

“Lilyhammer”

Bidrar serien til flere turister til byen?

Av Hans Holmengen



**Høgskolen
i Lillehammer**

Lillehammer University College • hil.no

ISSN 0806-8348

Alle synspunkter står for forfatterne sin regning. De må ikke tolkes som uttrykk for oppfatninger som kan tillegges Høgskolen I Lillehammer. Denne artikkel kan ikke reproduseres - helt eller delvis - ved trykking, fotokopiering eller på annen måte uten tillatelse fra forfatteren.

Any views expressed in this article are those of the authors. They should not be interpreted as reflecting the views of Lillehammer University College. This article may not be reprinted in part or in full without the permission of the author.

Forord

Vinteren 2012 ble TV-serien "Lilyhammer" etter mye om og men, vist på NRK1. Forventningene var store. For det første om dette ble en serie vi kunne være bekjent av og for det andre, ville den kunne gi noen effekter i reiselivssammenheng.

Vi tok tak i serien og har gjennom studentoppgaver og nasjonale undersøkelser kartlagt noen effekter. En bacheloroppgave tar for seg problemstillinger knyttet til hvordan de reiselivsrelaterte bedriftene i Lillehammer har utnyttet serien i sin markedsføring. En annen bacheloroppgave tar for seg i hvilken grad gjestene i Lillehammer har latt seg påvirke av serien.

En tredje undersøkelse, basert på 1000 tilfeldig valgte nordmenn ble gjennomført i løpet av april 2012 av Norstat.

Studentene Rianne Puijk Vaagland, Ragnhild Strand, Maren Løvstad Kjølberg og Linda Therese Stadeløkken gjorde alle en god innsats med datainnsamling og analyse i sine bacheloroppgaver. 1. amanuensis Thor Flognfeldt takkes også for sine kommentarer og innspill

Ett mål er nå å gjenta undersøkelsene etter ett år for å kartlegge om interessen fortsatt er tilstede. Disse analysene vil vi komme tilbake til ved en senere anledning.

Lillehammer 29.09.2012

Hans Holmengen

Innhold

Forord	1
Innhold.....	2
1: Innledning	3
2: Metode	4
3: Utvalget.....	4
4: Resultater	5
5: Diskusjon og konklusjon	8
6: Litteratur	9

1. Innledning

I månedene januar til mars viste NRK1 komiserien Lilyhammer. Gjennom totalt 8 episoder fulgte vi den amerikanske mafiabossen Frank Tagliano (Steven van Zandt) og hans etablering på Lillehammer. TV-serien fikk stor oppmerksomhet både før oppstart og underveis.

Serien ble utsatt i noen måneder på grunn av utsagn om produktplassering, noe som i henhold til NRKs regelverk ikke er tillatt. Serien måtte klippes om og enkelte bedrifter, som hadde bidratt med finansiering, fikk pengene tilbakebetalt. Produktplasseringsdiskusjonen skapte mye presseomtale og gjorde utvilsomt folk oppmerksom på serien.

I løpet av sendeperioden fikk serien mye presseomtale, vesentlig fordi den slo godt an blant publikum. Seertallene lå tett opp under 1 million på alle episodene og ble betraktet som en av NRKs store suksesser

Men selv om seertallene var gode, og selv om Lillehammerbedriftene ikke fikk eksponert seg som de ønsket har vi stilt spørsmålet: Hadde serien allikevel en effekt i form av økt oppmerksomhet på Lillehammer som by og reiselivsmål? I tillegg: Maktet bedriftene i Lillehammer å utnytte serien i sin markedsføring?

To bacheloroppgaver v/Høgskolen i Lillehammer omhandlet disse temaene. Den ene (Vaagland og Strand, 2012) tok for seg i hvilken grad bedriftene i Lillehammer forsøkte å utnytte serien i sin markedsføring. Gjennom flere intervjuer med daglige ledere/eiere av bedriftene ble problemstillingen kartlagt. Resultatene var nedslående. Servicenæringen i Lillehammer har ikke benyttet anledningen til å profilere seg. Årsakene var flere. En var usikkerheten knyttet til produktplasseringsproblematikken. En annen var manglende informasjon om hva som er mulig. En tredje årsak var risikoaversjon. Bedriftene var lite villige til å kaste seg ut i et terreng der de ikke kjente reglene og eventuell mulighet for å trå feil i kjølevannet av produktplasseringsproblematikken.

I den andre bacheloroppgaven ble det gjennomført en spørreundersøkelse blant gjestene i Lillehammer. Undersøkelsen ble gjennomført rett etter at siste episode av serien var vist på TV. I alt 200 valide svarskjema ble analysert (Kjølberg og Stadeløkken, 2012). Hovedkonklusjonene i denne oppgaven var at litt over 10 % av de spurte mente at de hadde blitt påvirket i stor grad vedrørende synet på Lillehammer by. Videre fant de at 24 % av de som hadde sett serien hadde fått lyst til å besøke byen.

I dette arbeidet har vi også gjennomført en nasjonal undersøkelse der 1000 personer ble spurt om hvordan serien hadde påvirket deres syn på Lillehammer og lysten til å besøke byen.

2. Metode

Undersøkelsen ble gjennomført i perioden 13.04. til 26.04.2012, det vil si ca en måned etter at siste episode var vist. Undersøkelsen ble gjennomført sammen med en annen undersøkelse – nemlig om image til alpinanleggene i Lillehammerregionen. Undersøkelsen ble dermed en omnibus.

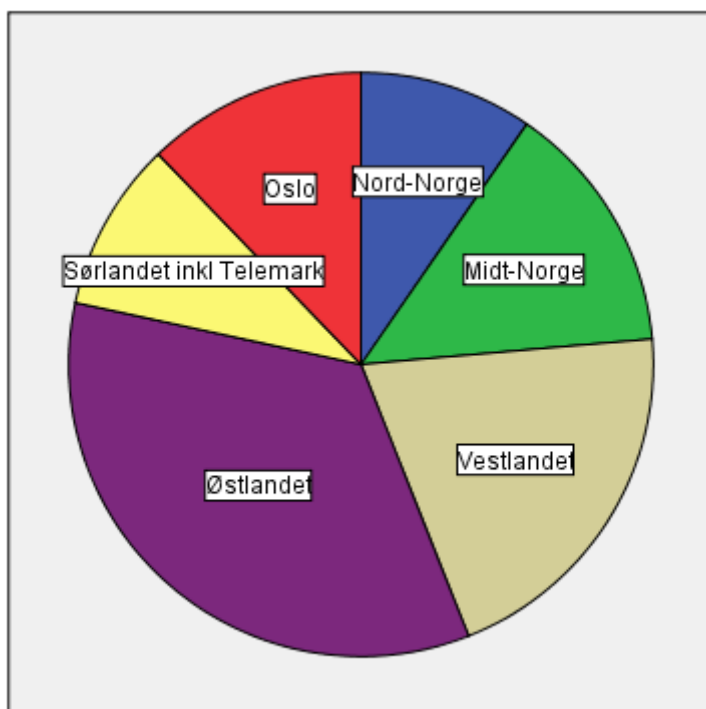
Basert på telefonnummer ble 1000 norske respondenter tilfeldig trukket ut, fordelt 50/50 på fast- og mobiltelefon. Personer uten fast eller mobiltelefon er dermed ikke med i utvalget.

I tillegg til tradisjonelle demografiske forhold som alder, kjønn, bosted og husholdningens brutto årsinntekt ble de spurt om hvor mange episoder de hadde sett. De ble også spurt hvordan de likte serien. I tilknytning til spørsmålet om serien hadde påvirket deres syn på Lillehammer, ble de også spurt om hvilket syn de hadde på byen. Til slutt ble de spurt om serien hadde økt deres lyst til å besøke byen..

3. Utvalget

Utvalget består som tidligere sagt av 1000 svar. Av disse er det 485 menn og 515 kvinner (48,5/51,5 %). Gjennomsnittsalderen er ca 45 år. Yngste respondent var 15 år mens eldstemann var 89 år. Aldersfordelingen er tilnærmet normalfordelt.

Den geografiske fordelingen er vist i figur 1:



De fleste (344) kommer fra Østlandet. Tar vi med de 122 som kommer fra Oslo så er det 47 % som kommer fra Østlandet inkl Oslo. Henholdsvis 20, 14 og 10 % kommer fra Vestlandet, Trøndelag og Nord-Norge.

4. Resultater

Fordelingen på antall episoder sett er vist i tabell 1.

Tabell 1: Antall episoder sett

	Antall	Prosent	Sum Prosent
1 episode	86	8.6	8.6
2 episoder	85	8.5	17.1
3 episoder	69	6.9	24.0
4 episoder	45	4.5	28.5
5 episoder	31	3.1	31.6
6 episoder	40	4.0	35.6
7 episoder	28	2.8	38.4
8 episoder	207	20.7	59.1
Sett episoder - men usikker på antallet	23	2.3	61.4
Ingen episoder	386	38.6	100.0
Total	1000	100.0	

Noe under 60 % hadde sett minst 1 episode. Ca 21 % hadde sett alle 8.

Tabell 2: Hvordan likte du serien

	Antall	Prosent
Svært dårlig	8	1,3
Dårlig	27	4,4
Middels	129	21,0
Godt	243	39,6
Svært godt	199	32,4
Vet ikke	8	1,3
Total	614	100,0

De aller fleste, noe over 70 % likte serien godt eller svært godt. Bare ca 5 % likte den dårlig eller svært dårlig.

Jo flere episoder man har sett jo bedre likte man serien. Dette er jo i og for seg ikke overraskende. Hvis man ikke likte serien ville man vel heller ikke ha sett videre på den. En regresjonsvurdering¹ der vi ser i hvilken grad respondentene likte serien er den avhengige og antall ganger sett den uavhengige variabel viser dette

¹ Regresjon: Modell som viser endringen i et forhold når et annet forhold endres

$Y = ax + b$ der

Y = den avhengige variabelen «Hvordan likte du serien?»

X er den uavhengige variabelen «Antall episoder sett»

a er koeffisienten til X og b er konstantleddet

$$Y = 0,15 * X + 3,3$$

Dette betyr at for hver episode man har sett øker kvalitetsvurderingen med 0,15.

For å kunne måle om synet på Lillehammer hadde endret seg på grunn av serien spurt vi om hva som var respondentens syn på Lillehammer.

Tabell 3: Hva forbinder du med Lillehammer som ferieby?

	Nei		Ja	
	Antall	%	Antall	%
Kulturby	884	88,4 %	116	11,6 %
Museumsby	859	85,9 %	141	14,1 %
Skidestinasjon	693	69,3 %	307	30,7 %
Sommerby	919	91,9 %	81	8,1 %
Annet, noter	468	46,8 %	532	53,2 %
Ingen ting	842	84,2 %	158	15,8 %

Litt over 10 % betraktet Lillehammer som en kulturby. Slår vi det sammen med «museumsby» var det litt over 25 % som forbandt Lillehammer med kultur/museumsby. Nesten 1/3 så på Lillehammer som en skidestinasjon. I kategorien «annet» som utgjorde litt over 50 % er det særlig de olympiske leker som går igjen. Ca 1/4 sier at byen forbindes med OL. Av andre kategorier er det Hunderfossen og Lilleputthammer (besøksmål for barn) som nevnes oftest blant sommeraktivitetene, mens det er Hafjell og skimuligheter som nevnes blant vinteraktivitetene. Gågata blir også nevnt av mange.

Tabell 4: I hvilken grad har serien endret ditt syn på Lillehammer?

	Antall	%
Ingen grad	612	61,2
Liten grad	94	9,4
Hverken eller	118	11,8
Noen grad	50	5,0
Svært stor grad	30	3,0
Vet ikke	96	9,6
Total	1000	100,0

For langt de fleste har serien hatt liten eller ingen innflytelse på synet på Lillehammer. Bar ca 8 % mener at synet har endret seg i positiv retning. Nesten 100 personer, eller 9,6 % vet ikke.

Ett spennende moment er i hvilken grad serien har medført et økt ønske om å besøke Lillehammer. På dette svarte ca 28 % at serien hadde økt lysten til å besøke lillehammer (n=291), mens ca 36 % svarte hverken eller.

Hvem vil besøke Lillehammer?

Skiller vi ut de 82 respondentene som sier at serien har økt lysten til å reise til Lillehammer finner vi at det blant disse er en større andel kvinner enn menn som har latt seg påvirke. Her er 54 % er kvinner, mens 46 % er menn. Dette er en noe større andel kvinner enn det vi finner i utvalget ellers.

De fleste kommer fra Østlandet med Oslo (58 %) mot 46 % i utvalget totalt sett. Disse har i gjennomsnitt sett 6 episoder.

Med hensyn på hva de forbinder med Lillehammer er fordelingen omtrent den samme som for utvalget forøvrig.

5. Diskusjon og konklusjon

Resultatene i denne landsomfattende undersøkelsen avviker i liten grad fra den undersøkelsen som ble gjennomført av Kjølberg og Stadeløkken. Vi har med andre ord to ulike design og utvalg som stort sett gir de samme resultatene. Dette gjør begge undersøkelsene noe mer pålitelige.

I begge undersøkelsene var det 10-12 % som svarte at de hadde endret syn på Lillehammer. I «studentundersøkelsen» var det 1/4 som hadde fått økt lyst til å besøke Lillehammer. I den nasjonale undersøkelsen var det tilsvarende tallet 28 %.

Vi kan med andre ord slå fast at serien avstedkom en økt lyst til å besøke byen.

Imidlertid er det alltid lett å si at “ja vi vil reise dit”. Noe annet er den faktiske økte etterspørsel som måtte komme på grunn av serien. Dette er noe framtida vil vise, men vi føler oss allikevel sikre på at serien har hatt en positiv effekt i markedet, både når det gjelder synet på Lillehammer og lysten til å besøke byen

Når vi vet at Lilyhammer rent hypotetisk har økt lysten til å besøke Lillehammer – vil dette kunne medføre at Lillehammer kan bli en filmdestinasjon? I tillegg – hva vil en eventuell del 2 av serien kunne bidra med?

Vi vet ut fra imageforskningen at gjentakelser er viktige. (Holmengen 2012). Gjentakelser av store idrettsarrangement, eksempelvis World Cup, utført i Kvitfjell har sterk påvirkning på kjennskapen til Kvitfjell. Det samme har naturligvis tilsvarende arrangementer andre steder. Men med film er det tilsynelatende litt annerledes. Med noen få unntak (Ringenes herre) er det vanskelig å dokumentere den turistiske effekten av filmer (Croy og Heitmann, 2011). At man derfor får noen merkbare effekt serien kan derfor være vanskelig å se. Til det er planleggingen på forhånd og hvordan serien kan nyttes for dårlig.

Ystad i Sverige utnytter Henning Mankell's figur Kurt Walander for det den er verd. Opplegg i turistkontorets regi som ”I Walanders fotspor” og Ystads ”The Walk of Film” er eksempler på hvordan TV-serier kan utnyttes kommersielt. Det viser samtidig at effekten av TV-serier kan forsterkes ved tilrettelegging og markedsføring. En slik tilrettelegging og markedsføring var fraværende på Lillehammer.

Litteratur

- CROY, G. & HEITMANN, S. (2011) Tourism and Film. IN ROBINSON, P., HAITMANN, S. & DIEKE, P. (Eds.) *Research Themes for Tourism*. Oxfordshire, CABI.
- HOLMENGEN, H. (2012) Alpinanleggene i Sør-Gudbrandsdalen. Hvordan blir de oppfattet. Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer.
- KJØLBERG, M. & STADELØKKEN, L. T. (2012) Lilyhammer-effekten. TV-seriens påvirkning på besøkende i Lillehammer. *Bacheloroppgave v/Høgskolen i Lillehammer*. Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer.
- VAAGLAND, R. & STRAND, R. (2012) Lilyhammer - kan mafiaen kapre set-jetten? Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer.

Publikasjoner fra Høgskolen i Lillehammer f.o.m. 2007

For fullstendig oversikt over publikasjonene i HiLs skriftserie se:
http://hil.no/hil/biblioteket/forskning_og_publicisering/skriftserien_ved_hil

Forskningsrapportserien ISSN 0807-2647

- 133: 2007 Nordby, Halvor "Førstemann inn' – møter mellom ambulanspersonell og foreldre som har mistet barn i krybbedød" (ISBN 82-7184-325-7)
- 134: 2008 Guldvik, I, Johansen, V og Askheim, OP: "Tilgjengelighet ved valg. En evaluering av kommunenes erfaringer med veilederen 'Tilgjengelighet til valg' og kartlegging av tilgjengeligheten ved kommune- og fylkestingvalget 2007" (ISBN 82-7184-326-5)
- 135: 2008 Syversen, Trine Løvold: "NAV-piloten i Nord-Gudbrandsdal: en statusrapport" (82-7184-327-3)
- 136: 2008 Holmengren, Hans: "Innovativ fjellturisme: en evaluering av pilot- og forprosjektene" (82-7184-328-1)
- 137: 2008 Svalastog, Sondre: "The Main Challenges Facing Leisure-time Tourism in Norway". (82-7184-330-3)
- 138: 2009 Lesjø, Jon Helge: "Lokalstyre og ny politisk organisering. Evaluering av Gausdal kommunes modell 2003 - 09." (82-7184-331-1)
- 139: 2009 Halså, Astrid og Aubert, Anne Marie: "Forebyggende arbeid når mor eller far har psykiske helseproblemer. En evaluering av det forebyggende arbeid for barn med psykisk syke foreldre i Asker og Bærum." (82-7184-330-8)
- 140: 2009 Nyhus, Lene, Overland, Bjørn og Monsen, Lars: "Ledelse for læring og endring. Rapport fra en spørreundersøkelse blant skoleledere i videregående skoler i Oppland". (82-7184-334-6)
- 141: 2010 Mehmetoglu, Mehmet: "Sommerturister-2010 i Lillehammerregionen. En sammenligning av norske og utenlandske turister". (ISBN 82-7184-335-4)
- 142: 2010 Svalastog, Sondre: "Om den raskt avtakende konkurransekraft i norsk reiseliv. En produksjonsteoretisk analyse." (ISBN 82-7184-336-2)
- 143: 2010 Johansen, Vegard, Askheim, Ole Petter, Andersen, Jan og Guldvik, Ingrid: "Om den raskt avtakende konkurransekraft i norsk reiseliv. En produksjonsteoretisk analyse." (ISBN 82-7184-337-0)
- 144: 2010 Hausstätter, Rune Sarromaa, Strømhaug, Anette Vensbakk, Bruflot, Mari Klakegg og Gangvik, Maria Bergitte: "En himmel full av tilbud. Kartlegging av masterstudier i tilknytning til grunnskolelærerutdannelsen med særlig vekt på tilbudet innen spesialpedagogikk." (ISBN 82-7184-338-9)
- 145: 2010 Guldvik, Ingrid og Lesjø, Jon Helge: "Lutter velvilje, men mye gjenstår. Politisk deltakelse blant mennesker med funksjonsnedsettelse" (ISBN 82-7184-339-7)
- 146: 2011 Andersen, Jan: "Brukerrepresentasjon i råd og utvalg på lokalt og regionalt nivå." (ISBN 82-7184-340-0)
- 147: 2011 Overland, Bjørn: "Nasjonalt nettverk for kvalitetsvurdering. Rapport om nettverkets aktiviteter og drøftinger 2001 - 2010" (ISBN 82-7184-341-9)
- 148: 2011 Skyttermoen, Torgeir: "Innovasjoner i det offentlige – Styret i statlige forvaltningsorgan." (ISBN 82-7184-342-7)
- 149: 2011 Skyttermoen, Torgeir: "E-portfolio som en mer integrert del av et studium. En aksjonsbasert tilnærming." (ISBN 82-7184-343-5)
- 150: 2011 Mehmetoglu, Mehmet: "Vinterturister-2011 i Lillehammerregionen. En sammenligning av norske og utenlandske turister". (ISBN 82-7184-344-3)
- 151: 2011 Solheim, Liv J. og Berg, Anne Marie: "Godvilje i motvind? Om inkluderende arbeidsliv i statlige virksomheter." (ISBN 82-7184-345-1)
- 152: 2012 Thrane, Christer: "Prestasjoner i lange løp – hvordan noen bakgrunnsfaktorer, trening og langrenns erfaring påvirket sluttiden til deltakerne i Birkebeinerrennet i 2011." (ISBN 82-7184-347-8)
- 153: 2012 Flognfeldt, Thor: "Hyttebrukerundersøkelsen på Sjusjøen 2010/2011." (ISBN 82-7184-348-6)
- 154: 2012 Flognfeldt, Thor: "Hyttebrukerundersøkelsen Synndalen, Nordre Land kommune 2010/2011." (ISBN 82-7184-349-4)

Arbeidsnotatserien ISSN 0806-8348

- 176: 2007 Bergsvendsen, Trond og Jordet, Hege: "Aktivitetsfag i et sosialpedagogisk perspektiv – Om utvikling av en studentaktiv læringsmodell"
- 177: 2007 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie"
- 178: 2007 Støfring, Egil: "På sporet av inkludering? Holisme og kulturell bevissthet"

- 179: 2007 Støfring, Egil: "A Cross-cultural perspective on Local Knowledge"
- 180: 2008 Onshus, Terje: "Nissene på Gållå 2007. En kartlegging av publikums tilfredshet og inntektsvirkninger av arrangementet for regionen.
- 181: 2008 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. Ei skisse til en introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 4. utgave.
- 182: 2008 Pryser, Tore: "I varm og kald krig. Tyske hemmelige tjenester i Norden 1930-1950. Danmark og Island."
- 183: 2009 Pryser, Tore: "I varm og kald krig. Tyske hemmelige tjenester i Norden 1930-1950. Finland"
- 184: 2009 Askheim, Ole Petter, Guldvik, Ingrid og Johansen Vegard: "Like muligheter til politisk deltakelse."
- 185: 2009 Austvik, Ole Gunnar: "Strengths and weaknesses related to various empirical methods in interdisciplinary fields like International Political Economy"
- 186: 2009 Austvik, Ole Gunnar: "The generally misguided long-term oil price forecasts; Price formation and policy implications"
- 187: 2009 Nordkvelle, Yngve, Fritze, Yvonne, Haugsbakk, Geir og Svoen, Brit: "Tidsskriftet Seminar.net – en casestudie av et tidsskrift i en remedieringsprosess"
- 188: 2009 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. En introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 5. utgave
- 189: 2010 Nordby, Halvor: "Values in social work: A philosophical discussion of normative questions."
- 190: 2010 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. En introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 6. utgave
- 191: 2011 Gustafson, Erni: Prosjektet Praktik i Palestina (PiP). Delrapport 1. Juni 2011
- 192: 2011 Eriksen, Håkon Glommen: "Selvbestemmelse, rettigheter og tvang. En introduksjon i juss for studenter i barnevern, sosialt arbeid og vernepleie." 7. utgave
- 193: 2012 Holmengen, Hans: "Lilyhammer" Bidrar serien til flere turister til byen?"

Informasjonsserien ISSN 0809-1609

- 25: 2005 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2004"
- 26: 2005 Rapport fra konferansen "Nasjonale prøve – veivalg og utviklingSmuligheter" på Lillehammer 8.-9. februar 2005.
- 27: 2006 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2005"
- 28: 2007 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2006"
- 29: 2007 "Proceedings 12th International Workshop on Telework, Lillehammer 28th-30th August 2007"
- 30: 2008 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2007"
- 31: 2009 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2008"
- 32: 2010 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2009"
- 33: 2011 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2010"
- 34:2012 "Forskning og utviklingsarbeid ved Høgskolen i Lillehammer 2011"



MJØSBOK

Postboks 194, 2601 Lillehammer. Tlf. 61 28 74 10
Besøksadresse: Gudbrandsdalsvn. 350. Mail: mjosbok@sopp.no

Mjøs bok er SOPPs fagbokhandel på Lillehammer. Mjøs boks hovedoppgave er å betjene hele høgskolemiljøet med faglitteratur. Hvis du har spesielle behov innen faglitteratur, vil vi hjelpe deg så langt det er mulig.

Mjøs bok er Lillehammers største innen faglitteratur, og har også et stort utvalg i skjønnlitteratur.

Vi anbefaler alle å oppleve Mjøs bok «live».

For bestilling av bøker, send e-post til: mjosbok@sopp.no

Høgskolen i Lillehammer / Lillehammer University College
Postboks/P. O. Box 952, 2604 Lillehammer, Norway
Telefon/phone: (+47) 61 28 80 00

www.hil.no