

## Fra opplevelse til marked

Kulturturisme i Fosnes kommune

**Knut Ingar Westernen**

# Fra opplevelse til marked

Kulturturisme i Fosnes kommune

**Knut Ingar Westeren**



**Høgskolen i Nord-Trøndelag**

Utredning nr 126

Avdeling for økonomi, organisasjon og ledelse

ISBN 978-82-7456-621-7

ISSN 1504-6354

Steinkjer 2010



## Forord

I 2008 ble det inngått en kontrakt mellom Landsdelsutvalget og Høgskolen i Nord-Trøndelag (HiNT) om at HiNT skulle gjennomføre et prosjekt ”**Fra opplevelse til marked: Kulturturisme i Fosnes kommune.**” Prosjektet har bestått av et opplæringstilbud og en oppfølging av Duun-stemnet 2009. En viktig del av prosjektet var å engasjere professor David Marcouiller, Department of Urban and Regional Planning, University of Wisconsin. Professor Marcouiller hadde hovedansvaret sammen med undertegnede for undervisningstilbudet, ”Planning and marketing of tourism with an emphasis on cultural tourism” (5 vekttall) som ble gitt ved HiNT, avdeling Namsos høsten 2008. Sentrale personer i Fosnes kommune som arbeidet med Duun-stemnet deltok sammen med flere andre med tilknytning til turisme i den nordlige landsdelen i Norge på dette kurset. Oppfølgingsdelen av dette prosjektet har vært å gjennomføre datainnsamling i Fosnes kommune sommeren 2008 og 2009 slik at man på et datamessig vitenskapelig grunnlag kan si noe om hva som kjennetegner Duun-stemnet. Resultatene fra dette arbeidet presenteres i denne utredningen.

På bakgrunn av alle delene av prosjektet vil vi rette en stor takk til professor David Marcouiller for hans store entusiasme og fagkunnskap på feltet. Dette har vært til stor nytte for prosjektet. Videre har vi hatt et meget godt samarbeid med Fosnes kommune og personer tilknyttet arbeidet med Duun-stemnet. Særlig vil vi rette en takk til følgende som har fungert som styringsgruppe for prosjektet:

Björg Tingstad, ordfører i Fosnes kommune  
Sonja Høkholt, konsulent, Fosnes kommune  
Kristen Dille, Olav Duun Stiftinga i Namdalen  
Torgeir Strøm, Olav Duun Stiftinga i Namdalen

Steinkjer, desember 2010

Knut Ingar Westeren  
Prosjektleder

## Innhold

<b>Forord</b>	<b>i</b>
<b>1 Innledning</b>	<b>1</b>
<b>2 Opplevelse – et sentralt begrep innen turisme</b>	<b>2</b>
<b>3 Analyse av innsamlet datamateriale</b>	<b>7</b>
<b>4 Analyse av svarene som ble gitt når man reiste fra Jøa til fastlandet</b>	<b>33</b>
<b>5 Oppsummering og konklusjoner</b>	<b>47</b>
<b>Referanser</b>	<b>48</b>
<b>Vedlegg 1: Program for Olav Duun-stemnet 2009</b>	<b>49</b>
<b>Vedlegg 2: Skjemaer for datainnsamling</b>	<b>53</b>

## 1 Innledning

HiNT inngikk en kontrakt med Landsdelsutvalget sommeren 2008 om prosjektet "Fra opplevelse til marked: Kulturturisme i Fosnes kommune". Det sentrale i prosjektet er å se på hva som kjennetegner markedskommunikasjonen ved kulturturismetiltak i rurale strøk, og hvordan man kan utnytte slike tiltak i næringsammenheng. For å få en faglig sikring av prosjektet var det viktig å engasjere professor David Marcouiller, Department of Urban and Regional Planning, University of Wisconsin.

Prosjektet har bestått av to hoveddeler. Et undervisningstilbud (kompetansehevingstiltak) som ble gjennomført høsten 2008 ved at professor Marcouiller sammen med ansatte på HiNT ga et kurs om markedskommunikasjon for kulturturismetiltak: "Planning and marketing of tourism with an emphasis on cultural tourism" (5 vekttall). Dette var et kurs for næringsutøvere, ansatte i kommuner og organisasjoner hvor det ble lagt vekt på kunnskapsutvikling, analyse og utforming av faktiske opplegg i tilknytning til konkrete arrangementer. Sentrale personer i Fosnes kommune som arbeidet med Duun-stemnet deltok på dette kurset sammen med flere andre med tilknytning til turisme i den nordlige landsdelen i Norge. Den andre delen av prosjektet har vært å gjennomføre datainnsamling i Fosnes kommune sommeren 2008 og 2009 slik at man på et datamessig vitenskaplig grunnlag kan si noe om hva som kjennetegner Duun-stemnet.

Mer konkret var målene for prosjektet følgende:

- At Fosnes kommune skal ha nytte av resultatene i sitt arbeid med næringsutvikling i reiselivssammenheng i tilknytning til Duun-stemnet og for å styrke utvikling av kulturturisme i Fosnes kommune og andre kommuner i det nordlige Norge.
- Å gi et forskningsmessig grunnlag å analysere hvilke særtrekk kulturturismen har i markedssammenheng. I prosjektet vil vi spesielt se på hvordan kulturturisme kan fremmes som en merkevare.
- Kunnskapsoverføring fra prosjektet for å styrke kompetansen i andre samarbeidende organisasjoner og kommuner.

## 2 Opplevelse – et sentralt begrep innen turisme

Opplevelse er det sentrale begrepet for å forstå atferd innen turismenæringen. Det har vært gjort mange forsøk på å prøve å forstå og analysere hva som egentlig ligger i begrepet opplevelse. I en artikkel av Ritchie and Hudson (2009) har de gitt en oversikt over hvordan ulike forskere har gitt innhold til og definisjon av opplevelsesebegrepet sett i forhold til analyse av turisme. Går man tilbake til den mer grunnleggende forskningen fra psykologi, er det naturlig å starte med Csikszentmihalyi og hans bok fra 1990: *Flow. The Psychology of Optimal Experience*. I denne boka utvikler Csikszentmihalyi begrepet den optimale opplevelsen innen rammen av det som blir kalt ”The Flow Model”.

I de siste årene har begrepene opplevelse og landskap innen turismeforskningen blitt slått sammen til begrepet ”Experiencescapes”. Dette er en sammenskriving av ”experience”, altså opplevelser og ”landscapes”, det vil si det landskap der hvor opplevelsen finner sted eller er knyttet til, O’Dell and Billing (2005). O’Dell and Billing (2005) gir følgende definisjon av ”Experiencescapes”:

*“At sites of market production, the spaces in which experiences are staged and consumed can be likened to stylized landscapes that are strategically laid out planned and designed. They are in this sense, landscapes of experiences – experiencescapes – that are not only organized by producers (from place marketers and city planners to local private enterprises), but are also sought after actively by consumers.”*

Det interessante med begrepet opplevelsesrom (den norske oversettelsen av ”Experiencescapes”) understreker det faktum at opplevelsen en turist har finner sted både i det faktiske geografiske landskapet og som en personlig erfart opplevelse. O’Dell and Billing (2005) legger ingen begrensninger når det gjelder hvor opplevelsen kan finne sted – det kan være et kjøpesenter eller et naturskjønt kystområde.

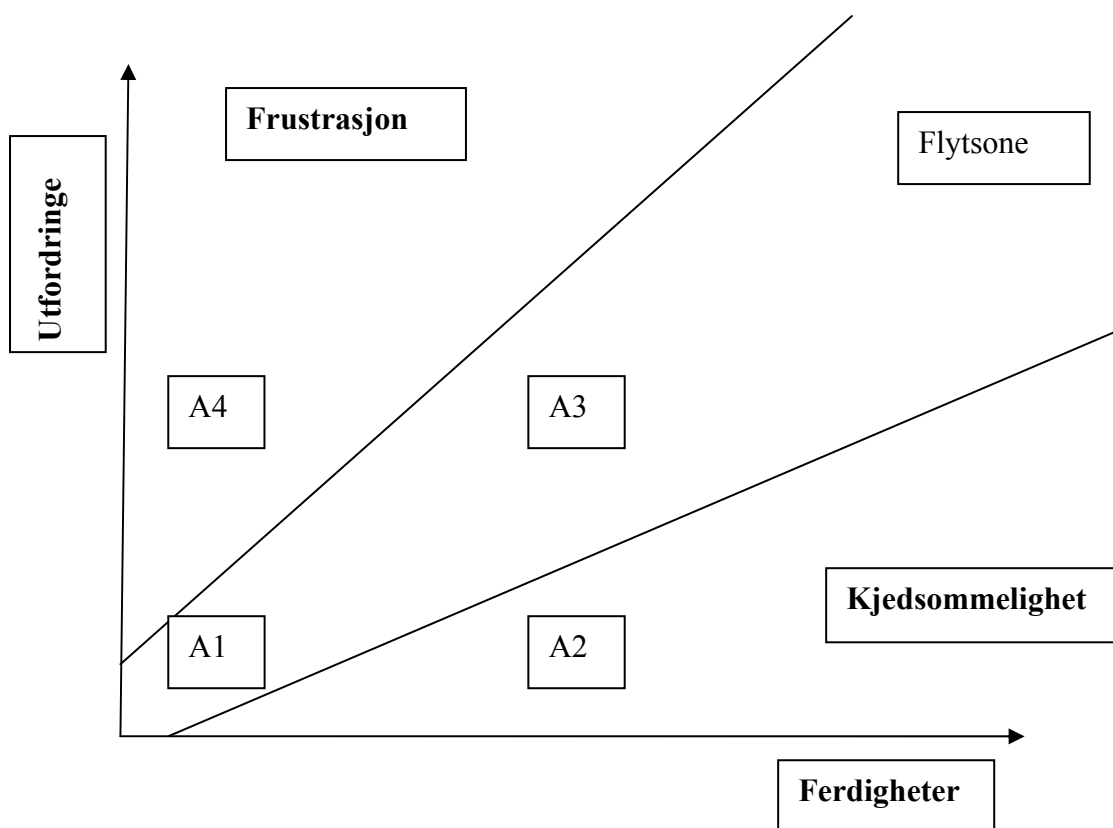
I det prosjektet som er fokus for denne undersøkelsen, Duun-stemnet 2009, programmet er gjengitt i Vedlegg 1, er det viktig å knytte sammen opplevelse og landskap, og å være klar over at turismeproduktet og opplevelsen av landskapet skjer på samme tidspunkt. Duun-stemnet er en litteraturfestival med tilknyttede aktiviteter og som turismeprodukt kan dette karakteriseres på følgende måte:

- Det spesielle med Duun-stemnet er en kombinasjon av (1) tradisjonelle turistprodukter som mat, drikke og overnatting, (2) kulturelle hendelser og (3) landskapet hvor de forskjellige aktiviteter finner sted.
- Ofte er det slik at den totale opplevelsen for turisten består av både planlagte og ikke-planlagte hendelser både sett fra turistens og arrangørens side.
- Turisten har (vanligvis) både rasjonelle bedømminger og et følelsesmessig engasjement i forhold til det som foregår.

Duun-stemnet kan klart sees og forstås innen rammen av et opplevelseslandskap, hvor betydningen av landskapet, altså de fysiske omgivelsene man opplever mens man er på Jøa, påvirker de følelsesmessige reaksjoner turistene får av de konkrete og tradisjonelle turistproduktene, dette er spørsmål som også tas opp av Mossberg (2007). Når det gjelder å forstå og analysere Duun-stemnet så er det sentrale å kunne se på samspillet mellom:

- De faktiske kulturelle arrangementer og landskapet hvor det foregår.
- De tradisjonelle turismetilbudene som mat, overnatting, transport osv. og de kulturelle tilbudene.
- hvordan landskap og omgivelser påvirker de følelser som settes i sving hos turistene og at dette dermed blir av stor betydning for hvor fornøyde turistene blir med det totale tilbudet.

Det er viktig å se Duun-stemnet i forhold til Csikszentmihalyis flyt modell. Figur 1 nedenfor er hentet fra hans bok "Flow. The Psychology of Optimal Experience" og det sentrale er å skjønne hvordan begrepet optimal opplevelse utvikles og forstås.



Figur 1: Csikszentmihalyi's "Flow modell" anvendt på Duun-stemnet.

For å forstå hvor vellykkede turismeprodukter blir, så må man se på hvordan de forskjellige elementene virker sammen til en total opplevelse for turisten. For det første er det viktig å se om man kommer i flytsonen for optimale opplevelsen slik den er definert av Csikszentmihalyi, se Figur 1. Man må se på hvilke ferdigheter, forutsetninger og interesser turistene (kalt ferdigheter på Figur 1) har for det tilbudet som gis og se dette i forhold til hvilket nivå for utfordringer turisten blir stilt ovenfor. Her gjelder det å komme i flytsonen, da må ikke utfordringene ikke blir for store slik at turisten blir frustrert, men heller ikke at kravet til ferdigheter er så stort at turisten ikke skjønner hva som foregår og dermed kjeder seg. Det er den riktige kombinasjon av faktorene **Utfordringer** og **Ferdigheter** som Csikszentmihalyi ser på som de sentrale for at turisten skal få den optimale opplevelsen.

Et eksempel til å illustrere dette er følgende. Under Duun-stemnet 2009 så var det et arrangement 1. august hvor det var et innslag med at Hildegunn Eggen leste fra Olav Duun sien verker og at det også var musikk-innslag som en visesang konsert. For de som var tilstede



på arrangementet var det viktig at utdragene fra såpass utfordrende at det ikke ble kjedelig, men heller ikke så krevende at det skapte frustrasjon på grunn av publikums manglende ferdigheter for å forstå tekstene. For at de deltagerne som var tilstede skulle få den beste opplevelsen ("The optimal experience") under de gitte omstendighetene, så måtte man finne den riktige kombinasjonen av utfordring i forhold til den tekst som ble presentert sett i forhold til det ferdighetsnivå deltagerne på arrangementet var på – vi må få tilpasning i flytsonen.

Som vi har redegjort for består det totale turismetilbudet her av (1) tradisjonelle turistprodukter som mat, drikke og overnatting, (2) kulturelle hendelser og (3) landskapet hvor de forskjellige aktiviteter finner sted. I kapittel 3 så viser evalueringen av Duun-stemnet at følgende effekt kan opptre. Evalueringen av mat, drikke og boforhold kun er middels, mens evalueringen av kulturtilbud og landskapsopplevelse er god. Evalueringen av totalinntrykket (alle enkeltfaktorene på en gang) blir bedre og mer positiv enn "summen" av enkeltfaktorene.

At dette er noe som kan skje forklarer Csikszentmihalyi på følgende måte. Csikszentmihalyi sier først at det ligger i (de aller fleste) menneskers natur en søken etter å gjøre opplevelsene optimale. Han sier videre at når dette skjer så har det følgende effekt:

*"For the duration of the event, players and spectators sees not to act in terms of common sense and concentrate instead on the peculiar reality of the game, such flow activities have as their primary function the provision of enjoyable experiences."*,Csikszentmihalyi (1990).

Forskningen til Csikszentmihalyi har vist at når vi blir følelsesmessig engasjert av et turismeprodukt som et litteraturtilbud i skjærgården ("the event" jamfør sitatet ovenfor) så kobler mennesket ut sin vanlige "common sense" og vil fanges av opplevelsen. Som vi skal se i Kapittel 3 av denne utredningen hvor vi går gjennom evalueringen av Duun-stemnet, så er det klart at arrangøren har klart å "fange" de som var med på arrangementene på en slik måte at de gir en totalt sett bedre evaluering av hele tilbudet enn om vi "summerer" evalueringene av delproduktene tilbudet bestod av.

Dette fenomenet vi her beskriver er ikke noe nytt og har blitt underlagt forskning i mange år, for eksempel ved å evaluere rockefestivaler. Vi finner eksempler på ungdom som totalt sett syntes rockefestivalen var en fantastisk opplevelse selv om de vasset rundt i gjørme og spiste uspiselig mat.

Innen rammen av Duun-stemnet 2009 hadde man planlagt, organisert og produsert det omtalte tilbudet på kvelden 1. august 2009. Ansvarlig produsent og var klar over at når arrangementet ble lagt ute i havgapet så ville turistene vil få et flott inntrykk av landskapet og klare å relatere landskapet til det kulturelle produktet. I planleggingsammenheng er det selvfølgelig vanskelig og få et helt konkret grep om hvordan man skal få til det som i litteraturen om turisme kalles supraadditive elementer (Marcouiller and Westeren (2011)), slik vi har sett eksempler på fra Duun-stemnet, at totalen blir mer enn summen av enkeltelementene.

Det som faktisk utløser den supraadditive effekten i tilknytning til Duun-stemnet ser ut til å være at den faktiske landskapsopplevelsen kombinert med litteraturbidraget ga et sterkt følelsesmessig engasjement. Eller for å si det på en annen måte når, at tilbudet gis slik at turistene opplever landskap og kultur tett sammen, så spiller dette på et følelsesmessig aspekt som på sett og vis visker ut noen av inntrykkene om at mat og overnatting ikke var helt topp. I teoretisk forstand så viser evalueringen av Duun-stemnet at man klarte både å komme i flytsonen ved riktig kombinasjon av nivå for ferdigheter utfordringer og at man klarte å utløse de såkalte supraadditive elementene.

### 3 Analyse av innsamlet datamateriale

En viktig del i dette prosjektet var å samle inn data om hva som karakteriserte de som reiste til Jøa sommeren 2008 med de som reiste dit i 2009 under Olav Duun-stemnet. Dette gir oss et datamessig grunnlag for å analysere og rendyrke effekten av hva et større kulturelt turismeorientert arrangement betyr sett i forhold til et ”normal” sommersesong.

Datainnsamlingen har foregått på fergeleiet ved Ølhammeren hvor man tar ferga fra fastlandet i Fosnes kommune og ut til øya Jøa. Innsamling av data på fergekaia er ideelt i den forstand at turistene bare har en mulighet til å komme med bil til Jøa og det er å ta denne ferga.

Datainnsamlinga har foregått på den måten at vi har intervjuet de som sitter i bilen mens de venter på ferga. Selvfølgelig er det slik at noen har kommet så kort tid før fergeavgang at det ikke var mulig å få snakket med dem, men dekningen når det gjelder reise til Jøa i hovedsak har vært god.

I 2008 foregikk datainnsamlingen fra 24. juli til 30. juli samt 7. og 8. august. Valget av disse tidspunktene ble gjort slik at vi skulle dekke de samme tidspunkter som Olav Duun-stemnet var neste år. I tillegg til intervju på fergekaia fikk alle et skjema man skulle fylle ut etter at man hadde vært på Jøa og levere til mannskapet på ferga ved retur til fastlandet. Vi brukte i hovedsak samme spørreskjema i 2008 og 2009 med det unntak at det ble lagt inn noen ekstra spørsmål i 2009 for å dekke Olav Duun-stemnet. I 2008 foretok vi 111 intervjuer og vi fikk tilbake 43 svar fra de som hadde vært på Jøa.

I 2009 ble intervjuene foretatt alle dager under Olav Duun-stemnet, det vil si fra og med torsdag morgen 30. juli til og med søndag kveld 2. august. I dette tidsrommet intervjuet vi 174 biler på tur til Jøa og fikk svar fra 85 på ferga tilbake fra Jøa. Både i 2008 og 2009 var strategien for intervjuene at vi ikke intervjuet fastboende på Jøa. Vi intervjuet heller ikke personer i kjøretøy som kun hadde arbeidsreise som hensikt, slik som sjåfør på melkebil og reparatører fra diverse firmaer. I tabellen ser vi at noen oppgir arbeidsreise som reisehensikt, disse er tatt med i undersøkelsen fordi de oppgir også andre aspekter, spesielt de kulturelle, som er aktuelle i tilknytning til reisen.

Det går ferge fra fastlandet (fergestedet heter Ølhammeren) til Jøa (fergestedet heter Seierstad) hver time fra tidlig om morgenen, kl 06.00 til sent på kvelden, kl 24.00. Vi

gjennomførte intervjudelen ved å starte klokken 10 om formiddagen og vi holdt på til rundt 20.00 om kvelden. Den totale dekningen med hensyn til personer er at vi i 2008 intervjuet 111 biler med til sammen 236 personer og i 2009 174 biler med 402 personer på tur til Jøa. Når vi for 2009 sammenligner antall reisende med totalt solgte billetter på de forskjellige arrangementene de forskjellige dager på Duun-stemnet, så ser det ut til at dekningen vi har med hensyn til intervjuer ligger på rundt 80% av de som faktisk deltok på Duun-stemnet.

Reisehensikt er en sentral variabel å undersøke i turismesammenheng. I denne undersøkelsen har vi i spørreskjemaet brukt alternativene: 1. Ferie/fritidsreise, 2. Arbeidsreise, 3. Besøke venner/familie og 4. Annen reisehensikt. Resultatene for 2008 og 2009 framgår av tabellene 3.1a og 3.1 b. Tabell 3.1a gjelder 2008 og her ser vi at om lag halvparten av de som ble intervjuet oppgir ferie/fritidsreise som reisehensikt, mens tilsvarende tall for 2009 med Olav Duun-stemnet er 32,2%. Det er få som oppgir arbeidsreise fordi at denne gruppen har vi unngått å spørre annet enn i spesielle tilfeller. Derimot er det en relativt høy og stabil andel som oppgir at man skal besøke venner/familie, dette ligger på rundt 25% av de spurte. Videre oppgir 14,4% at de har annen reisehensikt i 2008 mens tilsvarende tall er 18,4 for 2009. Om lag 16% har kombinerte reisehensikter i 2009 mot 10% i 2008.

Tabell 3.1a: Reisehensikt 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1 Ferie/fritidsreise	53	47.7	47.7	47.7
2 Arbeidsreise	4	3.6	3.6	51.4
3 Besøke venner/familie	27	24.3	24.3	75.7
4 Annen reisehensikt	16	14.4	14.4	90.1
Flere reisehensikter, 1 og 2	1	.9	.9	91.0
Flere reisehensikter, 1 og 3	4	3.6	3.6	94.6
Flere reisehensikter, 1 og 4	5	4.5	4.5	99.1
Flere reisehensikter, 3 og 4	1	.9	.9	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Tabell 3.1b: Reisehensikt 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1 Ferie/fritidsreise	56	32.2	32.2	32.2
2 Arbeidsreise	11	6.3	6.3	38.5
3 Besøke venner/familie	46	26.4	26.4	64.9
4 Annen reisehensikt	32	18.4	18.4	83.3
Flere reisehensikter, 1 og 2	1	.6	.6	83.9
Flere reisehensikter, 1 og 3	9	5.2	5.2	89.1
Flere reisehensikter, 1 og 4	7	4.0	4.0	93.1
Flere reisehensikter, 2 og 4	3	1.7	1.7	94.8
Flere reisehensikter, 3 og 4	7	4.0	4.0	98.9
Flere reisehensikter, 1, 2 og 4	2	1.1	1.1	100.0
Sum	174	100.0	100.0	

Det interessante med disse tallene er de relativt lave andelene for ferie/fritidsreise i forhold til hva man på forhånd kunne ha trodd. Relativt mange reiser til Jøa for å besøke venner/familie uansett om det er Duun-stemnet eller ikke. Også en relativt høy andel oppgir andre reisehensikter og når vi ba respondentene om nærmere å kommentere dette, så framgår det at mange av disse reiser på hytta for å reparere eller drive vedlikehold av denne.

Vi har videre spurt om alder på de som reiser og dette spørsmålet er da blitt rettet til den i bilden som ble intervjuet. Det er da enten sjåføren eller den voksenpersonen som sitter ved siden av sjåføren i framsetet, slik at alder er her for de voksne personene og ikke for barn under 18 år som er med. Vi finner i både 2008 og 2009 at aldersgruppen 20 til 29 år er relativt lavt representert. Dette er trolig fordi at Jøa som turistmål ikke er noe typisk ungdomsmål. Videre er det slik at gjennomsnittsalderen i 2009, det vil si med Duun-stemnet, litt høyere enn i 2008, dette fordi aldersgruppen 50 -59 år er noe tyngre representert i 2009. Konklusjonen er at det er voksne mennesker som reiser til Jøa, dette framgår av tabellene 3.2a og 3.2 b.

Tabell 3.2a: Alder for reisende til Jøa 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
20-29 år	7	6.3	8.4	8.4
30-39 år	24	21.6	28.9	37.3
40-49 år	20	18.0	24.1	61.4
50-59 år	18	16.2	21.7	83.1
60-69 år	13	11.7	15.7	98.8
70 år og over	1	.9	1.2	100.0
Total	83	74.8	100.0	
Ikke oppgitt	28	25.2		
Sum	111	100.0		

Gjennomsnittsalder: 41,1 år.

Tabell 3.2b: Alder for reisende til Jøa 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
20-29 år	9	5.2	6.4	6.4
30-39 år	33	19.0	23.6	30.0
40-49 år	37	21.3	26.4	56.4
50-59 år	36	20.7	25.7	82.1
60-69 år	21	12.1	15.0	97.1
70 år og over	4	2.3	2.9	100.0
Total	140	80.5	100.0	
Ikke oppgitt	34	19.5		
Sum	174	100.0		

Gjennomsnittsalder: 42,8 år.

Videre er det spurt om totalt antall personer i bilen, noe som igjen gir antall personer som faktisk dro til Jøa med bil i de tidsrommene vi har registrert. I 2008 registrerte 236 personer totalt i bilene mens det i 2009 var 402 personer. Fordelingene framgår av tabellene 3.3a og 3.3b og det viser seg at vi i 2009 har litt flere personer i gjennomsnitt per bil enn i 2008, noe som indikerer at når vi har Duun-stemme så planlegger man turen med å reise sammen i noe større grad enn det vi kan kalle ordinære ferie og fritidsreiser i 2008.

Tabell 3.3a: Sum antall personer i bilen ved innreise til Jøa 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1	31	27.9	27.9	27.9
2	53	47.7	47.7	75.7
3	13	11.7	11.7	87.4
4	11	9.9	9.9	97.3
5	3	2.7	2.7	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Gjennomsnitt: 2,12

Tabell 3.3b: Sum antall personer i bilen ved innreise til Jøa 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1	40	23.0	23.0	23.0
2	77	44.3	44.3	67.2
3	29	16.7	16.7	83.9
4	20	11.5	11.5	95.4
5	7	4.0	4.0	99.4
6	1	.6	.6	100.0
Sum	174	100.0	100.0	

Gjennomsnitt: 2,31

Det er interessant å se hvor de tilreisende kommer fra som besøkte Jøa i 2008 og 2009 og disse opplysningene framgår av tabellene 3.4a og 3.4b. og viser hvilke landsdeler de reisende kommer fra. I det opprinnelige datamateriale har vi registrert i hvilken kommune reisen startet mens i tabellene så er dette aggregert til landsdelsnivå. Tabell 3.4 a gir uttrykk for den typiske fordeling av det vi kan kalle ordinære besøkende til Jøa på sommerstid. Som vi ser kommer noen få fra utlandet mens vi har en relativt liten gruppe som kommer fra det vi kaller Sør-Norge, som er alle fylker sør for Sør-Trøndelag. Tilreisende fra Sør-Trøndelag utgjør en relativt stor gruppe og så å si samtlige av disse oppgir Trondheim kommune som avreisested. Relativt få kommer fra Innherred. Den store gruppen med tilreisende til Jøa kommer fra Namsos kommune med 43,2%. Videre har vi en relativt betydelig gruppe fra midtre og indre Namdal og her er avreisekommune for svært mange oppgitt til Overhalla kommune. Rundt 10% kommer fra ytre Namdal og vel 3% fra Nord-Norge.

Det er interessant å sammenligne hvordan reisemønsteret endrer seg fra en vanlig turisttilstrømning i 2008 til 2009 hvor vi har Duun-stemnet. Andelene tilreisende fra Innherred og Namsos endrer seg så og si ikke fra 2008 til 2009. Videre er det slik at andelen fra Sør-Trøndelag går litt ned i 2009, mens andelen fra Sør-Norge går litt opp. Andelene tilreisende i 2008 sammenlignet med 2009 er temmelig stabile, det vil si at vi geografisk sett i nokså stor grad det samme reisemønsteret til Jøa med hensyn til avreisested uansett om vi har Duun-stemme eller ikke.

Tabell 3.4a: Fra hvilket område kom de reisende til Jøa i 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Utlandet	3	2.7	2.7	2.7
Sør-Norge	8	7.2	7.2	9.9
Sør-Trøndelag	14	12.6	12.6	22.5
Innherred	6	5.4	5.4	27.9
Namsos	48	43.2	43.2	71.2
Midtre og Indre Namdal	17	15.3	15.3	86.5
Ytre Namdal	11	9.9	9.9	96.4
Nord-Norge	4	3.6	3.6	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Tabell 3.4b: Fra hvilket område kom de reisende til Jøa i 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Sør-Norge	16	9.2	9.5	9.5
Sør-Trøndelag	17	9.8	10.1	19.5
Innherred	10	5.7	5.9	25.4
Namsos	76	43.7	45.0	70.4
Midtre og Indre Namdal	31	17.8	18.3	88.8
Ytre Namdal	16	9.2	9.5	98.2
Nord-Norge	3	1.7	1.8	100.0
Total	169	97.1	100.0	
Ikke oppgitt	5	2.9		
Sum	174	100.0		

I de forrige tabellene så vi på hvor man geografisk sett kom fra og da kan man stille seg spørsmålet om det er den de samme typer mennesker sett ut fra hvilke interesser og aktiviteter



man har som kommer avhengig om det er et år med Duun-stemnet eller ikke. Noen indikasjoner på hvordan dette henger sammen framgår av tabellene 3.5a og 3.5b som forteller hvilke aktiviteter og gjøremål de tilreisende oppgir.

Når det gjelder hvilke aktiviteter turistene i 2008 svarer de er opptatt av så framgår dette av tabell 3.5a, og her ser vi at alternativet "Se på severdigheter" kun har 4,5%. Dette alternativet innebærer blant annet Olav Duuns fødehjem og en del andre severdigheter som det vil bli redegjort for etter hvert. Videre så er alternativet "Besøke kjente" det man skårer høyest på sammen med alternativet om "Naturopplevelser" med henholdsvis 35,1% og 23,4%. Videre så får alternativet "Andre gjøremål" 19,8% og dette vil i betydelig grad si at man holder på med hytte, fritidseiendom eller denne type aktivitet. Det som er interessant for turismen til Jøa er i hvilken grad man kombinerer flere aktiviteter og dette alternativet skårer 17,1%. Av grunnlagsmaterialet framgår det at det er kombinasjonen av besøke kjente og naturopplevelser som dominerer den kategorien. Dette vil si at i et vanlig turismeår så er kulturturismen beskjedent i den forstand at man ikke er spesielt fokusert på at Olav Duun kom fra Jøa.

Tabell 3.5 b forteller hvilke aktiviteter og gjøremål man oppgir på reise til Jøa i 2009 da det var Duun-stemne. I kapittel 4 vil vi sammenligne hvordan opplysningene i tabell 3.5a og 3.5b samsvarer med hva man oppgir som aktiviteter og gjøremål etter endt besøk på Jøa.

Også i 2009 oppgir svært få kun alternativet "Se på severdigheter", det vil si i det året det er Duun-stemne. En relativt stor andel, 19,2% oppgir at man kun skal besøke kjente i 2009. En relativt lav andel oppgir kun naturopplevelser som det eneste målet man sikter mot. Når vi ser på alle gjøremål under ett i 2009 som ikke har noe med Duun-stemne å gjøre, så oppgir omlag 44% av de besøkende dette, det vil si at 56% av de tilreisende til Jøa under Duun-stemne oppgir ved innreise til Jøa at de enten har Duun-stemne som eneste gjøremål (29,7%) eller har flere gjøremål inklusive Duun-stemne (26,2%). Dette tallet på 56% oppleves som relativt lavt sett i forhold til at alle intervjuene er gjort de dagene Duun-stemne holdt på, men når vi ser på opplysningene ved tilbakereise som viser hva folk faktisk har gjort, så er det slik at man faktisk deltar på Duun-stemne i større grad enn man på forhånd oppgir som gjøremål.

Tabell 3.5a: Oppgis som planlagt aktivitet ved innreise til Jøa i 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Se på severdigheter	5	4.5	4.5	4.5
Besøke kjente	39	35.1	35.1	39.6
Natur/fiske/friluftsliv	26	23.4	23.4	63.1
Andre gjøremål	22	19.8	19.8	82.9
Kombinerer flere gjøremål	19	17.1	17.1	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Tabell 3.5b: Oppgis som planlagt aktivitet ved innreise til Jøa i 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Se på severdigheter	3	1.7	1.7	1.7
Besøke kjente	33	19.0	19.2	20.9
Natur/fiske/friluftsliv	9	5.2	5.2	26.2
Andre gjøremål	18	10.3	10.5	36.6
Duun-stemnet	51	29.3	29.7	66.3
Flere gjøremål, inklusive Duun-stemnet	45	25.9	26.2	92.4
Flere gjøremål, men ikke Duun-stemnet	13	7.5	7.6	100.0
Total	172	98.9	100.0	
Ikke besvart	2	1.1		
Sum	174	100.0		

I de neste to tabellene 3.6a og 3.6b spør vi om man faktisk har kjennskap til hvilke severdigheter det er på Jøa uavhengig om man faktisk har tenkt å besøke/se dem eller ikke. I det vanlige turiståret 2008 så oppgir vel 9% at man ikke kjenner til noen av severdighetene på Jøa mens 30% oppgir at man kun kjenner til Olav Duuns barndomshjem. Det vil si at 60% kjenner til to eller flere av severdighetene på Jøa, noe som ikke er overraskende sett i forhold til at en relativt stor del av de som kom til Jøa kom fra nærrområder i 2008.

Det interessante er at strukturen i svarene endrer seg lite fra 2008 til 2009, hvor det fortsatt i 2009 er om lag 10% som ikke kjenner noen severdigheter på Jøa, mens 24% kjenner kun Olav Duuns barndomshjem. Det vil si at om lag 65% av alle spurte kjenner to eller flere av severdighetene på Jøa, en andel som ikke er særlig mye større enn den i 2008. Vi har videre spurt om de tilreisende visste om Olav Duun kom fra Jøa eller ikke og her er det ikke

nødvendig å gjengi tabellene siden svarfordelingen var lik i 2008 og 2009 i den forstand at vel 97% av de tilreisende svarte ja på dette spørsmålet.

Forklaring til tabellene 3.6a og 3.6b. Tallene i tabellene viser til følgende severdigheter:

2. Olav Duun's barndomsheim, 3. Fosnes Bygdemuseum, 4 Jernaldergården på Tranås, 5 Torvmuseum på Skjærvikkorsen, 6 Andre.

Tabell 3.6a: Hvilke severdigheter kjenner du/dere til på Jøa, innreise i 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1 Ingen	10	9.0	9.3	9.3
2 Olav Duun's barndomsheim	32	28.8	29.9	39.3
23	12	10.8	11.2	50.5
24	1	.9	.9	51.4
25	3	2.7	2.8	54.2
234	3	2.7	2.8	57.0
235	6	5.4	5.6	62.6
245	2	1.8	1.9	64.5
345	1	.9	.9	65.4
2345	36	32.4	33.6	99.1
23456	1	.9	.9	100.0
Total	107	96.4	100.0	
Ikke besvart	4	3.6		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.6b: Hvilke severdigheter kjenner du/dere til på Jøa, innreise i 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
1 Ingen	16	9.2	9.4	9.4
2 Olav Duun's barndomsheim	41	23.6	24.1	33.5
3 Fosnes bydgemuseum	2	1.1	1.2	34.7
4 Jernaldergården på Tranås	1	.6	.6	35.3
23	24	13.8	14.1	49.4
24	10	5.7	5.9	55.3
25	3	1.7	1.8	57.1
34	2	1.1	1.2	58.2
234	19	10.9	11.2	69.4
235	3	1.7	1.8	71.2
245	3	1.7	1.8	72.9
2345	46	26.4	27.1	100.0
Total	170	97.7	100.0	
Ikke besvart	4	2.3		
Sum	174	100.0		

For nærmere å analysere hvilken type turister som kom til Jøa i 2008 og 2009 så har vi spurt om hvilken type turisme man liker, og svarene framgår av tabellene 3.7a og 3.7b.

Opplysningene for 2008 viser at det er turisme hvor hovedpoenget er at man setter pris på naturen som omfatter den største gruppen, det vil si 38,7% av svarene. Den andre store gruppen er de som liker bade/solferie med 26,9%. Som man ser er den andelen som kun liker kulturturisme svært lav med 4,3%, samt at de typiske byturistene i liten grad reiser til Jøa. Videre er det slik at de som liker kulturturisme, liker dette i kombinasjon med andre turistopplevelser og alternativet ”Flere typer turisme inklusive kultur” får 11,7% i 2008 mens de som også liker å kombinere flere typer turisme, men ikke kultur utgjør 7,5%.

Mønsteret i svarene endrer seg fra 2008 til 2009 i den forstand at de som kun liker naturopplevelser som turistform reduseres til 11,2%, mens bade- og solferiegjestene reduseres til 4,7%. Den store gruppen i 2009 er de som liker flere typer turisme inklusive kultur. Dette innebærer at både naturturismen og bade/solferie fortsatt holder stand som populære typer turisme, men nå i kombinasjon med andre grupper. Gruppen av de som liker flere typer turisme, men ikke kultur er på 14,1%.

Noen refleksjoner rundt tabell 3.7b går ut på at opplysningene fra de tilreisende i 2009 ikke gir så sterke indikasjoner på at det er en veldig ny og annerledes gruppe som kommer dette året selv om det er Duun-stemne. Om vi ser på tabellen om hvilke gjøremål man har i 2009, så svarer rundt 65% at man ved innreise til Jøa har Duun-stemne som et interessant formål. Da er det også rimelig at man oppfatter seg som kulturturist i tillegg til de andre typer turisme man likte fra før, siden man faktisk har planlagt å ta del i et kulturarrangement. Det interessante med tabell 3.7b er at de tilreisende til Jøa i 2009 har flere typer interesser hvor man ser det som interessant å kombinere kulturturisme (Duun-stemnet) med de andre formene for turisme.

Tabell 3.7a: Hvilken type turisme liker du – svar fra 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Natur	36	32.4	38.7	38.7
Kultur	4	3.6	4.3	43.0
Byturisme	7	6.3	7.5	50.5
Bade/solferie	25	22.5	26.9	77.4
Andre	1	.9	1.1	78.5
Flere typer turisme inklusive kultur	13	11.7	14.0	92.5
Flere typer turisme, men ikke kultur	7	6.3	7.5	100.0
Total	93	83.8	100.0	
Ikke besvart	18	16.2		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.7b: Hvilken type turisme liker du – svar fra 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Natur	19	10.9	11.2	11.2
Kultur	1	.6	.6	11.8
Byturisme	1	.6	.6	12.4
Bade/solferie	8	4.6	4.7	17.1
Flere typer turisme inklusive kultur	117	67.2	68.8	85.9
Flere typer turisme, men ikke kultur	24	13.8	14.1	100.0
Total	170	97.7	100.0	
Ikke besvart	4	2.3		
Sum	174	100.0		

I tabellene 3.8a og 3.8b ser vi svarene når det ble spurt om hvor interessant kulturturisme er. Dette spørsmålet er formulert slik at det kun er interesse i forhold til kulturturisme som er aktuelt. Respondentene ble stilt ovenfor fire alternativer på dette spørsmålet hvor av det første var svært interessant, det andre noe interesse, det tredje liten interesse og det fjerde fullstendig bortkastet. Dette spørsmålet var helt bevisst formulert med fire svaralternativer slik at man ikke kunne velge et alternativ ”midt på treet”, man blir her tvunget til å uttrykke interesse på den positive eller negative siden. Det er relativt store forskjeller i svarene for 2008 og 2009 i den forstand at i 2009 så er andelen av svar for alternativet ”Svært interessant” på 42,8% og for ”Noe interesse” på 46,8%, det vil si at de to høyeste alternativene til sammen har rundt 90% mens liten interesse har 10%. I 2008 så har de to svaralternativene for stor interesse til sammen 70% mens de to alternativene for liten/ingen interesse 30% av svarene.

Tabell 3.8a: Hvor interessant er kulturturisme - 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært interessant	30	27.0	31.3	31.3
Noe interesse	38	34.2	39.6	70.8
Liten interesse	26	23.4	27.1	97.9
Fullstendig bortkastet	2	1.8	2.1	100.0
Total	96	86.5	100.0	
Ikke besvart	15	13.5		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.8b: Hvor interessant er kulturturisme - 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært interessant	74	42.5	42.8	42.8
Noe interesse	81	46.6	46.8	89.6
Liten interesse	18	10.3	10.4	100.0
Total	173	99.4	100.0	
Ikke besvart	1	.6		
Sum	174	100.0		

Denne relativt kraftige forflytningen av vekt i svarene mot mer positive holdninger i 2009 gjenspeiler trolig to forhold. For det første er det en del tilreisende i 2009 som reiser

hovedsakelig på grunn av Duun-stemnet og naturlig nok er da kulturturisme i sin alminnelighet av interesse for denne gruppen. Videre er det slik at Duun-stemnet har et godt omdømme i nærområdet, slik at når man vet at man skal på dette, så forbindes det med noe positivt som gjør at interesse for kulturturisme i sin alminnelighet skårer høyt. Slik resultatene framstår så er det en bevegelse på rundt 20% av de som svarer som bytter gruppe fra 2008 til 2009.

Neste spørsmål de reisende til Jøa ble bedt om å svare på var hvor viktig var Jøa som reisemål og resultatene er gjengitt i tabell 3.9a og 3.9b. Når det gjelder resultatene for 2008 i tabell 3.9a så svarer 83, 6% at Jøa var svært viktig, mens 16, 4% svarer viktig som reisemål, de negative alternativene er ikke brukt i det hele tatt for 2008. I 2009 under Duun-stemne så avviker svarfordelingen noe fra svarfordelingen fra 2008. I 2009 velger 90% av de tilreisende de positive alternativene i den forstand at Jøa var svært viktig eller viktig som reisemål. Det vil si at vi har en mer positiv svarfordeling i et år hvor det ikke var noen spesiell attraksjon sammenlignet med 2009 hvor det var Duun-stemne. Den mest plausible forklaring er at noen tilreisende i 2009 kombinerte Jøa med andre reisemål mens for de som faktisk dro til Jøa i 2008 var fokuset i veldig stor grad faktisk å komme til Jøa. Men konklusjonen er uansett at Jøa er et meget viktig reisemål for de som faktisk drar dit.

Tabell 3.9a: Hvor viktig var Jøa som reisemål – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært viktig	92	82.9	83.6	83.6
Viktig	18	16.2	16.4	100.0
Total	110	99.1	100.0	
Ikke besvart	1	.9		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.9b: Hvor viktig var Jøa som reisemål – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært viktig	114	65.5	67.1	67.1
Viktig	41	23.6	24.1	91.2
Litt interessant	8	4.6	4.7	95.9
Helt tilfeldig	7	4.0	4.1	100.0
Total	170	97.7	100.0	
Ikke besvart	4	2.3		
Sum	174	100.0		

Tabellene 3.10a og 3.10b forteller hvorfra de som faktisk dro til Jøa i 2008 og 2009 hentet sin informasjon. I det ordinære turiståret 2008 så viser tabellen at de som reiste til Jøa i stor grad hentet informasjon fra venner og kjente, 58,7% gjorde dette. Den andre hovedgruppen med hensyn til informasjonsinnhenting er andre kilder. Det er interessant å se at Internet i svært liten grad spilte en rolle for informasjonsinnhenting om Jøa i 2008. Når det gjelder 2009 så er fortsatt venner/kjente en viktig informasjonskilde og snaut 40% oppgir dette som den eneste kilden de fikk informasjon fra. Vi ser også i 2009 at alternativet andre kilder og alternativet venner/kjente spiller en stor rolle. I 2009 blir Internet viktigere, men da i kombinasjon med andre måter å innhente informasjon på.

Tabell 3.10a: Hvorfra hentet informasjon om Jøa – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Venner/kjente	64	57.7	58.7	58.7
Veibok/skriftlig materiale	4	3.6	3.7	62.4
Internet	1	.9	.9	63.3
Andre kilder	27	24.3	24.8	88.1
Venner/kjente/internet + flere kilder	5	4.5	4.6	92.7
Venner/kjente/+ flere kilder, men ikke internet	8	7.2	7.3	100.0
Total	109	98.2	100.0	
Ikke besvart	2	1.8		
Sum	111	100.0		



Tabell 3.10b: Hvorfra hentet informasjon om Jøa – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Har ingen informasjon	2	1.1	1.2	1.2
Venner/kjente	68	39.1	39.8	40.9
Veibok/skriftlig materiale	5	2.9	2.9	43.9
Internet	6	3.4	3.5	47.4
Andre kilder	37	21.3	21.6	69.0
Venner/kjente/internet + flere kilder	27	15.5	15.8	84.8
Venner/kjente/+ flere kilder, men ikke internet	26	14.9	15.2	100.0
Total	171	98.3	100.0	
Ikke besvart	3	1.7		
Sum	174	100.0		

Videre er det spurt om de tilreisende har vært på Jøa tidligere, resultatene som er relatert til 2008 finnes i tabell 3.11a og for 2009 3.11b. Svarfordelingene for de to årene er påfallende like i den forstand at 10,4% svarer nei, det vil si at de ikke har vært på Jøa tidligere i 2009, og 14,4% svarer nei for 2008. Opplysningene i tabellene 3.11a og 3.11b samsvarer i stor grad med de opplysninger man ellers ser i datamaterialet nemlig at de som faktisk reiser til Jøa i stor grad kjenner stedet og vet hva de reiser til.

Tabell 3.11a: Har dere vært på Jøa tidligere - 2008

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	16	14.4	14.4	14.4
Ja	59	53.2	53.2	67.6
Ja, og mer enn 3 ganger i år	36	32.4	32.4	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Tabell 3.11b: Har dere vært på Jøa tidligere - 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	18	10.3	10.4	10.4
Ja	93	53.4	53.8	64.2
Ja, og mer enn 3 ganger i år	62	35.7	35.8	100.0
Total	173	99.4	100.0	
Ikke besvart	1	.6		
Sum	174	100.0		

Som kjent er det stor diskusjon både i Fosnes kommune og ellers i Nord-Trøndelag fylke om ferge i forhold til bru til Jøa. I den forbindelse har vi både i 2008 og i 2009 spurt om de reisende synes fergetakstene er høye sammenlignet med fergetakster i Norge for øvrig. Her er det også stor overensstemmelse i svarene for de to årene i den forstand at 22,7% synes fergetakstene var for høye blant de spurte i 2008 mens tilsvarende tall er på 20,3% for 2009, se tabellene 3.12 a og 3.12b. At prosenttallet går ned litt til 2009 er noe man kunne forvente sett i forhold til andre opplysninger fra datamaterialet, fordi de reisende i 2009 i større grad var fokusert på å komme til Jøa i tilknytning til et arrangement og at fergetakster da får mindre oppmerksomhet og interesse.

Tabell 3.12 a: Synes dere fergetakstene er for høye – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ja	25	22.5	22.7	22.7
Nei	85	76.6	77.3	100.0
Total	110	99.1	100.0	
Ikke besvart	1	.9		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.12 b: Synes dere fergetakstene er for høye – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ja	25	14.4	20.3	20.3
Nei	98	56.3	79.7	100.0
Total	123	70.7	100.0	
Ikke besvart	51	29.3		
Sum	174	100.0		

Videre er det spurt om hvor lenge man blir på Jøa. Resultatet framgår av tabellene 3.13a for 2008 og 3.13b for 2009. Her er svarene interessante i den forstand at andelen som skal overnatte ei natt pluss andelen som blir i mer enn to dager faktisk er litt større i 2008 enn i 2009. Grunnen til at andelen er litt større i 2008 kommer trolig av at svarene fra mange i 2008 er med mange som bor på hytte i løpet av helga eller som skal ha ferie i noen dager. En annen årsak er at det i 2009 så var det en stor visekonsert på fredag 31. juli 2009 hvor mange kom på dagen for å delta på denne og dro tilbake sent samme kveld.

Tabell 3.13a: Hvor lenge skal du være på Jøa – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Reiser tilbake i dag	32	28.8	29.4	29.4
Reiser tilbake i morgen	17	15.3	15.6	45.0
Blir flere enn to dager	60	54.1	55.0	100.0
Total	109	98.2	100.0	
Ikke besvart	2	1.8		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.13b: Hvor lenge skal du være på Jøa – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Reiser tilbake i dag	49	28.2	32.5	32.5
Reiser tilbake i morgen	31	17.8	20.5	53.0
Blir flere enn to dager	71	40.8	47.0	100.0
Total	151	86.8	100.0	
Ikke besvart	23	13.2		
Sum	174	100.0		

Videre er det spurt om hvordan overnatting skal skje og resultatene av dette framgår av tabellene 3.14a og 3.14b. Når det gjelder tallene for 2008 så var andelen av personer som ikke skulle overnatte på 17,1%. De to andre store gruppene var overnatting hos venner/slekt og overnatting i egen hytte. Til sammen utgjorde dette ca 65% av alle som reiste. Resultatene viser også at de som reiste til Jøa i 2008 i mindre grad hadde planlagt i detalj om hvordan man

skulle fortsette turen siden andelen som planlegger å overnatte, men ikke har planlagt hvor man skal overnatte er på 14%. Tilsvarende andel for 2009 under Duun-stemme er på rundt 3%.

Det er interessant å se at andelen som skal overnatte hos venner og slekt er rimelig lik både i 2008 og i 2009. Andelen som skal benytte seg av camping er klart større i 2009 siden det da både ble organisert et eget campingtilbud samt at dette svaralternativet også innbefatter de som kjører og bor i egen campingbil. Andelen som bor i egen hytte er klart mindre i 2009 siden mange av disse trolig i større grad ikke reiste fram og tilbake på ferga i de dagene Duun-stemnet var.

Tabell 3.14 a: Hvor skal du overnatte – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Skal ikke overnatte	19	17.1	17.1	17.1
Hos venner/slekt	38	34.2	34.2	51.4
Camping	4	3.6	3.6	55.0
Egen hytte	34	30.6	30.6	85.6
Skal overnatte, men vet ikke hvor	16	14.4	14.4	100.0
Sum	111	100.0	100.0	

Tabell 3.14 b: Hvor skal du overnatte – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Skal ikke overnatte	71	40.8	40.8	40.8
Hos venner/slekt	54	31.0	31.0	71.8
Camping	27	15.5	15.5	87.4
Egen hytte	17	9.8	9.8	97.1
Skal overnatte, men vet ikke hvor	5	2.9	2.9	100.0
Sum	174	100.0	100.0	

Det er også spurt om de reisende til Jøa har planer om å komme tilbake, dette gjelder både for 2008 og 2009. Resultatene for 2008 framgår av tabell 3.15a hvor kun omlag 5% svarer at man ikke har tenkt å komme tilbake den sommeren 2008, mens 71% svarer at man har planer om å

komme tilbake i 2008, 21, 5% planlegger å komme tilbake sommeren 2009 og rundt 2% regner med å komme tilbake både sommeren 2008 og 2009.

Strukturen i svarene er noe forskjellig for de som reiste i 2009 og svarene her er influert av at det var Duun-stemme i 2009, se tabell 3.15b. Det interessante er at en svært liten andel, 4%, svarer nei i den forstand at man ikke har planer om å komme tilbake til Jøa i det hele tatt. Videre svarer snaut 40% at man vil komme tilbake sommeren 2009 mens rundt 48% planlegger å komme tilbake sommeren 2010, altså året etter at Duun-stemme ble gjennomført. Vel 5% planlegger å komme tilbake både sommeren 2009 og 2010. Spesielt tallene for 2009 må betraktes til å være svært høye når det gjelder hvilke planer de tilreisende har i forhold til å komme tilbake både i 2009 og 2010. En gruppe, det vil si de som både har hytte på Jøa og er interessert i Duun-stemnet, vil selvfølgelig komme tilbake hvert år, samt at de som kombinerer Duun-stemnet med å besøke venner, kjente og slektninger også vil komme tilbake. Men når man ser på hvilke andre motiver man har for å reise så er andelen som kan tenke seg å komme tilbake stor.

Tabell 3.15 a: Planer om å komme tilbake til Jøa – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	6	5.4	5.6	5.6
Tilbake sommeren 2008	76	68.5	71.0	76.6
Tilbake sommeren 2009	23	20.7	21.5	98.1
Tilbake både sommeren 2008 og 2009	2	1.8	1.9	100.0
Total	107	96.4	100.0	
Ikke besvart	4	3.6		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.15 b: Planer om å komme tilbake til Jøa – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	6	3.4	4.1	4.1
Tilbake sommeren 2009	58	33.3	39.7	43.8
Tilbake sommeren 2010	70	40.2	47.9	91.8
Tilbake både sommeren 2009 og 2010	8	4.6	5.5	97.3
Vet ikke	4	2.3	2.7	100.0
Total	146	83.9	100.0	
Ikke besvart	28	16.1		
Sum	174	100.0		

Et spørsmål ble kun stilt i 2008 og det framgår av tabell 3.16a hvor tabellen viser resultatet av spørsmålet om de tilreisende om de er klar over at det er Duun-stemme neste år. Her svarer 64,5% ja, noe som man må se på som et relativt høyt tall siden det i 2008 ennå ikke var drevet spesielt intensiv markedsføring av stemnet i 2009.

Tabell 3.16 a: Vet du at det er Duun-stemme på Jøa i 2009 (spørsmål stilt til de reisende i 2008)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ja	69	62.2	64.5	64.5
Nei	38	34.2	35.5	100.0
Total	107	96.4	100.0	
Ikke besvart	4	3.6		
Sum	111	100.0		

For de som reiste i 2008 ble det spurt om hvilke poster det måtte være på programmet for at man skulle komme og her var svaralternativene kommer uansett, at det må være mer enn Duun-litteratur eller at det ikke er aktuelt å komme under noen omstendighet, se tabell 3.16b. Her viser resultatene at rundt 52% kommer uansett mens vel 40% ikke kommer. Dette tyder på at selve utformingen av programmet ikke spiller så stor rolle sett i forhold til hvordan svarene fordeler seg ett år før stemnet avholdes.

Tabell 3.16b: Hva må det være på programmet for at du kommer i 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kommer uansett	55	49.5	51.9	51.9
Mer enn Duun-litteratur	8	7.2	7.5	59.4
Ikke aktuelt uansett	43	38.7	40.6	100.0
Total	106	95.5	100.0	
Ikke besvart	5	4.5		
Sum	111	100.0		

For de tilreisende i 2009 ble det spurt om man faktisk var klar over at det var Duun-stemne i de dagene man faktisk reiste og her viser tabell 3.16c at 93% var klar over dette, mens snaut 7% ikke kjente til det. Dette resultatet ligger rundt det man kunne forvente.

Tabell 3.16 c: Er du klar over at det er Duun-stemne her i år (spørsmål stilt til de reisende i 2009)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ja	142	81.6	93.4	93.4
Nei	10	5.7	6.6	100.0
Total	152	87.4	100.0	
Ikke besvart	22	12.6		
Sum	174	100.0		

I 2009 ble de som reiste til Jøa spurt om hvilke aktiviteter man planla å delta på under Duun-stemnet og resultatet av disse svarene framgår av tabell 3.17a, programmet for Duun-stemnet 2009 er gjengitt i Vedlegg 1. 27,5% av de som ble spurt hadde ikke planer om å delta på noen av aktivitetene, mens den dag som var klart mest populær var fredag 31. juli, eller fredag i kombinasjon med lørdag 1. august. Den viktigste årsaken til at fredag er klart mer populær enn de andre dagene er for det første da foregår selve åpningen av Duun-stemnet. Videre er det to arrangementer, ett arrangement kalt bokbad i svømmehallen hvor forfatterne Carl Frode Tiller og Torvald Sund deltok, samt at det er et arrangement ute i naturen hvor det både er opplesning av Duun-litteratur, samt en visekonsert med den populære visesangeren Lars Bremnes. Når vi ser resultatet fra svarene her i sammenheng med andre resultater fra Duun-

stemnet, så tyder alt på at kombinasjonen av kultur, litteratur, visesang og naturopplevelser spiller en viktig rolle for å forklare hva man blir godt fornøyd med.

Tabell 3.17a: Skal du delta på aktiviteter på Duun-stemnet 2009

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ingen	39	22.4	27.5	27.5
Torsdag	4	2.3	2.8	30.3
Fredag	44	25.3	31.0	61.3
Lørdag	14	8.0	9.9	71.1
Søndag	1	.6	.7	71.8
Vet ikke	1	.6	.7	72.5
Torsdag og fredag	5	2.9	3.5	76.1
Torsdag og lørdag	2	1.1	1.4	77.5
Fredag og lørdag	16	9.2	11.3	88.7
Lørdag og søndag	1	.6	.7	89.4
Torsdag, fredag og lørdag	4	2.3	2.8	92.3
Fredag, lørdag og søndag	9	5.2	6.3	98.6
Alle dager	2	1.1	1.4	100.0
Total	142	81.6	100.0	
Ikke besvart	32	18.4		
Sum	174	100.0		

Det er stilt samme spørsmål i både 2008 og 2009 om hvor aktiv man ser på seg selv som turist og resultatene av dette framgår av tabellene 3.18a og 3.18b. Resultatene er svært like for de to årene hvor rundt 38% av de spurte ser på seg selv som lite aktive turister og liker å bli underholdt, mens rundt 60% ser på seg selv som aktive turister og liker å delta. Dette innebærer at om det i 2009 er Duun-stemne så endrer ikke dette forholdet i den forstand at hoveddelen av turistene liker å være aktive selv.



Tabell 3.18a: Hvor aktiv er du som turist – 2008.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Lite aktiv - liker å bli underholdt	39	35.1	38.2	38.2
Svært aktiv - liker å delta mest mulig sjøl	63	56.8	61.8	100.0
Total	102	91.9	100.0	
Ikke besvart	9	8.1		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.18b: Hvor aktiv er du som turist – 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Lite aktiv - liker å bli underholdt	53	30.5	37.6	37.6
Svært aktiv - liker å delta mest mulig sjøl	83	47.7	58.9	96.5
Vet ikke	5	2.9	3.5	100.0
Total	141	81.0	100.0	
Ikke besvart	33	19.0		
Sum	174	100.0		

For å få en ide om hvilke forventninger turistene som reiste til Jøa hadde, ble det spurt om hvilke aktiviteter man snakket om før man dro. Svarene for 2008, se tabell 3.19a, viser at det er naturopplevelser og det at man vil besøke venner og kjente som er de sentrale temaene som tas opp før man drar. Kultur som aktivitet var ikke spesielt framtrødende i 2008 da kun 5,6% svarer at dette var den eneste aktiviteten man snakket om. Derimot skårer kultur relativt høyt med 18,7% i kombinasjon med en opplevelse av både natur og kultur.

Svarfordelingene endrer seg naturlig nok en god del i 2009 siden intervjudelen da ble foretatt under Duun-stemnet og alternativet kultur, det vil si Duun-stemnet, som tema før man dro til Jøa kom som svaralternativ fra 24,5% av respondentene, se tabell 3.19b. Alternativet med å besøke venner og kjente kommer høyt uansett og er på 17% i 2009 sammenlignet med om lag 30% i 2008. Et interessant trekk fra svarfordelingen fra 2009 er en høy andel som snakker om flere alternativer før man drar, og dette speiler også det faktum som vi ser fra andre deler av resultatene, at siden det er en god ide å kombinere flere formål så snakker man også om flere

aktiviteter. En tolkning av tabell 3.19 b er at Duun-stemnet nok er et mål for turen for mange, men i kombinasjon med andre aktiviteter.

Tabell 3.19a: Hvilke aktiviteter snakket dere om før dere dro (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur	6	5.4	5.6	5.6
Natur	36	32.4	33.6	39.3
Besøke venner/kjente	32	28.8	29.9	69.2
Jøa ikke nevnt før turen	1	.9	.9	70.1
Andre emner	5	4.5	4.7	74.8
Natur og kultur	20	18.0	18.7	93.5
Natur og besøke venner/kjente	5	4.5	4.7	98.1
Natur og andre emner	1	.9	.9	99.1
Natur + kultur + besøke venner/kjente	1	.9	.9	100.0
Total	107	96.4	100.0	
Ikke besvart	4	3.6		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.19b: Hvilke aktiviteter snakket dere om før dere dro (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur/Duun-stemnet	36	20.7	24.5	24.5
Natur	10	5.7	6.8	31.3
Besøke venner/kjente	25	14.4	17.0	48.3
Jøa ikke nevnt før turen	4	2.3	2.7	51.0
Natur og kultur/Duun-stemnet	20	11.5	13.6	64.6
Besøke venner/kjente og kultur/Duun-stemnet	30	17.2	20.4	85.0
Natur og besøke venner/kjente	10	5.7	6.8	91.8
Natur + kultur/Duun-stemnet + besøke venner/kjente	12	6.9	8.2	100.0
Total	147	84.5	100.0	
Ikke besvart	27	15.5		
Sum	174	100.0		

Vi ba også respondentene å ta stilling til hvilken aktivitet de så på som den viktigste, se tabellene 3.20a og 3.20b. Slik spørsmålet er formulert så ligger det i formuleringen at man ber om **den ene** aktiviteten man ser på som viktigst, men dette ser respondentene ikke til å svare på den måten som forutsatt, i den forstand at vi også får kombinasjoner av aktiviteter som svar.

For 2008 kommer alternativene natur og besøke venner og kjente som det mest populære med til sammen rundt 70% av svarene. Alternativene natur og kultur kommer ut med over 18% av svarene. Et interessant fenomen for 2008 er at kultur som en aktivitet som står alene, får en lav skår med bare om lag 5% av svarene.

I 2009 med Duun-stemme så er det kun 25% av svarene som rangerer Duun-stemme som den eneste og viktigste aktiviteten, mens det å besøke venner og kjente ikke synker så mye i forhold til svarfordelingen i 2008 og ender i 2009 opp med 28,3% av svarene mot 35,6% av svarene i 2008. Som svaralternativ er Duun-stemnet i kombinasjon med de andre svaralternativene populær og dette gir en relativt høy skår med til sammen over 25% når vi ser på alle kombinasjoner kultur/Duun-stemnet inngår i.

Tabell 3.20a: Hvilken aktivitet var viktigst (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur	5	4.5	4.8	4.8
Natur	35	31.5	33.7	38.5
Besøke venner/kjente	37	33.3	35.6	74.0
Andre	5	4.5	4.8	78.8
Natur og kultur	19	17.1	18.3	97.1
Natur og besøke venner/kjente	2	1.8	1.9	99.0
Natur + kultur + besøke venner/kjente	1	.9	1.0	100.0
Total	104	93.7	100.0	
Ikke besvart	7	6.3		
Sum	111	100.0		

Tabell 3.20b: Hvilken aktivitet var viktigst (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur/Duun-stemnet	37	21.3	25.5	25.5
Natur	16	9.2	11.0	36.6
Besøke venner/kjente	41	23.6	28.3	64.8
Andre	1	.6	.7	65.5
Natur og kultur/Duun-stemnet	22	12.6	15.2	80.7
Besøke venner/kjente og kultur/Duun-stemnet	12	6.9	8.3	89.0
Kultur/Duun-stemnet + Andre	1	.6	.7	89.7
Natur og besøke venner/kjente	9	5.2	6.2	95.9
Natur + kultur/Duun-stemnet + besøke venner/kjente	6	3.4	4.1	100.0
Total	145	83.3	100.0	
Ikke besvart	29	16.7		
Sum	174	100.0		

#### 4 Analyse av svarene som ble gitt når man reiste fra Jøa til fastlandet.

Alle som deltok i datainnsamlingen ved reise til Jøa fikk også utdelt et spørreskjema som skulle fylles ut under oppholdet på Jøa og leveres til mannskapet på ferga da man reiste fra Jøa. Når det gjelder datainnsamlingen i 2008 så fikk vi tilbake 43 skjemaer, det vil si rundt 40% av de som svarte på tur til Jøa. For 2009 mottok vi 87 skjemaer ved tilbakereise, det vil si en svarprosent på 50%. Spørsmålene er i stor grad de samme for begge årene, men for 2009 er det lagt til noen spørsmål for spesielt å evaluere hvilke oppfatninger respondentene har om selve Duun-stemnet. Det første spørsmålet går ut på at man gir opplysninger om hvor lenge man faktisk var på Jøa og her er det slik at i 2008 reiste 46,5% tilbake samme dag mens kun 31,4% gjorde dette i 2009. det vil si at i 2009 så hadde snaut 70% en overnatting eller flere mens i 2008 lå dette tallet på vel 50%, se tabellene 4.1a og 4.1b.

Tabell 4.1a: Hvor lenge var du på Jøa (2008)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Reiste tilbake samme dag	20	46.5	46.5	46.5
En overnatting	3	7.0	7.0	53.5
Flere overnattinger	20	46.5	46.5	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.1: Hvor lenge var du på Jøa (2009)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Reiste tilbake samme dag	27	31.4	31.8	31.8
En overnatting	16	18.6	18.8	50.6
Flere overnattinger	42	48.8	49.4	100.0
Total	85	98.8	100.0	
Ikke besvart	1	1.2		
Sum	86	100.0		

Det er videre interessant å se på de opplysninger som ble gitt om hva man faktisk gjorde på Jøa under oppholdet. Dette framgår av tabellene 4.2a og 4.2b. For 2008 opplyses det at besøke kjente og andre gjøremål er de to klart mest valgte alternativene med til sammen 51% av

svarene. Snaut 50% oppgir i 2008 flere gjøremål hvor da kulturaktiviteter inngår i rundt 20% av aktivitetene

I 2009 var det slik at vel 25% av respondentene oppgir at Duun-stemnet som kulturaktivitet var det man faktisk gjorde. Duun-stemnet i kombinasjon med det å besøke kjente oppgis av 18, 8% og Duun-stemnet i kombinasjon med naturopplevelser gis av 21,2%. Dette forsterker inntrykket av at Duun-stemnet i seg selv ikke velges av så mange, men klart viktigere i kombinasjon med andre gjøremål.

Tabell 4.2a: Aktiviteter og gjøremål under besøket (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Besøkte kjente	11	25.6	25.6	25.6
Andre gjøremål	11	25.6	25.6	51.2
Flere gjøremål, Kulturaktiviteter + besøke kjente	4	9.3	9.3	60.5
Flere gjøremål, Kulturaktiviteter + natur/fiske	5	11.6	11.6	72.1
Flere gjøremål, ikke kulturaktiviteter	12	27.9	27.9	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.2b: Aktiviteter og gjøremål under besøket (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Duun-stemnet/Kulturaktiviteter	22	25.6	25.9	25.9
Besøkte kjente	17	19.8	20.0	45.9
Natur/fiske	4	4.7	4.7	50.6
Andre gjøremål	3	3.5	3.5	54.1
Flere gjøremål, Duun-stemnet + besøke kjente	16	18.6	18.8	72.9
Flere gjøremål, Duun-stemnet + natur/fiske	18	20.9	21.2	94.1
Flere gjøremål, ikke Duun-stemnet	5	5.8	5.9	100.0
Total	85	98.8	100.0	
Ikke besvart	1	1.2		
Sum	86	100.0		

Ved retur fra Jøa ble de besøkende spurt om hvilke severdigheter man hadde besøkt og resultatene framgår av tabellene 4.3a og 4.3b. I 2008 var det 58,5% som ikke hadde besøkt noen severdigheter i det hele tatt. De severdighetene man hadde besøkt var enten at man kun hadde vært innom Olav Duuns barndomshjem eller at man hadde sett Olav Duuns barndomshjem i kombinasjon med flere andre severdigheter. De andre severdighetene på Jøa utenom Olav Duuns barndomshjem er Fosnes bygdemuseum, jernaldergården på Tranås og torvmuseet på Skjærvikkorsen. Som det framgår av tabell 4.3 a så er det svært få som har besøkt disse stedene.

I 2009 er det Olav Duun-stemme og da er det naturlig nok mange som besøker Olav Duuns barndomshjem siden åpningen av stemnet foregår her. Også i 2009 er det en god del av de besøkende som ikke har vært inne om noen av severdighetene, tabell 4.3b viser at det er 21,3% som ikke har besøkt noen severdighet. Vel 70% har enten kun besøkt Olav Duuns barndomshjem eller dette stedet i kombinasjon med flere andre severdigheter. Det viser seg at de andre severdighetene utenom Olav Duuns barndomshjem i beskjeden grad nyter godt av at det faktisk er Duun-stemme.

Tabell 4.3 a: Severdigheter man hadde besøkt under oppholdet på Jøa (2008)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ingen	24	55.8	58.5	58.5
Olav Duun's barndomsheim	6	14.0	14.6	73.2
Fosnes bygdemuseum	1	2.3	2.4	75.6
Jernaldergården på Tranås	2	4.7	4.9	80.5
Torvmuseum på Skjærvikkorsen	1	2.3	2.4	82.9
Andre	2	4.7	4.9	87.8
Olav Duun's barndomsheim + flere	5	11.6	12.2	100.0
Total	41	95.3	100.0	
Ikke besvart	2	4.7		
Sum	43	100.0		

Tabell 4.3 b: Severdigheter man hadde besøkt under oppholdet på Jøa (2009)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ingen	17	19.8	21.3	21.3
Olav Duun's barndomsheim	33	38.4	41.3	62.5
Fosnes bygdemuseum	2	2.3	2.5	65.0
Jernaldergården på Tranås	3	3.5	3.8	68.8
Olav Duun's barndomsheim + flere	25	29.1	31.3	100.0
Total	80	93.0	100.0	
Ikke besvart	6	7.0		
Sum	86	100.0		

Videre er det spurt om hva de som besøkte en severdighet faktisk syntes om den og resultatene framgår av tabellene 4.4 a og 4.4 b. Her har de besøkende anledning til å velge svaralternativene svært interessant, interessant, sånn passe, helt uinteressant. Man skulle tro at vi får noe mer positiv interesse i 2009 med Duun-stemnet, men svaralternativene for svært interessant er akkurat det samme det vil si snaut 28% i både 2008 og 2009. I 2009 er det flere som ser på severdighetene som interessante, det er 65,1% mot 50% i 2008, slik at man kan si at trolig på grunn av Duun-stemme så er det noe mer positiv vurdering av severdighetene i 2009 sammenlignet med 2008.

Tabellene 4.4a: Om du besøkte en severdighet, hva synes du (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært interessant	5	11.6	27.8	27.8
Interessant	9	20.9	50.0	77.8
Sånn passe	3	7.0	16.7	94.4
Helt uinteressant	1	2.3	5.6	100.0
Total	18	41.9	100.0	
Ikke besvart	25	58.1		
Sum	43	100.0		



Tabellene 4.4b: Om du besøkte en severdighet, hva synes du (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært interessant	12	14.0	27.9	27.9
Interessant	28	32.6	65.1	93.0
Sånn passe	3	3.5	7.0	100.0
Total	43	50.0	100.0	
Ikke besvart	43	50.0		
Sum	86	100.0		

Videre spør vi om den informasjon de besøkende faktisk fikk på Jøa tilknytning til sitt opphold der. Her er det stor forskjell mellom et ”vanlig” turistår slik som i 2008 sammenlignet med 2009. I 2008 er hovedvekten når det gjelder synspunkt på informasjon at den er god og det er 43,8% som krysser av på dette alternativet, og med 28,1% som mener informasjonen er svært god og 18,8 som mener at den er sånn passe. Videre er det kun noen få i 2008 som finner den informasjonen man fikk ikke var relevant. Informasjonen under Duun-stemnet er bedømt som svært bra i den forstand at 50% av de spurte karakteriserer den som svært god mens 44,6% ser på den som god. Dette innebærer at det er svært få som er kritisk til den informasjon man fikk på Jøa i tilknytning til Duun-stemnet, se tabellene 4.5a og 4.5b.

Tabell 4.5a: Hva synes du om informasjonen du fikk på Jøa (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært god	9	20.9	28.1	28.1
God	14	32.6	43.8	71.9
Sånn passe	6	14.0	18.8	90.6
Ikke relevant	3	7.0	9.4	100.0
Total	32	74.4	100.0	
Ikke besvart	11	25.6		
Sum	43	100.0		

Tabell 4.5b: Hva synes du om informasjonen du fikk på Jøa (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært god	37	43.0	50.0	50.0
God	33	38.4	44.6	94.6
Sånn passe	3	3.5	4.1	98.6
Svært dårlig	1	1.2	1.4	100.0
Total	74	86.0	100.0	
Ikke besvart	12	14.0		
Sum	86	100.0		

De som besøkte Jøa både i 2008 og i 2009 blir bedt om å vurdere hvor fornøyd man totalt sett var med oppholdet, og alternativene er svært fornøyd, fornøyd, sånn passe og misfornøyd, se tabellene 4.6a og 4.6b. Det er meget interessant å se svarfordelingene som for begge år viser at de som var på Jøa kun har valgt alternativene svært fornøyd eller fornøyd som en total vurdering av oppholdet. I 2008 var 72,1% svært fornøyd mens 27,9% valgte alternativet fornøyd. I 2009, det vil si året med Duun-stemnet, så var 90,5% svært fornøyd og 9,5% fornøyd. En drøfting av hva som kan ligge bak disse svarene må sees i sammenheng med de to neste tabellene hvor de reisende blir bedt om å svare på hva de faktisk savner på Jøa.

Tabell 4.6a: Er du/dere totalt sett fornøyd med oppholdet på Jøa (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært fornøyd	31	72.1	72.1	72.1
Fornøyd	12	27.9	27.9	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.6b: Er du/dere totalt sett fornøyd med oppholdet på Jøa (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Svært fornøyd	76	88.4	90.5	90.5
Fornøyd	8	9.3	9.5	100.0
Total	84	97.7	100.0	
Ikke besvart	2	2.3		
Sum	86	100.0		

Når vi ser på tabellene 4.7a og b som forteller om hva man faktisk savner på Jøa, så ser vi at relativt få krysser av på alternativet at man ikke savnet noe spesielt i 2008, det vil si 23,3% valgte dette alternativet. Tilsvarende tall er at 25, 6% ikke savnet noe spesielt i 2009. Dette må man si at er relativt sett lave tall og en liten gruppe som ikke savner noe. Den mangel de aller fleste påpeker er at det er for få muligheter når det gjelder spisesteder på Jøa og i 2008 så svarer 46,5% at man savner flere spisesteder og i tillegg svarer 11,6% at man savner flere spisesteder i kombinasjon med flere andre tilbud man savner. Det samme svarmønsteret preger også resultatene for 2009 hvor 37,2% savner flere spisesteder og 15,1% savner både flere spisesteder og nevner dette i kombinasjon med andre tilbud man savner. Bedre overnattingsmuligheter blir kun nevnt av 4, 7% i 2008 mens 9, 3% nevner dette i 2009. Det er interessant å se at resultatene viser at svært få personer ser mangler i forhold til naturoplevelser og kulturtilbud.

Tabell 4.7 a: Hva savnet du/dere på Jøa (2008)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke noe spesielt	10	23.3	23.3	23.3
Bedre overnattingsmuligheter	2	4.7	4.7	27.9
Flere spisesteder	20	46.5	46.5	74.4
Flere tilbud innen camping/natur	2	4.7	4.7	79.1
Andre alternativer	4	9.3	9.3	88.4
Flere spisesteder + flere alternativer	5	11.6	11.6	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.7 b: Hva savnet du/dere på Jøa (2009)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke noe spesielt	22	25.6	25.6	25.6
Bedre overnattingsmuligheter	13	15.1	15.1	40.7
Flere spisesteder	32	37.2	37.2	77.9
Flere tilbud innen camping/natur	2	2.3	2.3	80.2
Flere kulturtilbud	2	2.3	2.3	82.6
Annet	2	2.3	2.3	84.9
Flere spisesteder + flere alternativer	13	15.1	15.1	100.0
Sum	86	100.0	100.0	

Når det gjelder resultatene fra 2009 hvor det var Duun-stemne, så organiserte man dette slik at det ble gitt et tilbud om servering av mat på samfunnshuset. Videre var det også åpne puber på kveldene under Duun-stemnet, men her var tilbudet om servering av mat beskjedent. I tilknytning til Duun-stemnet hadde arrangøren også et system for innkvartering slik at man kunne ta kontakt å få bo hos private, og en del benyttet seg av dette.

Hvordan kan man så forklare at de besøkende gir en meget positiv total evaluering av sitt opphold på Jøa, mens man i neste omgang krysser av på at man savner flere typer tilbud som er vanlige innen reiselivsnæringen som spisesteder og overnattingsmuligheter. I kapittel 2 har vi mer ut fra et teoretisk perspektiv om opplevelser i turismesammenheng redegjort for at når man opplever tilbud som gir et sterkt følelsesmessig engasjement så kan dette ”slå ut” andre faktorer som man innen rammen av turismetilbudet ser kritisk på og finner mangler ved. Når vi ser på resultatene fra tabellene 4.6a og b og 4.7a og b i sammenheng så tyder det på at det er slike effekter til stede. Resultatene fra 2009 med Olav Duun-stemne tyder alt på at mange har hatt sterke følelsesmessige inntrykk hvor vi ser en kombinasjon mellom natur og kultur. Mye tyder på at arrangøren under Duun-stemnet har fått deltagerne til å komme i det Csikszentmihaly kaller flytsonen.

Det er spurt om hvordan man opplevde Jøa i den forstand om det var rent eller mye søppel å se, resultatene av dette framgår av tabellene 4.8a og 4.8b. Her er svarfordelingene temmelig like i den forstand at 73, 8% syntes det var helt rent for søppel i 2008 mens det tilsvarende

tallet er på 77, 4% i 2009. Disse svarene tyder på at de besøkende vurderer hvor rent det er rimelig likt siden det neppe trolig var stor forskjell fra 2008 til 2009.

Tabell 4.8 a: Synes du det var rent, ikke noe søppel å se (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Helt rent	31	72.1	73.8	73.8
Litt søppel	10	23.3	23.8	97.6
Mye søppel	1	2.3	2.4	100.0
Total	42	97.7	100.0	
Ikke besvart	1	2.3		
Sum	43	100.0		

Tabell 4.8 a: Synes du det var rent, ikke noe søppel å se (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Helt rent	65	75.6	77.4	77.4
Litt søppel	19	22.1	22.6	100.0
Total	84	97.7	100.0	
Ikke besvart	2	2.3		
Sum	86	100.0		

Vi har spurt om hvilket forbruk man hadde på Jøa i 2008 og 2009 og resultatene her framgår av tabellene 4.9a og 4.9b. Resultatene av undersøkelsene om forbruk må sees i forhold til de tidligere resultatene hvor man oppgir hvor lenge man har tenkt å bli på Jøa. Om vi ser tilbake på de resultatene, så viser de at man har planer om å bli omtrent like lenge på Jøa i 2008 som i 2009 selv om det er Duun-stemme i 2009. Imidlertid er forbruksmønsteret forskjellig under Duun-stemnet og fordi man som stemmedeltaker må regne med et noe større forbruk da det er vanskeligere å planlegge for en billigere ferie når man er stemmedeltager. Resultatene viser at i 2008 så planlegger 37, 2% å bruke mer enn 500 kroner totalt sett på oppholdet mens det tilsvarende tall i 2009 med Duun-stemme er 63,4%.

Tabell 4.9a: Hvor mye penger brukte dere under oppholdet (2008)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke noe	9	20.9	20.9	20.9
1 - 200 Kr	11	25.6	25.6	46.5
200 - 500 Kr	7	16.3	16.3	62.8
Mer enn 500 Kr	16	37.2	37.2	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.9b: Hvor mye penger brukte dere under oppholdet (2009)

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke noe	10	11.6	12.2	12.2
1 - 200 Kr	4	4.7	4.9	17.1
200 - 500 Kr	16	18.6	19.5	36.6
Mer enn 500 Kr	52	60.5	63.4	100.0
Total	82	95.3	100.0	
Ikke besvart	4	4.7		
Sum	86	100.0		

I tabellene 4.10a og b har vi spurt om de som besøkte Jøa har planer om å komme tilbake. Dette er samme spørsmålstilling som vi ba om svar på ved innreise til Jøa. Det er interessant å se at prosentandelen som svarer nei er svært lav i begge år med 2,3% i 2008 og 6,2% i 2009. Tallene for 2009 forteller at en stor del av respondentene, 46,9% sier at de har planer om å komme tilbake neste år, det vil si i 2010 og da er det ikke Duun-stemme på Jøa. På den annen side svarer relativt få, det vil si om lag 10%, som sier at de planlegger å komme tilbake til neste Duun-stemme. Det er interessant å se at fornøydheten både med oppholdet totalt sett på Jøa og de forskjellige aktivitetene på Duun-stemnet er svært stor, men allikevel så er det en relativt liten andel som svarer ja til at man vil komme tilbake på neste Duun-stemme. Årsakene til dette er for det første at neste Duun-stemme ut fra de opplysninger som ble gitt i 2009 først da ble planlagt å finne sted i 2013. Dette er så langt fram i tid at det er vanskelig å ha faste planer om hva som skal foregå da. På den annen side ser det klart ut til at ønske om å reise tilbake til Jøa er stort uavhengig om man er en deltaker på Duun-stemnet eller ikke.

Svarene ved innreise er i hovedsak de samme som ved utreise når vi sammenligner tabell 3.15b med 4.10 og opprettholder konklusjonen om at de aller fleste av de som reiser til Jøa kommer tilbake.

Tabell 4.10 a: Har du planer om å komme tilbake til Jøa (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	1	2.3	2.3	2.3
I sommer (2008)	19	44.2	44.2	46.5
I 2009	18	41.9	41.9	88.4
Både i 2008 og 2009	5	11.6	11.6	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.10 b: Har du planer om å komme tilbake til Jøa (2009).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Nei	5	5.8	6.2	6.2
I sommer (2009)	28	32.6	34.6	40.7
Neste år (2010)	38	44.2	46.9	87.7
Neste Duun-stemme	8	9.3	9.9	97.5
Både i 2009 og 2010	2	2.3	2.5	100.0
Total	81	94.2	100.0	
Vet ikke	5	5.8		
Sum	86	100.0		

Det er videre spurt om hva man husker best fra Jøa, det vil si hvilke opplevelser som gjorde det sterkeste inntrykket, dette framgår av tabellene 4.11a og b. For sommeren 2008 viser tabell 4.11a at naturopplevelser står sentralt siden 32,6% krysser av for naturopplevelser som det man husker best som eneste alternativ, mens 32,6% krysser av for naturopplevelser kombinert med mennesker de møtte og 4,7% for naturopplevelser pluss kultur. Tabell 4.11b viser svært interessante resultater i den forstand at kun 6% krysser av for kultur/Duun-stemnet som det alternativet som alene står for det man faktisk husker best. Videre så mener 32,1% at det man husker best var kombinasjonen av natur og kulturopplevelser og 13,1% kombinasjonen av kultur og mennesker man møtte. Dette vil si at selvfølgelig har Duun-

stemnet gjort et inntrykk, men det inntrykk som helt klart er sterkest og har festet seg best er hvordan man har opplevd det kulturelle tilbudet fra Duun-stemnet sammen med naturen.

Tabell 4.11 a: Hva husker du best fra Jøa (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur/severdigheter	3	7.0	7.0	7.0
Natur	14	32.6	32.6	39.5
Mennesker du møtte	5	11.6	11.6	51.2
Annet	1	2.3	2.3	53.5
Andre kombinasjoner	4	9.3	9.3	62.8
Natur + mennesker du møtte	14	32.6	32.6	95.3
Natur + Kultur	2	4.7	4.7	100.0
Sum	43	100.0	100.0	

Tabell 4.11 a: Hva husker du best fra Jøa (2008).

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Kultur/severdigheter	5	5.8	6.0	6.0
Natur	15	17.4	17.9	23.8
Mennesker du møtte	10	11.6	11.9	35.7
Annet	2	2.3	2.4	38.1
Natur + kultur	27	31.4	32.1	70.2
Kultur + mennesker du møtte	11	12.8	13.1	83.3
Natur + mennesker du møtte	14	16.3	16.7	100.0
Total	84	97.7	100.0	
Ikke besvart	2	2.3		
Sum	86	100.0		

Tabellene 4.12a, b, c og d inneholder en evaluering av hvor godt man var fornøyd med Duun-stemnet. Spørsmålene er formulert slik at man først har spurt om man var til stede eller ikke og så bedt de som faktisk var til stede om å krysse av på en tredelt skala med alternativer godt, middels og dårlig. Programmet for Duun-stemnet er gitt som Vedlegg 1 og her kan man se hvilke aktiviteter det var de forskjellige dagene. Torsdag 30. juli 2009 var det vi kan kalle en oppvarmingsdag med fjelltur i Olav Duun sine fotefar på ettermiddagen og kulturpub med underholdning på Faksdalbrygga på kvelden. Blant de spurte var det kun 11 som hadde deltatt på en eller flere av disse arrangementene, men alle var godt fornøyd.



Fredag 31. juli var det åpning av Duun-stemnet på dagen og flere arrangementer utover ettermiddagen og kvelden. Her var det mange som svarte, 49 personer, og samtlige krysser av at de var godt fornøyd med tilbudene. Lørdag 1. august var det også et omfattende program og samtlige som var til stede på et eller flere arrangementer, så nær som en person, svarer også her at man var godt fornøyd. Når det gjelder søndag 2. august kom det relativt få svar men også her er alle godt fornøyd med tilbudene.

Resultatene fra disse tabellene føyer seg inn og samsvarer med resultatene fra de andre delene av undersøkelsen. Vi var klar over at deltagerne i betydelig grad var fornøyd, men det var noe overraskende at det ikke framkom et eneste svar som gir uttrykk for at man enten var middels fornøyd eller dårlig fornøyd med tilbudene. Totalt sett så har vi fra de 4 dagene fått svar fra 89 personer noe som totalt sett må sies å være et statistisk pålitelig utvalg.

Når svarene er såpass overveldende positive så er det interessant å se det i forhold til hvilke opplevelser man husker best. Her er det grunn til nok en gang å trekke fram kombinerte opplevelser i den forstand et spesielt naturopplevelser og kulturelle inntrykk i tilknytning til Duun-stemnet har vært viktige. Videre gjorde inntrykk og opplevelser sammen med andre mennesker kombinert med kulturopplevelsene fra Duun-stemnet også sterke inntrykket på et stort antall personer.

En hovedkonklusjon synes å være når vi ser flere deler av resultatene i sammenheng at man kom til Jøa i 2009 for å få det vi kan kalle kombinerte opplevelser og dette ser man ut til i svært stor grad å ha lyktes med. Til tross for at mange peker på flere enkeltmomenter man faktisk savner som en del av en ordinær turismeopplevelse, mat – flere spisesteder og bedre overnattingsmuligheter, så ser det ut til at kombinasjonen av natur- og kulturopplevelser ”visker ut” de mulige kritiske synspunkter man faktisk har.

Tabell 4.12 a: Fornøyd med Duun-stevne torsdag 30. juli 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Godt	11	12.8	100.0	100.0
Ikke tilstede	75	87.2		
Sum	86	100.0		

Tabell 4.12 b: Fornøyd med Duun-stevne fredag 31. juli 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke tilstede	37	43.0	43.0	43.0
Godt	49	57.0	57.0	100.0
Sum	86	100.0	100.0	

Tabell 4.12 c: Fornøyd med Duun-stevne lørdag 01. august 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke tilstede	63	73.3	73.3	73.3
Godt	22	25.6	25.6	98.8
Middels	1	1.2	1.2	100.0
Sum	86	100.0	100.0	

Tabell 4.12 d: Fornøyd med Duun-stevne søndag 02. august 2009.

	Antall	Prosent	Gyldig prosent	Kumulativ prosent
Ikke tilstede	79	91.9	91.9	91.9
Godt	7	8.1	8.1	100.0
Sum	86	100.0	100.0	

## 5 Oppsummering og konklusjoner

Hovedideen i denne delen av prosjektet har vært å gjennomføre datainnsamling i Fosnes kommune sommeren 2008 og 2009 slik at man på et datamessig vitenskaplig grunnlag kan si noe om hva som kjennetegner Duun-stemnet. Det spesielle med Duun-stemnet er en kombinasjon av (1) tradisjonelle turistprodukter som mat, drikke og overnatting, (2) kulturelle tilbud knyttet til en Duun-tradisjon i vid forstand og (3) landskapet hvor de forskjellige aktiviteter finner sted. Hovedkonklusjonen er at betydningen av landskapet, altså de fysiske omgivelsene man opplever mens man er på Jøa, påvirker de følelsesmessige reaksjoner turistene får av de kulturelle tilbudene og tradisjonelle turistproduktene. Dette resulterer i en totalt sett svært positiv evaluering av Duun-stemnet 2009.

Som eksempel på dette kan vi se på tilbudet på kvelden 1. august 2009 innen rammen av Duun-stemnet 2009, hvor det blant annet var framføring av Duun-tekster og en visekonsert. Siden arrangementet ble lagt ute i havgapet så fikk turistene et flott inntrykk av landskapet og klare å relatere landskapet til det kulturelle produktet. Dermed ga landskapsopplevelsen kombinert med litteraturbidraget ga et sterkt følelsesmessig engasjement. Eller for å si det på en annen måte når, at tilbudet gis slik at turistene opplever landskap og kultur tett sammen, så spiller dette på et følelsesmessig aspekt som på sett og vis viser ut noen av inntrykkene om at mat og overnatting ikke var helt topp. Evalueringen viser at man klarte både å komme i ”flytsonen” ved riktig kombinasjon av nivå for ferdigheter og utfordringer for turistene, noe som er helt sentralt for å lykkes med å gi turistene en best mulig opplevelse.

Når det gjelder enkeltresultater fra evalueringene så vises til tabellene i kapittel 3 og 4. Noen hovedresultater kan nevnes. Uansett om det er Duun-stemne eller ikke så har de tilreisende et positivt ønske om å komme tilbake til Jøa. Videre er det slik at de besøkende i stor grad kommer fra nærområdene i Nord-Trøndelag, når det er Duun-stemne kommer noen flere fra andre deler av landet, men denne andelen øker ikke så mye. Vi gjennomførte datainnsamling både på ferga fra fastlandet til Jøa og på ferga tilbake etter at man hadde vært på Duun-stemne. Resultatene er positive også i den forstand at man hadde fått oppfylt de forventninger man hadde før man kom.

## Referanser

Csikszentmihaly, M. (1990). Flow The Psychology of Optimal Experience. New York: Harper & Row.

Marcouiller, David W. and Knut Ingar Westeren. (2011) Extending Experiencescapes as a Regional Production Concept within the Supply of Tourism. Report, Department of Urban and Regional Planning, University of Wisconsin (Forthcoming).

Mossberg, L. (2007). Å skape opplevelser. Bergen: Fagbokforlaget.

O'Dell, T. and P. Billing. 2005. Experiencescapes: Tourism, Culture and Economy. Copenhagen, Denmark: Copenhagen Business School Press.

Ritchie, J. R. B. and S. Hudson. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. International Journal of Tourism Research 11: 111-126.

Vedlegg 1

# Olav Duun-stemnet i Namdalen 2009

– på Jøa og Abelvær frå torsdag 30. juli til søndag 2. august



Tema:  
**Kjærleik**

## Torsdag 30. juli

**15.30:** Fjelltur i Olav Duun sine fotefar  
frå Øver-Dûn til Brakstad (ca 3 t.)

**20.30:** Kulturpøbb på Faksdalbrygga.  
Frank Runar Gansmo (operasongar)  
Maria Næss (pianist)  
Kristen Dille les Duun  
Groms Vocalis (songoktett).  
kr 150,-

Sal av reker frå kl.19.00.  
Opne pøbbar.

## Fredag 31. juli

**13.30:** Opning av Olav Duun-stemnet  
i Namdalen 2009 – Øver Dûn:

- Kristen Dille ynskjer velkommen
- opningstale ved påtroppande fylkesmann Inge Ryan
- Hildegunn Eggen les Duun
- Guri Gjermstad Dypvik (piano), Tove Thorsen (song)
- Jøa skolemusikkorps / Hommusikklaget Ekko
- Bamekor (1.- 4. klasse ved Jøa skole).  
Gratis inngang.

**15.30:** Kunstutstillinga "Den blå åkeren"  
v/ Ellen Edminson - Fosnes Bygdemuseum.  
Utstillingsleiar Lorentz Åge Langås  
orienterer om utstillinga.

**17.30:** Bokbad i svømmehallen  
v/ Jøa samfunnshus med diktarane Carl Frode  
Tiller og Torvald Sund. Ordførar i Fosnes, Bjørg  
Tingstad er "bademeister".  
kr 150,-

**21.00:** Kjærlieikstonar ved storhavet  
Brakstad Hamn. JØBL Sangerknaben -  
Hildegunn Eggen les Duun - Frank Runar  
Gansmo (song) - Maria Næss (piano) - Lars  
Bremnes (song og gitar) - Georg Buljo (gitar).  
kr 200,- / 100,- (bamebilletter - inntil 15 år  
- selger ein kun ved inngangen)

Opne pøbbar

## Lørdag 1. august

**Tur til Abelvær - I Emma og Olav Duun  
sine fotefar på Namdalskysten.**

Buss frå Namsos kl. 09.15 og ferje/buss  
frå Jøa (Seierstad) kl. 09.50. Ferja "Olav Duun"  
fraktar oss over Follafjorden til Nærøy.  
Stopp på Mulstad, Nakling, vindmøllene  
på Hundhammerfjellet og Abelvær.

Det er mogleg å melde seg på båttur med  
MK Straumingen frå Brakstad til Abelvær.  
Ta kontakt med Frode Bjøru tlf 905 21 919.

**Program på Abelvær:**

**13.00:** Anledning til å kjøpe mat og gjere seg kjent  
med Abelvær.

**14.15:** Kulturprogram i grendahuset:

- Utdrag frå teaterstykket "Medmenneske"  
v/Barbroteatret og Teater Maritim
- Birger Brandtzæg fortel  
om historia til Abelvær
- Sølvi Vik Brækkan og Anne Bråteung framfører  
utdrag frå den planlagte Duun-operæen  
"Menneske og Maktene"
- Kristen Dille fortel om Duuns "Valvære".
- Tilbake til Jøa og Namsos ca. kl. 18.15.

Forestilling på Abelvær kr 150,-.  
Pakke med buss og forestilling kr 300,-.

Det er avgrensa plassar på bussane og i  
Abelvær grendehus. Bindande påmelding  
til stemnesekretær Kristen Dille tlf. 918 83 902.

Abelvær er ein gamal handelstad ytterst  
i Follafjorden, som har inspirert Olav Duun  
sitt "Valvære". Du kan lesa meir om Abelvær  
på nettstadane [www.abelvaer.no](http://www.abelvaer.no) og  
[www.abelvaer.com](http://www.abelvaer.com)

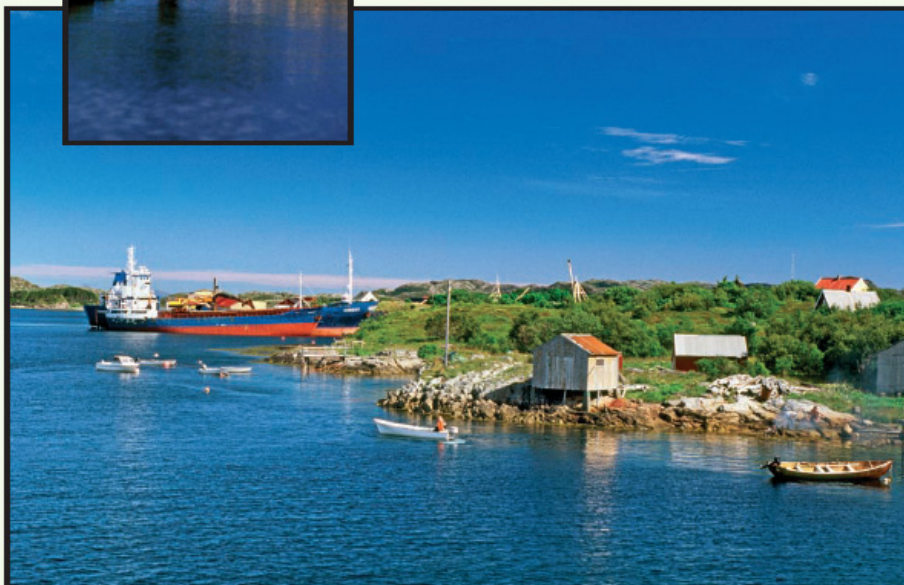
**19.30:** Konsert i Dun kirke:  
Tone Hulbækmo og Hans Fredrik Jakobsen  
i samarbeid med Groms Vocalis  
og Jøa blandakor.  
kr 200,- / 100,- (bam)

Opne pøbbar





“ Det var ikkje anna  
rart ved naturen  
der heime i Ytre Namdal  
enn at han var min.



## Søndag 2. august

**09.00:** Årsmøte i Olav Duun-ringene  
- Jøa samfunnshus.

**10.30:** Litteraturseminar - Jøa samfunnshus.

- "Kjærleiken i Olav Duuns dikting – og Duuns dikting som kjærleik" v/ stipendiat Grethe F. Syéd, Universitetet i Bergen.
- "Emma, Olav Duuns livsleidsager" v/ historikar Elin Strøm og tidlegare leiar i Olav og Emma Duuns stiftelse i Holmestrand, Ragnhild Vestby.
- Ordsifte  
kr 150,-

**10.30:** "Duun for dummies"  
- ei innføring i Olav Duuns dikting.

- eit møte med dikteren og hans forfattarskap for nybegynnare
- smakebiter fra litteraturen
- smakebiter fra livet
- stedene, landskapet, naturen i Duun sitt rike
- turar til Øver-Dûn og Brakstadaunet (Kjelvika)

Ansvarleg for seminaret er ordførar  
Björg Tingstad.  
kr 100,-.

Seminara er slutt ca. kl. 15.00.



## Merk!

Kunststillinga "Den blå åkeren" (opning 25. juli) v/ Ellen Edminson, som er i Fosnes Bygdemuseum (like ved Jøa samfunnshus), er open alle dagar under Duun-stemnet. Opningstid laurdag frå kl.10 – 16. Søndag frå kl.12 – 16.

Utstillinga "Kjærleiken og Olav Duun" v/ Jøa Barnehage og 1.-4. trinn ved Jøa skole, er i tilknytning til stemnekontoret v/ Jøa skole.

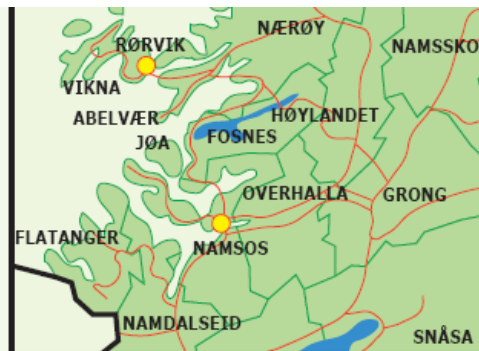
Stemnefotograf er Wenche Kjølstad, Høylandet/Salsnes.

Stemnekontoret blir på Jøa skole, og opnar onsdag 29. juli kl 12.00. Her kan ein kjøpe billetter, bøker, stemnerekvista o.a. Telefon til stemnekontoret er 918 83 902.

**Overnatting er som før** mulig i private heimar og i hytter som stemnekomiteen står for utleige av. Enkel overnatting kan og skje på Jøa skole (egne liggeunderlag og sovepose). Campingvogner kan plasserast ved Jøa skole.

Det er også teltplass, og tilgang til dusj ved Jøa skole. For telting ved Brakstadvågen, kontakt Jan Egil Thorsen tlf. 74 28 68 26. For hotellovernatting er neraste alternativ i Namsos, 35 km frå Jøa.

**For bestilling eller spørsmål om overnatting**  
- ta kontakt med Sonja Høkholt på mobil 979 80 264 eller sonjajoa@online.no.



For spørsmål om program, bestilling av billetter o.a. ta kontakt med stemnesekretær Kristen Dille på mobil 918 83 902 eller kristen.dille@online.no.

**Henting og betaling av bestilte billetter** bør helst skje minst 1 døgn før arrangementet, og seinast på arrangementstaden ei ½ time før oppgitt starttidspunkt. Billetter som ikkje er henta til nemnte tid, blir selt.

### Transport:

For å komme seg til Jøa kan ein ta ferje frå Ølhammeren (ca. ½ t. frå Namsos) kvar heile time. Det går og hurtigbåt frå Namsos og Rørvik til Jøa. Det er gode båthammer på Brakstad, Faksdal og Seierstad. Det vil ikkje bli sett opp bussar i høve arrangementa (med unntak av Abelværarrangementet).

### Drosjer på Jøa:

906 24 749 (Forås taxi)  
901 44 515 (Kvalstad Transport)

Sjå kommunens heimeside [www.fosnes.kommune.no](http://www.fosnes.kommune.no) for mer informasjon om kommunen, om Jøa, og kva ein kan sjå og vera med på her.

## Vel møtt til Olav Duun-stemnet i Namdalen 2009 med kjærleik på programmet!

Kristen I. Dille  
leiar i ODIN  
og stemnesekretær

Torgeir Strøm  
leiar i stemnekomiteen

### Vi takkar våre gode samarbeidspartnarar:



FOSNES KOMMUNE



NORD-TRØNDELAG  
FYLKESKOMMUNE



NORSK  
KULTURRÅD



NAUMDØLA  
MÅLLAG

Olav Duun-stemnet 2009



## Vedlegg 2: Skjemaer for datainnsamling

**Turisme i Fosnes kommune**

Dette spørreskjemaet er en del av et prosjekt hvor Høgskolen i Nord-Trøndelag er faglig ansvarlig og prosjektet gjennomføres i samarbeid med Fosnes kommune.

(Vi spør ikke fastboende i Fosnes kommune)

1. Reisehensikt.  Ferie/fritidsreise  Arbeidsreise  Besøke venner/familie  
 Annen reisehensikt \_\_\_\_\_

2. Hvor mange i bilen. 18 år og over, antall ( M K ) Under 18 år Antall ( M K )

3. Hvor kommer dere fra i dag – hvilken kommune. \_\_\_\_\_  
 Opprinnelig startkommune \_\_\_\_\_

4. Hva skal dere gjøre på Jøa.  Se på severdigheter  Besøke kjente   
 Natur/fiske/friluft  
 Andre gjøremål \_\_\_\_\_  Duun-stevnet

5. Hvilke severdigheter kjenner dere til på Jøa.  Ingen  Olav Duun's  
 barndomsheim  
 Fosnes Bygdemuseum  Jernaldergården på Tranås  Torvmuseum på  
 Skjærvikkorsen

6. Visste dere at Olav Duun kom fra Jøa.  Ja  Nei

7 Hvilke typer turisme liker du.  Natur  Kultur  Byturisme   
 Bade/solferie  
 Hvor interessant er kulturturisme for deg.  
 Svært interessant  Noe interesse  Liten interesse  Fullstendig  
 bortkastet

8. Hvor viktig var Jøa som mål for turen.  
 Svært viktig  viktig  litt interessant  helt tilfeldig

9. Hvor fra har dere hentet informasjon om Jøa.  Har ingen info   
 Venner/kjente  
 Veibok/Skriftlig materiale  Internet  Andre kilder

10. Har dere vært på Jøa tidligere.  Nei  Ja  Mer enn 3 ganger i år

11. Kjente dere til at dere måtte ta ferge for å komme til Jøa.  Ja  Nei

12. Hvis Nei på 11, hadde dere da ikke reist til Jøa om du visste du måtte ta ferge.  Ja   
 Nei

13. Synes dere fergetakstene er høye sammenlignet med andre ferger.  Ja  Nei

11. Er Jøa  et hovedmål for turen  et passende stopp  et tilfeldig stopp
12. Hvor lenge skal du være på Jøa.  Reiser tilbake i dag  i morgen  flere dager
13. Om du skal overnatte.  Hos venner/slekt  Egen hytte  Camping  Vet ikke
14. Har du planer om å kjøpe noe her.  Nei  
Ja  Is/frukt div. mindre enn 200 kr.  Varer mer enn 200 kr.  Varer mer enn 500 kr.
15. Har du planer om komme tilbake til Jøa.  Nei  I sommer  Neste år
16. Er du klar over at det er Duun-stevne her i år.  Ja  Nei
17. Skal du delta på aktiviteter på Duun-stevenet.  Ingen  
 På torsdag  På fredag  På lørdag  På søndag
18. Hvor aktiv liker du å være som turist.  Lite aktiv - liker du å bli underholdt  
 Svært aktiv - liker du å delta mest mulig i aktiviteter sjøl
19. Hvilke aktiviteter snakket dere om før dere dro (Svar på flere alternativer)  
 Kultur/Duun-stevnet  Natur  Besøke venner/kjente  Jøa ikke nevnt før turen
20. Hvilke aktiviteter var viktigst  
 Kultur/Duun-stevnet  Natur  Besøke venner/kjente
21. Hvorfra fikk du informasjon om Duun-stevnet (Kan svar på flere alt.).  Kjente ikke til det  
 Har vært på Duun-stevnet tidligere  Har sett informasjonsmateriale/brosjyre for stevnet  
 Informasjon fra familie/venner  Internet  Andre kilder

## Turisme i Fosnes kommune

Dette spørreskjemaet er en del av et prosjekt hvor Høgskolen i Nord-Trøndelag er faglig ansvarlig og prosjektet gjennomføres i samarbeid med Fosnes kommune.

### *Lever dette skjemat til fergepersonalet på tur til fastlandet*

1. Hvor lenge var du på Jøa. ( ) Reiste tilbake samme dag ( ) En overnatting  
( ) Flere overnattinger
2. Hvor reiser dere til i dag – til hvilken kommune. \_\_\_\_\_
3. Hva gjorde du/dere på Jøa. ( ) Duun-stevnet/kulturaktiviteter ( ) Besøke kjente  
( ) Så på naturen/fiske ( ) Andre gjøremål \_\_\_\_\_
5. Hvilke severdigheter besøkte dere. ( ) Ingen ( ) Duun-stevent  
( ) Fosnes Bygdemuseum ( ) Jernaldergården på Tranås ( ) Torvmuseum på Skjærvikkorsen
6. Om du besøkte en severdighet utenom Duun-stevnet hva syntes du.  
( ) Svært interessant ( ) Interessant ( ) Sånn passe ( ) Helt uinteressant
7. Fikk du den informasjon på Jøa som du hadde behov for.  
( ) Svært god ( ) God ( ) Sånn passe ( ) Svært dårlig
8. Er du/dere totalt sett fornøyd med oppholdet på Jøa.  
( ) Svært fornøyd ( ) Fornøyd ( ) Sånn passe ( ) Svært misfornøyd
9. Hva savnet du/dere på Jøa.  
( ) Bedre overnattingsmuligheter ( ) Flere spisesteder  
( ) Flere tilbud innen camping/naturopplevelser ( ) Flere kulturtilbud
10. Synes du det var rent, ikke søppel å se. ( ) Helt rent ( ) Litt søppel å se ( ) Mye søppel å se
- 11|. Hvor mye penger brukte dere. ( ) Ikke noe ( ) 0-200 ( ) 200- 500 ( ) Mer enn 500
12. Har du planer om komme tilbake til Jøa. ( ) Nei ( ) i sommer ( ) Neste år
13. Hva tror du at du/dere kommer til å huske best fra Jøa.  
( ) Kultur/severdigheter ( ) Natur ( ) Mennesker du møtte ( ) Annet \_\_\_\_\_
14. Besøkte du Duun-stevnet: ( ) Torsdag og hvor fornøyd: 1Godt 2Middels 3Dårlig  
( ) Fredag og hvor fornøyd: 1Godt 2Middels 3Dårlig  
( ) Lørdag og hvor fornøyd: 1Godt 2Middels 3Dårlig  
( ) Søndag og hvor fornøyd: 1Godt 2Middels 3Dårlig

KRYSS AV FOR ALTERNATIVENE OVENFOR SOM PASSER

Takk for at du svarte!!