



## Utvärdering av arrangemanget



# Innehåll

<b>RESULTATSAMMANFATTNING .....</b>	<b>3</b>
NYCKELTAL I SAMMANFATTNING .....	3
INLEDNING.....	3
METOD .....	3
BERÄKNINGAR AV ARRANGEMANGETS EFFEKTER .....	4
BESÖKARNA OCH ARRANGEMANGEN.....	7
ÖVRIGA UNDERSÖKNINGAR .....	8
<i>Lokal undersökning ett urval av handel och restaurang.....</i>	<i>8</i>
<i>Lokal undersökning sponsorer och samarbetspartner .....</i>	<i>8</i>
SLUTORD .....	9
<b>REDOVISNING AV UNDERSÖKNINGENS FRÅGOR.....</b>	<b>10</b>
TIDIGARE ERFARENHET AV MELODIFESTIVALEN .....	10
BESÖKSFREKVENNS .....	11
ANNAT MELODIFESTIVALARRANGEMANG SOM ALTERNATIV TILL SANDVIKEN.....	13
ANNAT MELODIFESTIVALARRANGEMANG SOM ALTERNATIV TILL SANDVIKEN.....	13
ALTERNATIVA EKONOMISKA UTLÄGG .....	15
MELODIFESTIVALENS BETYDELSE FÖR BESÖKET I SANDVIKEN.....	17
VISTELSETID I SANDVIKEN .....	18
BOENDEFORM.....	19
ÖVERNATTANDE BESÖKARE .....	20
UTVÄRDERING AV AKTIVITETER/ARRANGEMANG.....	21
VAD TYCKER DU HAR VARIT ALLRA BÄST MED MELODIFESTIVALEN OCH DE OLIKA KRINGARRANGEMANGEN?.....	29
HAR DU NÅGRA FÖRSLAG PÅ FÖRBÄTTRINGAR FÖR DEN HÄR TYPEN AV ARRANGEMANG/EVENEMANG? .....	32
UTLÄGG.....	34
ÅLDER .....	37
BESÖKSSÄLLSKAPET.....	38
YTTERLIGARE SÄLLSKAP .....	39

Bilagor: Frågeformulär

# Resultatsammanfattning

## **Nyckeltal i sammanfattning**

- Arrangemangen på Göransson Arena resulterade i totalt 15 065 besök av 13 033 unika besökare (en del av besökarna besökte flera arrangemang på arenan).
- Totalt 20 160 personer beräknas ha tagit del av något av de olika arrangemangen som ägde rum i arenan eller i övriga samhället.
- 3 870 personer har besökt Sandviken under den aktuella perioden, varav knappt 3 000 har besökt arenan.
- Arrangemangen under Melodifestivalveckan omsatte totalt ca 12,7 miljoner kr.
- Sandvikenborna stod för 74% av omsättningen, tillresta besökare för 26%.
- Det totala lokalekonomiska tillskottet uppgick till ca 3,5 miljoner kr.
- ”Biljettdränaget” var drygt 3,5 miljoner kr.
- Lokalekonomiskt innebär det en ”±0-affär”.
- Handel/restauranger överlag positivt inställda till evenemanget och rapporterar en omsättningsökning på 27%.
- Sponsorer/samarbetspartners överlag positiva. Samtliga vill se fler framtida evenemang.
- Såväl Sandvikenbor som tillresta besökare uppfattar evenemanget som positivt. Bra stämning, PR för Sandviken, folkliv och umgänge lyfts särskilt fram.
- Stort medialt genomslag (ligger utanför den här rapporten).

## **Inledning**

I den här rapporten redovisas en utvärdering av delfinalen till Melodifestivalen och de kringarrangemang som ägde rum i Sandviken i februari 2010. Utvärderingen är beställd av Sandvikens kommun och genomförd av NordAnalys AB.

Fokus i utvärderingen ligger på att beräkna effekterna av arrangemanget i termer av antal besökare och det ekonomiska utfallet av besökarnas konsumtion. Underlaget för utvärderingen utgörs av intervjuer som genomförts i anslutning till de olika arrangemangen, beläggnings- och omsättningsuppgifter från hotellen samt uppgifter om intäkter för Göransson Arena. Utöver dessa uppgifter har också utvärderingsfrågor om evenemanget och dess delar ställts i undersökningen. I rapporten redovisas också översiktligt resultatet från några mindre undersökningar som genomförts bland företag i Sandviken. Dessa undersökningar har genomförts lokalt där NordAnalys inte har varit inblandade i upplägg och genomförande.

## **Metod**

Undersökningen har genomförts med hjälp av personliga intervjuer. Intervjuerna har genomförts av elever vid Turism- och handelsprogrammet, totalt ca 20 personer, vilka har utbildats för uppdraget av NordAnalys under en halvdag. Intervjuerna har genomförts vid arrangemangen på Göransson Arena, samt på olika platser i centrala Sandviken där olika arrangemang har pågått. Intervjuarbetet har i stort fungerat på ett tillfredsställande sätt, men med vissa variationer i genomförandekvalitén. Totalt har 440 (355 med Sandvikenbor och 85 med tillresta besökare) godkända intervjuer bearbetats och svarsfrekvensen för undersökningen är 73%, vilket under rådande förhållande får anses vara fullt godkänt.

Två olika frågeformulär har använts, ett för Sandvikenbor och ett för tillresta besökare. De två formulären har till största delen innefattat samma frågor och men har till vissa delar för den aktuella målgruppen bestått av unika frågor.

Till grund för beräkningarna av ekonomiska effekter har vi också använt uppgifter om antal besökare på de tre arrangemangen på Göransson Arena. Från hotell i Sandviken och Gävle har vi fått uppgifter om gästnätter och omsättning baserat på övernattande gäster kopplade till arrangemanget (artister och produktionsapparat) samt uppgifter om antal besökare och gästnätter med utgångspunkt från tillresta besökare som skulle besöka Melodifestivalen. Göransson Arena har redovisat intäkter för arrangemangen. Viss oklarhet råder när det gäller dessa intäkters fördelning.

Med utgångspunkt från uppgifterna om gästnätter, omsättning och besökare på Göransson Arena har vi sedan med underlag från undersökningen genomfört olika beräkningar för att fastställa de totala effekterna av arrangemanget. Eftersom beställaren valde att avstå från en separat undersökning bland befolkningen i Sandviken blir beräkningarna inte lika exakta som annars hade varit fallet. Sammantaget bedömer vi dock att resultatet är tämligen tillförlitligt, även om presenterade siffror inte ska tolkas som absoluta sanningar. Både vissa antaganden och statistiska felmarginaler kan ha påverkan på resultatet.

### **Beräkningar av arrangemangets effekter**

3 arrangemang genomfördes på Göransson Arena. Utöver själva huvudtävlingen lördag kväll genomfördes också två repetitioner, fredag kväll och lördag eftermiddag.

Enligt uppgifter från arenabolaget fördelades antalet personer i publiken enligt följande:

Fredag repetition	5 679
Lördag repetition	3 488
Lördag huvudtävling	5 898

Våra beräkningar ger följande fördelning mellan Sandvikenbor och tillresta besökare:

	Sandvikenbor	Tillresta besökare
Fredag repetition	4 339	1 340
Lördag repetition	2 536	952
Lördag huvudtävling	4 438	1 460

Ytterligare 884 tillresta personer beräknas ha besökt arrangemangen i centrala Sandviken utan att ha besökt något av arrangemangen på arenan. En absolut merpart av dessa hade dock besökt Sandviken under de aktuella dagarna även om Melodifestivalen inte hade ägt rum.

Ytterligare 6 064 Sandvikenbor beräknas ha besökt arrangemangen i centrala Sandviken utan att ha besökt något av arrangemangen på arenan.

Samtantaget innebär detta att 3 870 tillresta personer har besökt Sandviken under de aktuella dagarna, varav 77% motsvarande ca 3 000 personer som en direkt effekt av Melodifestivalen. Drygt 16 000 Sandvikenbor har tagit del av arrangemangen kring Melodifestivalen, varav 62% eller 10 163 besökte något av arrangemangen på arenan.

Det genomsnittliga utlägget för de tillresta besökarna i Sandviken för vilka Melodifestivalen var huvudorsaken till besöket, exkl. biljettköp, var 416 kr/person. Övriga tillresta besökare spenderade 344 kr/person. Motsvarande för Sandvikenborna var 277 kr/person sett som en merkonsumtion pga. Melodifestivalen, exkl. biljettköp.

Det innebär en total omsättning från tillresta besökare på  $416 \text{ kr} \times 2\,986 = 1\,242\,176 \text{ kr}$ .  
Övriga tillresta besökare omsatte  $344 \text{ kr} \times 884 = 304\,000 \text{ kr}$ . För den sistnämnda gruppen kan dock omsättningen inte ses som en primär effekt av Melodifestivalarrangemangen.

Den sammanlagda omsättningen från Sandvikenborna som tagit del av någon del av Melodifestivalarrangemanget beräknas till  $277 \text{ kr} \times 16\,288 = 4\,511\,776 \text{ kr}$ . Hur stor andel av denna omsättning som kan sägas utgöra ett lokalekonomiskt tillskott är lite svårt att säkert uttala sig om, men vår bedömning är att knappt 30% eller  $1\,280\,000 \text{ kr}$  kan ses som ett lokalekonomiskt tillskott utifrån resonemanget att dessa pengar hade spenderats på annan ort än Sandviken om det inte hade varit något Melodifestivalarrangemang i staden.

Intäkterna från biljettförsäljningen ligger helt utanför dessa beräkningar eftersom intäkterna har gått till ett företag utanför Sandviken. Utifrån våra beräkningar uppgick biljettförsäljningen totalt till ca  $6\,560\,000 \text{ kr}$ , varav Sandvikenborna stod för  $4\,930\,000 \text{ kr}$ . Denna summa kan i princip betraktas som "dränage" ur den lokala ekonomin. En del av dessa pengar återförs dock till den lokala ekonomin genom utlägg från produktionsbolaget (hyra av arena, boende och andra omkostnader). Intäkterna för Göransson Arena uppgick enligt uppgift till  $1\,500\,000 \text{ kr}$ . Varifrån dessa intäkter exakt härrör har vi inte fått någon redovisning av, vilket ger en viss osäkerhet i beräkningarna. Intäkterna för hotellen som svarat för logi för artister, produktionsapparat etc. uppgick till  $500\,000 \text{ kr}$ , varav  $298\,000$  i Gävle och resterande i Sandviken. Utöver detta är det rimligt att anta en viss ytterligare konsumtion för denna grupp.

Sammantaget innebär detta följande:

Den totala omsättningen av arrangemanget uppgick till 12,7 miljoner kr  
Sandvikenborna omsatte ca 9,45 miljoner kr  
Tillresta besökare omsatte ca 3,25 miljoner kr

Den totala omsättningen har fördelats enligt följande:

Biljettförsäljning	6,56 milj kr
Logiintäkter	0,38 milj kr
Aktiviteter	0,32 milj kr
Livsmedel	1,20 milj kr
Lokala transporter	0,49 milj kr
Övrig shopping	1,44 milj kr
Resturang/nöje	2,31 milj kr

Om man vill försöka göra en bedömning av den lokalekonomiska effekten av arrangemanget, dvs. omsättning som kan sägas utgöra ett tillskott till den lokala ekonomin och som är en effekt av Melodifestivalen, så handlar det om betydligt mindre effekter. Totalt gör vi bedömningen att den totala lokalekonomiska effekten uppgår till ca 3,45 miljoner kr

Av denna omsättning står tillresta besökare för ca 1,62 milj kr  
Sandvikenborna svarar för ca 1,73 milj kr

Den sammantagna nettoeffekten av "biljettdränaget", dvs. biljettinköp av Sandvikenbor som försvinner ur den lokala ekonomin bedöms vara ca 3,6 miljoner kr. Det innebär att arrangemanget som helhet ur ett strikt kortsiktigt lokalekonomiskt perspektiv i princip går "jämnt ut".

I slutändan handlar det dock om vilket synsätt man väljer att anta, i ett kortsiktigt perspektiv så är arrangemanget naturligtvis en ekonomisk injektion. Ett urval av företag inom handel och restaurang anger en omsättningsökning på 27% under de dagar som evenemanget pågick jämfört med motsvarande period föregående år. I ett längre perspektiv så handlar det främst om hur den aktuella konsumtionen från Sandvikenborna under arrangemanget påverkar deras framtida konsumtion. Detta är mycket svårt att med någon större säkerhet uttala sig om.

De viktigaste effekterna av arrangemanget ska enligt vår mening snarare ses som en positiv händelse i Sandviken som ger invånarna ett mervärde i form av kultur, nöje och socialt umgänge, samtidigt som det förhoppningsvis stärker bilden av Sandviken både som en attraktiv stad att bo i, men också som en stad att besöka. Därutöver så har Sandviken som stad fått omfattande medial exponering som en effekt av Melodifestivalen. Värdet av detta ligger utanför vårt uppdrag att beräkna, men siffror som tagits fram av Sandvikens kommun visar att det handlar om stora värden. Utmaningen ligger i att tillvarata dessa effekter och utnyttja dem framåt i tiden.

## **Besökarna och arrangemangen**

Två tredjedelar av samtliga intervjuade utgörs av kvinnor och medelåldern är 42 år. Skillnaden mellan Sandvikenborna och de tillresta besökarna är liten. Man kan konstatera att i gruppen som har besökt något av arrangemangen på Göransson Arena så är dominansen av kvinnorna ytterligare något högre (68%) och medelåldern är 40 år, jämfört med 45 år bland övriga.

En tredjedel av Sandvikenborna som besökte Göransson Arena har tidigare besökt ett Melodifestivalarrangemang, motsvarande andel bland de tillresta besökarna är 38%. I gruppen som inte besökte Göransson Arena är det 20% som tidigare har besökt något Melodifestivalarrangemang. Bland Sandvikenborna anger knappt 13% att de troligen hade rest någon annanstans för att se på Melodifestivalen om arrangemanget inte hade ägt rum i Sandviken. I gruppen tillresta är motsvarande andel 29%. Bland Sandvikenborna som inte såg en annan Melodifestival som alternativ till Sandviken svarar 11% att alternativet hade varit att resa iväg och spendera motsvarande pengar som spenderades under arrangemanget någon annanstans. Med hänsyn taget till att en stor andel inte vet vad de hade gjort för motsvarande pengar istället, har vi antagit att ytterligare en del sannolikt hade spenderat motsvarande pengar utanför Sandviken. Sammantaget innebär det att vi i våra beräkningar har utgått från att 35% av Sandvikenbornas konsumtion kan sägas utgöra ett lokalekonomiskt tillskott, där alternativet hade varit att omsätta motsvarande pengar utanför kommunen.

27% av de tillresta besökarna som besökte något arrangemang på arenan svarar att de säkert eller troligen hade besökt Sandviken även om det inte hade varit Melodifestival. Motsvarande andel bland dem som inte besökte arenan är 75%. Vi har i våra ekonomiska beräkningar dock utgått från att samtliga tillresta besökare som också har besökt arenan utgör ett lokalekonomiskt tillskott som en effekt av Melodifestivalen.

35% av de tillresta besökarna övernattade under besöket i Sandviken, 38% bland dem som inte besökte arenan och 33% bland arenabesökarna. 26% av de tillresta besökarna som övernattade bodde på hotell, 63% hos släkt och vänner och övriga i eget fritidshus. Knappt 20% av Sandvikenborna i undersökningen har haft tillresta på besök som har övernattat.

Utvärderingen av de olika aktiviteterna/arrangemangen får genomgående bra betyg av besökarna, särskilt Sandvikenborna. Aktiviteterna/arrangemangen i anslutning till festivaltältet/Jerntorget får 5,0 i medelbetyg (6-gradig skala) av Sandvikenborna och 4,7 av de tillresta besökarna. Kommentarererna är överlag positiva. Även aktivisterna kring Jansasparken/Folkets hus/"Krysset" får godkända betyg, om än inte riktigt lika höga, 4,5 respektive 4,3. Utsmyckningarna och ljusinstallationerna på stan uppskattas också i hög grad med betyg på 4,7 från Sandvikenborna och 4,5 från de tillresta besökarna. Av kommentarererna så återfinns i huvudsak också mest positiva kommentarer.

Som helhet får aktiviteterna/arrangemangen ett medelbetyg på 4,8 av Sandvikenborna och 4,7 av de tillresta besökarna. Av samtliga kommentarer är en absolut majoritet positiva och bland negativa kommentarer och förbättringsförslag så handlar det inte om negativ inställning till arrangemanget som helhet, utan snarare olika mindre detaljer som hade kunnat vara bättre.

## Övriga undersökningar

Nedan följer en kortsammanfattning av resultaten från de undersökningar som har genomförts lokalt utan medverkan från NordAnalys.

### Lokal undersökning ett urval av handel och restaurang

- Omsättningsökning +27%
- 29 av 30 vill se fler liknande arrangemang
- 23 av 30 tycker att ”Melodifestivalen har gjort Sandviken mer attraktiv som stad”
- 23 av 30 upplever att Melodifestivalen har varit bra för det egna företaget

### Exempel på kommentarer

- ”Uppslutningen från allmänheten och entusiastiska arrangörer.”
- ”Det är alltid bra att sätta staden på kartan. De flesta invånarna var positiva, glada i glitter. Glamour! Arbetade mot samma mål, ”spännande mål”, att få Sandviken till en festivalstad. Bra samarbete och fest mellan alla butiker.”
- ”Gemensam utsmyckning och dekorationer. Aktiviteter som vänder sig till alla”.
- ”Mycket folk ute det var en positiv impuls”.
- ”Mycket folk, sandvikenborna tar sig ut när det händer något. Butiker och företag runt centrum fick sig ett lyft, alla försökte verkligen! Enklare att få folk till engagemang i anslutning till Melodifestivalen.”
- ”Annonsering, att alla visste att nu sker det... På stan lockade alla åldrar även fast det är februari.”

### Exempel på förbättringsförslag

- ”Bättre skyltat till arenan, fler program uppsatta i stan om tider och platser för happenings. Skivsignering i gallerian hade varit kul (eller bara autografer).”
- ”Ännu bättre förberedande och medryckande aktiviteter innan eventuella arrangemang för att få så många företag med som möjligt.”
- ”Marknadsföring och annonsering utanför Sandviken! Framförallt Gävle med omnejd!”

### Lokal undersökning sponsorer och samarbetspartner

- Överlag positiva till samarbetet
- Den ”egna nyttan” varierar (3,8 på 5-gradig skala)
- Stärkt kännedom Sandviken som vinterdestination (4,2 på 5 gradig skala)
- 10 av 11 tycker att evenemanget gjort Sandviken mer attraktiv som stad
- Samtliga tycker att evenemanget har skapat en positiv känsla i samhället
- Samtliga positiva till framtida liknande evenemang



## **Slutord**

Att utvärdera effekterna av den här typen av evenemang är förknippat med en hel del svårigheter, särskilt när det gäller den "egna befolkningens" beteende och konsumtion. Trots nödvändigheten att göra vissa antaganden och förenklingar är vår bedömning att den här undersökningen ger ett "rättvisande" resultat av Melodifestivalarrangemanget i Sandviken när det gäller de ekonomiska effekterna. Resultatet ska som tidigare nämnts inte tolkas som en exakt sanning, men även med hänsyn taget till en viss osäkerhet i materialet och resultatet så kan man fastslå att evenemanget i ett kortsiktigt lokalekonomiskt perspektiv hamnar på eller nära ett 0-resultat.

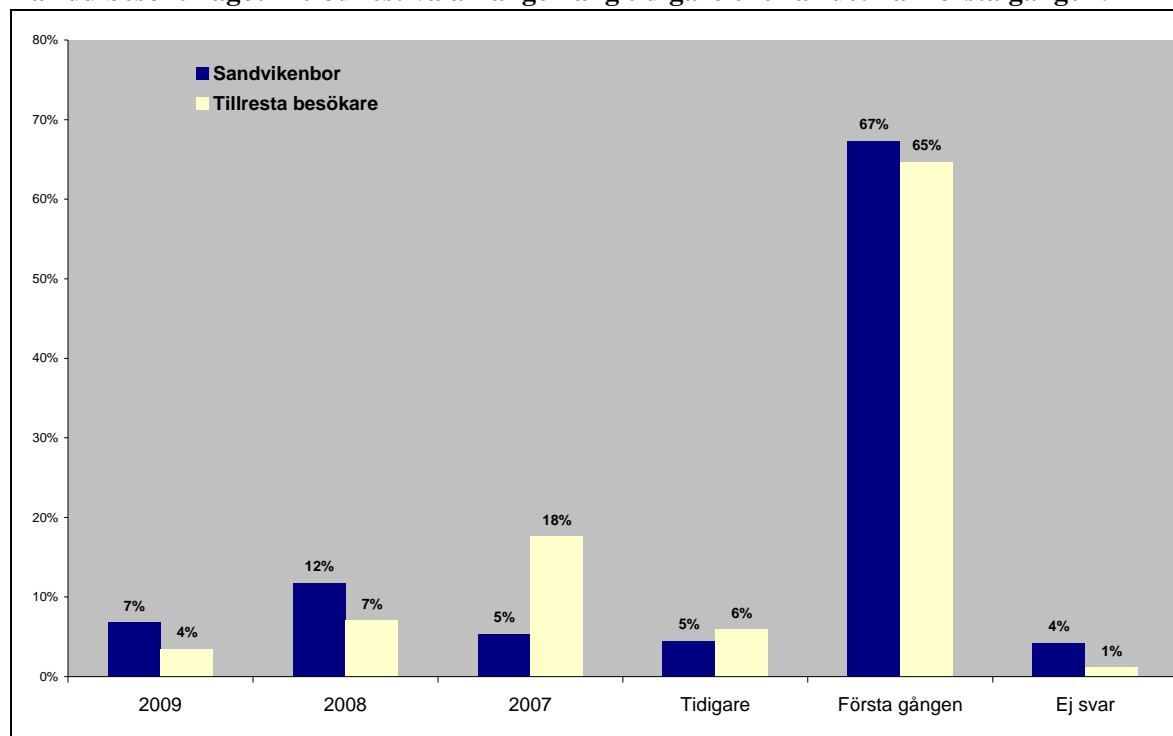
När det gäller evenemang handlar det i hög grad om vilket synsätt som man antar och vilken strategi man utgår ifrån när man bestämmer sig för att genomföra ett evenemang. Helt klart är att den här typen av stora arrangemang ger en injektion både i ekonomiska och mer emotionella termer kopplat till lokalbefolkningen. Därutöver uppstår betydande uppmärksamhetsvärde i ett nationellt perspektiv, där Sandviken under ett antal dagar fått stor uppmärksamhet i media. Det är vår bedömning att det främst är de två sistnämnda effekterna som i ett längre perspektiv är mest värdefulla, även om arrangemanget kortsiktigt också för med sig en ökad ekonomisk aktivitet i området. Mycket av denna ekonomiska aktivitet står dock Sandvikenborna själva för, samtidigt som pengar försvinner från den lokala ekonomin som en effekt av att främst biljettintäkterna till största delen hamnar utanför staden.

Det sammantagna intrycket är dock att arrangemanget som helhet har uppfattats som mycket positivt av lokalbefolkning och tillresta besökare och i huvudsak spridit positiva effekter för näringen i Sandviken.

# Redovisning av undersökningens frågor

## Tidigare erfarenhet av Melodifestivalen

Har du besökt något Melodifestivalarrangemang tidigare eller är det här första gången?

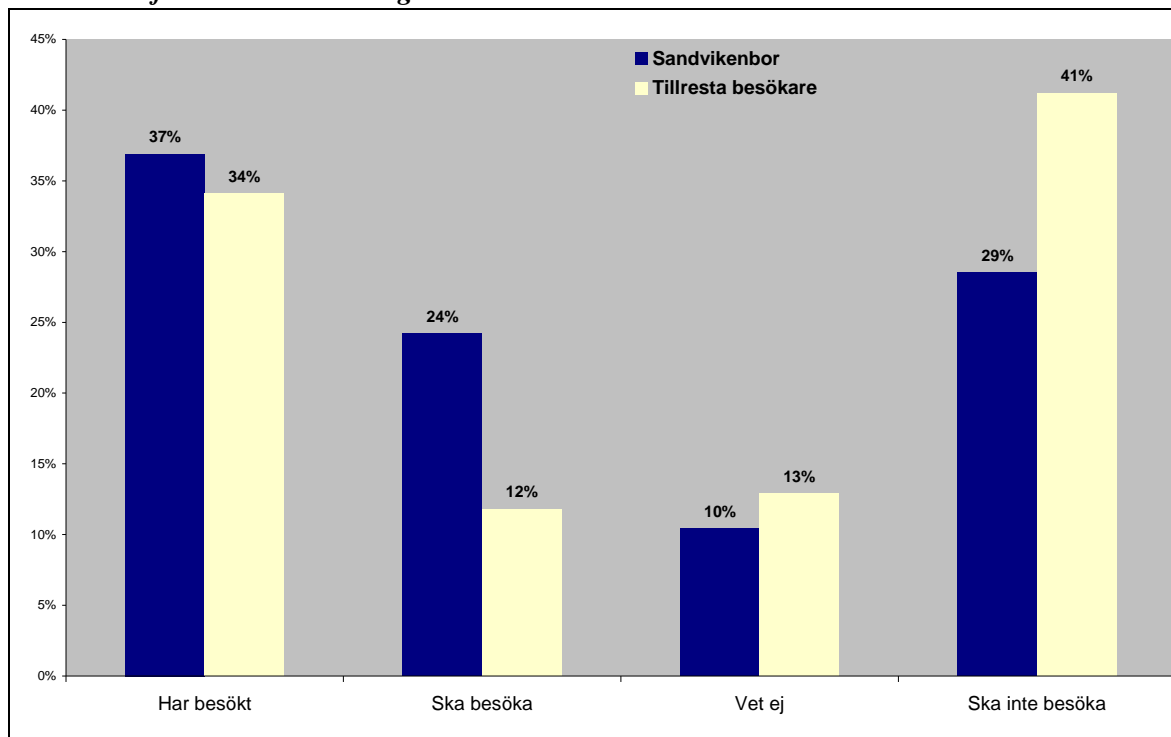


	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Första gången	69%	66%	79%	62%	81%	100%		67%	70%	69%	59%	74%	79%	70%	66%	64%	77%	71%	70%	63%
Har besökt tidigare	31%	34%	21%	38%	19%		100%	33%	30%	31%	41%	26%	22%	30%	34%	36%	23%	29%	30%	37%

## Besöksfrekvens

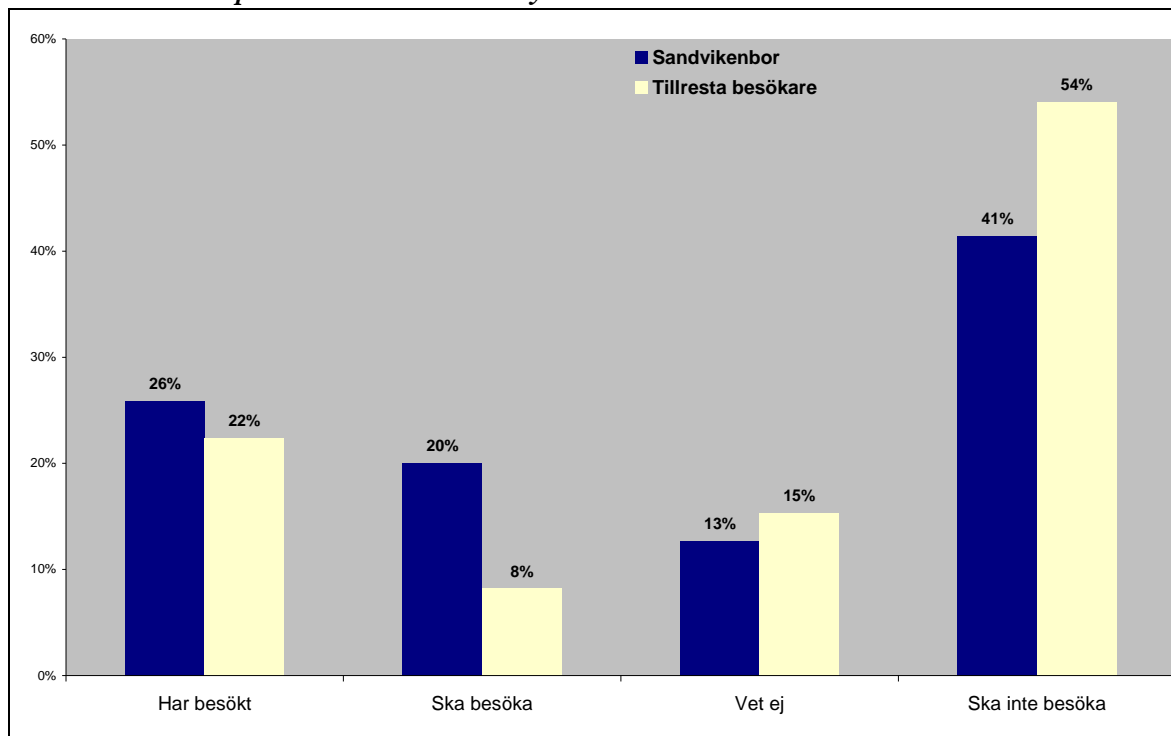
Vilka av följande evenemang/aktiviteter har du eller ska du besöka i samband med Melodifestivalen i Sandviken?

### Aktiviteter i festivaltältet/Jerntorget



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Har besökt	36%	36%	38%	32%	44%	38%	37%	33%	38%	30%	38%	31%	50%	24%	42%	48%	44%	35%	30%	43%
Ska besöka	22%	23%	26%	12%	13%	21%	22%	24%	21%	30%	18%	23%	12%	27%	17%	21%	23%	15%	30%	23%
Vet ej	11%	10%	12%	16%		12%	7%	9%	12%	10%	9%	11%	16%	16%	11%	6%	8%	11%	12%	8%
Ska inte besöka	31%	31%	24%	41%	44%	29%	34%	34%	29%	30%	35%	35%	23%	32%	30%	25%	25%	39%	28%	26%

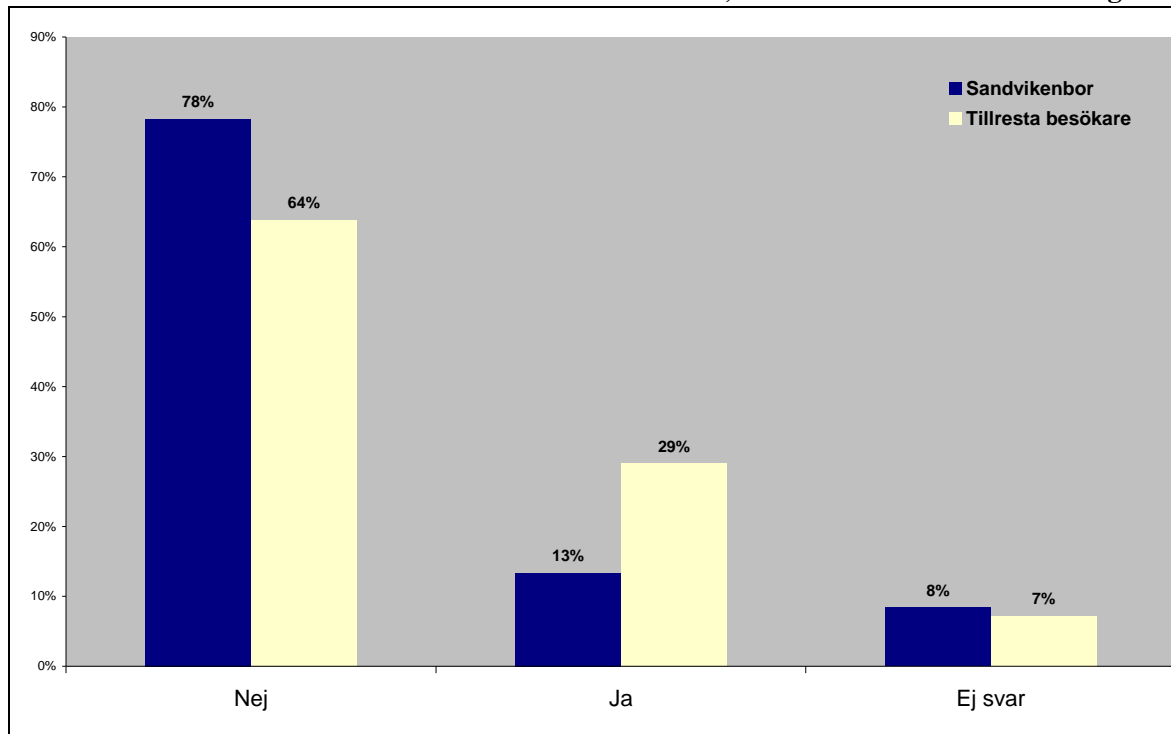
**Aktiviteter i Janssparken/Folkets Hus/"Krysset"**



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers >18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Har besökt	25%	23%	32%	22%	25%	28%	22%	24%	26%	17%	33%	24%	31%	27%	22%	33%	33%	25%	22%	27%
Ska besöka	18%	21%	19%	7%	13%	18%	15%	19%	18%	16%	16%	21%	19%	14%	16%	17%	25%	12%	20%	25%
Vet ej	13%	12%	13%	17%	6%	12%	16%	12%	14%	15%	15%	8%	16%	19%	12%	9%	11%	14%	14%	11%
Ska inte besöka	44%	45%	36%	54%	56%	43%	46%	45%	43%	52%	37%	47%	35%	41%	50%	42%	31%	49%	44%	38%

## Annat Melodifestivalarrangemang som alternativ till Sandviken

Om du inte hade besökt Melodifestivalen här i Sandviken, tror du att du hade åkt till någon annan stad för att se på Melodifestivalen?



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	296	227		69		189	103	89	200	81	89	78	41	23	45	90	68	92	106	86
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	77%		23%		65%	35%	30%	68%	27%	30%	26%	14%	10%	20%	40%	30%	31%	36%	29%
Nej	75%	78%		64%		76%	75%	72%	76%	72%	78%	78%	68%	74%	82%	73%	85%	77%	78%	72%
Ja	17%	13%		29%		16%	19%	19%	16%	19%	18%	17%	12%	17%	7%	24%	12%	15%	15%	21%
Ej svar	8%	8%		7%		8%	7%	9%	8%	10%	3%	5%	20%	9%	11%	2%	3%	8%	7%	7%

### *Alternativt arrangemang:*

#### **Sandvikenbor**

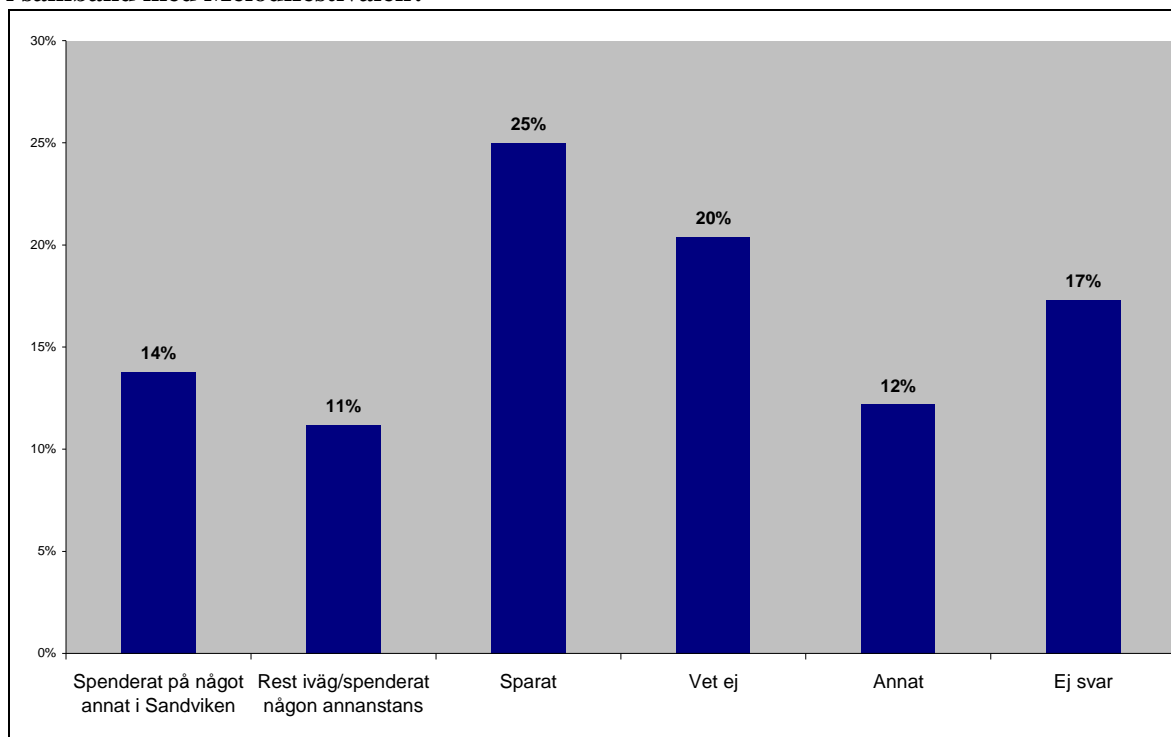
- Globen
  - Globen
  - Globen
  - Globen
  - Gävle
  - Gävle
  - Gävle
  - Gävle
- Gävle
  - I så fall Gävle
  - Kanske Globen
  - Någon annan stad med deltävling
  - Närmast möjligt
  - Om i närheten
  - Stockholm
  - Stockholm
- Stockholm
  - Stockholm
  - Stockholm
  - Stockholm
  - Stockholm
  - Vet ej ännu
  - Vet inte
  - Vet inte

#### **Tillresta besökare**

- Beror på avstånd
  - Globen
  - Globen
  - Gävle
  - Göteborg
  - Göteborg
- Kanske Malmö
  - Kanske radie om 10 mil
  - Närmast möjliga
  - Stockholm
  - Stockholm
  - Stockholm
- Stockholm
  - Tillräckligt nära
  - Vet ej
  - Vet ej

## Alternativa ekonomiska utlägg

Vad hade du gjort med de pengar som du/din familj/ditt hushåll spenderar i samband med Melodifestivalen om du/ni inte hade besökt arrangemang i samband med Melodifestivalen?



Bas: Sandvikenbor som besökt arena men inte skulle besökt annan stad som alternativ till Melodifestivalen i Sandviken

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	196	196				128	65	55	135	59	52	51	28	16	38	59	49	65	67	55
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	100%				66%	34%	28%	69%	30%	27%	26%	14%	10%	24%	36%	30%	33%	34%	28%
Spenderat på något annat i Sandviken	14%	14%				16%	11%	20%	12%	12%	17%	12%	18%	19%	13%	10%	12%	9%	19%	13%
Rest iväg/spenderat någon annanstans	11%	11%				10%	14%	9%	13%	10%	17%	10%	7%	13%	8%	14%	16%	12%	10%	13%
Sparat	25%	25%				23%	29%	31%	22%	22%	19%	29%	29%	19%	26%	32%	22%	22%	30%	24%
Vet ej	20%	20%				24%	14%	18%	22%	17%	25%	20%	25%	19%	21%	29%	16%	28%	19%	16%
Annat	12%	12%				12%	14%	7%	14%	20%	10%	14%		19%	8%	5%	22%	14%	8%	18%
Ej svar	17%	17%				15%	19%	15%	17%	19%	12%	16%	21%	13%	24%	10%	10%	15%	13%	16%

## Annat

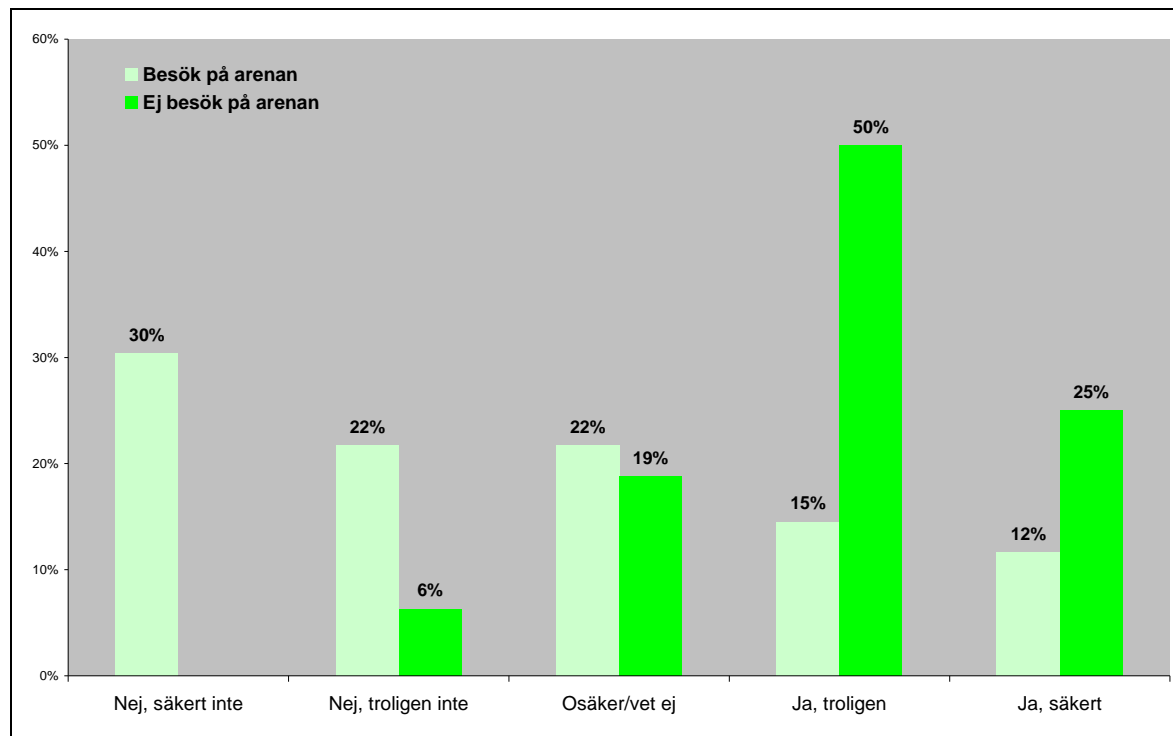
- Biljett i julklapp, annat
- Festat loss
- Fått biljett
- Fått biljett
- Fått biljetten
- Fått biljetten
- Fått biljetter
- Kläder
- Kläder, möbler
- Krogbesök
- Krogbesök
- Krogen
- Köpt vin
- Middag
- Något annat
- Roat mig med
- Rusta
- Shoppat
- Shopping
- Shopping
- Snickra på huset - brädor
- Utlandsresa
- Vet inte
- Öl, kläder



## Melodifestivalens betydelse för besöket i Sandviken

Hade du besökt Sandviken vid det här tillfället även om det inte hade varit Melodifestival?

Bas: Tillresta besökare

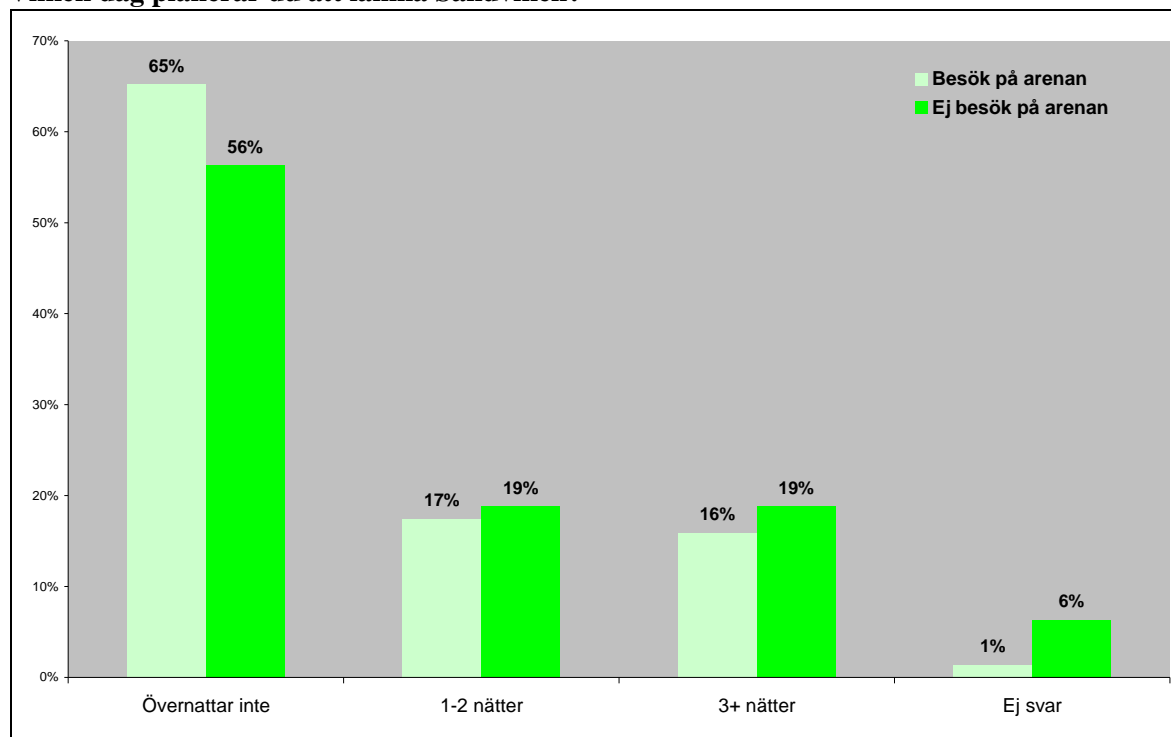


	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	85			69	16	55	29	31	54	16	31	23	15	8	12	21	15	28	33	22
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%			81%	19%	66%	35%	37%	64%	19%	37%	27%	18%	14%	21%	38%	27%	33%	39%	26%
Nej, säkert inte	25%			30%		31%	14%	29%	22%	38%	13%	26%	33%	50%		14%	13%	14%	33%	27%
Nej, troligen inte	19%			22%	6%	15%	24%	19%	19%	6%	32%	9%	20%			33%	33%	11%	18%	27%
Osäker/vet ej	21%			22%	19%	18%	28%	23%	20%	25%	23%	30%		13%	17%	19%	13%	25%	27%	5%
Ja, troligen	21%			15%	50%	26%	14%	16%	24%	31%	23%	17%	13%	13%	50%	19%	27%	25%	18%	23%
Ja, säkert	14%			12%	25%	11%	21%	13%	15%		10%	17%	33%	25%	33%	14%	13%	25%	3%	18%

## Vistelsetid i Sandviken

Vilken dag anlände du till Sandviken?

Vilken dag planerar du att lämna Sandviken?

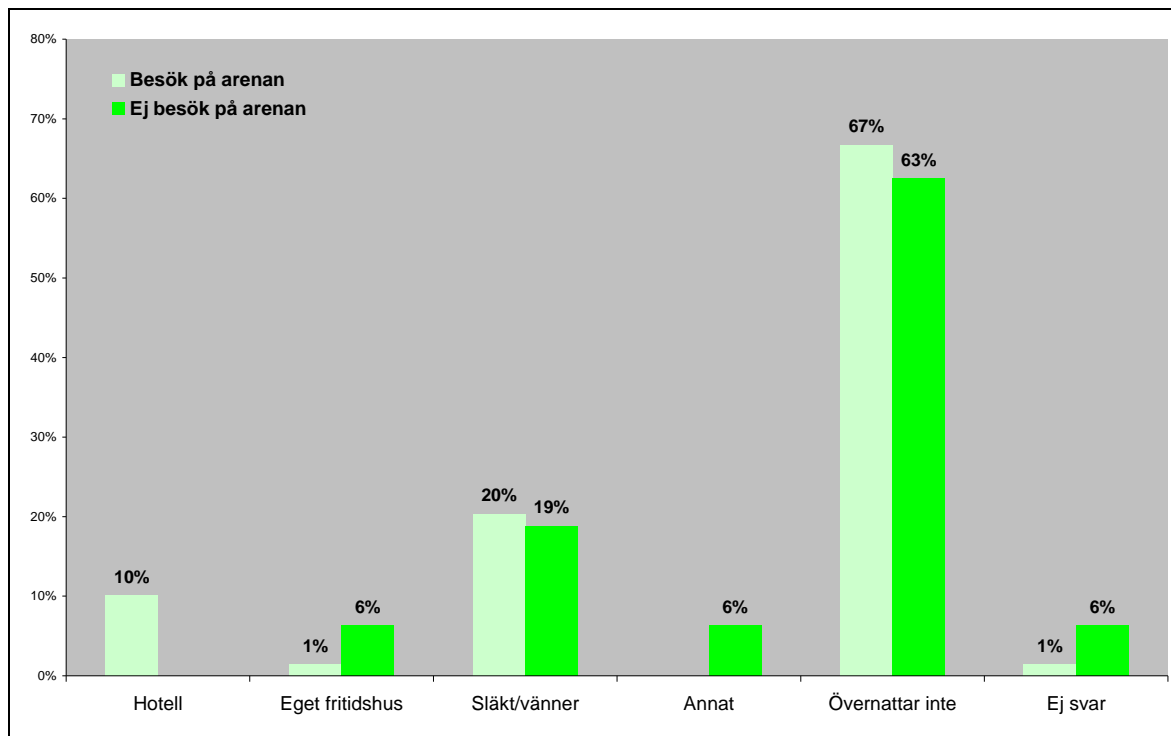


Bas: Tillresta besökare

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	85			69	16	55	29	31	54	16	31	23	15	8	12	21	15	28	33	22
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%			81%	19%	66%	35%	37%	64%	19%	37%	27%	18%	14%	21%	38%	27%	33%	39%	26%
Övernattar inte	64%			65%	56%	69%	52%	68%	61%	81%	58%	57%	67%	63%	42%	48%	67%	50%	73%	64%
1-2 nätter	18%			17%	19%	13%	28%	13%	20%	6%	13%	35%	13%	13%	42%	24%	13%	25%	18%	9%
3+ nätter	17%			16%	19%	16%	17%	16%	17%	13%	26%	9%	13%	25%	17%	29%	13%	21%	9%	23%
Ej svar	2%			1%	6%	2%	3%	3%	2%		3%		7%			7%		4%		5%

## Boendeform

### Hur övernattar du i Sandviken?

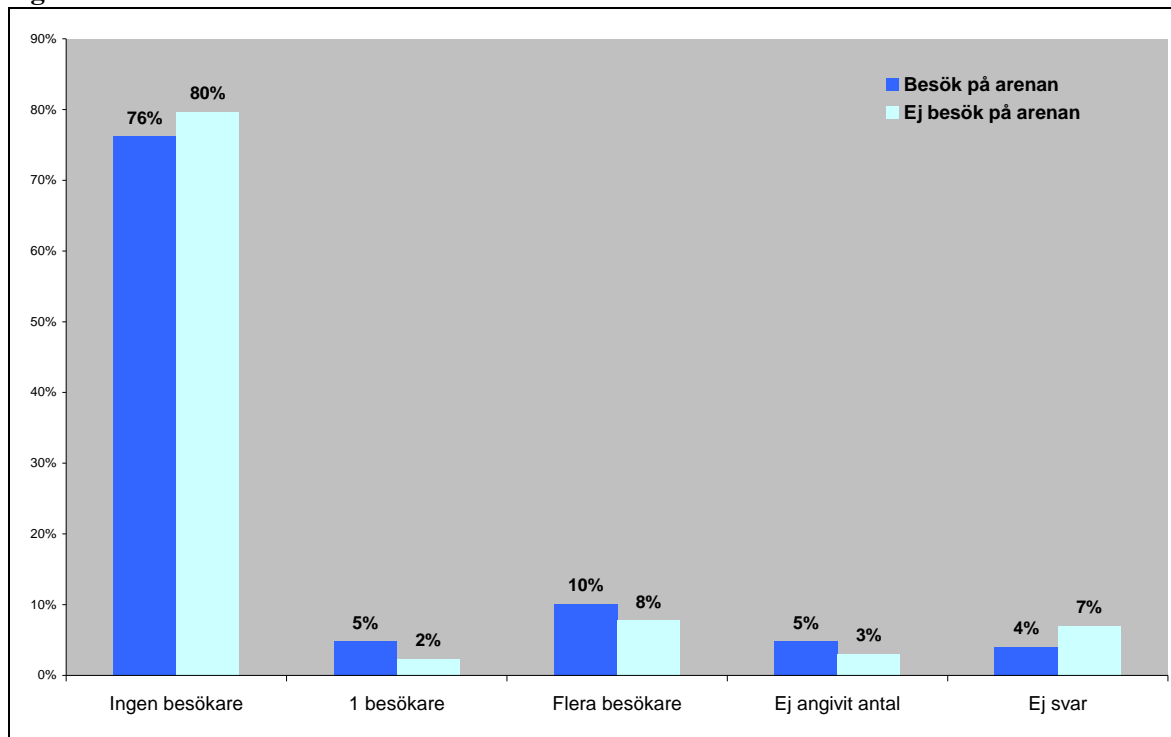


Bas: Tillresta besökare

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	85			69	16	55	29	31	54	16	31	23	15	8	12	21	15	28	33	22
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%			81%	19%	66%	35%	37%	64%	19%	37%	27%	18%	14%	21%	38%	27%	33%	39%	26%
Hotell	8%			10%		7%	10%	7%	9%		13%	13%			25%	14%		4%	9%	14%
Eget fritidshus	2%			1%	6%	2%	3%	3%	2%		7%				8%			4%		5%
Släkt/vänner	20%			20%	19%	15%	31%	19%	20%	19%	16%	26%	20%	25%	17%	29%	27%	32%	12%	18%
Annat	1%				6%	2%			2%				7%	13%				4%		
Övernattar inte	66%			67%	63%	73%	52%	68%	65%	81%	61%	61%	67%	63%	42%	57%	67%	50%	79%	64%
Ej svar	2%			1%	6%	2%	3%	3%	2%		3%	7%		8%		7%		7%		

## Övernattande besökare

Har du besök av någon/några vänner/bekanta med anledning av Melodifestivalen som normalt sett inte bor i Sandviken och som övernattar hos dig/er?



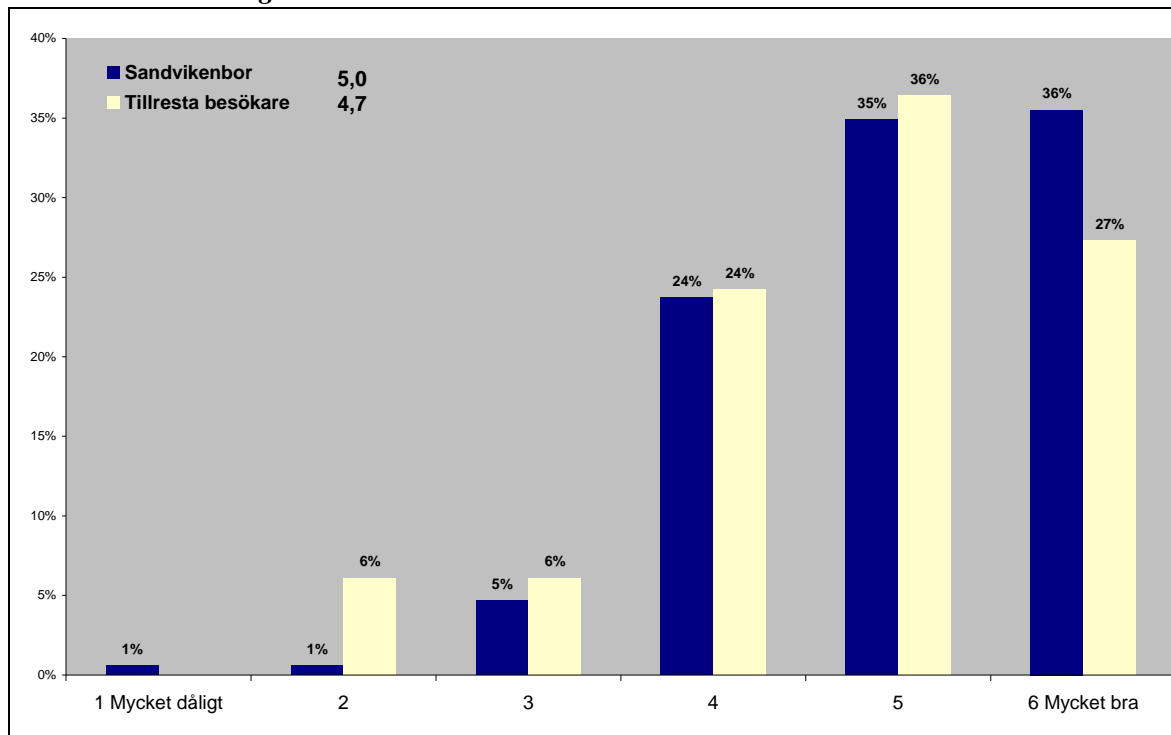
Bas: Sandvikenbor

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	355	227	128			239	101	109	237	109	79	90	69	29	64	109	85	131	102	87
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	64%	36%			70%	30%	31%	67%	31%	22%	25%	19%	10%	22%	38%	30%	37%	29%	25%
Ingen besökare	78%	76%	80%			80%	72%	75%	79%	83%	73%	80%	74%	79%	81%	77%	79%	76%	81%	85%
1 besökare	4%	5%	2%			4%	5%	3%	5%	6%	4%	3%	1%	10%	5%	3%	2%	5%	5%	2%
Flera besökare	9%	10%	8%			7%	14%	10%	9%	6%	14%	8%	13%	7%	8%	13%	9%	12%	6%	9%
Ej angivit antal	4%	5%	3%			3%	5%	7%	2%	2%	4%	3%	7%		5%	4%	5%	3%	4%	1%
Ej svar	5%	4%	7%			6%	4%	5%	5%	4%	5%	6%	4%	3%	2%	4%	5%	3%	4%	2%

## Utvärdering av aktiviteter/arrangemang

Sätt betyg på följande saker som du har upplevt under Melodifestivalen och olika kringaktiviteter

### Festivaltältet/Jerntorget



Svarsfördelning baserad på dem som tagit del av:  
46% av alla tillfrågade

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
1 Mycket dåligt	0%		1%				1%	1%		1%				3%						1%
2	1%		1%	3%		1%	1%	1%	1%		2%		1%	3%		1%	1%	1%	1%	1%
3	2%	2%	2%	3%		2%	2%	4%	1%	3%	3%	2%	1%	3%	5%	1%	2%	3%	3%	2%
4	11%	12%	11%	6%	25%	11%	12%	11%	11%	13%	10%	10%	12%	16%	15%	15%	7%	9%	12%	12%
5	16%	17%	16%	15%	13%	16%	18%	18%	16%	10%	21%	12%	24%	14%	20%	23%	18%	15%	18%	19%
6 Mycket bra	16%	18%	15%	9%	19%	18%	12%	12%	18%	15%	13%	18%	17%	8%	13%	17%	30%	15%	13%	18%
Ej tagit del av/ingen uppfattning	54%	52%	54%	65%	44%	52%	54%	53%	54%	58%	52%	58%	45%	54%	47%	44%	42%	59%	53%	48%
Medelbetyg (skala 1-6)	4,9	5,1	4,9	4,7	4,9	5,0	4,8	4,7	5,1	4,8	4,8	5,1	5,0	4,3	4,8	5,0	5,3	5,0	4,8	5,0

## Kommentarer

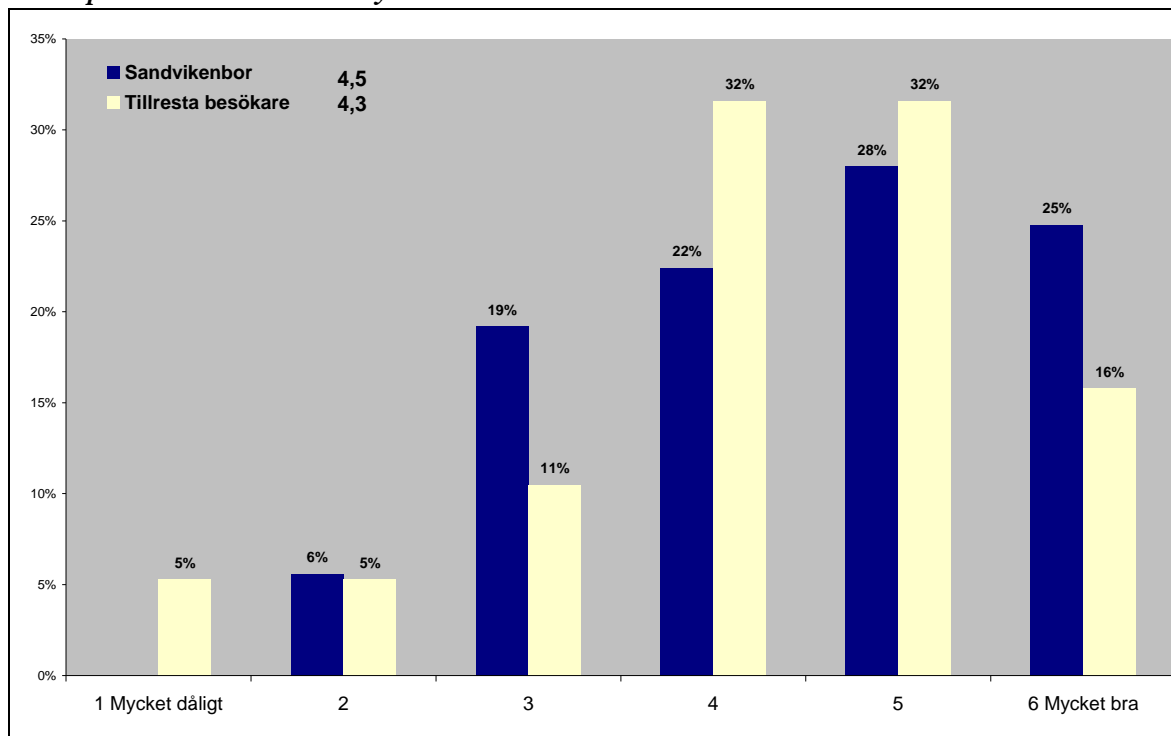
### Sandvikenbor

- Bra att det händer något
- Bra med Johnsson
- Calle K ägde
- Det är toppen, tur att vi gick hit
- Fint tält
- För mycket folk
- Grymt fint
- Jätteläcker, bra mat
- Kanon
- Lite högt ljud i tältet
- Lite större
- Litet, mycket reklamänniskor
- Mer att se
- Mer musik på stan
- Mycket bra
- Mycket folk
- Stort
- Tycker den inte var så bra uppbyggd
- Tältet är jättebra
- Varmt, fint
- Väldigt bra gjort

### Tillresta besökare

- Fint
- God mat, generöst
- Härligt tält
- Jättetjusigt
- Lite folk
- Tycker det är toppen
- Väldigt bra arrangerat

Janssparken/Folkets hus/"Krysset"



Svarsfördelning baserad på dem som tagit del av:  
33% av alla tillfrågade

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
1 Mycket dåligt	0%			1%		0%		1%				1%			1%					1%
2	2%	3%	1%	1%		1%	4%	1%	2%	2%	2%	3%		11%		2%	2%		2%	6%
3	6%	8%	6%	3%		7%	5%	4%	7%	7%	7%	4%	6%	5%	12%	9%	1%	7%	5%	6%
4	8%	8%	7%	6%	13%	9%	7%	10%	7%	5%	11%	8%	8%	11%	7%	12%	6%	6%	13%	5%
5	9%	8%	14%	6%	13%	10%	10%	9%	10%	8%	10%	9%	12%	14%	7%	13%	12%	9%	10%	12%
6 Mycket bra	8%	8%	9%	3%	6%	9%	5%	9%	7%	6%	7%	11%	7%	3%	1%	7%	22%	8%	4%	11%
Ej tagit del av/ingen uppfattning	67%	66%	63%	80%	69%	65%	69%	66%	67%	72%	63%	66%	67%	57%	72%	57%	57%	71%	67%	61%
Medelbetyg (skala 1-6)	4,4	4,3	4,7	4,1	4,8	4,5	4,2	4,5	4,4	4,3	4,4	4,5	4,6	3,8	3,8	4,3	5,2	4,6	4,3	4,4

## Kommentarer

### **Sandvikenbor**

- Borde vara mer för barn
- Sådär
- Förväntansfull
- Bra för barnen i Jansas

- Gillar skridskobanan
- Toppen det med
- Saknas figurer och folk
- Ej mycket aktiviteter. Fint

- Janssparken varje vinter
- Isbanan borde finnas varje vinter

### **Tillresta besökare**

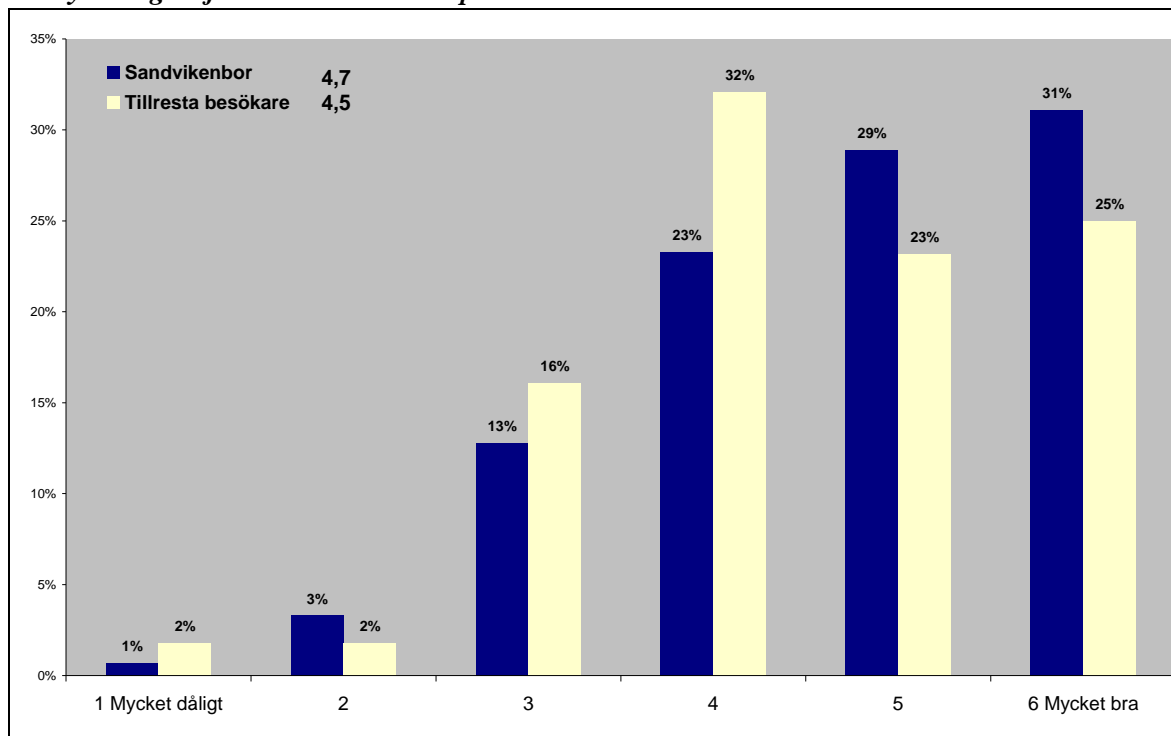
- Dåligt

- Lyste fin

- Lite folk



### Utsmyckningar/ljusinstallationer etc. på stan



Svarsfördelning baserad på dem som tagit del av:  
82% av alla tillfrågade

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
1 Mycket dåligt	1%		2%	1%		1%	1%	1%	0%	2%		1%		3%	1%			1%		1%
2	3%	3%	3%	1%		3%	2%	4%	2%	6%	2%		2%	8%	3%	2%	1%	4%	2%	1%
3	11%	12%	9%	10%	13%	12%	9%	13%	10%	16%	9%	15%	1%	27%	22%	6%	5%	12%	13%	8%
4	20%	19%	23%	20%	25%	18%	23%	21%	20%	22%	24%	13%	24%	27%	36%	22%	9%	25%	16%	19%
5	23%	29%	17%	17%	6%	21%	29%	24%	22%	22%	26%	21%	21%	5%	25%	42%	15%	20%	21%	30%
6 Mycket bra	25%	26%	27%	13%	31%	26%	24%	16%	30%	14%	28%	34%	25%	11%	8%	21%	62%	26%	23%	24%
Ej tagit del av/ingen uppfattning	18%	11%	20%	36%	25%	19%	13%	21%	16%	18%	11%	16%	26%	19%	5%	8%	8%	11%	25%	17%
Medelbetyg (skala 1-6)	4,7	4,7	4,7	4,4	4,8	4,7	4,7	4,4	4,8	4,2	4,8	4,8	4,9	3,7	4,1	4,8	5,4	4,6	4,7	4,8

## Kommentarer

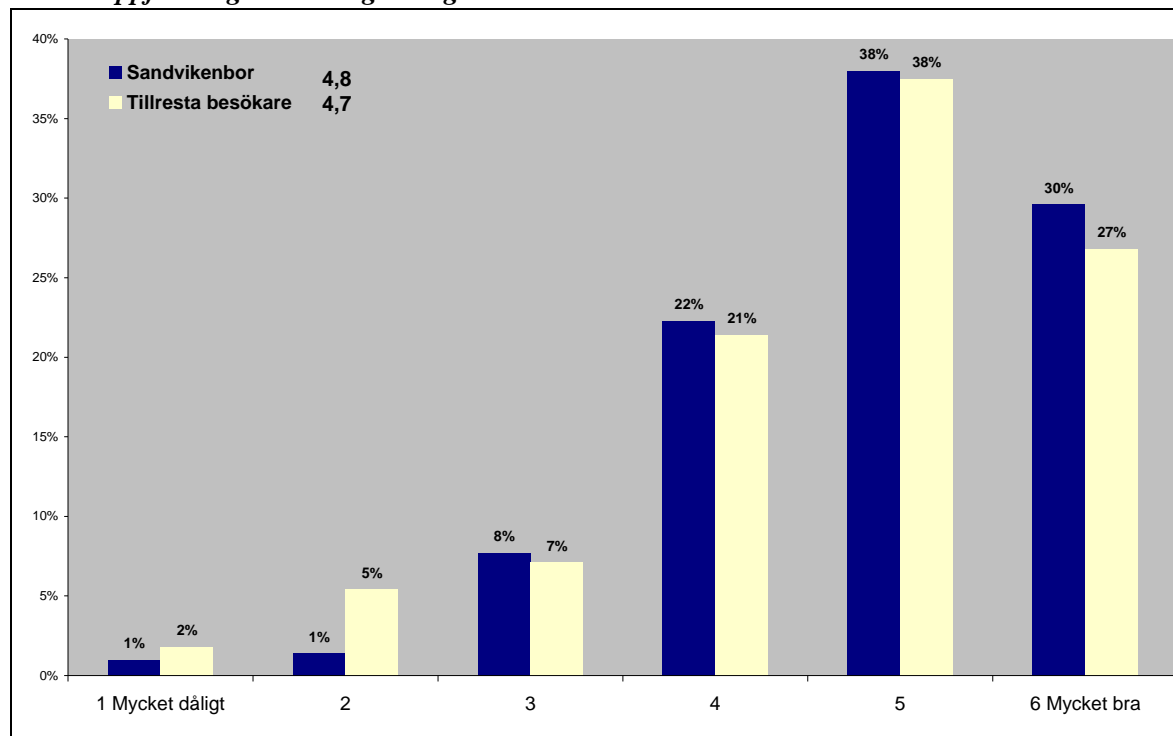
### Sandvikenbor

- Japanska lyktor
- Tjusigt
- Fint
- Mysigt
- Fint
- Fint
- Fint men ser malplacerat ut ibland
- Häftigt
- De borde ha de jämt
- Lite mer ljus, maffigare
- Lite liv i sömniga stan
- Mysigt med olika färger
- Statoil ser bra ut
- Ljustrappan var vacker
- Ljuspelarna - ett skämt
- Tycker det är bra
- Folk är lite pantade, bara föra att det är melodifestival så ska de pynta hela stan
- Åt helvete
- Ska se mer av det ikväll
- Fjantigt
- Skitfränt, mysigt
- Fint med olika färger, lite mer liv på det viset
- Mysigt
- Snyggt
- Fint
- Det är väl kul med lite nytt
- Gammal dekoratör, yrkesskada
- Mysigt, lite fler
- Läckert
- Ej märkt
- Helt ok
- Mycket snyggt
- Jättebra skyltfönster, ballonger på himlen bra
- Ser lite konstigt ut, för mycket
- Jättefint
- Mer ljus
- Mer ska det vara
- Mer
- Lite ljus
- Härligt med ljus
- Fint
- Mysigt, fint
- Mysigt
- Kul, annorlunda

### Tillresta besökare

- Jättefint
- Himla mysigt, borde vara så hela vintrarna
- De är fina
- Lite lam
- Inte sett
- Inte sett
- Bra
- Fint med olika färger
- Bra

## Helhetsuppfattning om arrangemang/aktiviteter



Svarsfördelning baserad på dem som tagit del av:  
78% av alla tillfrågade

	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
1 Mycket dåligt	1%		2%	1%		1%	2%	2%	0%	3%				11%				1%	2%	
2	2%	1%	1%	1%	13%	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	4%	19%				1%	2%	3%
3	6%	6%	6%	6%		7%	5%	9%	5%	9%	6%	6%	2%	70%				9%	7%	2%
4	17%	17%	20%	9%	38%	17%	19%	24%	14%	18%	16%	21%	13%		100%			25%	14%	13%
5	30%	32%	28%	25%	25%	28%	36%	24%	32%	30%	36%	22%	30%			100%		27%	27%	39%
6 Mycket bra	23%	25%	23%	17%	19%	26%	17%	19%	25%	15%	22%	30%	27%				100%	25%	22%	22%
Ej tagit del av/ingen uppfattning	22%	19%	20%	41%	6%	21%	19%	21%	21%	22%	20%	20%	24%					13%	27%	21%
Medelbetyg (skala 1-6)	4,8	4,9	4,7	4,8	4,4	4,9	4,7	4,6	4,9	4,5	4,9	4,9	5,0	2,6	4,0	5,0	6,0	4,7	4,7	5,0

## Kommentarer

### Sandvikenbor

- Bara sett programmet
- Jättebra
- Stort arrangemang
- Trevligt, lite extra
- Delat, satsa pengar på äldreomsorg och skola, men ganska bra ändå
- Bör vara mer
- Roligt
- Trevligt, lite extra
- Kul att det hänt
- Dyrt
- Positiv
- Bra
- Bra att de kommer hit

- Livligt i stan
- Positivt, mer arrangemang
- Jättebra
- Bra med folk som kommer hit
- Bra
- Toppen
- Positivt
- Rörligt
- Inte roligt
- Roligt att det händer något
- Roligt att det händer något
- Bra
- Bra pådrag från början, som mattas av
- Det verkar vettigt

- Lite tråkigt
- Kön
- Kul att de försöker
- Trevligt, lite extra
- Det är bra
- Härligt att Sandviken fått äran
- Gillar det skarpt
- Bra gjort av Sandviken
- Bra hemsida
- Mer reklam
- Mer musik i stan. Högre ljud, mer drag i stan.
- Det är nice
- Bra. Vi som tagit det på stort allvar.

### Tillresta besökare

- Rörligt mer för yngre generationer
- Mycket bättre än i Gävle
- Påkostat och bra
- Bra
- Dålig reklam. Tider t.ex.

- Hoppas på att det blir bra
- Gjort ett enastående arrangemang, har kommit för det här
- Inte hunnit med att se något än
- Trevliga tält, lite norrlandstema

- Jättebra
- Lite besviken, har hört på radion om att det skulle vara mer drag
- Roligt med lite annorlunda saker som händer



- Händer något, roligt
- Högbo
- Högbo har varit bra
- Högbo/lampor på Statoil, uppträdande Ica
- Ingen aning
- Inget
- Inget speciellt
- Inget speciellt
- Inte sett något än
- Kommer mer folk hit
- Kommer tycka tältet blir trevligt
- Kul
- Kul att det händer något här
- Kul att Sandviken kommer på kartan, mer än Sandvik och Tomas Ledin.
- Kvällarna
- Lampor i staden färgglatt
- Lampor och stämningen, lamporna i luften - onsdag
- Lamporna
- Lever upp staden, ger mer uppmärksamhet
- Lite överdrivet
- Liv på stan
- Livat upp stan, ljusen osv.
- Ljus
- Ljusen
- Ljut överallt, färgglatt, smyckas ut i skyltfönstren
- Lyft för Sandviken
- Lyfter Sandviken
- Låtarna
- Lägg pengarna till idrotten. Nya hallar - ex Storvik
- Mer fart
- Mer liv i stan
- Mindre kunder
- Musiken
- Musiken
- Musiken
- Mycket folk
- Mycket människor i rörelse
- Mysigt
- Nytt och roligt
- Något nytt
- Ok
- PR för stan
- PR för stan
- PR för stan
- PR för stan
- PR för stan
- Presentera arenan
- Railjam
- Reklam för Sandviken i massmedia
- Reklamen för staden. Att det händer något i Sandviken.
- Roligt
- Roligt att det händer något, folkfest leder till kreativitet
- Roligt med besök från någon annanstans, att det händer något
- Ryktet bra för Sandviken, göra något liknande 6/6
- Sammanhållningen
- Sandviken blir känt
- Sandviken blir känt
- Sandviken blir mer känt
- Sandviken får mer fart framåt, sätts på kartan
- Sandviken får sitt namn ute i Sverige
- Sandviken får synas mer, bra PR för stan.
- Sandviken kommer på kartan
- Sandviken lever upp
- Sandviken sätt på kartan.
- Snittarna vid invigningen ägde
- Stan blir snyggare
- Stan lever upp, det händer något
- Stan lever upp, extra folk, extra trevligt
- Stämningen
- Stämningen
- Stämningen
- Stämningen
- Stämningen som helhet, pratar med varandra som annars inte pratar
- Svårt att säga
- Så mycket som händer i stan
- Sätta Sandviken på kartan, uppmärksamhet
- Trevlig stämning
- Trevlig stämning
- Trevligt
- Trevligt i stan
- Trevligt med allt, alla bjuder till
- Träffa folk
- Träffa folk, att det händer något i Sandviken
- Träffa folk, roligt att det händer något
- Träffar folk
- Tycker utsmyckningen på stan är fin
- Tältet
- Tältet
- Uppmärksamhet
- Uppmärksamhet för Sandviken, möjligheterna
- Uppmärksamhet på Sandviken
- Uppmärksamheten Sandviken får
- Uppträdandena
- Utsmyckningarna
- Utsmyckningen
- Vet ej
- Vet ej
- Vet inte
- Vet inte
- Vet inte
- Vet inte
- Vet inte
- Vet inte, att esteterna fick spela i tältet
- Visa upp nya arenan

### Tillresta besökare

- All personal
- Allt
- Att den är här
- Att man är tillsammans
- Blir kanske lite dra här i Sandviken
- Bra
- Bra
- Bra gjort
- Bra gjort, planerat
- Bra mat, fint, inte hunnit så mycket
- Bra ordnat
- Bullar och chokladen. Sagostunderna i Janssparken
- Det får vi se i kväll
- Det händer något, arrangemang
- Det händer något, folkfest
- Drar folk
- Drar folk i alla åldrar
- Festen i sig
- Festerna och aktiviteterna i tältet
- Festivaltältet
- Festivaltältet
- Fint gjort
- Folk kommer hit, att det händer något
- Genrepet blir intressant
- Genrepet på fredagen slår allt hittills
- Inget
- Inte sett något
- Intrycker när man kommer känns festligt
- Just kommit hit
- Lampor, Högbo
- Lite fest, roligt
- Lite nytt
- Ljusen är snygga
- Ljusinstallation
- Maten
- Musiken
- Mycket folk på stan
- Mysigt i stan
- Nyss kommit
- Positivt
- Roligt att det händer något
- Sandviken kommer på kartan
- Sandviken på kartan, glädje, kul
- Själva föreställningen
- Säljer guld på Princess
- Toppen
- Toppen
- Tycker om att ni satt upp festivaltält
- Uppryckning för Sandviken
- Vet inte än
- Väldigt fin, härlig stämning

## Har du några förslag på förbättringar för den här typen av arrangemang/evenemang?

### Sandvikenbor

- Allt bra
- Allt bra
- Allt är kanon
- Andra verksamheter, företag "hängt på" och tagit del i arr.
- Använd de "riktiga" läktarna
- Att låtarna blir dryg när ni spelat dem 300 gånger på stan
- Billigare biljetter
- Billigare inträde till festivaltältet, bättre ljud i arenan
- Bort med ballonger, affischer
- Bra att Sandviken får arrangera något stort
- Bra som det är
- Bygg fler hotell, dåligt med sovplatser
- Bygg mer hotell
- Bygga fler hotell
- Bättre aktiviteter
- Bättre kösystem
- Bättre ljus, hellysande pelare
- Bättre upplysning
- Bättre öppettider på affärer i centrum
- Det borde finnas mer musik, så att stämningen höjd lite extra.
- Det är bra
- Det är bra
- Det är bra
- Det är bra
- Det är bra
- Det är bra som det är
- Det är bra som det är
- Det är perfekt som det är
- Fel musik i schlagertävlingen
- Finare design/utsmyckning
- Fler arrangemang, hela stan får ett uppsving
- Fler entréer
- Fler ingångar
- Fler parkeringsplatser, gratis buss till arenan
- Försäljning av festaccessoarer ex. boa och silverslipsar
- Glitter
- Gör det i en annan stad
- Ha mer för barnen
- Har varit lyhörd och tagit till vara invånarna
- Inga
- Inga synpunkter
- Ingen åsikt
- Inget
- Inget
- Inget
- Inget
- Inget
- Inget jag vet nu
- Insläppet
- Inte just nu
- Inte så lång kö
- Involvera invånarna i alla arrangemang i så stor utsträckning som möjligt.
- Jättebra
- Kan man ha det bättre än att ha arenan?!?
- Kanske ha ljus utan arrangemang, lite festligt ändå
- Koncentrera allt i Sandviken, ej i Gävle/Valbo. Gå ut med tidigare husrumsboende.
- Kön
- Köttbullsmacka
- Ljus
- Ljussättning
- Lång väntan i kön, det är kallt
- Lägg ner mer pengar på det
- Lägg pengarna till Barnidrotten ex. innebandyhall till Storvik
- Melodifestivalen i sig kan ha en projektledare som kan samordna så företagen kan hjälpa till att ordna aktiviteter.
- Mer aktiviteter i Gallerian, så det drar mer folk till affärerna där
- Mer aktiviteter på stan
- Mer artister
- Mer fart på torget, med mer butiker
- Mer finkultur
- Mer folkfest, mindre schlager
- Mer för småbarn
- Mer glitter och rosa
- Mer hotell
- Mer hårdrock
- Mer info, tydligare
- Mer klassisk schlager
- Mer ljus
- Mer ljus
- Mer ljus
- Mer ljus i stan
- Mer ljus mer saker som händer
- Mer ljus på stan
- Mer musik i gallerian
- Mer musik utomhus
- Mer musik, högre
- Mer organiserat
- Mer saker att göra
- Mer saker, hända mer. Lite mer för alla åldrar.
- Mer spex i form av ljus och ljud
- Mer ställen de som är med bor på
- Mer uppträdande ute på stan
- Mera högre musik, borde svänga mer



- Mindre ballonger, mer andra utsmyckningar.  
Mer ljus
- Mingla på arenan tidigare
- Möjligheter vid biljettförsäljningen till huvudtävlingen. Tog slut för fort.
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej

#### **Tillresta besökare**

- Allt
- Bättre bussförbindelser
- Bättre ljudanläggning i tältet
- Bättre scheman, fler, mer skyltade scheman
- Bättre skyltat
- Det är bra
- Dåligt med tider, lång kö
- Fryser
- Inte sett något
- Just kommit hit
- Kringevenemang, engagera flera

- Nej
- Nej
- Nej, det är bra
- Pampigare invigning
- Piffa upp mer, lite mer reklam
- Roligare, kanske skicka hem lappar med info ang. program osv.
- Sammanbundet
- Skippa schlagern, mer hårdrock
- Smycka staden mer, bättre skyltning till Göransson arena.
- Spelas musik i centrum/Kryssset under hela dagarna
- StorbildsTV på stan, under aktivitetsveckan.
- Större tält, mer ljus
- Större öltält

- Lite mer koll på ljusinstallationerna
- Lite mindre påkostat, tänka mer på medmänniskor, inte växa över huvudet.
- Mer ljus
- Mer musik på stan
- Mer musik på stan
- Mycket mer utsmyckningar. Lampor
- Nej
- Nej
- Nej
- Nej

- Svårt för funktionshindrade, marknadsföra Sandviken själv mera
- Tidigare insläpp
- Trög stad. Bjuda mer på affärerna. Bredare jippon kring evenemanget. Mer ungdomar och föreningar ska erbjudas.
- Tycket allt är riktigt bra redan
- Tycket allt är riktigt bra redan
- Utveckla Sandviken, reklam i tv
- Var inte så jäkla överdrivna.
- Visa mer utav stan, ex. Kungsberget, Högbo
- Årstiden
- Ännu mer belysning
- Ännu mer musik
- Ännu mer utsmyckning

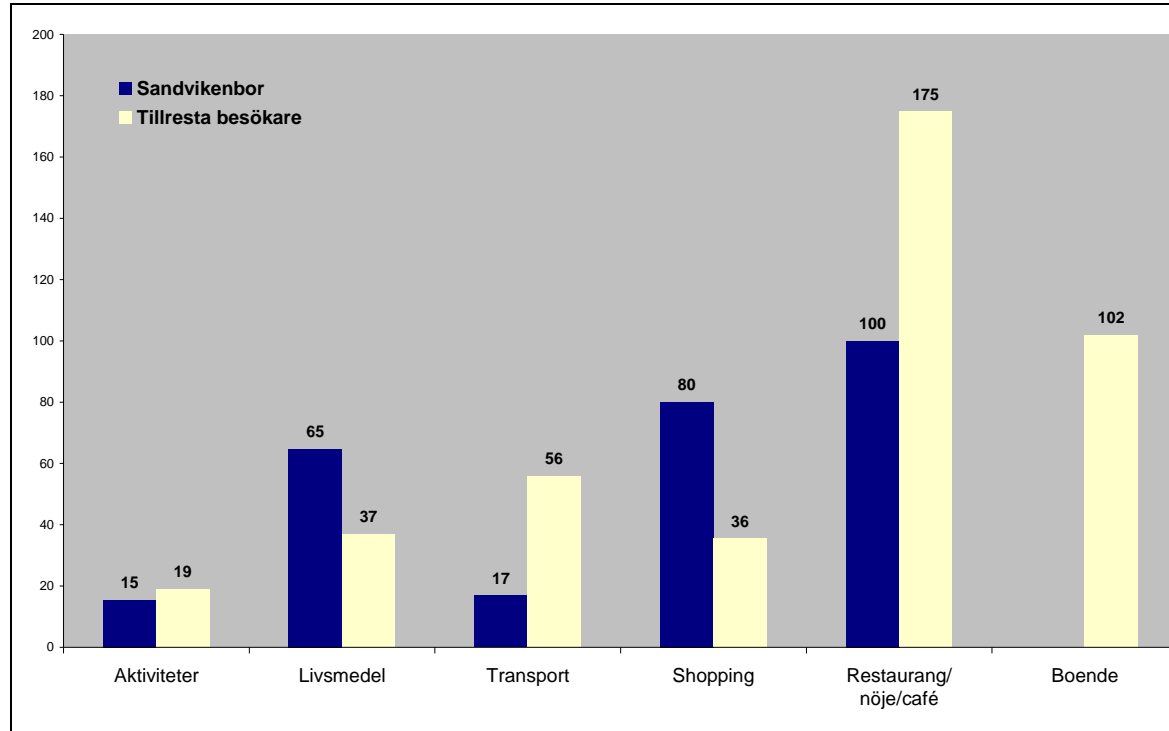
- Nej
- Nej
- Nej, behövs inte
- Skyltar till arenan, höll ej på att hitta hit
- Snöskottningen
- Stånd, något utanför arenan. Nisch för just Sandviken. Hittar på något unikt för Sandviken.
- Svårt att säga, lite mer festligt på stan
- Varmare tält att stå i

## Utlägg

Ange så noggrant som möjligt hur mycket du (din arbetsgivare) kommer att spendera under hela besöket i Sandviken! Om ni är fler personer från familjen/hushållet, svara för hela familjen.

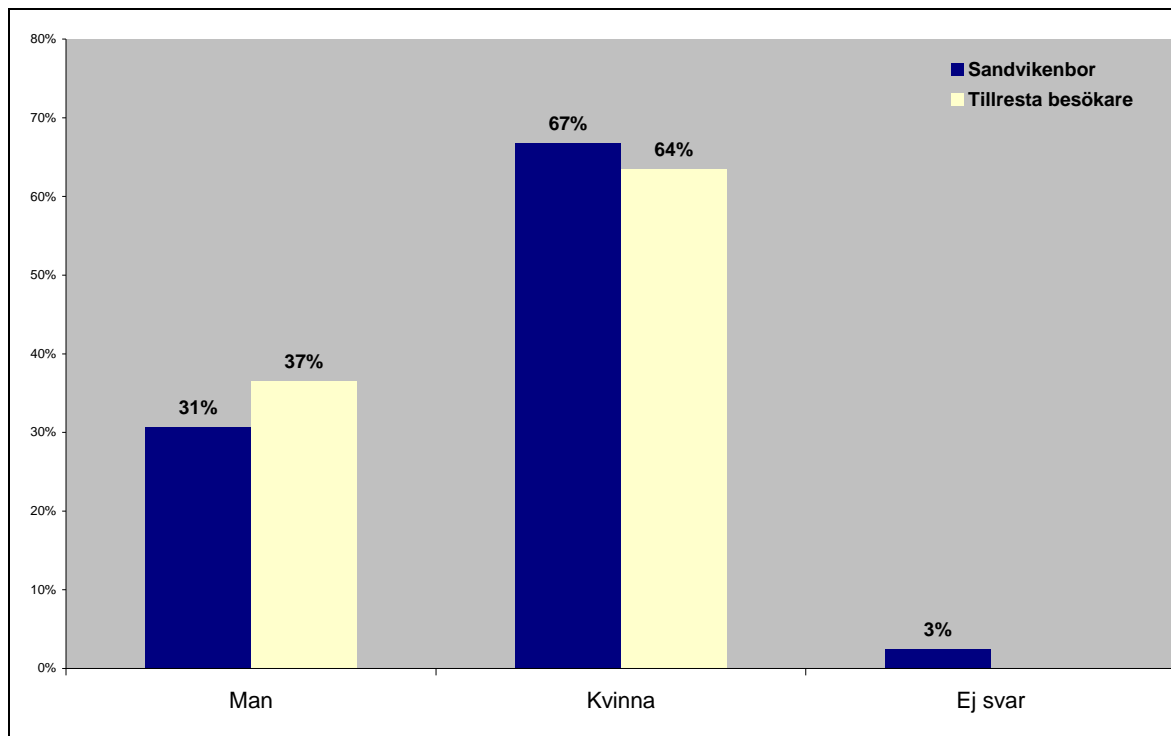
Ange så noggrant som möjligt hur mycket extra du (din arbetsgivare) kommer att spendera p.g.a. arrangemangen i samband med Melodifestivalen. Om ni är fler personer från familjen/hushållet, svara för hela familjen.

### Genomsnittligt utlägg per person



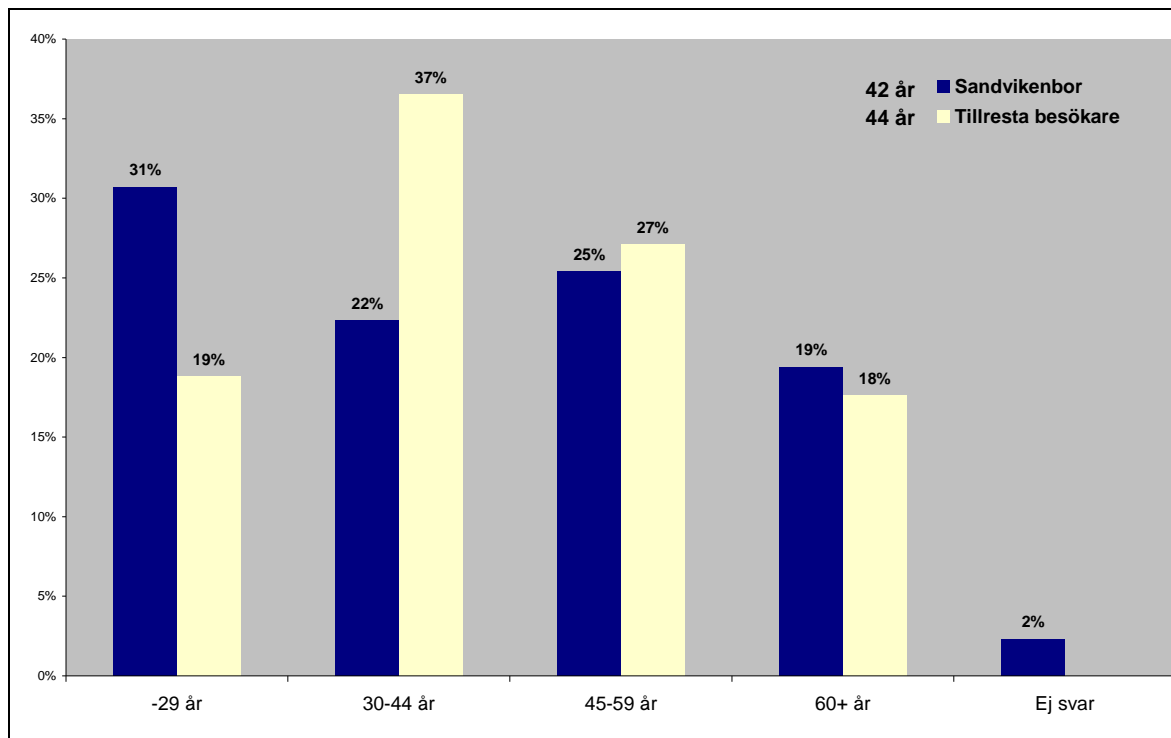
	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Aktiviteter	16	15	19	14	20	9	40	16		11	40	16			19	39	7	16	24	13
Livsmedel	62	65	37	56	72	144	115	32	15	60		56	60	77	35	121	58	63	99	48
Transport	21	17	56	26	11	82	22	26	15	19		24	31	70	39	61	6	16	19	22
Shopping	76	80	36	97	31	58	111	23	244	70		104	72	23	244	65	57	84	61	80
Restaurang/ nöje/café	110	100	175	115	94	102	124	91	97	109	36	108	172	82	165	183	93	102	143	95

# Kön



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Man	32%	27%	37%	39%	25%	30%	33%	100%		38%	29%	33%	29%	43%	45%	26%	26%	35%	41%	16%
Kvinna	66%	70%	62%	61%	75%	67%	65%		100%	62%	71%	66%	71%	57%	53%	72%	74%	64%	59%	83%
Ej svar	2%	3%	2%			2%	2%			1%		1%			3%	2%		1%		2%

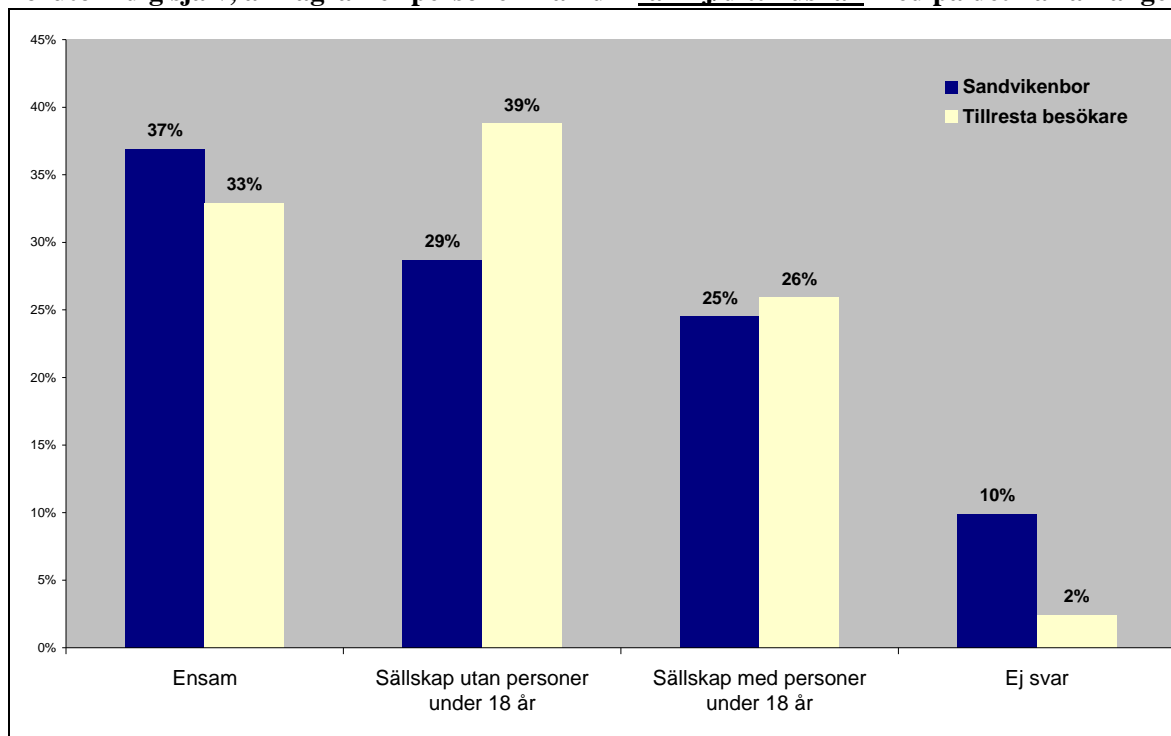
# Ålder



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
-29 år	28%	30%	33%	20%	13%	29%	29%	34%	27%	100%				46%	30%	29%	19%	39%	21%	28%
30-44 år	25%	27%	13%	39%	25%	22%	35%	23%	27%		100%			19%	24%	30%	24%	18%	25%	39%
45-59 år	26%	27%	23%	25%	38%	27%	22%	26%	26%			100%		22%	32%	19%	34%	23%	33%	20%
60+ år	19%	13%	31%	16%	25%	21%	13%	17%	21%			100%	14%	15%	19%	23%	20%	21%	11%	
Ej svar	2%	3%	1%			2%	2%		0%						2%					1%
Medelålder	42	40	44	42	51	43	39	41	42	21	38	51	67	36	41	41	46	41	45	38

## Besökssällskapet

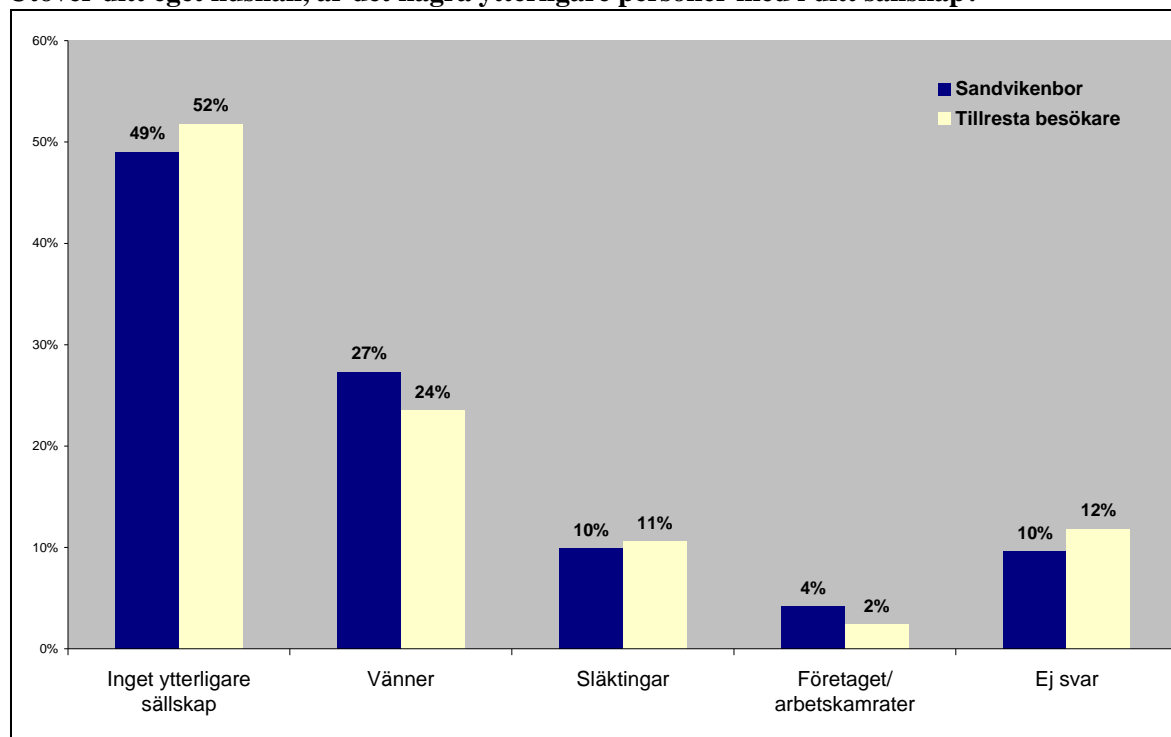
Förutom dig själv, är några fler personer från din famili/ditt hushåll med på det här arrangemanget?



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Ensam	36%	33%	45%	26%	63%	38%	35%	40%	35%	50%	26%	32%	38%	46%	53%	33%	39%	100%		
Sällskap utan personer under 18 år	31%	34%	20%	42%	25%	31%	30%	39%	28%	22%	31%	40%	33%	38%	25%	28%	29%		100%	
Sällskap med personer under 18 år	25%	29%	17%	30%	6%	24%	31%	12%	31%	25%	39%	20%	14%	14%	18%	33%	24%			100%
Ej svar	8%	5%	19%	1%	6%	8%	5%	9%	7%	3%	4%	9%	14%	3%	4%	6%	8%			

## Ytterligere sällskap

Utöver ditt eget hushåll, är det några ytterligare personer med i ditt sällskap?



	Totalt	Sandvikenbor		Tillresta besökare		"Historik"		Kön		Ålder				Helhetsbetyg arrangemang				Sällskap (egna hushållet)		
		Besökt arenan	Ej besökt arenan	Besökt arenan	Ej besökt arenan	Första gången	Har besökt tidigare	Man	Kvinna	-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år	Mindre bra (1-3)	Ganska bra (4)	Bra (5)	Mycket bra (6)	Ensam	2+ pers inga barn <18 år	2+ pers + barn <18 år
Antal svarande	440	227	128	69	16	294	130	140	291	125	110	113	84	37	76	130	100	159	135	109
Fördelning bakgrundsdata (rad%)	100%	52%	29%	16%	4%	69%	31%	32%	66%	28%	25%	26%	19%	11%	22%	38%	29%	36%	31%	25%
Nej	50%	44%	58%	54%	44%	49%	52%	51%	50%	44%	54%	51%	52%	54%	46%	56%	44%	57%	53%	51%
Vänner	27%	34%	15%	22%	31%	29%	25%	26%	27%	43%	26%	21%	12%	35%	37%	25%	27%	32%	28%	26%
Släktingar	10%	12%	6%	9%	19%	9%	13%	9%	11%	7%	13%	7%	16%	8%	11%	11%	11%	6%	10%	18%
Företaget/arbetskamrater	4%	5%	3%	3%	3%	3%	5%	4%	4%	2%	2%	11%	1%	3%	3%	9%	4%	6%	2%	
Ej svar	10%	4%	19%	13%	6%	10%	5%	10%	8%	4%	6%	10%	19%	3%	4%	5%	9%	1%	2%	4%