



KULTURMAGNETEN



DEL 1:

Analyse av besøksnæringene

(utkast 14. februar 2008)

Innledning

Dyrsku'n Arrangement As, Seljord kommune og festivalselskapa Countryfestivalen Seljord AS og Dansebandfestivalen Seljord AS tok hausten 2006 initiativet til å få gjennomført en kulturbasert næringsanalyse for å kunne legge strategiske veivalg for en samlende satsing på å auke verdiskapinga av alle besøkende som kommer til Seljord.

Forprosjektgruppa engasjerte Telemarksforsking Bø (TF) ved forskerne Knut Vareide/ Egil Rønning til å planlegge gjennomføringa av forprosjektet, *Kulturmagneten Seljord* sammen med lokale representanter, blant andre Asbjørn Storrusten (i starten), Harriet Slaaen (Seljord kommune) og Knut Inge Skoland. Senere er også Olav Berge (Dyrsku'n) og Odd Løver (Møtestad Seljord, prosjektansvarlig) kommet med.

Gjennom forprosjektet skulle det utarbeides kunnskapsgrunnlag, og en konkret tiltaksplan for å øke antall besøkende og næringsaktivitet knyttet til dette fram til 2012. Planen skulle forankres hos de aktuelle aktørene i Seljord, og inneholde forslag på tiltak, organisering og finansiering.

Den første delen av dette arbeidet – analysegrunnlaget – ble gjennomført som planlagt, og resultatene oppsummeres i denne rapporten.

I løpet av høsten 2007 ble det klart at prosjektet "Grøne Seljord og Sogene", også hadde som mål å munne ut i en konkret tiltaksplan som hadde nesten samme innhold og målsettinger. En valgte da å slå sammen disse prosjektene.

"Kulturmagneten del 1: Analyse av besøksnæringene" er denne rapporten, som inneholder analyse og kunnskapsgrunnlaget for "Kulturmagneten del 2" som er selve tiltaksplanen. Denne tiltaksplanen skal etter planen være ferdig i løpet av våren 2008.

Knut Vareide

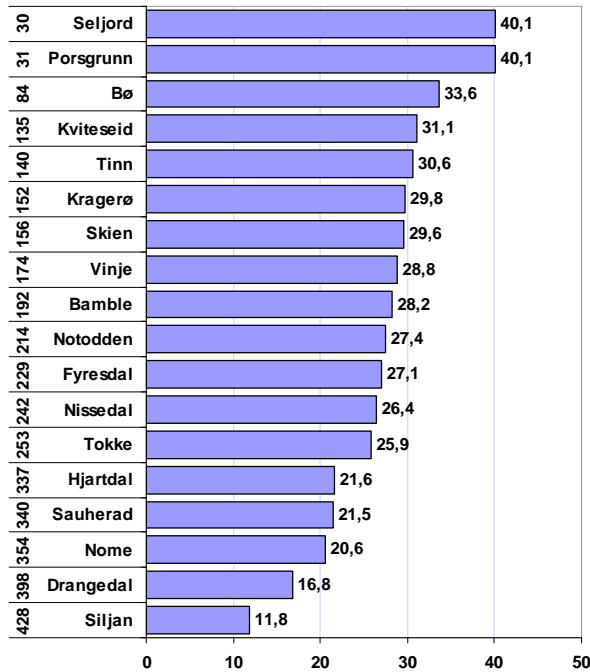
Telemarksforsking-Bø

Innhold:

Om næringslivet generelt	4	Sekundære effekter	22
Næringsstruktur.....	4	Samlet effekt	23
Strukturendringer	4	Omdømme	24
Vekst, lønnsomhet og nyetableringer – nærings-NM	5	Fjernomdømme fra undersøkelsen ”kva er Telemark?”	24
Befolkningsutvikling.....	5	Næromdømme – fra Lundeundersøkelsen	24
Attraktivitet	6	Patriotindeksen.....	24
Samlet suksess	6	Oppsummering omdømme.....	25
Besøksnæringene.....	6	Strategi	26
Besøksgruppene.....	7	Strategisk utgangspunkt.....	26
Hva kjennetegner besøkende til kulturarrangement?.....	8	Attraktivitet eller arbeidsplasser?.....	26
Hvem besøker kulturarrangementene?.....	8	Attraksjonskvaliteter	26
Hvor kommer de fra?	8	Roller.....	27
Hvor mange besøker kulturarrangementene?....	9		
Hvor lenge varer oppholdet, og eventuelt hvordan overnatter de?.....	9		
Hva handler de?	9		
Hvor mye penger legges igjen i Seljord?	10		
Hva savner de?	10		
Hvordan kan Seljord bli mer attraktivt?.....	11		
Ønsker de besøkende flere til Seljord?.....	12		
Hyttefolket.....	14		
Hvor kommer de fra?	14		
Hvor mye bruker de hytta?.....	14		
Hvor stor er hyttebefolkningen?	14		
Hva handler hyttefolket?	14		
Hva deltar hyttefolket i av kultur?	15		
Hva savner hyttefolket?	16		
Hvordan kan Seljord bli mer attraktivt?.....	16		
Ønsker hyttefolket flere til Seljord?.....	19		
Hyttestatistikk	20		
Oppsummering – kundegruppene.....	21		
Handel	21		
Reiseliv	22		

Om næringslivet generelt

Seljord er en ”næringsrik” kommune. Ingen andre kommuner i Telemark har så mange ansatte i privat sektor per innbygger som Seljord.

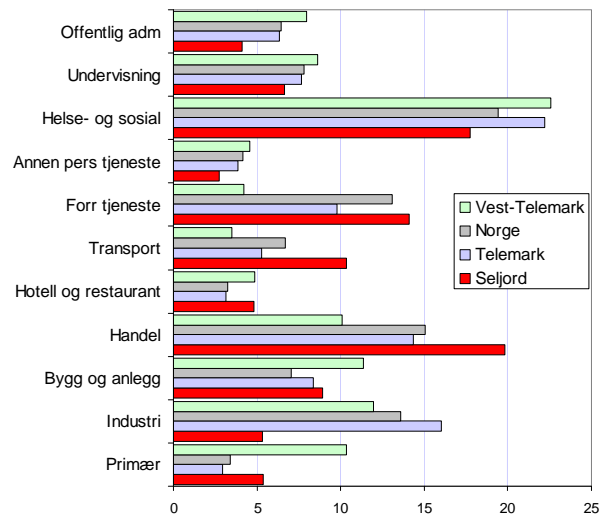


Figur 1: Næringsstetthet i kommunene i Telemark 2006, målt med antall private arbeidsplasser i prosent av folketallet i 2006. Tallene til venstre angir rangering i forhold til alle kommuner i landet.

Antall ansatte i privat sektor i Seljord tilsvarer 40,1 prosent av antall innbyggere i kommunen.

Næringsstruktur

Seljord har en spesiell næringsstruktur for å være en distriktskommune. Det er mange arbeidsplasser i privat næringsliv i kommunen. Dette gjør at andelen av sysselsettingen i offentlig administrasjon, undervisning og helse- og sosialtjenester er lav. Det er her de fleste offentlige arbeidsplassene finnes.

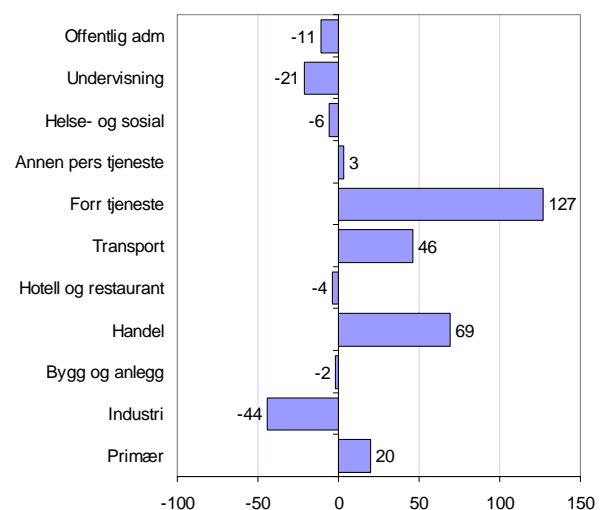


Figur 2: Andel av arbeidsplasser i ulike bransjer i Seljord.

Seljord har en stor andel av arbeidsplassene i handel, forretningsmessig tjenesteyting, transport, bygg og anlegg og hotell og restaurant. Samtidig er det svært liten andel av arbeidsplasser i industrien. Seljord har en næringsprofil som et utpreget handels- og servicesenter.

Strukturendringer

Endringene i næringsstrukturen de siste årene har forsterket bildet av Seljord som handels- og servicesenter. Veksten har kommet i næringer som handel, transport og forretningsmessig tjenesteyting. Samtidig har antall industriarbeidsplasser blitt redusert.



Figur 3: Endringer i antall ansatte i ulike bransjer mellom 2000 og 2006.

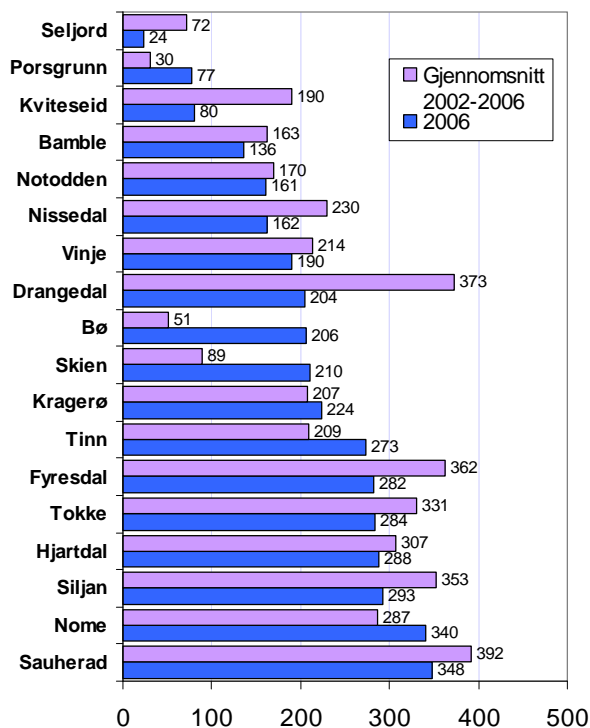
Statistikken fra SSB er litt vanskelig å forklare, det er vanskelig å finne så stor økning i antall arbeidsplasser i forretningsmessig tjenesteyting på bedriftsnivå. Økningen i antall arbeidsplasser i landbruket er heller ikke enkel å forklare.

Tendensen er imidlertid klar: Seljord har forsterket næringsstrukturen i retning av å være et handels- og servicesenter i de siste årene.

Vekst, lønnsomhet og nyetableringer – nærings-NM

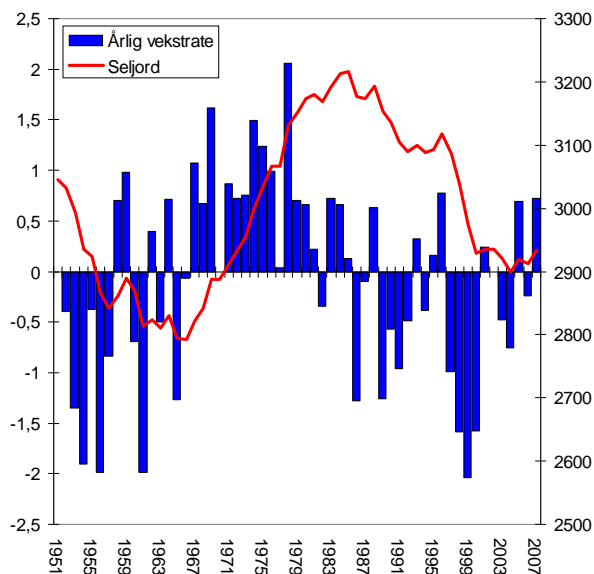
Telemarksforskning-Bø har utviklet en næringslivsindeks, som gir et mål for næringsutviklingen i kommuner og regioner. Næringslivsindeksen måler lønnsomhet, vekst, nyetableringer og næringslivets størrelse. Rangeringen blir kalt Nærings-NM.

I 2006 var Seljord rangert som nummer 24 av 431 kommuner i Norge, og var den kommunen i Telemark med den beste næringsutviklingen.



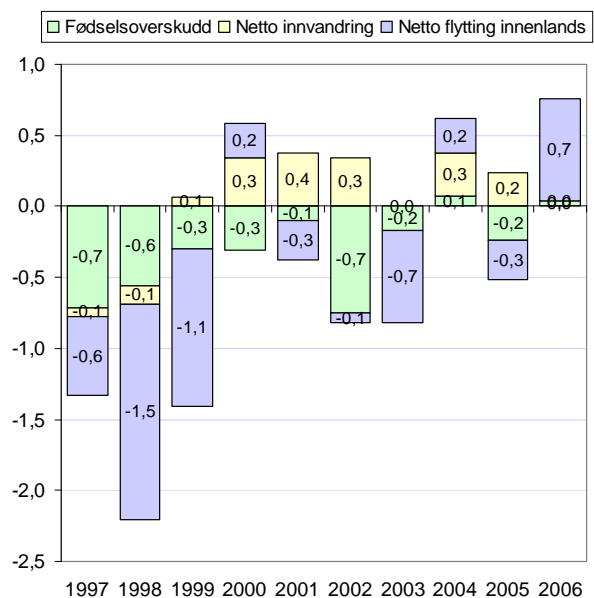
Figur 4: Rangering blant de 431 kommunene i Norge i Nærings-NM.

Befolkningsutvikling



Figur 5: Befolkningsutvikling i Seljord, og årlige vekstrater i befolkningen siden 1951.

Befolkningen i Seljord har egentlig vært ganske stabil på lang sikt, og variert mellom 2800 og 3200 i de siste femti årene. Seljord hadde en vekstperiode på 1970-tallet i likhet med mange andre distriktskommuner, og nedgang på 1980 og 1990-tallet. I de siste tre årene har det vært litt vekst i folketallet igjen.



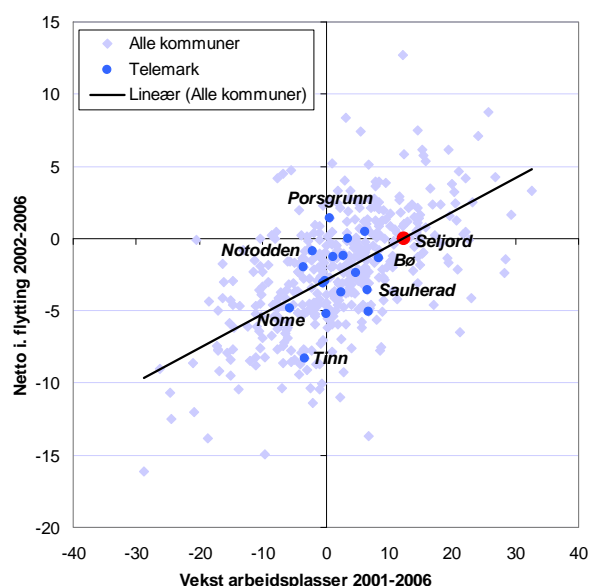
Figur 6: Befolkningsendringer splittet opp i fødselsoverskudd, innvandring og innenlands flytting.

Veksten i folketallet i 2004 og 2006 har kommet som et resultat av at det har vært en netto innflytting fra Seljord fra andre deler av landet. De aller fleste distriktskommunene har netto innenlands utflytting.

Attraktivitet

Telemarksforskning-Bø har utviklet et attraktivitetsbarometer for å måle kommuners og regioners attraktivitet når det gjelder å tiltrekke seg innbyggere.

Metoden tar utgangspunkt i netto innenlands flytting. Derneft gjøres det en beregning på hvor stor andel av denne flyttingen som skyldes endringer i antall arbeidsplasser. Flyttestrømmer som ikke kan tilskrives arbeidsmarkedet antas å komme av at kommunene har ulik attraktivitet.



Figur 7:

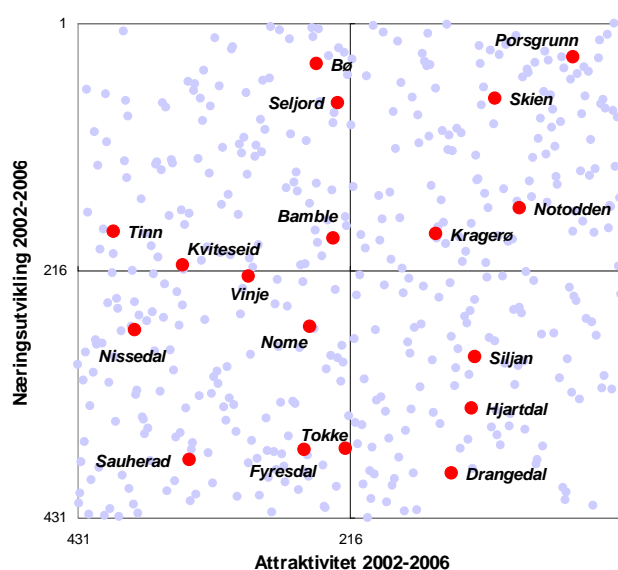
I figuren over har vi tegnet inn kommunene i Norge i et diagram som viser netto innenlands flytting og endringer i antall arbeidsplasser. Linjen i diagrammet viser hvordan nettoutflyttingen i en gjennomsnittlig attraktiv kommune vil variere med vekst i arbeidsplassene. Dersom en kommune befinner seg over denne streken er den attraktiv. Vi ser at Seljord ligger lengst til høyre av kommunene i Telemark, noe som viser at Seljord har sterkest vekst i arbeidsplasser av kommunene i fylket. Seljord ligger akkurat på streken, noe som betyr at kommunene er

gjennomsnittlig attraktiv. Seljord har hatt balanse mellom inn- og utflytting til andre kommuner i landet i denne perioden.

Samlet suksess

Det er to forhold som er viktige for utviklingen av en kommune: Næringsutvikling som gir arbeidsplasser og attraktivitet som trekker til seg innbyggere.

Vi kan oppsummere dette kapitlet ved å se på hvordan Seljord har gjort det de siste årene med hensyn til disse indikatorene.



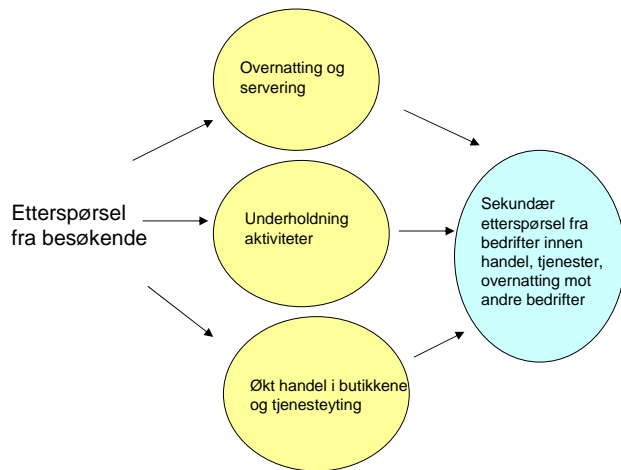
Figur 8:

Seljord skårer først og fremst høyt på næringsutviklingen i kommunen. Her var Seljord spesielt langt fremme i 2006, men ligger også godt an når vi måler for en lengre periode.

Når det gjelder attraktivitet, er Seljord litt under middels. Har så vi at flyttebalansen var i ferd med å endre seg i positiv retning. Hvis denne tendensen fortsetter, vil Seljord stige på attraksjonsbarometeret også.

Besøksnæringene

Hvilken betydning har besøkende til Seljord for næringslivet?



I figuren over har vi forsøkt å illustrere hvordan økt etterspørsel fra de besøkende slår ut i næringslivet i Seljord.

Vi kan dele opp de besøkendes etterspørsel i tre deler:

For det første etterspør besøkende overnatting og servering. Dette vil være bedrifter innen hotell og restaurantbransjen.

Underholdning og aktiviteter er en annen gruppe. Denne gruppen utgjør få bedrifter, Dyrsku'n, Dansebandfestivalen og Countryfestivalen tilhører bedrifter i denne kategorien. Disse er viktige for å trekke til seg besøkende.

Den tredje gruppen bedrifter som merker direkte etterspørselsvirkninger fra de besøkende er handel og personlig service.

I tillegg til den direkte etterspørselen fra de besøkende, er det også en sekundær etterspørselsvirkning. Når mange bedrifter i reiselivet, underholdning og handel får økt aktivitet via etterspørsel fra besøkende, vil disse bedriftene igjen etterspørre tjenester fra andre bedrifter. Dette kan være bedrifter innen regnskap, bygg og anlegg etc.

Besøksgruppene

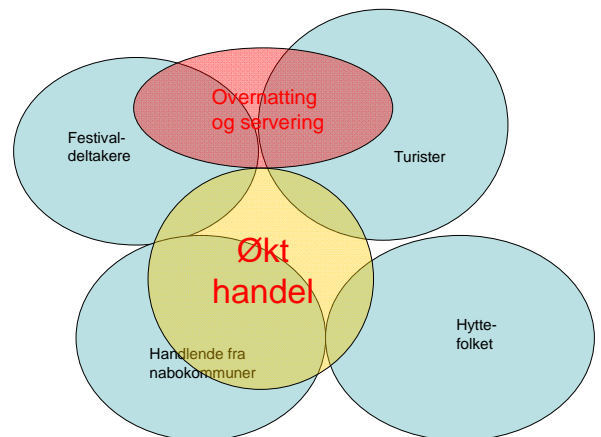
De besøkende i Seljord kan deles opp i fire hovedgrupper:

Festivaldeltakere

Hyttefolket

Turister

Handlende fra nabokommuner



Over har vi illustrert hvordan de ulike besøksgruppene etterspør ulike varer og tjenester.

Turister og festivaldeltakere er de gruppene som etterspør overnatting og servering. Handlende fra nabokommuner og hytteeiere vil i liten grad etterspørre dette.

Alle gruppene vil generere økt etterspørsel innen handel og tjenester. Handlende fra nabokommuner er den største gruppen når det gjelder handel i Seljord

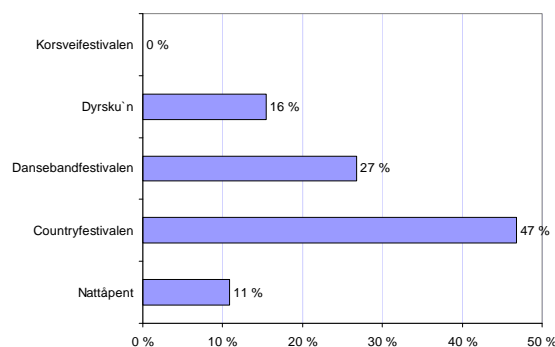
Hva kjennetegner besøkende til kulturarrangement?

Det ble gjennomført en spørreundersøkelse av de besøkende på de store kulturarrangementene i Seljord for å avklare følgende spørsmål:

- Hvem er de?
- Hvor kommer de fra?
- Hvor mange overnatter, og hvor?
- Hva kjøper de?
- Hva savner de av tilbud?

Hensikten var å få mer informasjon om hva som kjennetegner de besøkende, spesielt hva de etter spør og forbruker i løpet av besøket.

Planen var å gjennomføre en spørreundersøkelse av ca 100 personer på hver av de fem største kulturarrangementene i Seljord. Undersøkelsen gav til sammen 220 svar. I figuren under er svarene fordelt på de ulike arrangementene.



Figur 1: Andel svar fordelt på kulturarrangement

Av de 220 respondentene, har 24 besøkt Nattåpent, 103 Countryfestivalen, 59 Dansebandfestivalen og 34 Dyrsku'n (ingen fra Korsveifestivalen).

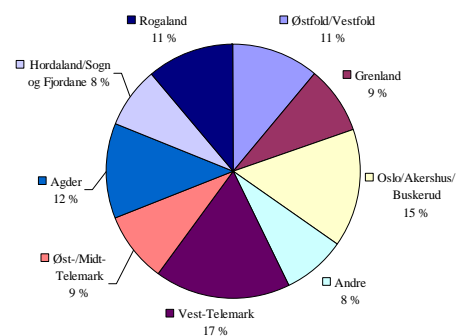
Hvem besøker kulturarrangementene?

Spørsmålene som gjaldt alder og kjønn, viste at et knapt flertall av de 220 besøkende var menn (53 prosent). Hovedtyngden befant seg i

aldersgruppene 20-29 år (26 prosent) og 40-49 år (26 prosent).

Fordelt på de ulike arrangementene, viser svarene at et flertall av de besøkende på Nattåpent og Countryfestivalen befinner seg i aldersintervallene under 19 år og 20-29 år. Mens hovedtyngden av de besøkende Dansebandfestivalen og Dyrsku'n ligger i intervallene 40-49 år og 50-59 år.

Hvor kommer de fra?



Figur 2: Hvor kommer de besøkende fra?

Den største gruppen besøkende kommer fra Vest-Telemark (inkludert Seljord). 17 prosent av de 220 besøkende kommer fra dette området. Den nest største gruppen besøkende kommer fra området Oslo/ Akershus/Buskerud med 15 prosent. Videre er Agder representert med 12 prosent, og Rogaland og Østfold/Vestfold med 11 prosent hver. Øst-/Midt-Telemark og Grenland har begge 9 prosent, mens Hordaland/Sogn og Fjordane og andre områder hver har 8 prosent.

Fordelingen for de ulike arrangementene er vist i tabellen under.

Bosted	Nattåpent	Country-festivalen	Danseband-festivalen	Dyrsku'n
Østfold/Vestfold		12	10	16
Grenland		11	2	21
Oslo/Akershus/Buskerud		10	33	12
Øst-/Midt-Telemark	8	8		24
Andre		11	7	12
Vest-Telemark	83	11	3	15
Agder	4	15		17
Hordaland/Sogn og Fj.	4	11	7	
Rogaland		13	21	

Tabell 1: Bosted besøkende fordelt på arrangement (i prosent)

Av de besøkende på Nattåpent er mer enn 4 av 5 fra Vest-Telemark.

1 av 3 besøkende på Dansebandfestivalen kommer fra området Oslo/Akershus/ Buskerud, mens 1 av 5 kommer fra Rogaland og 17 prosent er fra Agder.

På Countryfestivalen kommer den største gruppen besøkende fra Agder med 15 prosent, mens 13 prosent kommer fra Rogaland og 12 prosent fra Østfold/Vestfold.

Av de besøkende på Dyrsku'n er nesten 1 av 4 fra Øst-/Midt-Telemark. Mer enn 1 av 5 kommer fra Grenland, mens 16 prosent kommer fra Østfold/Vestfold og 15 prosent kommer fra Vest-Telemark.

Hvor mange besøker kulturarrangementene?

Nær 200 000 personer besøker Seljord og de ulike arrangementene hvert år. De besøkende ble spurt om de kom alene, sammen med en gruppe, eller som par/familie. Videre er det spurt hvor mange personer gruppen/familien besto av.

Nesten 9 av 10 oppgav at de kom, enten sammen med en gruppe, eller som par/familie. I gjennomsnitt ble gruppen/familien oppgitt til 3,1 personer.

Fordelt på arrangement, viser svarene at i overkant halvparten av de besøkende på Nattåpent kom sammen med en gruppe/par/familie, i gjennomsnitt bestående av 3,6 personer. Mer enn 9 av 10 besøkende på Countryfestivalen kom sammen med en gruppe, i gjennomsnitt bestod denne av 2,5 personer.

Videre oppgav alle de besøkende på Dyrsku'n at de kom sammen med en gruppe/par/familie. Her oppgitt til i gjennomsnitt 3,7 personer. Også omtrent 9 av 10 besøkende på Dansebandfestivalen oppgav at de kom sammen med en gruppe/par/familie. Her oppgav ingen hvor mange personer denne bestod av.¹

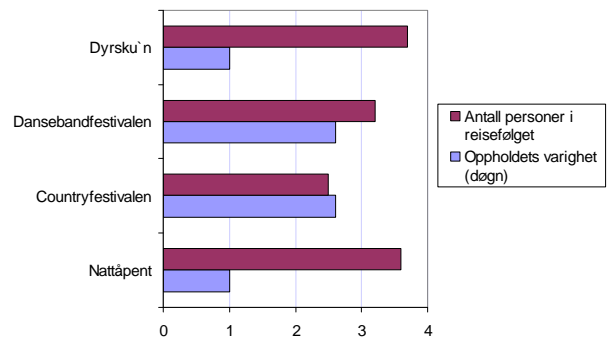
Hvor lenge varer oppholdet, og eventuelt hvordan overnatter de?

De besøkende ble også spurt hvor lenge oppholdet varte, og eventuelt hvordan de overnattet. Av de 220 besøkende, oppgav nesten 4 av 5 at de overnattet 1 natt eller mer. Av disse

¹ Antall personer i reisefølget er her beregnet ved å bruke et gjennomsnitt av svarene fra de andre arrangementene (3,2).

oppgav nesten 9 av 10 at de overnattet på campingplass.

Ut fra svarene har vi beregnet; at oppholdet for de besøkende på Dansebandfestivalen og Countryfestivalen i gjennomsnitt varer 2,6 døgn. Mens flertallet av de besøkende på Nattåpent og Dyrsku'n tilbringer 1 døgn eller mindre i Seljord.

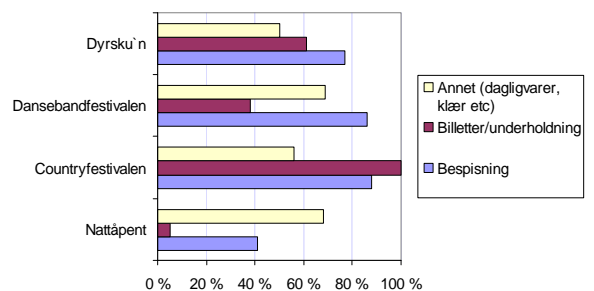


Figur 3: Oppholdets varighet og antall personer i reisefølget

Hva handler de?

De besøkende ble også spurt om de handlet mat, billetter/underholdning og annet (dagligvarer, klær osv.) under oppholdet.

Mer enn 4 av 5 oppgav at de kjøpte mat, mens nesten 3 av 4 kjøpte billetter/ underholdning og 3 av 5 kjøpte annet.



Figur 4: Hva handler de?

Som det fremgår av figuren over, bruker flest av de besøkende penger på mat. Mer enn 4 av 5 besøkende på Danseband-festivalen og Countryfestivalen kjøpte mat. Videre oppgav alle de besøkende på Countryfestivalen at de kjøpte billetter/underholdning, mens 3 av 5 gjorde det samme på Dyrsku'n. Nesten 3 av 4 oppgav at de kjøpte annet på Dansebandfestivalen og Nattåpent.

Hvor mye penger legges igjen i Seljord?

De besøkende ble også spurt om hvor mye penger de bruker på hhv. bespisning, billetter/underholdning og annet i løpet av oppholdet.

Ut fra svarene har vi beregnet hvor mye de besøkende bruker på de ulike arrangementene. Dermed kan vi beregne hvor mye penger som legges igjen i Seljord som følge av de fire store kulturarrangementene.

Tabellen under viser hvor mye de besøkende har oppgitt at de har handlet for av mat, billetter/underholdning og annet.

Forbruk under hele oppholdet i Seljord (kr)				
	Bespisning	Billetter/underholdning	Annet	Sum
Nattåpent	296		774	947
Countryfestivalen	1 154	1 411	1 156	2 731
Dansebandfestivalen	1 000	1 875	500	3 125
Dyrsku'n	358	335	691	906
Gjennomsnitt	702	1 207	780	1 927

Tabell 2: Forbruk under hele oppholdet i Seljord

I gjennomsnitt har de besøkende på de fire arrangementene, oppgitt at de (hele gruppen) har handlet for 1 927 kr, under oppholdet i Seljord. Mest har de besøkende på Dansebandfestivalen oppgitt, med til sammen 3 125 kr. Videre har de besøkende på Countryfestivalen oppgitt at de i sum har brukt 2 731 kr. Mens de besøkende på Nattåpent og Dyrsku'n har oppgitt at de har brukt hhv. 947 kr og 906 kr under oppholdet.

I tabellen under har vi beregnet hvor mye de besøkende bruker pr. person pr. døgn.

	Forbruk pr. person pr. døgn under oppholdet (kr)			
	Bespisning	Billetter/underholdning	Annet	Sum
Nattåpent	82		215	297
Countryfestivalen	178	217	178	572
Dansebandfestivalen	120	225	60	405
Dyrsku'n	97	91	187	374
Gjennomsnitt	119	178	160	457

Tabell 3: Forbruk pr. person pr. døgn under oppholdet i Seljord

Av de besøkende på de fire arrangementene, som har oppgitt at de har handlet, og hvor mye de har handlet for, har vi beregnet et gjennomsnitt på 412 kr pr. person pr. døgn.

Ut fra det forbruket vi har beregnet pr. person pr. døgn, kan det være interessant å estimere at anslag over hvor mye det i sum legges igjen i Seljord i løpet av disse arrangementene.

	Antall besøkende som handler			
	Nattåpent	Countryfestivalen	Dansebandfestivalen	Dyrsku'n
Antall besøkende	5 000	30 000	20 000	66 000
Bespisning	2 050	26 400	17 200	50 820
Billetter/underholdning	250	30 000	7 600	40 280
Annet	340	16 800	13 600	33 000

Tabell 4: Hvor mange handler?

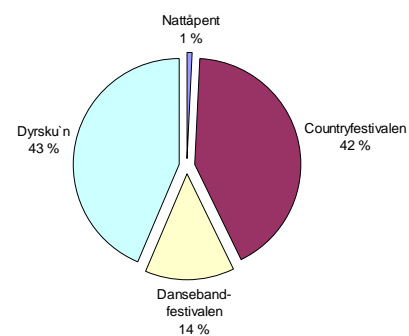
Ut fra hva de besøkende oppgav at de handlet, kommer vi frem til følgende anslag over hvor mange som handler mat, billetter/underholdning og annet.

Videre, har vi med utgangspunkt i summene i tabell 3 og antall personer i tabell 4, kommet frem til dette anslaget:

Sum forbruk fordelt på arrangement (kr)				
	Bespisning	Billetter/underholdning	Annet	Sum
Nattåpent	168 800		73 116	241 915
Countryfestivalen	4 687 385	6 511 975	2 987 219	14 186 578
Dansebandfestivalen	2 067 308	1 712 740	817 308	4 597 356
Dyrsku'n	4 922 672	3 648 026	6 160 425	14 731 123
Gjennomsnitt	2 961 541	3 957 580	2 509 517	8 439 243
Sum	11 846 164	11 872 741	10 038 067	33 756 972

Tabell 5: Hvor mye handles det for pr. døgn?

Som det fremgår av figuren over, viser våre anslag at det legges igjen mer enn 33 mill. kr i Seljord, som følge av de 4 arrangementene (basert på besøkstall fra 2007).



Figur 5: Sum av bespisning, billetter/underholdning og annet pr døgn fordelt på arrangement

0,6 er summen på 33,8 mill. kr fordelt på de ulike arrangementene. Som figuren viser, legger de besøkende på Dyrsku'n og Countryfestivalen igjen mest, med hhv 43 og 42 prosent. Mens Dansebandfestivalen står for 14 prosent av totalsummen.

Hva savner de?

Det ble også stilt følgende spørsmål til de besøkende:

Er der noe tilbud du savner i Seljord? (noe annet du kunne tenke deg å besøke eller noe du gjerne ville oppleve eller kjøpe den tiden du er her)

Under har vi gjengitt svarene:

Matvarebutikk på plassen, raskere innsjekking, raskere avvikling av køer

Handdusj

nei, men større avvikling av køer til arrangementet
savner en slags kiosk med dagligvarer på plassen
nei, bare toalettforhold, dusj
nei, egentlig ikkje
nei, vi har det topp her på campingen
matvarebutikk på plassen
nei, vi har ikke sett så mye annet enn det her på plassen
nei, er kun på plassen, og her er det topp. Savner ingen ting.
nei, alt er bra her
nei, helt topp
nei, kanskje flere dusjer, toalett
nei, veldig fornøyd
nei, er så bra her
nei, men kanskje fleire dusjer
nei, synes det er bra her
nei, vi banda sloss om å komme hit og spille aktiviteter for ungdom
instrumentbutikk
Felleskjøpet
pizzafjos, bilforretning
skobutikk, bakeriutsalg
konditori, skobutikk
stripping på Telesenteret
egentlig ikke, en park eller lignende
Kaffebar
Klesbutikker
nei, dere har jo mye
Truck-stop
nei, har ikke sett så mye
flere butikker
flinke i Seljord
flere puber i sentrum
dagligvare på festivalen
Bluesfestival
restaurant i sentrum
Truck stop
alt er topp
vet ikke, har ikke vært her før
kina restaurant
HM klesbutikk
Båt
flere butikker
ølsalg på campinga
Diskotek
uteservering ved badeplassen
har aldri vært her før
har aldri vært her før
nei, kjempebra
Butikker
nei, er bare på festival
Flyplass
mat festival

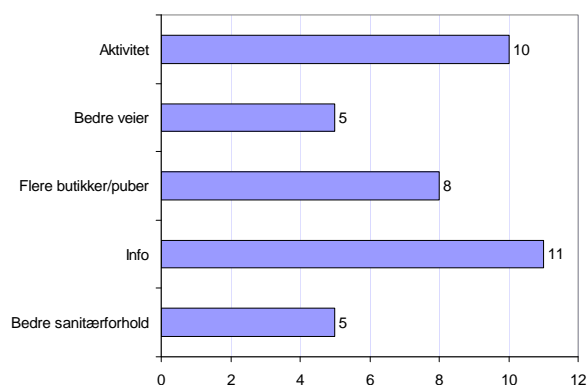
nei, fint sted
ja, Telemarkskanalen
nei, men flott sted
Pol? er det her?
ja, større hotell, langt til Morgedal
flere festivaler
bra her
Souvenir-butikk
har ikke sett meg rundt
beste plassen å bu
Egentlig ikke, lite overnatting å finne
kafe ved vannet
flere festivaler
aldri vært her før
aldri vært her før
ikke vært her før
puber i sentrum
Puber
nei, Seljord har mye
WC i sentrum
WC i sentrum
nei, her er det bra
Rodeo
bedre musikk
flere butikker
flere toaletter, flere røykeplasser med tak og benk
Konsert
strøm til camp
gratis inngang
kaffe løs
mer info om nisjeprod.
Dårlig skilting

Noen svar som går igjen er bedre sanitærforhold og flere/bedre utvalg av butikker. Det er også flere som nevner flere puber/restauranter.

Hvordan kan Seljord bli mer attraktivt?

De besøkende ble også spurt om de hadde noen forslag til å gjøre Seljord mer attraktivt for tilreisende.

I figuren under har vi ordnet svarene i noen av kategoriene som utmerker seg.



Figur 6: Antall svar innenfor ulike kategorier på hvordan Seljord kan bli mer attraktivt for tilreisende.

Den største kategorien av svarene går på ulike informasjonstiltak, nevnt av 11 besøkende. Deretter følger ulike aktiviteter med 10 svar. Flere butikker/puber ble nevnt av 8, mens 5 ønsket seg bedre sanitærforhold og ulike aktiviteter.

I tabellene under har vi gjengitt svarene fordelt på de ulike kategoriene.

Bedre sanitærforhold

ja, bedre toalett forhold
fleire sanitæranlegg
Flere dusjer og toalett
flere toaletter
sanitær

Info

sett et skilt på Sterke-Nils steinen
dårlig skiltet
mer oppmerksomhet rundt vår kjære Selma
det finnes ingen skilt om alle festivaler og skilt på veien inn...
lite markedsføring utover festivalenen
må markedsføres bedre
vet ikke, dårlig nettside for country-fest.
turist info. fant den ikkje
lite info å få om stedet, finner ikke turistinfo
Turistinfo
dårlig med skilt

Flere butikker/puber

bra, men kunne vore ein storkiosk her
tøffere ungdomsklær
parfymeri, mer oversikt over butikker

vet ikke, kanskje flere butikker
flere klesbutikker
Pub
flere puber
øl-butikk på festival-campen

Bedre veier

veien gjennom sentrum
bedre veier
bedre veier
bedre veier
bedre veier

Aktivitet

få mere liv i sentrum
meire liv i sentrum
flere festivaler
nattklubb, go-kart, McDonalds
en festival til
arrangere matfestival og kanskje rock
lag sluser fra Nome så vi kan kjøre båt
flere festivaler, ROCK
Nudist-strand, som vi skal ha i fyresdal
konserter kanskje

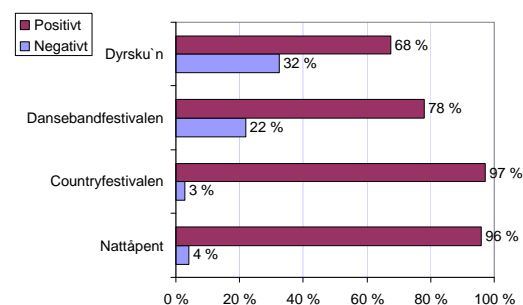
Svarene viser at de besøkende i stor grad er fornøyd med oppholdet i Seljord. For å gjøre Seljord mer attraktivt for tilreisende, kan man merke seg svarene gjengitt over.

Ønsker de besøkende flere til Seljord?

Vi stilte også spørsmålet:

Vurderer du det som positivt eller negativt om det kommer flere til dette arrangementet? (dvs. virkning for tettstedet som helhet).

Figuren under oppsummerer svarene;



Figur 7: Positivt eller negativt med flere besøkende til arrangementet?

Av de 220 svarene, mente 29 det var negativt om det kom flere til arrangementet, mens 191 mente det var positivt.

Nesten alle de besøkende på Nattåpent (96 prosent) og Countryfestivalen (97 prosent) vurderte det som positivt med flere besøkende. Mens 22 prosent av de besøkende på Dansebandfestivalen og 32 prosent av de besøkende på Dyrskulen vurderte dette som negativt.

De som mente det var negativt med flere tilreisende fikk et oppfølgingsspørsmål:

Dersom du tror det blir negativt, hva frykter du mest?

I tabellen under har vi gjengitt de aktuelle svarene:

Trangt
finne fram
Det er nok,...så lenge det er nok danseplass
slipper kø
Trangt
for fullt
for mye folk, for lite danseplass
liten plass, men bra for arrangøren da
mye kø, mindre plass
for lite plass
da må det i så fall bli større dansegulv
trangt på dansegulv
blir trangt, kører
at det kan bli for trangt
det blir for mykje i Seljord. Legg det til Flatdal
for mange ungdommer
blir alt for stort
må ikke bli for stor
for mye folk
mye folk
mye folk
mye folk
mye folk
Mye folk
mye folk
Mye folk
Mye folk
mye folk

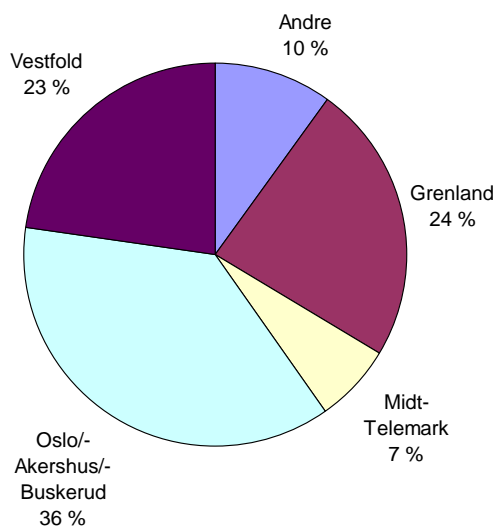
Svarene viser at de fleste er redd for at det kan bli for mye folk, og for trangt, i Seljord.

Hyttefolket

Det er ca 1500 hytter i Seljord. Det ble gjennomført en spørreundersøkelse mot et tilfeldig utvalg på 300 av disse, og det kom inn svar fra 120 hytteeiere.

Vi har forutsatt at disse er representative for hele utvalget.

Hvor kommer de fra?



Figur 9: Hvor kommer hytteeierne fra?

Den største gruppen hytteeiere finner vi på aksene Kongsberg – Drammen – Akershus – Oslo. 36 prosent av hytteeierne er fra dette området. Grenland og Vestfold er representert med en fjerdedel hver. Midt-Telemark med Bø, Seljord og Nome har syv prosent, men 10 prosent kommer fra andre områder. Andre områder inkluderer også utlandet, hvor det var en respondent av 119 (fra Danmark).

Hytteeierne er dermed en relativt urban gruppe mennesker som kommer fra sentrale strøk.

Det ble også spurt om hytteeierne leier ut hyttene. Bare tre av 119 oppga at de leide ut til andre. Dette er dermed en helt neglisjerbar størrelse.

Hvor mye bruker de hytta?

Hytteeierne ble spurt om hvor mange dager de hadde brukt hytta. Her fikk de valget mellom ulike intervaller. Intervallene ble laget for lave, slik at det store flertallet krysset av for det høyeste alternativet som var ”flere enn 15 dager”. Enkelte skrev på skjemaet hvor mange dager til tilbrakte på hytta, og mange av disse oppga høye antall dager, opptil 200.

Ut fra svarene har vi beregnet at det er folk i hyttene i gjennomsnitt 30 dager i året.

Hvor stor er hyttebefolkningen?

Hytteeierne ble også spurt om hvor mange de var på hytta i gjennomsnitt.

Her varierte svarene fra en til 25. I gjennomsnitt var det 4,1 personer pr hytte.

Hvis vi tar utgangspunkt i at det er 1500 hytter i Seljord, og at det er 4,1 person i hver av hyttene i 30 dager i året, betyr det at det

i gjennomsnitt er 514 personer på hytter i Seljord til enhver tid.

Befolkningen i Seljord er på 2933 personer. Med hyttefolket øker befolkningen med mellom 17 og 18 prosent i gjennomsnitt.

Antallet som bor på hyttene vil naturligvis variere sterkt, ettersom de fleste bruker hyttene i ferier og helger. Dette tallet beskriver imidlertid størrelsen på etterspørselseffekten over året.

Hvis alle hyttene har besøk, vil dette utgjøre over 6000 personer. Det er dermed sannsynlig at i toppsesongen er flere hyttefolk enn fastboende i Seljord.

En økning i befolkningen på nesten 20 prosent vil ha en stor effekt på etterspørselen til handelsnæringen i Seljord. Dette avhenger naturligvis også av hvor mye hyttebefolkningen bruker butikkene i Seljord, noe som fører oss over til de neste delene av spørreundersøkelsen.

Hva handler hyttefolket?

Vi spurte også om de handlet i Seljord når de var på hytta.

17,9 prosent, dvs mindre enn en av fem, oppga at de ikke handlet i Seljord. Noen av de som oppga

at de ikke handlet hadde forklarende kommentarer som:

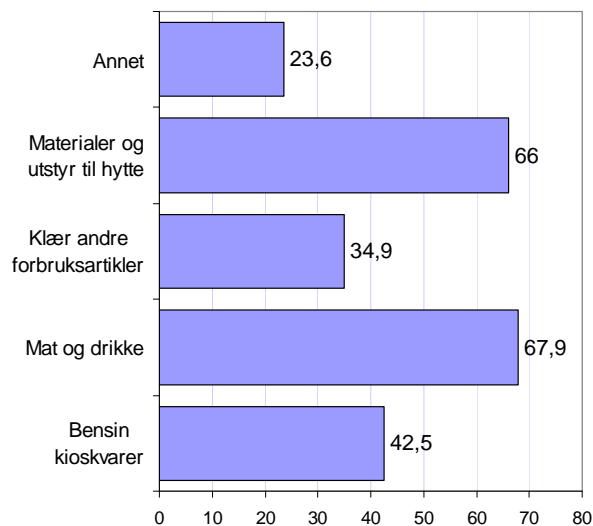
”Handler mat/drikke i Rauland fordi det ikke er butikk i Åmotsdal”

”handler mest i Bø på vei til hytta”

”Handla mye på groven før, men nå er den nedlagt”

”fra Brekkegrendsveien er det nærmere til Bø”

Disse kommentarene tyder på at de som ikke handler i Seljord har hytter som ligger nærmere Bø og Rauland enn sentrum i Seljord. Nabokommunenes handelsnæring tjener dermed også på hyttefolket i Seljord.



Figur 10: Prosentvis andel av hyttefolket som handler ulike ting i Seljord.

Det som er mest vanlig å handle inn, er mat og drikke, samt materialer og utstyr til hytte. Omtrent to tredeler oppga at de normalt handlet inn slike ting.

40 prosent av hyttefolket handler bensin og kioskvarer i Seljord.

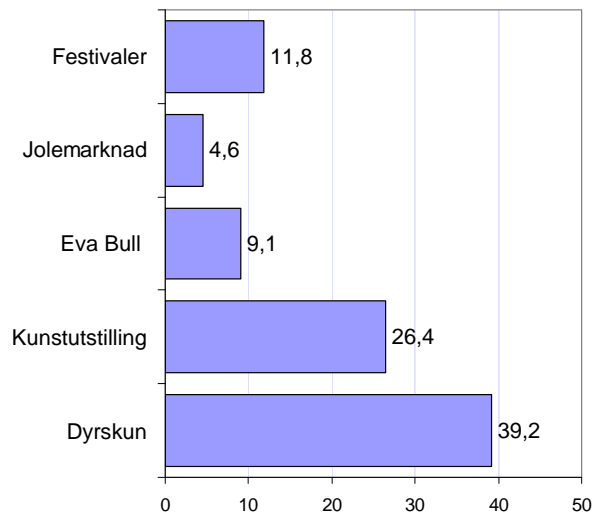
Omtrent en tredel handler klær og andre forbruksartikler i Seljord.

En fjerdedel oppga også annet. Her var det alt fra propan, polvarer, tipping til frisører og biler.

Hva deltar hyttefolket i av kultur?

Det ble også spurt om hyttefolket deltok på ulike kulturarrangement eller tilbud. For de som svarte ja, ble de bedt om å oppgi hva.

Under har vi sortert ut andelen som oppga at de hadde besøkt ulike kategorier:



Figur 11: Prosentvis andel som oppga å ha benyttet seg av ulike kulturtilbud.

Dyrskun er oppgitt av nesten 40 prosent av alle som besvarte skjemaet. Når vi sammenholder dette med anslaget på totalbefolkningen i hyttene, som var 6000 personer, betyr dette at Dyrskun har 2400 besøkende fra folk som bor i private hytter i Seljord.

Det var også en høy andel, 26,4 prosent, som oppga at de hadde besøkt ulike kunstutstillinger. Eva Bull Holtes museum var spesielt nevnt av hver tiende.

Hyttefolket framstår dermed som svært kunstinteresserte.

Hva savner hyttefolket?

Det ble også stilt følgende spørsmål til hyttefolket:

Er det noe annet du kunne ønske å besøke eller noe du gjerne ville oppleve eller kjøpe den tiden du er i Seljord?

Under har vi gjengitt svarene:

Vinmonopol med langdag på fredag, Byggevareforretning med skikkelig oppdatert hytteavdeling, Remabutikk eller annen lavpris.
lengre åpningstid på museene og utstillingene,
Bryggeplass, lengre åpningstider i butikker
Oppkjørte skispør utanom Seljord "sentrum"
oppkjørte skiløyper, parkeringsplasser
merke turløyper (lysløype) kultursti o.l.
bedre skiløyper
Sats på lokale varer, fra mat til møbler
En åpen gård med dyr + salg av lokale varer (om det finnes)
Ønsker å besøke de eksisterende kunsttilbudene
Skulle gjerne vært en håndarbeidsbutikk i Seljord
Ser Seljord som en kulturkommune. Dekker våre behov
Savner en antikvitetsbutikk, bedre kart for turer i fjellet.
kunst/kulturforedrag, - Atelier-besøk
Kulturfestival: musikk, kunst folkedans
Eva Bulls Museum - Åmotsdal, Dyrsku'n
Vi synes tilbudet er bra. tek kontakt privat med handverkar o.l.
Skorve, Lifjell
Seljords handelsstand er mette
Rideundervisning
nei, søker natur fred og ro
nei, det er naturen som er trekkplasteret
har det bra på hytta med fjell og skog
Få tilbake Groven handel i Åmotsdal
en service katalog for varer og tjenester
en hyggelig pub
en hyggelig kafe i sentrum
countryfestivalen, oppleve mer av naturen, veteranbilløp
butikk i Åmotsdal
bedre utvalg av allergikeremat, rismelk, glutenfritt

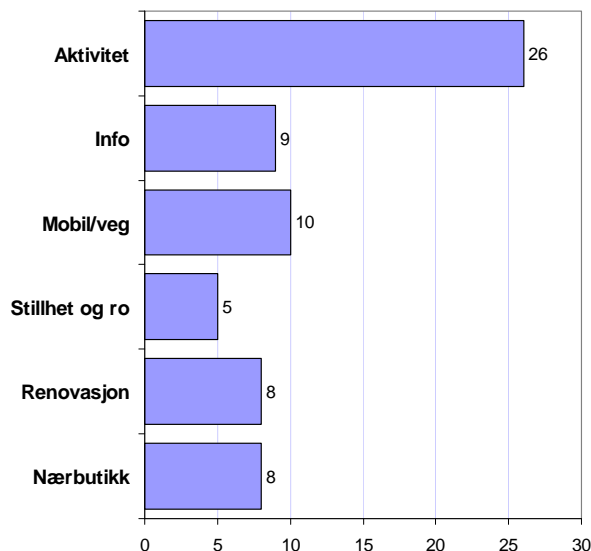
Noen svar som går igjen er lengre åpningstider, skiløyper og mer kultur.

Det er også flere som ikke ønsker mer tilbud, men som søker natur og fred og ro.

Et interessant forslag er ”servicekatalog for varer og tjenester”.

Hvordan kan Seljord bli mer attraktivt?

Hyttefolket ble også spurt om de hadde noen forslag for hvordan Seljord kunne bli mer attraktivt for hyttefolket.



Figur 12: Antall svar innenfor ulike kategorier på hvordan Seljord kan bli mer attraktiv for hyttefolket.

Over har vi ordnet svarene i noen av kategoriene som går igjen.

Den største kategorien av disse svarene går på mer tilrettelegging for ulike aktiviteter. Vi kommer mer inn på disse på neste side. Det var 26 ulike svar i denne kategorien.

En nærmest motsatt kategori er svar som indikerer at hyttefolket mest av alt ønsker stillhet og ro. Dette er en betydelig mindre gruppe, med bare fem svar.

En annen gruppe med ti forslag går på infrastruktur, som mobilnett, bedre veier og bredbånd.

Ulike informasjonstiltak ble nevnt av ni, mens åtte hadde forslag vedrørende renovasjon og nærbutikker.

Vi skal kikke nærmere på de ulike kategoriene i detalj på de neste sidene.

Ønskede aktiviteter

I tabellen til høyre har vi listet opp hva de har foreslått av aktiviteter.

Mange ønsker skitrekking/alpinanlegg.

Bedre skiløyper og merkede turstier blir også nevnt av mange.

Det er også noen som nevner ulike kulturtilbud. Her er spørsmålsstillingen slik at det blir spurt om hva som kan gjøre Seljord mer attraktivt. Mange trekker imidlertid fram det gode kulturtilbudet som allerede er her.

Ønsker mer aktivitet
Ville gjerne se at vannet var mer brukt; båtliv, seiling og fiske.
tilrettelegge for jakt og fiske
Starte helårsdrift for turisme i Grunningsdalen og Grimaren-området
Skianlegg, hotell og badeland
Rimelig overnatting, greie bademuligheter Seljordsvannet, et lite kjøpesenter under tak. Guidet historievissning om sommeren, mer informasjon ved innkjøring hovedveiene.
restauranter, kulturarrangementer
Redusere fyllefest-festivalene, heller øke tilbud av mer seriøse kulturtilbud/guida turer
Kanskje et lite badeanlegg inne/ute? Turistbåt på Seljordavannet, Sjøormsafari.
merking og skilting av stier og spes. attraksjonar. gode turkart/foldere
merking av turstier mot Lifjell
merking av flere turruter. Flere hytter og folk skaper liv og røre, flere butikker og kafeer i tettstedene er viktig. Oppkjørte løyper.
merke turstier, andre arrangement i naturen, turer e.l.
kulturtilbud vinterstid
Kommunal løypekjøring i hytteområdene
kjøre opp skispor i området Sandsetvatn. Synes det er rart at kommunens egne innbyggere ikke benytter dette flotte området mer. Kommunen må legge dette bedre til rette.
kafe eller restaurant
informasjon, mer annonsering om arrangementer
dødt sentrum etter butikkene er stengt. Negativt at alt i og nær Telesenteret etableres der.
Flere merkede turstier, informasjonssenter for turmuligheter

alpinanlegg skiløyper i fjellomr. NB! ikke hyttebygging i fjellet slik Rauland har tillatt
utbygging av skianlegg (langrenn, alpin)
skitrekking på fjellet
alpinanlegg (for de unge i familien)
alpinanlegg
alpinanlegg, bedre veier

Noen ønsker bare stillhet og ro

Det er imidlertid ikke mange. Av de svarene vi har puttet i denne kategorien, er det også noen som ønsker alpinanlegg, bare det ikke blir hyttebygging i fjellet.

Ønsker bare stillhet og ro
Å ikke satse på store utbygginger som gjør Seljord til et urbant helgesenter
ønsker stillhet, spesielt rundt Seljordsvannet
ingen flere hytter, slutt å rasere, angre med alt for store hytter
Dyrsku'n har blitt for mye tivoli, derfor har vi droppet det de siste årene. det er trist
alpinanlegg skiløyper i fjellomr. NB! ikke hyttebygging i fjellet slik Rauland har tillatt

Nærbutikk

Det går klart fram at nærbutikken i Åmotsdal er savnet, og at butikken i Vefall blir satt pris på av noen.

Nærbutikker
nærbutikk i Åmotsdal
butikkablering i Åmotsdal
Vil beholde nærbutikken på Vefall
savner nærbutikken i Åmotsdal
nærbutikk i Åmotsdal
Det må være at Vefall kolonial blir holdt åpen, ligger mitt i smørøyet for oss som ha hytte i nærheten (+ pol i Seljord og danske priser på ølet. Hi hi)
Butikk i Åmotsdal. Savner den gamle. Handlet der.
butikk i Åmotsdal

Veinett og mobilnett

Flere nevner bedre mobilnett og eller bedre veier.

Veier og mobil
mobildekning er svært viktig av sikkerhetsgrunner
mangler mobildekning Sudbø-omr
Opprusting av Sudbø vegen
Internett bredbånd
holde veiene fine og hullfrie
bedre veier og mobilforhold
Bedre vei opp til Grimås.
Bedre veg på Vestsida av Seljordsvatnet
bedre mobildekning, bredband, bedre vegar
bedre veier

Er renovasjonstjenestene dyre og dårlige?

Enkelte hytteeiere synes å mene det:

Renovasjon
vil ikke betale for fastboendes avfall i Åmotsdal
redusere eller fjerne renovasjonavgift (jf. container som alltid er full og som likevel ikke benyttes, tar med søppel hjem
redusere de kriminelle høye renovasjonsavgiftene
kutte renovasjon for langt mellom containere, tungvint
jeg har betalt renovasjon i mange år, en tjeneste som jeg ikke har benyttet noen gang. jeg må i tilfelle reise ca 5 km for å komme til en container. jeg får heller ikke en plastpose til søppel. meget dårlig
Renovasjon er svært dyr, legger lite i containeren
bedre tilrettelagt renovasjon, bla.a. kildesortering
tømme containere oftere om sommaren i hytteomr.

Bedre informasjon

Det var ni respondenter som hadde forslag som gikk på informasjon.

Informasjon
Mer informasjon ved innkjøring hovedveiene.
informasjonssenter for turmuligheter
ønsker oversikt over festivaler/aktiviteter
nyhetsbrev, informasjon om hva som skjer
Få vite hvilke arrangementer som skjer i Seljord
Besøkende savner vegkart over Seljord når de

Informasjon

kommer inn til sentrum. også WC for besøkende
Bedre opplysninger om ting som skal skje (i god tid)
Bedre info vedr. turer på fjellet fra Seljord
bedre info om fylket i NRK og media

Ni respondenter av 120 kan synes lite. Dette var imidlertid et svar med åpne alternativer, slik at respondenten måtte nevne dette eksplisitt på egen hånd. Hadde dette vært et direkte spørsmål som f eks ”ønsker du mer informasjon om hva som skjer i Seljord” kan det hende at det ville vært en stor andel som svarte ja.

Andre forslag eller kommentarer

Annet
være positive ved ønske om forandring/påbygg/nytt etc.
Vinmonopol
Vi syntes Seljord er en fin kommune og tilbringe fridager i
vi drar ikke på hytta for å besøke Seljord
Synes Seljord er veldig attraktivt
synes det er bra som det er
Synes dere er flinke med det som blir arrangert
Seljord legger ikke til rette for hyttefolk, Seljord tjener nok på Dyrsku'n og andre lignende etabl
Seljord er fantastisk flott som det er, men jeg er fryktelig lei av innbrudd på hytta.
pr d.d. er Seljord etter vår mening et meget bra sted
Lensmann/Politi mer synlig på vestsida av Seljordvannet. Generelt positivt om det kommer flere besøkende men det finnes uønskede elementer som gjør innbrudd på feriestedene
ikke gjennomkjøring i sentrum - f.eks Kirkenbusstasjon, nære P-Plasser
Hyttebutikk
Hva med fellestransport mellom Rauland og Seljord via Åmotsdal
få tillatelse til å bruke kjøretøy fram til hytta med materialer som ligger avsides fra bilveg
Dere er dyktige i Seljord
bedre matbutikk
at kvist og trær blir fjernet fra veg og sti når det blir ryddet under kraftledningene

Ønsker hyttefolket flere til Seljord?

Vi stilte også spørsmålet:

"Vurderer du det som positivt eller negativt om det kommer flere til Seljord?"

Av de 120 svarene hadde fire ikke angitt om dette var positivt eller negativt.

15 mente det var negativt om det kom flere til Seljord, mens 101 mente det var positivt.

87 prosent av de hytteeierne som hadde mening om dette mener at det er positivt at det kommer flere til Seljord.

Dette var en nesten overraskende stor majoritet.

De som mente at det var negativt med større trafikk til Seljord fikk et oppfølgingsspørsmål:

"dersom du tror det blir negativt, hva frykter du mest?"

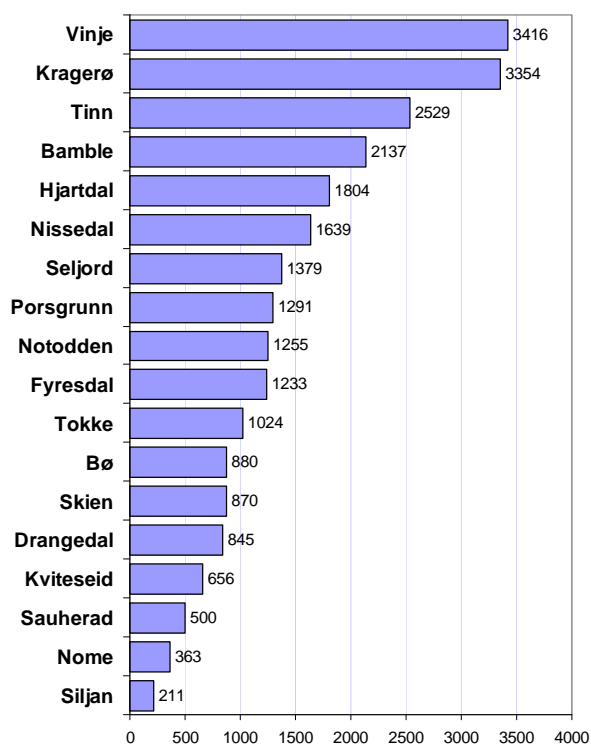
I tabellen under har vi gjengitt svarene på dette:

Hva frykter du hvis det kommer flere:
fyll og bråk
mer innbrudd
Forslumming av den tradisjonelle bygdekulturen
forsiktig med store hyttekonsentrasjoner
stress
mindre fred og ro
At Seljord skal miste særpreget. Må ikke bli "urbant"
At det blir som på Vierli
hyttebyer, reiser til Seljord for å få fred og ro
sjarmen med en forholdsvis stille og rolig kommune vil forsvinne
innbrudd, kø, kan ødelegge det som er fint og intimt
at det skal ligne på Trysil, Hemsedal og det Bø aspirerer til
store hyttefelt, med fastboende og "villahytter"
Urbanisering, kvaliteten hos Seljord i dag er at det fremstår som et aktivt bygdeområde med tidvis mye liv, men også muligheter for ro og god livskvalitet
slik som hyttefolk blir behandlet i dag, så mener jeg å fraråde andre å bygge hytter. elendig behandling fra kommunens administrasjon. jeg skal forsøke å selge ved første anledning

Det fremgår av disse svarene at det er store utbygginger og massive hyttekonsentrasjoner som er skremmende. Flere av disse som svarte her kan synes det er greit med en moderat og spredt utbygging av nye hytter.

Hyttestatistikk

SSB har statistikk over antall hytter i hver kommune, eller "fritidsboliger" som de kaller det.



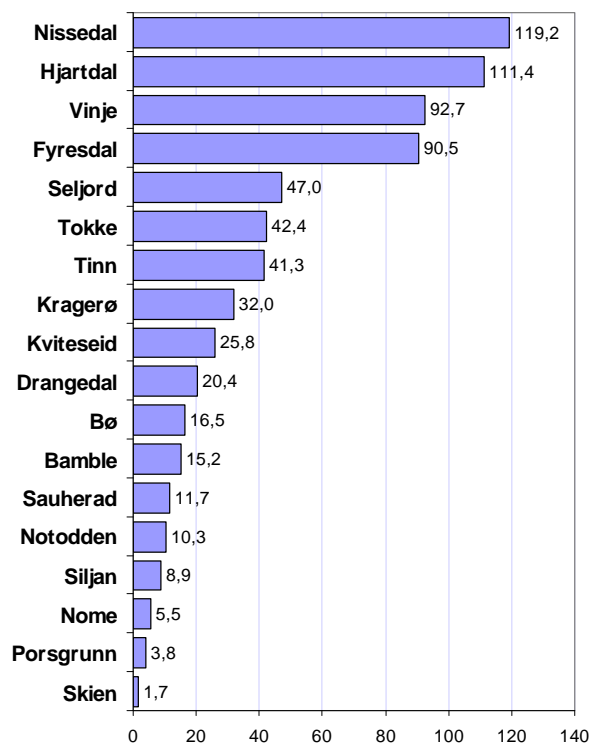
Figur 13: Antall fritidsboliger i kommunene i Telemark. Data: SSB.

Seljord er registrert med 1379 hytter. Vinje og Kragerø har hver mer enn 3000 hytter.

Vi kan også beregne tettheten av hytter i forhold til folketall.

Kommuner som Nissedal og Hjartdal har begge flere hytter enn folk. Fyresdal og Vinje har omtrent like mange hytter som folk. I Seljord er antallet hytter mindre enn halvparten av antall innbyggere.

Veksten i antall hytter i Seljord har ikke vært spesielt sterk. I tabellen ser vi veksten i antall hytter i kommunene de siste ti årene. Seljord har hatt en vekst på 9,2 prosent. I samme periode har Nissedal nesten doblet antall hytter. Tinn har hatt en vekst på 34,6 prosent, mens Hjartdal har hatt en vekst på 20,7 prosent.



Figur 14: Antall fritidsboliger pr 100 innbyggere.

	Antall pr 100 innb	Vekst i antall 1998-2007	Antall hytter
Vinje	92,7	18,9	3416
Kragerø	32,0	4,6	3354
Tinn	41,3	34,6	2529
Bamble	15,2	4,0	2137
Hjartdal	111,4	20,7	1804
Nissedal	119,2	90,8	1639
Seljord	47,0	9,2	1379
Porsgrunn	3,8	-0,9	1291
Notodden	10,3	7,6	1255
Fyresdal	90,5	10,5	1233
Tokke	42,4	-14,0	1024
Bø	16,5	9,5	880
Skien	1,7	6,0	870
Drangedal	20,4	17,0	845
Kviteseid	25,8	39,6	656
Sauherad	11,7	5,9	500
Nome	5,5	10,7	363
Siljan	8,9	9,9	211

Oppsummering – kundegruppene

I dette kapitlet skal vi oppsummere betydningen av de besøkende for næringslivet i Seljord. Vi deler det direkte berørte næringslivet opp i handel og reiseliv, og forsøker også å beregne sekundære sysselsettingseffekter i andre bransjer. Samtidig forsøker vi å fordele sysselsettingseffekten mellom de aktuelle kundegruppene vi definerte tidligere: Handlende, hyttefolk, festivaldeltakere og annen turisme.

Handel

Fra bedriftslistene har vi identifisert 52 forskjellige forretninger i Seljord. 10 av disse er intervjuet. I disse intervjuene har vi blant annet spurt om hvordan kundene kan fordeles mellom folk fra Seljord og besøkende. Vi forsøkte også å få en fordeling av kundene med hensyn til om de besøkende var fra andre kommuner i regionen, festivaldeltakere, hyttefolk eller andre reisende og turister.

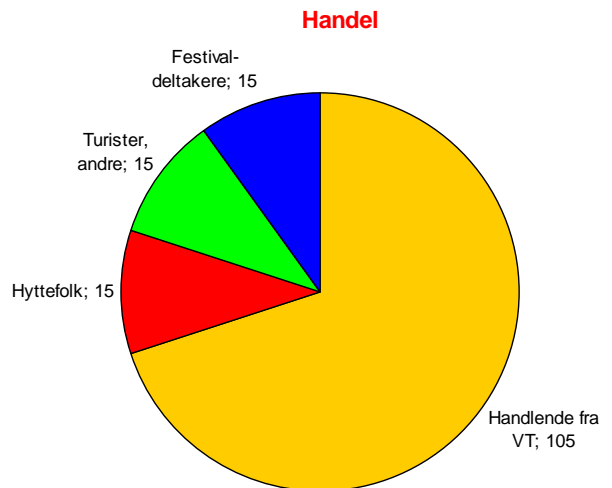
Det er helt klart at besøkende fra andre kommuner i Vest-Telemark er den største av disse gruppene. Flere mente at disse var mer lojale kunder enn Seljords egne innbyggere.

Andelen av kundene fra festivalene varierte en del, avhengig av hvilken type produkter som butikken solgte og lokaliseringssted. Det var også ulike oppfatninger av hvilke arrangement som førte til flest kunder.

Kundegrupper som hyttefolk og andre turister var litt vanskeligere for butikkdriverne å identifisere, men alle hadde registrert at det var en del kunder tilhørende disse gruppene også.

Andelen av besøkende kunder, dvs kunder utenfra Seljord, i butikkene varierte fra 50 til 70 prosent.

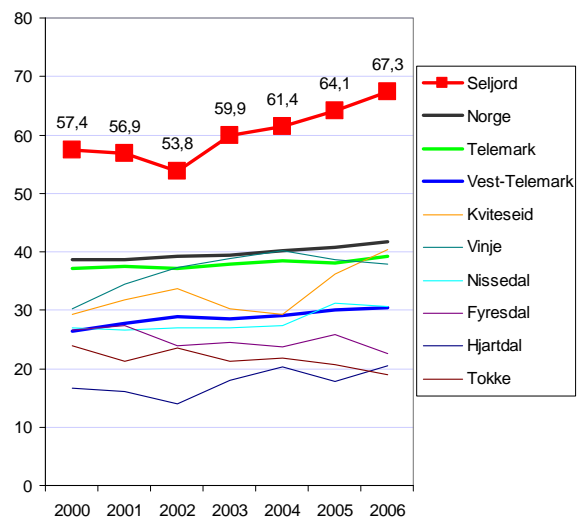
Ut fra dette har vi beregnet at halvparten av arbeidsplassene i handelen i Seljord kan tilskrives besøkende.



Figur 15 Antall arbeidsplasser i Seljord som er basert på de ulike besøksgruppene i handel.

Handelsnæringen i Seljord har 300 arbeidsplasser, slik at dette betyr at de besøkende står for 150 av disse. Handlende fra andre kommuner i Vest-Telemark er den største gruppen, og står for 105 av de ekstra arbeidsplassene, mens hyttefolk, festivaldeltakere og andre turister står for 15 arbeidsplasser hver.

Vi kan også se på antall arbeidsplasser i detaljhandelen i Seljord i forhold til folketallet:



Figur 16: Antall ansatte i detaljhandel pr 1000 innbyggere.

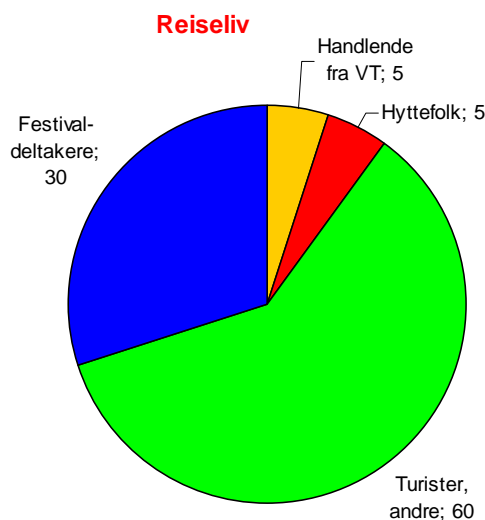
Seljord har 67,3 arbeidsplasser i detaljhandel per 1000 innbyggere. Dette er langt høyere enn gjennomsnittet, både for land og fylke. Vi kan også se av de andre kommunene i Vest-Telemark har lavere antall arbeidsplasser i detaljhandel enn gjennomsnittet. Dette bekrefter opplysningene vi

fikk fra intervjuene; at det er mange handlende fra de andre kommunene i Vest-Telemark.

Vi kan også se at antall arbeidsplasser per 1000 innbyggere i Seljord er omtrent dobbelt så mange som fylkesgjennomsnittet. Dette bekrefter også anslaget på at halvparten av sysselsettingen i handelen i Seljord kommer fra de besøkende.

Reiseliv

Som reiselivsbedrifter har vi regnet hotell, restaurant og aktivitetsbedrifter som er rettet mot besøkende. I sistnevnte grupper er også Dyrsku'n, Danseband- og Countryfestivalen. Dette er bedrifter som nesten utelukkende er innrettet mot besøkende.



Figur 17: Antall arbeidsplasser i Seljord som er basert på de ulike besøksgruppene i reiseliv.

I denne gruppen er "andre turister" den største gruppen. Dette er hovedsakelig arbeidsplasser innenfor overnatting. Festivaldeltakerne er nest største gruppe, ved at disse skaper arbeidsplasser i festivalbedriftene og etterspør overnatting og servering.

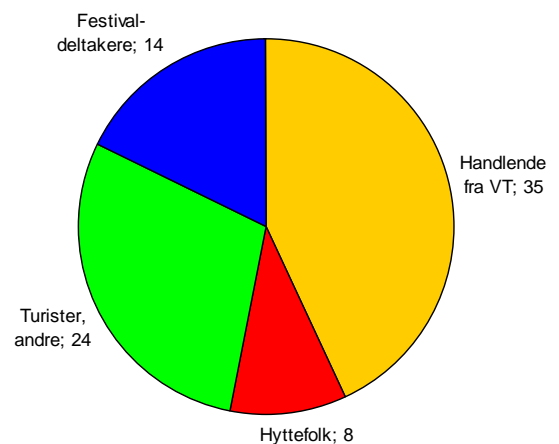
Andre handlende og hyttefolket står for en forholdsvis liten andel her, ettersom disse ikke vanligvis trenger overnatting.

Det er omtrent 100 arbeidsplasser i reiselivnæringene, som kan tilskrives direkte etterspørsel fra besøkende.

Sekundære effekter

Sekundære effekter kommer fra etterspørsel fra bedrifter som blir direkte berørt av de besøkende. Dette er bedrifter innenfor handel og reiseliv. Disse bedriftene etterspør tjenester fra andre bedrifter i kommunen, som regnskap, finans, bygg og anlegg, etc. Ettersom besøksnæringene i Seljord er så store, vil det være vesentlige sekundære effekter.

Sekundære sysselsettingeffekter



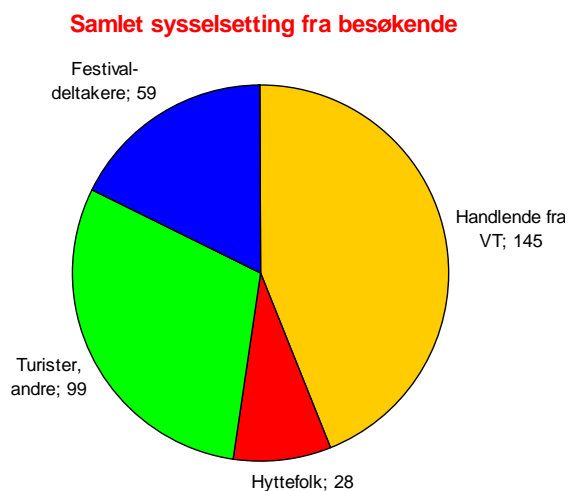
Figur 18: Antall arbeidsplasser i Seljord som er basert på de ulike besøksgruppene – sekundære virkninger.

De sekundære virkningene er beregnet til 82 arbeidsplasser i Seljord.

Samlet effekt

De samlede virkningen av de besøkende på antall arbeidsplasser i Seljord kommer fram gjennom å summere effekten på handel, reiseliv og sekundære effekter.

arbeidsplassene i Seljord er avhengig av de besøkende.



Figur 19: Antall arbeidsplasser i Seljord som er basert på de ulike besøksgruppene – samlede virkninger.

Til sammen 332 arbeidsplasser i Seljord kommer fra etterspørsel fra besøkende.

	Ansatte 2006	Andel % fra besøkende	Besøks-avhengige arbeidsplasser
Hotell og rest	102	90	92
Handel	300	50	150
Transport	96	20	19
Tjenesteyting	143	20	29
Bygg og anlegg	108	25	27
Industri	106	5	5
SUM privat	855	38	322

I tabellen over kan vi lese at det var 855 arbeidsplasser i privat næringsliv i Seljord i 2006. Når 322 av disse kan tilskrives de besøkende, betyr dette at nesten 38 prosent av alle private

Omdømme

Fjernomdømme fra undersøkelsen ”kva er Telemark?”

Telemarksforskning-Bø gjennomførte en landsomfattende undersøkelse om nordmenns assosiasjoner til Telemark i 2002. (Lønning). I den undersøkelsen ble det også spurt om assosiasjoner til en del kjente stedsnavn i Telemark. Seljord var det stedsnavnet i Telemark som flest hadde positive assosiasjoner til. Hele 79 prosent av de spurte hadde positive assosiasjoner til Seljord.

Tabell 1: prosentvis andel med positive, negative eller ingen assosiasjoner til en del utvalgte stedsnavn i Telemark:

	Positive	Negative	Ingen
Seljord	79	3	19
Bø	76	3	20
Kragerø	73	3	24
Morgedal	70	2	28
Vinje	63	1	36
Skien	52	12	36
Porsgrunn	52	12	36
Notodden	48	11	41
Rauland	47	3	50
Dalen	43	4	53
Gaustablikk	43	2	55
Nissedal	32	2	66
Vest-Telemark	31	2	68
Tinn	28	2	70
Åmot	27	3	70
Grenland	27	16	57
Fyresdal	26	4	69
Kviteseid	26	2	72
Vrådal	23	2	75
Tuddal	20	2	78
Hjartdal	14	2	84

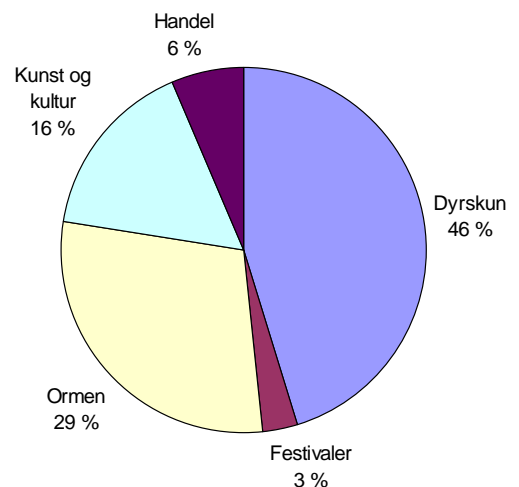
Resultatet viser at Seljord har et svært positivt omdømme i Norge. Undersøkelsen ble gjort i 2002, men det er ingen grunn til å anta at omdømme er spesielt annerledes i dag.

Næromdømme – fra Lundeundersøkelsen

Telemarksforskning-Bø har også utført en annen undersøkelse som kaster lys over omdømmet til Seljord.

En tilfeldig antall personer på ulike steder i Midt-Telemark ble spurt om hva de forbinder med stedene Lunde, Gvarv, Ulefoss, Bø og Seljord. Spørsmålet var utformet åpent, slik at det ble registrert hvilke ord personene selv oppga.

Tabell 2: Andeler som oppga ulike grupperinger av assosiasjoner til Seljord.



I nabokommunene er Seljord mest kjent for Dyrsku'n og Seljordsormen.

Nesten halvparten nevnte Dyrsku'n når de ble spurt om hva de forbandt med Seljord. Over en fjerdedel av de spurte nevnte Seljordsormen, eller ”Selma” når de ble spurt om Seljord.

Det er imidlertid verd å merke seg at 16 prosent oppga assosiasjoner i retning av ”kunst og kultur”. Seljord er en av kommunene i landet med høyest tetthet av registrerte kunstnere. Dette har tydeligvis blitt registrert i nabokommunene.

Patriotindeksen

En tredje undersøkelse som er gjort i Telemarksforskning-Bø som har med omdømme å gjøre er ”patriotindeksen”. I denne indeksen er

det målt andel av bedriftene som bruker kommunenavnet i firmanavnet. Tanken bak er at dersom en stor del av bedriftene velger å bruke kommunenavnet i navnet til selskapet, så betyr dette at de anser kommunenavnet å ha en positiv klang.

Kommune	Antall bedrifter	Antall med kommune-navn	Index
Seljord	187	47	57,1
Bø	326	68	52,4
Fyresdal	60	16	47,4
Kragerø	556	77	38,0
Notodden	626	80	35,7
Drangedal	97	16	32,8
Kviteseid	149	21	30,6
Tinn	376	42	28,8
Nome	191	18	21,5
Siljan	38	5	20,8
Vinje	199	18	20,8
Skien	2627	130	16,9
Nissedal	52	5	16,5
Porsgrunn	1843	92	16,3
Bamble	486	26	14,4
Hjartdal	53	4	13,0
Tokke	84	4	9,2
Sauherad	145	5	7,5

Resultatet av patriotindeksen er i tråd med omdømmeundersøkelsen. Seljord og Bø har mange bedrifter med kommunenavnet. Fyresdal har høyest andel av bedrifter med kommunenavnet, men i indeksen er et lagt inn en korreksjon for antall bedrifter totalt i kommunene, for å korrigere for at små kommuner ofte kommer for høyt opp.

Andre kommuner utenfor Telemark som kommer høyt opp på patriotindeksen er Trysil, Voss, Røros og Hemsedal. Dette er også kjente turistdestinasjoner.

Oppsummering omdømme

De tre undersøkelsen som har blitt referert her viser at Seljord har et svært godt omdømme. Den første undersøkelsen "Kva er Telemark" viser at Seljord er svært godt kjent, ettersom svært få hadde "ingen assosiasjoner". Seljord har

samtidig en svært stor overvekt av positive assosiasjoner knyttet til navnet.

Patriotindeksen viser det samme, gjennom at næringslivet i Seljord i stor grad gjør bruk av det positive Seljordsnavnet.

Seljord er dermed et verdifullt merkenavn som det vil være vel verd å vedlikeholde og bruke i markedsføringen.

Undersøkelsen i Midt-Telemark setter ord på de positive assosiasjonene: Seljord er kjent for:

Dyrsku'n, Seljordsormen, kunst og kultur, handel og festivaler.

Dette er positivt ladede assosiasjoner, som en kan satse på i eventuell videre omdømmebygging.

En er dermed i den heldige situasjonen at en kan konsentrere seg om å forsterke assosiasjoner som allerede er til stede hos folk både fjernt og nær.

Strategi

Strategisk utgangspunkt

- Seljord har et vekstkraftig og lønnsomt næringsliv
- Seljord er attraktiv som bosted, tatt i betraktning at Seljord er en liten distriktskommune
- Seljord er et sterkt handelssenter for Vest-Telemark
- Hele 38 prosent av arbeidsplassene i næringslivet er basert på de besøkende
- Seljord har et sterkt merkenavn og godt omdømme basert på Dyrsku'n, Seljordsormen, kunst og kultur, handel og festivaler

Seljord har dermed allerede en sterk posisjon når det gjelder næringsutvikling, attraktivitet og omdømme. Seljord har ingen omstillingsbehov. Næringsstrukturen er allerede fremtidsrettet, og kommunen har ingen sårbare hjørnesteinsbedrifter.

I en slik situasjon er utfordringen å befeste posisjonen, og forsterke den gode utviklingen kommunene er inne i.

Dette utgangspunktet betyr også at en bør satse på en jevn og moderat vekst, og en målsetting for fireårsperioden bør være omtrent fem prosent realvekst per år, eller 20 prosent for hele perioden.

Undersøkelsene viser også at folk er forholdsvis lite skeptiske til en utvikling mot flere besøkende i Seljord. Den skepsisen som finnes er stort sett knyttet til de største arrangementene – Dyrsku'n, Country- og Dansebandfestivalen. Disse arrangementene er store, og setter sterkt preg på Seljord.

En utvikling som går på å få flere arrangement eller forlenge arrangementene vil sannsynligvis ikke medføre større problemer. Hytteeierne er stort sett positiv til mer aktivitet i Seljord, også flere hytter, så lenge det ikke er snakk om store hyttebyer eller liknende. Her vil en moderat og balansert vekst neppe skape problemer.

Attraktivitet eller arbeidsplasser?

Tradisjonell nærings- og distriktsutvikling har dreid seg om utvikling av arbeidsplasser. Dermed har utvikling av arbeidsplasser også vært løsningen for kommuner med befolkningsnedgang.

I de siste årene har bostedsattraktivitet blitt mer viktig. Årsakene til dette er at folk pendler mer, og at sammenhengen mellom arbeidsplassene og bostedet blir løsere. Arbeidsledigheten er også svært lav i alle deler av landet, og mange bedrifter har problemer med å rekruttere til ledige stillinger. I den situasjonen vinner bedrifter som er lokalisert til attraktive steder. I tillegg blir stadig større andel av sysselsettingen rettet mot det lokale markedet, mens andelen av sysselsettingen i bedrifter som eksporterer varer og tjenester blir lavere. Da blir næringsutviklingen også mer avhengig av befolkningsveksten.

Dette gjør at de fleste kommuner og regioner må arbeide på to fronter – både gjennom tradisjonell arbeidsplasskaping og attraktivitet. Siden Seljords næringsliv allerede er så avhengig av besøk utenfra, vil attraktivitetsstrategien også være den beste næringspolitikken. Det er mye de samme faktorene som gjør Seljord attraktivt for bosted som for de besøkende. Seljord kan dermed fokusere på bli mer attraktiv.

Attraksjonskvaliteter

En strategi for å forsterke Seljords attraksjonskvaliteter bør ta utgangspunkt i de elementene som danner grunnlaget for attraktiviteten og det gode omdømme som Seljord har i dag.

Forslag til satsingsprofil,
Attraksjonselementer å satse på:



Disse elementene er illustrert over:

- Seljord som handelssted
- Dyrsku'n og festivaler
- Seljordsormen og andre historier
- Kunst og kultur
- Hyttsted
- Feriested

En strategi for å øke besøksnæringene gjennom disse elementene bør ha to formål:

1. Styrke innhold og kvalitet i de enkelte elementene
2. En samlet plan for markedsføring av Seljord ved bruk av de samme elementene

Roller

Dette krever felles innsats – det er gjensidig avhengighet mellom handel, festivaler, reiseliv, sentrumsutvikling og kommunens planlegging. Dette gjelder i større grad i Seljord enn andre steder!

Markedsføringen MÅ være et fellesprosjekt

Hovedutfordringen er å få til en felles innsats, der alle trekker sammen

Kan alle enes om strategier og tiltak?

Avklaring av roller - hvem gjør hva?

Finansiering – alle må bidra

Strategi og helhet

Erfaringer med utvikling av helhetlige strategier er at det er vanskelig å få til et sterkt engasjement fra næringslivet. Den enkelte bedrift er naturlig nok mest opptatt av de konkrete elementene som virker inn på egen virksomhet.

Ansvar for planlegging og utvikling av den helhetlige strategien bør derfor tas av en mindre gruppe, der kommunen har en lederrolle. Berørte parter og næringsliv må informeres og tas med på råd underveis, men må presenteres bearbejdede og konkrete forslag som de kan ta stilling til.

Delprosjektene

Private aktører dras aktivt med i de enkelte delprosjektene. Her er det snakk om gjennomføring av målrettede og konkrete prosjekt som skal ha direkte innvirkning.

Markedsføringen

Markedsføringen vil ha sterkest effekt, dersom den kan drives koordinert og målrettet for alle aktivitetene.

Møtestad Seljord er den naturlige aktøren for å ta ansvar for den samlede markedsføringen. Møtestad Seljord er imidlertid i dag en liten og sårbar organisasjon, og trenger å styrkes for å kunne bli mer slagkraftig. Dette medfører økte kostnader, som igjen må finansieres.

Finansieringsvillighet fra de private er sterkt avhengig av at bedriftene ser for seg konkret nytte. Dette kan best gjøres gjennom å ha en mest mulig konkret plan for de aktivitetene som skal gjøres, og et opplegg for dokumentasjon av nytten og lønnsomheten for de private.