teksten på miljøsidene våre på nettet. Jeg samarbeider med presseavdelingen for å få ut de gode miljøhistoriene våre, som f.eks. at Fylkesmannen skryter av oss i sin rapport fra 2011, at vi har en campkonkurranse med miljøfokus, at vi leier ut miljøvennlige campingstoler og at miljøbodene skal bli enda synligere (vi holder på med noen morsomme ideer for å gjøre det morsommere å pante søpla si). Samtidig er vi opptatte av å ikke ta munnen for full og skryte av ting vi ikke har forankret i hele organisasjonen ennå. Vi vil være gode, men vi vil også være realistiske og praktiske. Tåkeprat og overambisiøse prosjekter fører ingen steds hen, og vi har alltid i bakhodet at ting skal være praktisk gjennomførbare med de ressursene og den bemanningen vi har.

8. Hvordan fungerer tiltakene under festivalen?

- **Blir tiltakene godt mottatt?** Det tar tid å bevisstgjøre festivalpublikummet og camperne på tiltakene våre, men jeg vil si at oppslutninga om f.eks. miljøbodene økte fra mitt første til mitt andre år. I år kommer vi til å satse ytterligere på informasjon og å gjøre miljøbodene til noe mer spennende enn bare å skulle levere kildesortert avfall for å få et måltid eller ei t-skjorte.
- **Hvordan er stemningen blant deltagerne i forhold til miljøarbeidet?** Det er vanskelig å si, siden vi ikke har gjort noen konkrete undersøkelser om dette. Deres undersøkelse, som vi la ut på Facebook, var den første av sitt slag som jeg veit om. Den svarer nok bedre enn jeg kan på dette spørsmålet.

9. Føler du selv at Hovefestivalen blir oppfattet som miljøvennlig?

- **Fungerer miljøprofileringen slik dere har planlagt?** Jeg blir stadig overraska over at folk jeg snakker med oppfatter oss som svært miljøvennlige. Ikke fordi jeg ikke mener at vi er det – jeg mener at vi gjør en god innsats – men fordi jeg mener at vi har hatt et uutnyttet potensiale når det gjelder å informere om hva vi gjør. Dette er en av mine kjepphester i rollen som miljøkoordinator, og det er allerede stor forbedring. Fram mot, og under, festivalen, kommer det til å bli mer fokus på miljø enn det har vært tidligere – med fokus på de konkrete tingene vi gjør. Jeg tror det er lettere for folk å forholde seg til og huske, enn store visjoner og komplekse prosjekter. Vi har overordnede mål, men det er gjennom konkrete tiltak at publikum og camperne blir bevisstgjorte.

10. Hvordan ser du på fremtiden?

- **Fremtidige mål:**

- Bli sertifisert Miljøfyrtårn, og gjennom det å etablere miljørutiner og – holdninger i organisasjonen, som er uavhengige av hvem som jobber der fra år til år.
- Øke bevisstheten til campere og publikum på hvor lett det er å holde det ryddig og trivelig rundt seg på en miljøvennlig måte, og samtidig kunne tjene en slant på det. Dette vil gjøre det skjøre naturområdet (Raet landskapsvernområde) mindre utsatt for forsøpling og skade.
- Snu pressens årlige historier om den store forsøplingen på campen, til å fokusere på de tingene vi stadig forbedrer oss på (ryddighet under festivalen, både på området og ute blant naboeene, hvor raskt og grundig vi rydder etter festivalen osv.).
- Øke andelen økologisk mat som serveres på Hovefestivalen.
- Gå over til mer miljøvennlige tekstiler i klærne vi selger (merchandise).

- **Fremtidige tiltak:**

- Skjer i 2012: Informere tydeligere om hvor man kan kildesortere avfallet sitt, samt gjøre det mer interessant å gjøre det, ved å innføre lykkehjul i miljøbodene.
- Skjer i 2012: Videreutvikle Hove-mobilappen til å gi mer miljøinformasjon, inkludert et eget interaktivt miljøkart for Hove.
- Skjer i 2012: Pålegge mataktører høyere andel økologisk mat. Målet for 2012 er 15 % økologisk mat. For å hjelpe dem med dette arrangerer vi miljøseminar for alle mataktører 14. og 15. april.
- Skjer i 2012: Innføring av en stilling som internkontrollør for miljø. Denne stillinga skal følge opp og kontrollere at stab og alle eksterne aktører følger våre kildesorteringsregler.
- Skjer i 2012: Performace-forestillinger på camp, som skal hjelpe camperne til å bli mer bevisste på kildesortering.

Vedlegg 4 Krysstabeller i SPSS

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing? Fordelt etter kjønn, antall og prosent.

			SP1		Total
			Mann	Kvinne	
SP7	Ikke bevisst	Count	50	34	84
		% within SP1	23.3%	12.9%	17.5%
	Litt bevisst	Count	69	83	152
		% within SP1	32.1%	31.4%	31.7%
	Bevisst	Count	78	106	184
		% within SP1	36.3%	40.2%	38.4%
	Svært bevisst	Count	18	40	58
		% within SP1	8.4%	15.2%	12.1%
Total		Count	215	264	479
		% within SP1	100.0%	100.0%	100.0%

Av kvinnene svarte 15,2 % at de er svært bevisste på Hovefestivalens miljøprofil, mens av menn er det bare 8,4 % som svarte det samme. Kun 12,9 % av kvinnene svarte at de ikke var bevisste, i motsetning til 23,3 % av mennene. Her er det mer enn 6 % i differanse, noe som vil si at det er signifikante forskjeller. Undersøkelsen viser at kvinnene er mer bevisste på miljøsatsingen enn menn.

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing? Fordelt etter alder, antall og prosent.

			SP2						Total
			Under 18	18-20	22-25	26-29	30-39	40+	
SP7	Ikke bevisst	Count	25	41	11	5	1	1	84
		% within SP2	22.9%	17.2%	11.2%	35.7%	6.3%	25.0%	17.5%
	Litt bevisst	Count	34	80	29	4	4	1	152
		% within SP2	31.2%	33.6%	29.6%	28.6%	25.0%	25.0%	31.7%
	Bevisst	Count	35	94	46	3	5	1	184
		% within SP2	32.1%	39.5%	46.9%	21.4%	31.3%	25.0%	38.4%
	Svært bevisst	Count	15	22	12	2	6	1	58
		% within SP2	13.8%	9.2%	12.2%	14.3%	37.5%	25.0%	12.1%
Total		Count	109	238	98	14	16	4	479
		% within SP2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

I våre kommentarer har vi valgt å slå sammen kategoriene “Ikke bevisst” med “Litt bevisst” og “Bevisst” med “Svært bevisst”. Videre har vi valgt å slå sammen de tre siste aldersgrupperingene, da det var få respondenter på disse. Dette er for å få en tydeligere oversikt over forskjellene mellom alder.

54,1 % av de som er under 18 er enten ikke bevisste eller litt bevisste på festivalens miljøsatsing, mens 45,9 % er enten bevisste eller svært bevisste. 50,8 % av de som er mellom 18-20 er enten ikke bevisste eller litt bevisste, mens 49,2 % er bevisste eller svært bevisste. I aldersgruppen 22-25 er 40,8 % enten ikke bevisste eller litt bevisste, mens 59,2 % er bevisste eller svært bevisste. Av aldersgruppen 25+ har 47,1 % svart at de enten er ikke bevisste eller litt bevisste, mens 52,9 % er bevisste eller svært bevisste. Her kan vi se at miljøbevisstheten har økt med alder, med et unntak i aldersgruppen 25+. Dette kan skyldes et generasjonsskille, hvor fokus på miljø har økt i nyere tid.

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvor viktig for deg er det å være miljøvennlig?

Fordelt etter antall og prosent.

			SP4				Total
			Uviktig	Litt viktig	Viktig	Svært viktig	
SP7	Ikke bevisst	Count	22	52	7	3	84
		% within SP4	52.4%	21.1%	4.7%	7.3%	17.5%
	Litt bevisst	Count	11	85	46	10	152
		% within SP4	26.2%	34.6%	30.7%	24.4%	31.7%
	Bevisst	Count	7	88	78	11	184
		% within SP4	16.7%	35.8%	52.0%	26.8%	38.4%
	Svært bevisst	Count	2	21	18	17	58
		% within SP4	4.8%	8.5%	12.0%	41.5%	12.1%
Total		Count	42	246	150	41	479
		% within SP4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at de som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing synes det er uviktig å være miljøvennlig (52,4 %), mens de som er svært bevisste på miljøsatsingen synes det er svært viktig å være miljøvennlig (41,5 %). Siden begge tallene er så store kan vi trekke disse konklusjonene.

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene utfører du som privatperson (sorterer søppel)? Fordelt etter antall og prosent.

			Sorterer søppel			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP7	Ikke bevisst	Count	10	27	47	84
		% within Sorterer søppel	37.0%	18.0%	15.6%	17.5%
	Litt bevisst	Count	7	64	81	152
		% within Sorterer søppel	25.9%	42.7%	26.8%	31.7%
	Bevisst	Count	8	49	127	184
		% within Sorterer søppel	29.6%	32.7%	42.1%	38.4%
	Svært bevisst	Count	2	10	46	58
		% within Sorterer søppel	7.4%	6.7%	15.2%	12.1%
Total		Count	27	150	302	479
		% within Sorterer søppel	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 37 % av de som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing heller ikke sorterer søppel hjemme, mens 15,2 % av de som er svært bevisste gjør det. Flertallet av respondentene, 42,1 %, har svart at de er bevisste og sorterer alltid søppelet sitt hjemme. Denne krysstabellen viser da at flertallet av respondentene er bevisste på Hoves miljøsatsing og at de alltid sorterer søppel som privatperson.

Hvor bevisst er du på Hovfestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene utfører du som privatperson (kjøper økologiske varer)? Fordelt etter antall og prosent.

			Kjøper økologisk			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP7	Ikke bevisst	Count	36	47	1	84
		% within Kjøper økologisk	22.2%	15.6%	6.3%	17.5%
	Litt bevisst	Count	55	93	4	152
		% within Kjøper økologisk	34.0%	30.9%	25.0%	31.7%
	Bevisst	Count	56	122	6	184
		% within Kjøper økologisk	34.6%	40.5%	37.5%	38.4%
	Svært bevisst	Count	15	39	4	58
		% within Kjøper økologisk	9.3%	13.0%	25.0%	12.1%
Total		Count	162	301	16	479
		% within Kjøper økologisk	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 22,2 % av de som ikke er bevisste på Hovfestivalens miljøsatsing aldri kjøper økologiske varer, mens 25 % av de som er svært bevisste alltid gjør det. Siden prosentene er lave kan vi ikke si at det er et klart skille mellom bevisstheten rundt festivalens miljøsatsing og de som kjøper økologiske varer. Men hvis vi ser på flertallet som har svart at de er bevisste, er prosenten på 37,5 % på de som alltid kjøper økologiske varer, samt 40,5 % på de som av og til kjøper økologisk.

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene utfører du som privatperson (bruker andre fremkomstmidler enn bil)? Fordelt etter antall og prosent.

			Andre fremkomstmidler			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP7	Ikke bevisst	Count	12	51	21	84
		% within Andre fremk.	26.7%	18.1%	13.7%	17.5%
	Litt bevisst	Count	18	95	39	152
		% within Andre fremk.	40.0%	33.8%	25.5%	31.7%
	Bevisst	Count	10	106	68	184
		% within Andre fremk.	22.2%	37.7%	44.4%	38.4%
	Svært bevisst	Count	5	29	24	58
		% within Andre fremk.	11.1%	10.3%	15.7%	12.1%
Total		Count	45	281	153	479
		% within Andre fremk.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 26,7 % av respondentene som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing heller aldri bruker andre fremkomstmidler enn personbil for å spare miljøet, mens 15,7 % av de som er svært bevisste alltid gjør det. Flertallet av respondentene, 44,4 %, som har svart at de er bevisste har svart at de alltid gjør det. Dette viser at det er en sammenheng mellom de som er bevisste på miljøsatsingen og de som velger andre fremkomstmidler enn personbiler, men at forskjellen mellom de som ikke er bevisste og de som er svært bevisste ikke er så stor.

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører (kildesortering)? Fordelt etter antall og prosent.

			Kildesortering			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP7	Ikke bevisst	Count	66	7	11	84
		% within Kildesortering	15.3%	43.8%	33.3%	17.5%
	Litt bevisst	Count	131	5	16	152
		% within Kildesortering	30.5%	31.3%	48.5%	31.7%
	Bevisst	Count	176	4	4	184
		% within Kildesortering	40.9%	25.0%	12.1%	38.4%
	Svært bevisst	Count	56	0	2	58
		% within Kildesortering	13.0%	.0%	6.1%	12.1%
Total		Count	430	16	33	479
		% within Kildesortering	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 15,3 % av de som først har svart at de ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing, har svart "Ja" på om de tror festivalen utfører kildesortering. Av disse har 43,8 % svart "Nei". Av de som har svart at de er svært bevisste, har kun 13 % svart "Ja" og 0 % svart "Nei". Flertallet av respondentene, 40,9 %, som har svart at de er bevisste på festivalens miljøsatsing er også klar over at et av tiltakene festivalen utfører er kildesortering. Kun 33 av 479 respondenter har svart "Vet ikke".

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører (økologisk mat)? Fordelt etter antall og prosent.

			Økologisk mat			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP7	Ikke bevisst	Count	35	28	21	84
		% within Økologisk mat	11.5%	37.3%	21.2%	17.5%
	Litt bevisst	Count	79	29	44	152
		% within Økologisk mat	25.9%	38.7%	44.4%	31.7%
	Bevisst	Count	145	14	25	184
		% within Økologisk mat	47.5%	18.7%	25.3%	38.4%
	Svært bevisst	Count	45	4	9	58
		% within Økologisk mat	14.8%	5.3%	9.1%	12.1%
Total		Count	305	75	99	479
		% within Økologisk mat	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 37,3 % av respondentene som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing har svart at de ikke er klar over at festivalen tilbyr økologisk mat, men 11,5 % av disse har allikevel svart at de er klar over tilbudet. Av de som er svært bevisste har 14,8 % svart at de er klar over tilbudet. 47,5 % av respondentene som er bevisste på miljøsatsingen har også svart at de er klar over tilbudet. 99 av 479 respondenter har svart "Vet ikke".

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøsatsing og hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører (bionedbrytbart bestikk)? Fordelt etter antall og prosent.

			Bionedbrytbart			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP7	Ikke bevisst	Count	33	15	36	84
		% within Bionedbrytbart	18.5%	21.7%	15.5%	17.5%
	Litt bevisst	Count	56	24	72	152
		% within Bionedbrytbart	31.5%	34.8%	31.0%	31.7%
	Bevisst	Count	59	21	104	184
		% within Bionedbrytbart	33.1%	30.4%	44.8%	38.4%
	Svært bevisst	Count	29	9	20	58
		% within Bionedbrytbart	16.3%	13.0%	8.6%	12.1%
Total		Count	178	69	232	479
		% within Bionedbrytbart	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 21,7 % av respondentene som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøsatsing heller ikke er klar over bruken av bionedbrytbart bestikk, mens 16,3 % av de som er svært bevisste er klar over det. Igjen er flertallet av respondentene, 33,1 %, også de som er mest bevisste på dette tiltaket. Hele 232 av 479 respondenter har svart "Vet ikke".

Hvor bevisst er du på Hovefestivalens miljøserting og hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører (100 % bærekraftig strøm)? Fordelt etter antall og prosent.

			100 % Bær.Strøm.			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP7	Ikke bevisst	Count	24	27	33	84
		% within 100 % Bær.Strøm.	11.1%	39.1%	17.0%	17.5%
	Litt bevisst	Count	67	21	64	152
		% within 100 % Bær.Strøm.	31.0%	30.4%	33.0%	31.7%
	Bevisst	Count	96	17	71	184
		% within 100 % Bær.Strøm.	44.4%	24.6%	36.6%	38.4%
	Svært bevisst	Count	29	4	25	58
		% within 100 % Bær.Strøm.	13.4%	5.8%	12.9%	12.1%
Total		Count	216	69	194	479
		% within 100 % Bær.Strøm.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 39,1 % av de som ikke er bevisste på Hovefestivalens miljøserting heller ikke er klar over at festivalen har 100 % bærekraftig strøm. 13,4 % av de som er svært bevisste er klar over dette. Flertallet, 44,4 %, av respondentene som er bevisste på miljøsertingen er også klar over dette. 194 av 479 respondenter er usikre på om dette tiltaket blir utført.

Disse fire krysstabellene viser at det er en sammenheng mellom de som har sagt at de er bevisste på miljøsertingen til Hove og bevisstheten rundt fire ulike tiltak Hove i dag utfører. Men vi har også sett at det er respondenter som først har svart at de er bevisste, men som senere har satt "Vet ikke" på flere av tiltakene, spesielt bionedbrytbart bestikk.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er? Fordelt etter kjønn, antall og prosent.

			SP1		Total
			Mann	Kvinne	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	3	3	6
		% within SP1	1.4%	1.1%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	41	48	89
		% within SP1	19.1%	18.2%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	122	158	280
		% within SP1	56.7%	59.8%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	49	55	104
		% within SP1	22.8%	20.8%	21.7%
Total		Count	215	264	479
		% within SP1	100.0%	100.0%	100.0%

Flertallet (280) av begge kjønnene har svart at de synes Hovefestivalen er miljøvennlig. Her er det ingen signifikant forskjell mellom kvinner og menn. Kun 1,3 % har svart at de ikke synes Hove er en miljøvennlig festival.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er? Fordelt etter alder, antall og prosent.

			SP2					Total	
			Under 18	18-20	22-25	26-29	30-39		40+
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	0	4	1	0	0	1	6
		% within SP2	.0%	1.7%	1.0%	.0%	.0%	25.0%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	26	38	16	7	2	0	89
		% within SP2	23.9%	16.0%	16.3%	50.0%	12.5%	.0%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	59	147	57	4	11	2	280
		% within SP2	54.1%	61.8%	58.2%	28.6%	68.8%	50.0%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	24	49	24	3	3	1	104
		% within SP2	22.0%	20.6%	24.5%	21.4%	18.8%	25.0%	21.7%
Total		Count	109	238	98	14	16	4	479
		% within SP2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her har vi valgt å slå sammen kategoriene “Ikke miljøvennlig” med “Litt miljøvennlig” og “Miljøvennlig” med “Svært miljøvennlig”. Videre har vi valgt å slå sammen de tre siste aldersgrupperingene, da det var få respondenter på disse. Dette er for å få en tydeligere oversikt over forskjellene mellom alder.

23,9 % av de som er under 18 har enten svart at de oppfatter festivalen som ikke miljøvennlig eller litt miljøvennlig, mens 76,1 % har svart at de oppfatter festivalen som miljøvennlig og svært miljøvennlig. 17,7 % i aldersgruppen 18-20 har svart ikke miljøvennlig eller litt miljøvennlig, mens 82,4 % har svart miljøvennlig og svært miljøvennlig. I aldersgruppen 22-25 har 17,3 svart ikke miljøvennlig eller miljøvennlig, mens 82,7 % har svart miljøvennlig og svært miljøvennlig. 29,4 % av aldersgruppen 25+ har enten svart ikke miljøvennlig eller litt miljøvennlig, mens 70,6 % har svart miljøvennlig eller svært miljøvennlig. Her kan vi se at desto eldre respondentene er, jo mer miljøvennlig blir Hovefestivalen oppfattet, med et unntak i aldersgruppen 25+. Dette kan skyldes et generasjonsskille, hvor fokus på miljø har økt i nyere tid.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er og hvor viktig er det for deg å være miljøvennlig? Fordelt etter antall og prosent.

			SP4				Total
			Uviktig	Litt viktig	Viktig	Svært viktig	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	2	2	0	2	6
		% within SP4	4.8%	.8%	.0%	4.9%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	10	47	26	6	89
		% within SP4	23.8%	19.1%	17.3%	14.6%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	24	146	85	25	280
		% within SP4	57.1%	59.3%	56.7%	61.0%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	6	51	39	8	104
		% within SP4	14.3%	20.7%	26.0%	19.5%	21.7%
Total		Count	42	246	150	41	479
		% within SP4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 4,8 % av respondentene har svart at de ikke oppfatter Hovefestivalen som miljøvennlig og mener det å være miljøvennlig selv er uviktig. 19,5 % av respondentene har svart at de oppfatter Hovefestivalen som svært miljøvennlig og synes det er svært viktig å være miljøvennlig selv. Det er liten variasjon i svarene om hvor viktig det er å være miljøvennlig, men flertallet av respondentene har svart at de oppfatter Hovefestivalen som miljøvennlig, og at det er svært viktig å være miljøvennlig selv.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er og hvilke av disse miljøtiltakene utfører du som privatperson (sorterer søppel)? Fordelt etter antall og prosent.

			Sorterer søppel			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	1	2	3	6
		% within Sorterer søppel	3.7%	1.3%	1.0%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	9	26	54	89
		% within Sorterer søppel	33.3%	17.3%	17.9%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	12	93	175	280
		% within Sorterer søppel	44.4%	62.0%	57.9%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	5	29	70	104
		% within Sorterer søppel	18.5%	19.3%	23.2%	21.7%
Total		Count	27	150	302	479
		% within Sorterer søppel	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at kun 3,7 % av de som har svart at de oppfatter Hovefestivalen som ikke miljøvennlig, har også svart at de aldri sorterer søppel på hjemmebasis. 23,2 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig sorterer søppel på hjemmebasis. Over halvparten, 57,9 %, av de som oppfatter Hove som miljøvennlig, sorterer alltid søppel på hjemmebasis.

Her kan vi se en sammenheng mellom de som sorterer søppel som privatperson, og de som oppfatter Hove som miljøvennlig.

Hvor miljøvennlig synes du Hovfestivalen er og hvilke av disse miljøtiltakene utfører du som privatperson (kjøper økologiske varer)? Fordelt etter antall og prosent.

			Kjøper økologisk			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	2	2	2	6
		% within Kjøper økologisk	1.2%	.7%	12.5%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	24	60	5	89
		% within Kjøper økologisk	14.8%	19.9%	31.3%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	97	175	8	280
		% within Kjøper økologisk	59.9%	58.1%	50.0%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	39	64	1	104
		% within Kjøper økologisk	24.1%	21.3%	6.3%	21.7%
Total		Count	162	301	16	479
		% within Kjøper økologisk	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 1,2 % av de som oppfatter Hovfestivalen som ikke miljøvennlig heller aldri kjøper økologiske varer som privatperson. 6,3 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig, kjøper alltid økologiske varer. Tabellen viser en liten sammenheng mellom hvordan festivalen blir oppfattet og kjøp av økologiske varer.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er og hvilke av disse miljøtiltakene utfører du som privatperson (bruker andre fremkomstmidler enn bil)? Fordelt etter antall og prosent.

			Andre fremkomstmidler			Total
			Aldri	Av og til	Alltid	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	3	1	2	6
		% within Andre fremk.	6.7%	.4%	1.3%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	9	53	27	89
		% within Andre fremk.	20.0%	18.9%	17.6%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	24	156	100	280
		% within Andre fremk.	53.3%	55.5%	65.4%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	9	71	24	104
		% within Andre fremk.	20.0%	25.3%	15.7%	21.7%
Total		Count	45	281	153	479
		% within Andre fremk.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 6,7 % av respondentene som oppfatter Hovefestivalen som ikke miljøvennlig heller aldri bruker andre fremkomstmidler enn personbil. 15,7 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig har svart at de alltid gjør det. Tabellen viser en liten sammenheng mellom hvor miljøvennlig festivalen blir oppfattet av respondentene og om respondentene bruker andre fremkomstmidler enn personbil for å spare miljøet.

Hvor miljøvennlig synes du Hovfestivalen er og hvilke av disse tiltakene tror du Hovfestivalen utfører (kildesortering)? Fordelt etter antall og prosent.

			Kildesortering			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	2	2	2	6
		% within Kildesortering	.5%	12.5%	6.1%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	72	7	10	89
		% within Kildesortering	16.7%	43.8%	30.3%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	257	6	17	280
		% within Kildesortering	59.8%	37.5%	51.5%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	99	1	4	104
		% within Kildesortering	23.0%	6.3%	12.1%	21.7%
Total		Count	430	16	33	479
		% within Kildesortering	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 12,5 % av respondentene som oppfatter Hovfestivalen som ikke miljøvennlig heller ikke tror at festivalen utfører kildesortering, mens 23 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig har svart "Ja". Flertallet, 59,8 %, oppfatter festivalen som miljøvennlig er klar over kildesorteringen.

Hvor miljøvennlig synes du Hovefestivalen er og hvilke av disse tiltakene tror du Hovefestivalen utfører (økologisk mat)? Fordelt etter antall og prosent.

			Økologisk mat			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	1	1	4	6
		% within Økologisk mat	.3%	1.3%	4.0%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	38	31	20	89
		% within Økologisk mat	12.5%	41.3%	20.2%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	179	37	64	280
		% within Økologisk mat	58.7%	49.3%	64.6%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	87	6	11	104
		% within Økologisk mat	28.5%	8.0%	11.1%	21.7%
Total		Count	305	75	99	479
		% within Økologisk mat	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 1,3 % av respondentene som oppfatter Hovefestivalen som ikke miljøvennlig heller ikke tror at festivalen tilbyr økologisk mat, mens 28,5 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig er klar over tilbudet. Tabellen viser at det er en sammenheng mellom de som oppfatter festivalen som miljøvennlig og de som er klar over tilbudet om økologisk mat. Samtidig viser den også at 64,6 % av de som oppfatter festivalen som miljøvennlig er usikre på dette tiltaket.

Hvor miljøvennlig synes du Hovfestivalen er og hvilke av disse tiltakene tror du Hovfestivalen utfører (bionedbrytbart bestikk)? Fordelt etter antall og prosent.

			Bionedbrytbart			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	0	2	4	6
		% within Bionedbrytbart	.0%	2.9%	1.7%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	25	20	44	89
		% within Bionedbrytbart	14.0%	29.0%	19.0%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	99	45	136	280
		% within Bionedbrytbart	55.6%	65.2%	58.6%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	54	2	48	104
		% within Bionedbrytbart	30.3%	2.9%	20.7%	21.7%
Total		Count	178	69	232	479
		% within Bionedbrytbart	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at 2,9 % av respondentene som ikke oppfatter Hovfestivalen som miljøvennlig heller ikke tror at festivalen bruker bionedbrytbart bestikk. 30,3 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig er klar over dette tiltaket. Tabellen viser en sammenheng mellom de som oppfatter festivalen som miljøvennlig og de som er klar over bruken av bionedbrytbart bestikk, men samtidig at flertallet er usikre på akkurat dette tiltaket.

Hvor miljøvennlig synes du Hovfestivalen er og hvilke av disse tiltakene tror du Hovfestivalen utfører (100 % bærekraftig strøm)? Fordelt etter antall og prosent.

			100 % Bær.Strøm.			Total
			Ja	Nei	Vet ikke	
SP8	Ikke miljøvennlig	Count	0	0	6	6
		% within 100 % Bær.Strøm.	.0%	.0%	3.1%	1.3%
	Litt miljøvennlig	Count	25	29	35	89
		% within 100 % Bær.Strøm.	11.6%	42.0%	18.0%	18.6%
	Miljøvennlig	Count	127	33	120	280
		% within 100 % Bær.Strøm.	58.8%	47.8%	61.9%	58.5%
	Svært miljøvennlig	Count	64	7	33	104
		% within 100 % Bær.Strøm.	29.6%	10.1%	17.0%	21.7%
Total		Count	216	69	194	479
		% within 100 % Bær.Strøm.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Her kan vi se at alle respondentene som ikke oppfatter Hovfestivalen som miljøvennlig, 3,1 %, ikke vet om festivalen har 100 % bærekraftig strøm, mens 29,6 % av de som oppfatter festivalen som svært miljøvennlig er klar over dette. Tabellen viser en sammenheng mellom de som oppfatter festivalen som miljøvennlig og de som er klar over at festivalen har 100 % bærekraftig strøm, men samtidig at nesten like mange er sikre som usikre på akkurat dette tiltaket.