



## Fregatten Jylland

### Attraktionens Betydning for Samfundet

Jysk Analyse for Midtjysk Turisme 2008/09



midtjysk TURISME

# Formål

---

*Midtjysk Turisme og Jysk Analyse har i samarbejde med 25 attraktioner og events i Midtjylland i løbet af efteråret 2008 gennemført en større undersøgelse af disse oplevelsesaktørers samfundsværdi.*

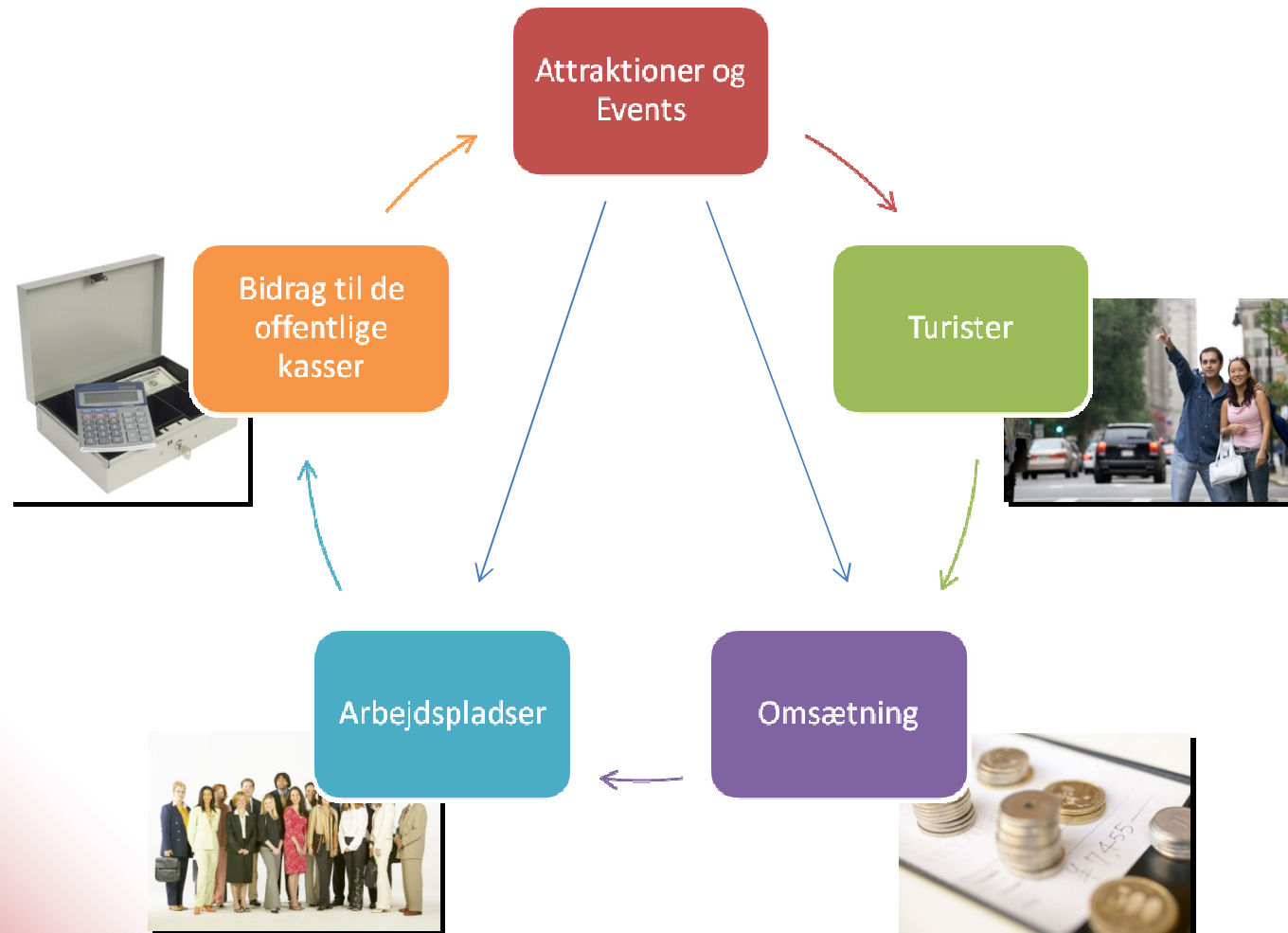
*Formålet med undersøgelsen er således at skaffe information, der kan give attraktioner og events et bedre grundlag for udvikling og bedre grundlag for at informere interessenter og det omkringliggende samfund om attraktionen/eventens økonomiske påvirkning og betydning.*

*Udgangspunktet for denne tilgang er, at oplevelsesaktører ikke alene kan (og skal) vurderes på egen omsætning og beskæftigelse – de skal i lige så høj grad vurderes på og godskrives den værdi, som de turister, der besøger dem, skaber i samfundet.*

*De samlede resultater danner desuden grundlag for en sammenlignende rapport af oplevelsesaktørerne på tværs af f.eks. type og geografi. (udgives i en separat rapport).*



# Attraktionens Betydning for Samfundet - ABS



# Baggrund

---

- Når man ønsker et mål for den samlede effekt, skal man inddrage både direkte og indirekte effekter. Det vil sige, at både transaktioner foretaget direkte af attraktionen og indirekte transaktioner, som skyldes publikums besøg i området, skal inddrages.
- Der er i ODA\*-regi arbejdet med at lave en model, der beskriver Attraktionens Betydning for Samfundet. Denne model danner i bearbejdet form grundlaget for beregningerne i denne undersøgelse.
- Omsætningstallene for turister i modellen er fra 2004. Disse er fremskrevet til 2008 niveau, da der ikke forelægger tal for 2008.

\* ODA, Oplevelsesudvikling i Danske Attraktioner, er et projekt, der danner ramme om en målrettet kompetenceudviklingsproces for 38 danske attraktioner.



## Bidrag målt i turister, 2008 Fregatten Jylland

---

<b>Endagsturister</b>	<b>43501</b>
<b>Overnattende turister</b>	<b>20981</b>
<b>Turister i alt</b>	<b>64482</b>
<b>Antal der kommer alene pga attraktionen</b>	<b>31331</b>

Note: Tallene bliver beregnet ud fra total antal gæster og den betydning, de tillægger attraktionen for besøget i området.



## Bidrag målt i arbejdspladser og kr, 2008 Fregatten Jylland

---

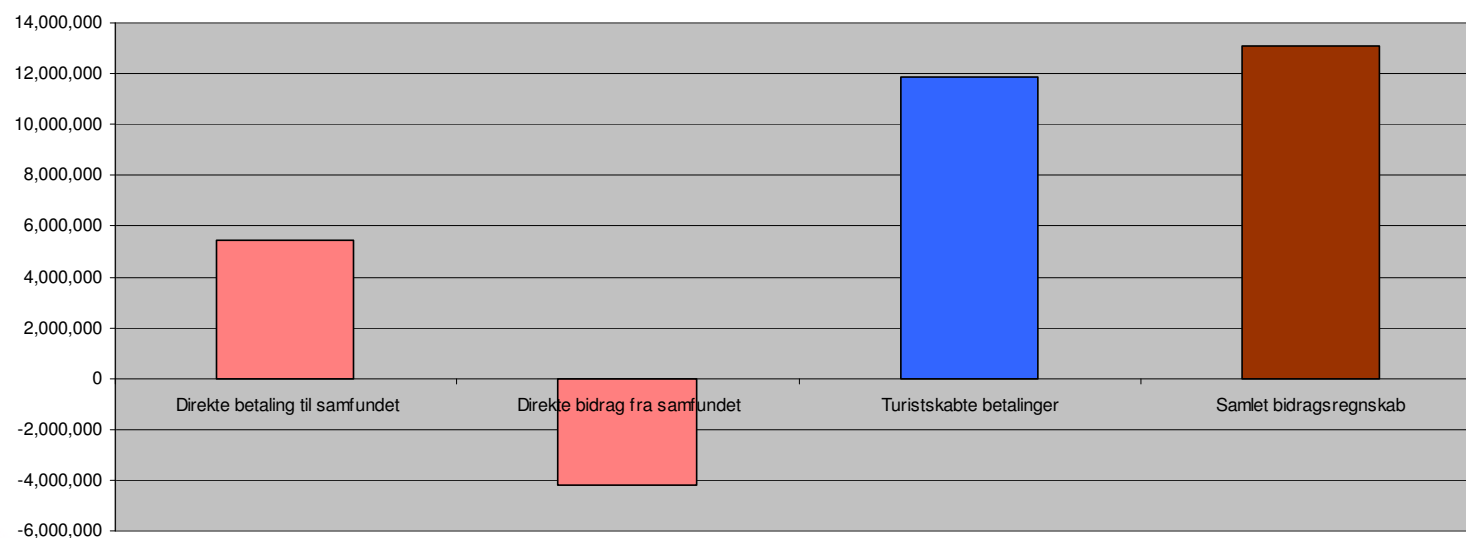
<b>Turisterne omsætter samlet for</b>	<b>kr 33,858,606</b>
<b>Heraf lokalt</b>	<b>kr 24,227,714</b>
<b>Arbejdspladser skabt af omsætningen</b>	<b>77</b>
<b>Arbejdspladser bidrager med til de offentlige kasser</b>	<b>kr 11,850,512</b>

Tallene bliver beregnet ud fra besøgsdata og tal fra TØBBE.



## Samfundsregnskab 2008 for Fregatten Jylland

---



# ABS-modellen

---

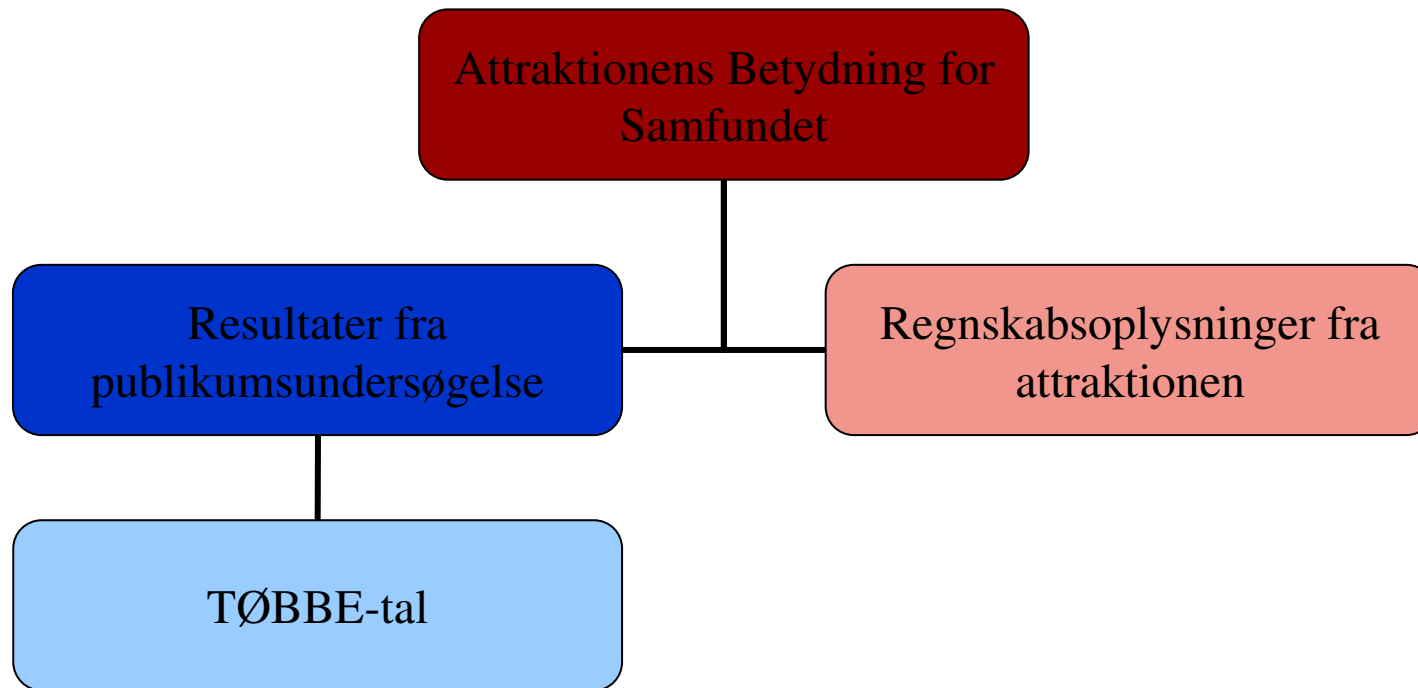
- *”Tanken med ABS-modellen er, at den på en nem, ensartet og troværdig måde skal kunne vise omverdenen, hvor meget den enkelte attraktion bidrager med til samfundet, eller sagt på en anden måde: **Hvorfor er det godt at have denne attraktion placeret, hvor den er?** Hvad genererer den af arbejdspladser? Hvor meget køber den ind for hos de øvrige handlende i området? Hvad giver den af bidrag til de offentlige kasser?”*
- I forhold til den originale model fra ODA, er der i den model, vi anvender, anvendt andre spørgsmål, og der er ændret i beregningerne.
- Effekten af de ændrede spørgsmål er meget lille.
- Ændringerne betyder, at resultaterne udledt af denne model ikke er direkte sammenlignelige med resultater udledt af den oprindelige ABS-model.





# Datagrundlaget

---



Grundlaget for modellen er attraktionens egne regnskabsoplysninger, samt delresultater fra en publikumsundersøgelse i attraktionen, kombineret med data fra TØBBE.



# Anvendelse

---

- Resultaterne fra ABS-beregningerne viser tal for:
  - Den direkte økonomiske effekt i form af skatter og afgifter, skabt direkte og afledt fra besøgende.
  - En direkte effekt i form af antallet af turister, som attraktionen tiltrækker
  - En direkte effekt i form af attraktionens indkøb
  - Den indirekte effekt i form af arbejdspladser og omsætning i lokalområdet
- Formålet med anvendelsen af modellen er, at attraktionerne skal kunne fremskaffe et troværdigt, sammenligneligt og nuanceret udtryk for, hvor meget attraktionen bidrager med – og kunne præsentere dette på en logisk og forståelig måde for interessenterne.
- Det er alt andet lige meget nemmere at forhandle med f.eks. kommune, når ABS-beregningerne sandsynliggør, at kommunen også får noget igen for investeringen.

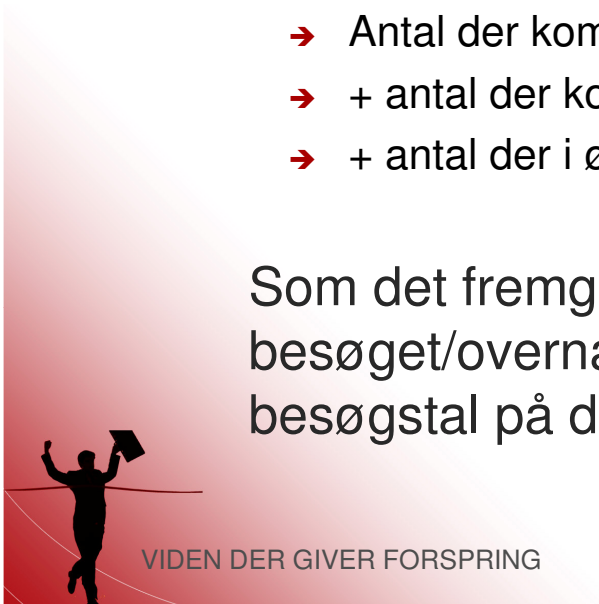


## Beregning af antal gæster

---

- Antallet af turister, som attraktionen tilfører området, beregnes med udgangspunkt i det samlede antal gæster og den vægt, de tillægger attraktionen for besøget eller overnatningen i området.
- Antal overnatninger generet af gæster på attraktionen er således:
  - Antal der overnatter som følge af besøget
  - + de der overnatter også af anden årsag (vejet med 0.5)
- Antal endagsturister beregnes på lignende vis som
  - Antal der kommer kun pga. attraktionen
  - + antal der kommer delvist pga. attraktionen
  - + antal der i øvrigt besøger attraktionen (vejet 0.75)

Som det fremgår; jo større betydning attraktionen har for besøget/overnatningen, des tættere kommer det vægtede besøgstal på det faktiske.





**Har du spørgsmål eller kommentarer så kontakt**

**Helle Søndergaard & Jørgen Haller**

**Jysk Analyse A/S**

Algade 31, 3. sal

9000 Aalborg

Tlf. 9811 4090

[www.jyskanalyse.dk](http://www.jyskanalyse.dk)



VIDEN DER GIVER FORSPRING