

JANUAR 2016  
BORNHOLMS REGIONSKOMMUNE

# FOLKEMØDE 2014 OG 2015

SLUTEVALUERING





ADRESSE COWI A/S  
Parallelvej 2  
2800 Kongens Lyngby

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk

JANUAR 2016  
BORNHOLMS REGIONSKOMMUNE

# FOLKEMØDE 2014 OG 2015

SLUTEVALUERING

PROJEKTNR. A072630  
DOKUMENTNR. 039.S  
VERSION 1.0  
UDGIVELSESDATO 29.01.2016  
UDARBEJDET MTBA  
KONTROLLERET HWJO  
GODKENDT HWJO



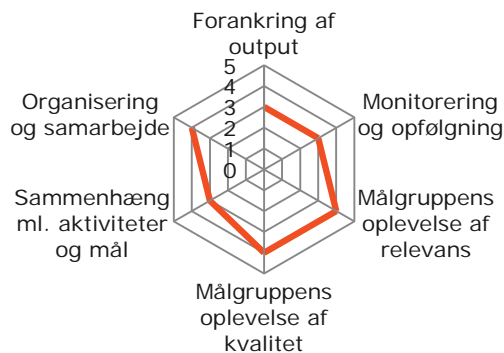
# INDHOLD

1	Resumé: Folkemøde 2014 og 2015	1
2	Fakta om projektet	2
2.1	Projektets effektkæde	2
3	Overordnet status	3
4	Projektets implementering	4
5	Målopnåelse og effektskabelse	7
5.1	Aktiviteter og milepæle	7
5.2	Målopnåelse i forhold til output	8
6	Effektvurdering	9
6.1	Forudsætninger for effektskabelse	9
6.2	Forventninger til effekter	10
7	Anbefalinger og læring	12



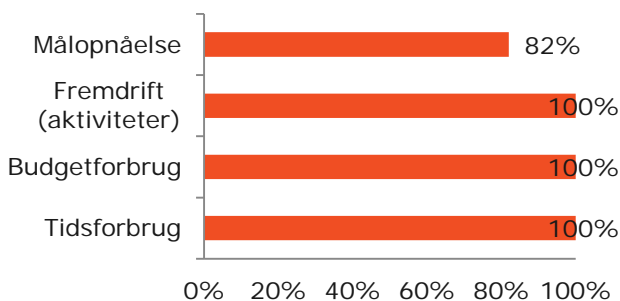
# 1 Resumé: Folkemøde 2014 og 2015

## Projektets implementering



Projektet er veltilrettelagt, hvilket bl.a. kan tilskrives en god projektledelse med stort overblik og god inddragelse af samarbejdspartnere. Den generelle opfattelse blandt de adspurgte virksomheder er, at afholdelsen af Folkemødet i 2014 og 2015 i høj grad understøtter udviklingen af erhvervslivet på øen. De fleste virksomheder og erhvervsorganisationer oplever Folkemødet som en god platform for at eksponere og markedsføre bornholmske virksomheder og produkter samt Bornholm som turistdestination. Projektsekretariatet monitorerer og evaluerer løbende aktiviteterne med henblik på at tilpasse projektet, men i vores optik har projektet potentiale for at blive endnu bedre ved at sætte større fokus på effekterne for det lokale erhvervsliv i den løbende monitorering og evaluering. Endelig arbejder sekretariatet for at forankre afholdelsen af Folkemødet gennem etableringen af en forening, hvilket vi bakker op om.

## Målopnåelse



Folkemødet 2014 og 2015 har opnået en tilfredsstillende resultatopnåelse. Projektet overperformer på alle aktivitetsmål, hvilket i høj grad kan tilskrives, at projektet er lykkedes med at øge omfanget af Folkemødet i langt større grad end forventet.

Målopnåelsen for outputmålene på 82 % er fin og trækkes primært ned af, at arrangørernes tilfredshed med de fysiske rammer ligger lidt under det målsatte. I et erhvervsudviklingsperspektiv savner vi dog outputmål, der i højere grad afspejler erhvervseffekterne af Folkemødet.

## Effektvurdering



### Virksomhedernes gennemsnitlige realistiske forventning til effekten af projektet

Stigning i årlig omsætning	0,3 mio. kr.
Gæster	3.108
Antal nyansatte	2,1

Vores dataindsamling peger på, at Folkemødet overordnet set har haft en positiv påvirkning for erhvervslivet på Bornholm over de seneste år. De adspurgte virksomheder og erhvervsorganisationer peger på, at Folkemødet har stor betydning for markedsføring og kendskab til Bornholm, og samtlige af de adspurgte vurderer, at Folkemødet skaber genbesøg til Bornholm.

Målgruppen af virksomheders gennemsnitlige realistiske forventning til effekten af projektet er en årlig omsætningsstigning på 0,3 mio. kr., 3.108 gæster og 2,1 nyansættelser.

## 2 Fakta om projektet

Dette afsnit indeholder en kort beskrivelse af projektets formål og baggrund samt en gengivelse af de vigtigste baggrundsoplysninger for projektet (tekstboks). Afsnittet afsluttes med en illustration af projektets 'vækst- og forandringsmodel'.

### Baggrund

Folkemødet blev afholdt første gang i 2011 og har siden været en årligt tilbagevendende begivenhed på Bornholm. Folkemødet er vokset betydeligt i omfang fra omkring 10.000 besøgende det første år til omkring 60.000 i 2013. Det har stillet stigende krav til arrangørerne i forhold til planlægning og logistik. Samtidigt har arrangørerne haft fokus på løbende udvikling af Folkemødets indhold. Forventningerne til 2014 og 2015 var, at besøgstallet ville stige yderligere og dermed også omkostningerne til planlægning og udvikling af Folkemødet. Dette viste sig at være tilfældet.

### Formål ift. REVUS og/eller program

Folkemødet har to overordede formål – et nationalt og et lokalt.

Det nationale formål er at forbedre rammerne for den demokratiske dialog og politikskabelse i Danmark gennem partiernes prioritering af Folkemødet, 'folkets' deltagelse, de mange debatskabende arrangementer og den gode tone i debatten.

Det lokale formål med Folkemødet er skabe øget vækst på Bornholm samt forbedre øens attraktionsværdi. Under Folkemødet kommer mange nye besøgende til øen, hvilket medfører øgede indtægter for erhvervslivet. Den store medieomtale af Folkemødet bidrager desuden til et større kendskab til Bornholm. Samlet set får flere besøgende en positiv oplevelse af Bornholm, hvilket for mange resulterer i private og/eller erhvervsrelaterede genbesøg samt bidrager til at gøre øen mere attraktiv for potentielle tilflyttere og nye medarbejdere.

Det er primært det lokale formål og de erhvervsrelaterede effekter af Folkemødet, som denne evaluering fokuserer på.

#### FAKTA-BOKS

> <b>Tilskudsmodtager:</b>	Bornholms Regionskommune
> <b>Vækstforum:</b>	Bornholm
> <b>Sagsbehandler:</b>	Pia Sonne Jensen
> <b>Finansieringskilde:</b>	REM-midler
> <b>Samlet budget:</b>	DKK 13,83 mio.
> <b>Projektperiode:</b>	01.09.2013 – 31.12.2015

### 2.1 Projektets effektkæde

I dette afsnit beskrives, *hvilke* effekter det er hensigten at skabe med de bevilgede midler, samt *hvordan* disse effekter skal tilvejebringes. Vækst- og forandringsmodellen er udarbejdet på baggrund af projektansøgningen og efterfølgende tilrettet på baggrund af interviews med sagsbehandler og projektleder. Figuren nedenfor



giver således et overblik over de primære aktiviteter, der gennemføres i projektet, de umiddelbare resultater, der skal skabes gennem disse aktiviteter, samt hvilke effekter disse resultater på længere sigt forventes at medføre.

Hovedaktiviteter	Output	Effekter
<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Praktisk tilrettelæggelse af Folkemødet (Forplejning, transport internt, transport til/fra Bornholm)*</li><li>&gt; Samarbejde med lokale aktører om praktisk gennemførelse af Folkemødet*</li><li>&gt; Gennemførelse af debatter og arrangementer med deltagelse af folkevalgte politikere og andre beslutningstagere*</li><li>&gt; Deltagelse af journalister og omtale i landsdækkende medier</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Positiv branding af Bornholm, herunder øens virksomheder, turistattraktioner samt Bornholm som grøn test-ø og uddannelses ø</li><li>&gt; Styrket attraktionsværdi for Bornholm for potentielle tilflyttere og mulige nye medarbejdere</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>&gt; Styrket brand og attraktionsværdi for Bornholm for potentielle tilflyttere og mulige nye medarbejdere</li><li>&gt; Øget antal besøgende på Bornholm før, under og efter folkemødet.</li><li>&gt; Vækst i virksomheder på Bornholm, herunder virksomheder inden for turismeerhvervet</li></ul>
NB: Hovedaktiviteter markeret med en * betragtes af evaluatør som projektet primære 'virkemiddel'/virkemidler.		

### 3 Overordnet status

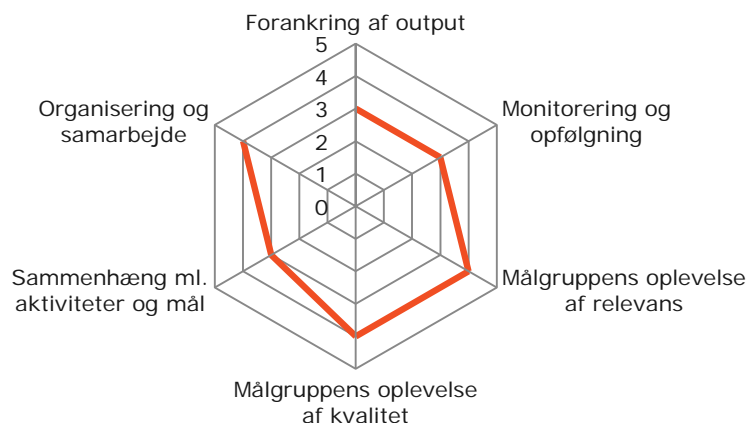
Projektsekretariatet, der består af seks faste medarbejdere er organisatorisk forankret i Bornholms Regionskommune. Der har ikke været større organisatoriske udfordringer eller barrierer, som har forsinket planlægningen betydeligt, og Folkemødet er blevet afholdt planmæssigt i både 2014 og 2015.

Projektsekretariatet har været udfordret af, at Folkemødet er vokset betydeligt mere i omfang end forventet. Det har stillet store krav til øget planlægning af praktik og logistik, og sekretariatet har i nogle perioder haft behov for flere personaleresourcer end der har været til rådighed, hvilket har betydet overarbejde for de ansatte medarbejdere. Ikke desto mindre har sekretariatet formået at møde udfordringerne og tilpasse de praktiske rammer omkring Folkemødet i en grad, så der ikke har været større barrierer for en succesfuld afvikling af begivenheden.

Den store interesse for Folkemødet i form af stigningen i deltagelse betyder, at projektet overperformer på samtlige aktivitetsmål, idet disse i høj grad er sammenhængende med omfanget af begivenheden.

## 4 Projektets implementering

I dette afsnit præsenterer vi vores vurdering af projektets implementering ud fra seks faste evalueringsparametre. Figuren nedenfor giver et overblik over evalueringens konklusioner i forhold til de seks parametre.



### Organisering og samarbejde

Projektet er godt tilrettelagt og er karakteriseret af en velfungerende projektledelse med stort overblik. Projektsekretariatet formår at indgå og opretholde gode samarbejdsrelationer med en række forskellige partnere og virksomheder, og den generelle opfattelse blandt de aktører, vi har talt med, er at de møder stor professionalisme og lydhørhed hos sekretariatet. Sekretariatets evne til at imødekomme de udfordringer, som projektet, særligt i forbindelse med den markante udvidelse af Folkemødet, har mødt i forhold til de logistiske forhold, har desuden bidraget til at understøtte en høj kvalitet i afviklingen af Folkemødet.

### Sammenhæng mellem aktiviteter og mål

Den praktiske tilrettelæggelse af Folkemødet, samarbejde med og inddragelse af de lokale virksomheder og erhvervsaktører, selve gennemførelsen af Folkemødet samt den store mediedækning af begivenheden understøtter samlet set projektets mål om positiv branding af Bornholm. På baggrund af svarene fra de adspurgte virksomheder er det vores opfattelse, at Folkemødet har foranlediget et øget antal besøgende på Bornholm før, under og efter Folkemødet. Et konkret eksempel, der underbygger dette er, at det årlige antal af besøgende på Turistinformationen i Allinge har været faldende i perioden 2009-2013, hvorefter tallet igen er begyndt at stige i perioden 2013-2015. Dette gælder ikke blot i ugerne i og omkring Folkemødet, men er en tendens, der kan observeres over hele året. Dette kan ses som en indikator på stigende turisme, som med relativt stor sandsynlighed kan kædes sammen med afholdelsen af Folkemødet, der for alvor fik mange besøgende fra 2013.

Aktiviteterne understøtter ikke direkte målet om styrket attraktionsværdi for potentielle tilflyttere og nye medarbejdere, der snarere er en relativt afledt effekt af Folkemødet og svær at påvise. Det kan med fordel overvejes, hvilke konkrete aktivite-

ter under Folkemødet som i højere grad ville støtte op om dette mål, jf. anbefaling 1.

Kvalitet,  
målgruppens  
oplevelse

I denne evaluering forstås 'målgruppen' som de virksomheder, der kan forventes at opnå et udbytte i form af øget vækst og beskæftigelse som effekt af Folkemødet. De fleste virksomheder og erhvervsorganisationer oplever Folkemødet som en god platform for at eksponere og markedsføre bornholmske virksomheder og produkter samt Bornholm som turistdestination. Blandt de adspurgte virksomheder er der desuden generelt set en opfattelse af, at sekretariatet er lydhøre over for og arbejder for at imødekomme erhvervslivets behov i så høj grad som muligt. De adspurgte virksomheder og erhvervsorganisationer udtrykker en generelt stor tilfredshed med deres udbytte af Folkemødet, herunder både de direkte effekter i ugerne i og omkring Folkemødet men også de mere indirekte effekter af Folkemødet som øget turisme hele året og oplevelsen af en større interesse for Bornholm generelt set.

Relevans,  
målgruppens  
oplevelse

Den generelle opfattelse blandt de adspurgte virksomheder er, at afholdelsen af Folkemødet i 2014 og 2015 i høj grad understøtter udviklingen af erhvervslivet på øen. Dette kommer især til udtryk i et stigende antal besøgende til øen, hvoraf mange er genbesøgende fra Folkemødet. Dette omfatter både erhvervsturisme og privat turisme. Derudover giver de adspurgte virksomheder flere konkrete eksempler på afledte effekter af Folkemødet, herunder stigning i salg af sommerhuse, større efterspørgsel på bornholmske fødevarer og stigende efterspørgsel på håndværkere til istandsættelse af husene i og omkring Allinge, hvor Folkemødet afholdes. Der er generelt set stor opbakning blandt virksomhederne på Bornholm, hvilket blandt andet kommer til udtryk i sponsorater til afholdelsen af Folkemødet. I 2015 beløb disse sig til 485.000 kr., herunder fra Færgen som hovedsponsor, DAT, Bornholms Tidende, Bornholm.nu samt en række lokale virksomheder.

Monitorering og  
opfølgning

Projektsekretariatet gør en stor indsats for at monitorere og evaluere planlægning, koordinering og afvikling af Folkemødet og følge op løbende. Sekretariatet koordinerer løbende med andre involverede afdelinger i kommunen både op til og efter Folkemødet om beredskab, drift, trafikforhold m.v. Derudover foretages der hvert år tilfredshedsundersøgelser blandt arrangører og deltagere på Folkemødet, og det er vores vurdering, at sekretariatet i høj grad forholder sig til den feedback, de modtager fra disse evalueringer.

Sekretariatet koordinerer jævnligt med Team Bornholm, der er Folkemødets officielle partner, og mødes med erhvervsorganisationen ASTE to gange årligt og derudover med Færgen og en række bornholmske virksomheder, som løbende kommer med feedback og input. Derudover faciliterer sekretariatet et informationsmøde for de berørte virksomheder om praktiske forhold hvert år forud for Folkemødet. I et erhvervsudviklingsperspektiv kunne sekretariatet dog med fordel fokusere endnu mere på virksomhedernes interesser i den løbende monitorering og evaluering, jf. anbefaling 2.

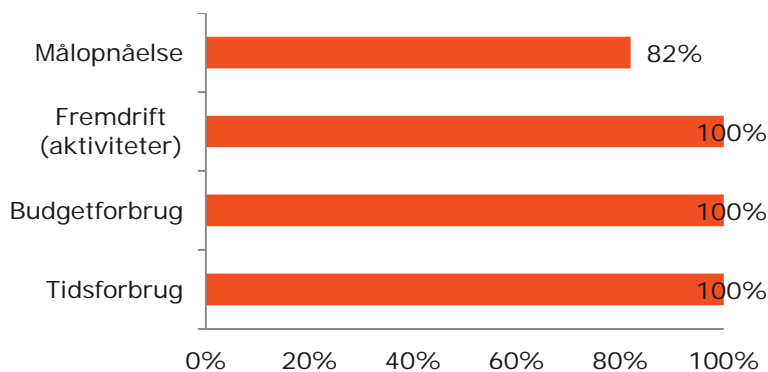
Forankring af  
output

Forankringen handler i forbindelse med Folkemødet primært om at sikre den fortsatte årlige afvikling af begivenheden. Den nuværende organisering, hvor folkemødesekretariatet er forankret hos Bornholms Regionskommune, er i denne henseende problematisk i et fremadrettet perspektiv. Så længe Folkemødet afholdes i kommunalt regi er der begrænsninger for mulighederne for eksempelvis finansie-

ring samt for brugen af frivillige. Folkemødets styregruppe er derfor ved at etablere Foreningen Folkemødet, som fremover skal forestå en stor del af opgaverne med udvikling, produktion og afvikling af den årlige event. Vi ser denne model som hensigtsmæssig og mere bæredygtig på lang sigt end det nuværende setup (jf. anbefaling 3). Det er på nuværende tidspunkt endnu ikke godkendt af Kommunalbestyrelsen. Sekretariatet forventer, at godkendelsen vil ske på et kommunalbestyrelsesmøde i februar 2016.

## 5 Målopnåelse og effektskabelse

Afsnittet indeholder en kort fremstilling af status for projektets fremdrift i forhold til henholdsvis aktiviteter/milepæle og outputmål på evalueringstidspunktet. Nedenstående figur præsenterer den overordnede status på projektets fremdrift via fire overordnede indikatorer: fremdrift ift. aktiviteter, tid og budgetforbrug (afsnit 5.1), samt målopnåelse ift. outputmål (afsnit 5.2).



### 5.1 Aktiviteter og milepæle

Afsnittet beskriver kort projektets overordnede fremdrift i forhold til de aktiviteter og/eller milepæle, som er opsat for projektet.

Aktivitetsmål	Mål i projekt-perioden	Status	Målopnåelse i procent
Antal besøgende på folkemødet pr. år	50.000	95.000	100 %
Antal deltagende journalister pr. år	400	683	100 %
Antal medieomtaler pr. år	1.000	6.268	100 %
Antal deltagende organisationer pr. år	250	716	100 %
Antal events pr. år	1.000	2.433	100 %

1: Gennemsnit af 2014 (90.000) og 2015 (100.000)

2: Gennemsnit af 2014 (665) og 2015 (700)

3: Gennemsnit af 2014 (5.216) og 2015 (7.319)

4: Gennemsnit af 2014 (665) og 2015 (767)

4: Gennemsnit af 2014 (2.141) og 2015 (2.724)

Som det fremgår af ovenstående figur når projektet en målopnåelse på 100 % for samtlige aktivitetsmål.

For alle aktivitetsmål opnår projektet desuden betydeligt bedre resultater end målsat. Der har således været knap dobbelt så mange deltagende journalister og samlet antal besøgende som målsat med hhv. gennemsnitligt 95.000 besøgende og

683 journalister for 2014 og 2015. Derudover har Folkemødet fået mere end seks gange så mange medieomtaler som målsat med gennemsnitlig 6268 medieomtaler pr. år for 2014 og 2015. Endelig har gennemsnitligt 716 organisationer deltaget i Folkemødet i de to år, hvilket er betydeligt mere end de målsatte 250, og gennemsnitligt 2.433 events blevet afholdt mod målet om 1.000 events.

## Budget- og tidsforbrug

Nedenfor præsenteres projektets budget- og tidsforbrug på evalueringstidspunktet.

	Total	Forbrug d.d.	Procentvist forbrug
Budgetforbrug	13,83 mio. kr.	13,83 mio. kr. <sup>1</sup>	100 %
Tidsforbrug	28 mdr.	28 mdr.	100 %

1: D.d. er der ikke foretaget en endelig opgørelse, men projektsekretariatet forventer at bruge det samlede budget for projektperioden.

Projektperioden blev afsluttet med udgangen af 2015, og det procentvise forbrug af både tid og budget er på 100 %.

## 5.2 Målopnåelse i forhold til output

Den procentvise målopnåelse for programindikatorer fremgår af tabellen nedenfor og stammer fra projektets egne årlige evalueringer af Folkemødet. Det, der trækker den samlede målopnåelse ned, er tilfredshed blandt arrangørerne med festivalområdet praktiske indretning, som er lavere end det målsatte. Dette peger på et mindre potentiale for forbedringer, som projektsekretariatet er opmærksom på og arbejder for at imødekomme.

Målopnåelse	Målsætning på evalueringstidspunktet	Status på evalueringstidspunktet	Procentvis målopnåelse
Deltagertilfredshed med at komme tættere på beslutninger og beslutningstagere	80 %	79 % <sup>1</sup>	99 %
Tilfredshed blandt arrangørerne med festivalområdets praktiske indretning	80 %	53 % <sup>2</sup>	66 %

1: Målopnåelsen er kun opgjort for 2014, da spørgsmålet ikke blev stillet i 2015.

2: Arrangørernes er blevet adspurgt om deres tilfredshed med en række praktiske forhold, herunder transport, overnatningsfaciliteter, udvalget af madboder, skiltning i området, sanitære forhold, Wi-Fi-dækning mv. Tallet er et gennemsnit af, hvor mange der har svaret 'tilfreds' eller 'meget tilfreds' i de forskellige kategorier. Tallet er desuden et gennemsnit af resultatet for 2014 (55 %) og 2015 (51 %).

De to programindikatorer har fokus på tilfredsheden blandt hhv. deltagere og arrangører, der er vigtige interessenter til Folkemødet. Dette gælder dog især i forhold til begivenhedens nationale formål. I et erhvervsudviklingsperspektiv er målgruppen i højere grad det lokale erhvervsliv på øen, og det ville derfor være en fordel med programindikatorer med fokus på denne gruppe af interessenter. Se anbefaling 4 for en uddybning.

## 6 Effektivurdering

I dette afsnit præsenterer vi evaluators samlede vurdering af projektets muligheder for at skabe de ønskede effekter eller for at nå specifikke effektmål. Det primære grundlag for evaluators vurdering er spørgeskemadata, men i den samlede vurdering indgår også evaluators vurdering af projektholders arbejde med – i forbindelse med projektets implementering – at sikre den størst mulige realisering af projektets effektspotentiale.

### Om spørgeskemaet

I forbindelse med evalueringen har vi udsendt et elektronisk spørgeskema til virksomheder på Bornholm, som potentielt kan have opnået en effekt af Folkemødet i 2014 og 2015 (via e-mail-liste fra projektholder). Besvarelsene af spørgeskemaet giver et indblik i såvel de forventede som allerede opnåede effekter blandt disse virksomheder, og er udformet, så det på bedst mulig vis adresserer de indmeldte målsætninger om output og effekter fra ansøgningsfasen.

Undersøgelsen er sendt ud til 82 deltagere, hvoraf 25 respondenter har besvaret spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 30 %. Således udgør data fra spørgeskemaundersøgelsen ikke en præcis beskrivelse af projektets effektskabelse, men giver en god indikation af projektets forventede effektskabelse.

Vores dataindsamling peger på, at der er direkte effekter af Folkemødet for det traditionelle turismeerhverv i form af flere besøgende i ugerne under og omkring Folkemødet samt i mindre grad over resten af året. Derudover er der også mere indirekte effekter, som Folkemødet sandsynligt afleder, men som er sværere at dokumentere. Det kan være effekter som øget efterspørgsel efter håndværkere, fordi flere får deres huse istandsat op til Folkemødet, eller stigning i salget af sommerhuse, fordi Bornholm som følge af Folkemødet er blevet en mere attraktiv feriedestination. Andre eksempler, vi er blevet gjort opmærksomme på, er stigende interesse for bornholmske produkter og kulinariske tilbud. Nogle af disse effekter kan indfanges af survey-svarene, mens andre ikke kan. Derfor skal det indledningsvist understreges, at vores dataindsamling samlet set peger på, at Folkemødet har ført en række af sådanne effekter med sig og har haft stor betydning for erhvervslivet på Bornholm.

### 6.1 Forudsætninger for effektskabelse

#### Projektets potentiale for effekter

Det er ikke muligt på evalueringstidspunktet at give et billede af de effekter, som projektet vil skabe efter projektperioden. For alligevel at give et billede af projektets potentiale for effektskabelse, som er mere retvisende og præcist end output-indikatorerne alene kan vise, præsenterer vi i dette afsnit mere konkret, hvordan projektet har bidraget for at styrke deltagerens *forudsætninger* for at omsætte deltagelsen i projektet til de ønskede effekter.

Nedenstående tabel viser, i hvilket omfang deltagerne har fået styrket deres forudsætninger for at skabe øget omsætning.

Andel af virksomhederne, der angiver at... (N = 24)	Andel virksomheder
Virksomheder der har forlænget deres sæson siden 2014, eller som forventer at forlænge deres sæson inden for de næste tre år	27,3 %
Virksomheder der vurderer, at afholdelsen af Folkemødet er vigtig i forhold til virksomhedens fortsatte overlevelse	40,9 % <sup>1</sup>
Virksomheder der vurderer, at afholdelsen af Folkemødet skaber genbesøgende til Bornholm	100 % <sup>2</sup>

1: Tallet er sammensat af respondenter, der svarer 'I høj grad' (27,3 %) og 'I nogen grad' (13,6 %) til spørgsmålet 'I hvor høj grad vurderer du, at afholdelsen af Folkemødet er vigtig for din virksomheds fortsatte overlevelse?'

2: Tallet er sammensat af respondenter, der svarer 'I høj grad' (54,5 %) og 'I nogen grad' (45,5 %) til spørgsmålet 'I hvor høj grad forventer du, at Folkemødet skaber genbesøgende til Bornholm?'

Af ovenstående tabel fremgår det, at 27,3 % af virksomhederne allerede har eller forventer at forlænge deres sæson inden for de næste tre år. Af survey-svarene fremgår det, at 2/3 af de øvrige virksomheder enten allerede holder åbent hele året eller er en virksomhedstype (f.eks. håndværker-virksomhed), der ikke som sådan har sæsonåbent.

40,9 % af virksomhederne vurderer, at afholdelsen af Folkemødet er vigtig for virksomhedens fortsatte overlevelse, hvilket i høj grad understreger de erhvervsmæssige effekter af Folkemødet. Endelig vurderer samtlige af virksomhederne, at Folkemødet skaber genbesøgende til Bornholm, hvilket ligeledes understøttes af vores øvrige dataindsamling.

## 6.2 Forventninger til effekter

### Forventning til effekter

Svarene på spørgeskemaet viser, at 8 % af respondenterne forventer, at projektet vil føre til et forbedret potentiale for vækst, mens 33 % vurderer, at projektet allerede har ført dette med sig.

Af tabellen nedenfor fremgår det, at af de virksomheder, der har besvaret spørgeskemaet, forventer halvdelen en positiv udvikling i deres årlige omsætning og omkring en tredjedel en positiv udvikling i antallet af gæster som følge af afholdelsen af Folkemødet.

En lidt mindre del af virksomhederne (21 %) forventer en stigning i antallet af ansatte.



Virksomhedernes forventning til positiv udvikling som følge af projektet i... (N = 24)	Andel virksomheder med positiv forventning
Årlig omsætning	50 %
Gæster	33 %
Antal ansatte	21 %

Af tabellen nedenfor ses virksomhedernes gennemsnitlige forventning til effekten af Folkemødet for omsætning, gæster og nyansatte. Den gennemsnitlige realistiske forventning hos de virksomheder, der har svaret på spørgeskemaet, er en stigning i den årlige omsætning på 300.000 kr. og 2,1 nyansættelser.

Den gennemsnitlige forventning til effekten af Folkemødet på antallet af gæster er 3.108 (realistisk) eller 3.121 (optimistisk). Dette tal trækkes særligt op af en virksomhed, der har meget store forventninger. Uden denne virksomhed ville gennemsnittet i stedet ligge på 1.024 gæster (realistisk) eller 1.038 (optimistisk).

Virksomhedernes gennemsnitlige forventning til effekten af projekt på... (N = 24)	Realistisk forventning	Optimistisk forventning
Stigning i årlig omsætning (mio. kr.)	0,3	0,3
Gæster	3.108	3.121
Antal nyansatte	2,1	2,2

Tidshorisont  
for effekter

Af de forventede fremtidige effekter, der er nævnt ovenfor, er nogle allerede opnået, mens andre først vil indtræffe senere. Figuren herunder giver et overblik over det forventede tidspunkt for virksomhedernes samlede udbytte af deltagelse.

Opnået og forventet samlet udbytte (N = 24)		Opnået d.d.	Forventet efter projektperioden
Årlig omsætningsstigning	<i>Rapporteret</i>	4,2 mio. kr.	3,4 mio. kr.
	<i>Opjusteret</i>	9,2 mio. kr.	7,4 mio. kr.
Antal nyansatte	<i>Rapporteret</i>	29,0	21,0
	<i>Opjusteret</i>	63,4	45,9

Note: 'rapporteret' refererer til summen af survey-svar, mens 'opjusteret' er justeret for de manglende survey-svar med 50 % af gennemsnittet for de rapporterede svar.

Af ovenstående tabel fremgår virksomhedernes opnåede og forventede samlede udbytte af afholdelsen af Folkemødet. På evalueringstidspunktet har virksomhederne samlet opnået en omsætningsstigning på 9,2 mio. kr. (opjusteret), og virk-

somhederne forventer samlet set en yderligere omsætningsstigning på 7,4 mio. kr. (opjusteret) efter projektperiodens afslutning. Derudover har virksomhederne som følge af Folkemødet på evalueringstidspunktet opnået et samlet udbytte på 63 nyansættelser (opjusteret), hvilket forventes at stige med yderligere 46 nyansættelser (opjusteret) efter projektperioden.

I tabellen har vi ikke medtaget opnået og forventet samlet udbytte for antallet af gæster, fordi tallene fra de forskellige besvarelser ikke meningsfuldt kan lægges sammen, idet de forventede gæster meget vel kan gå igen hos flere af de adspurgte virksomheder.

## 7 anbefalinger og læring

Her præsenterer vi de vigtigste anbefalinger og læringspunkter, som evaluator vil pege på med baggrund i evalueringen. Punkterne er ikke i prioriteret rækkefølge.

Anbefaling 1: Øget fokus på at styrke attraktionsværdi for potentielle tilflyttere og medarbejdere

Projektsekretariatet kan med fordel overveje, hvordan markedsføringen af og afholdelsen af Folkemødet i højere grad end i dag kan benyttes til at styrke Bornholms attraktionsværdi for potentielle tilflyttere og nye medarbejdere. I den forbindelse er det især relevant at udforske, hvilke typer af tilflyttere til Bornholm, man ønsker. For at blive mere specifik på, hvem målgruppen af potentielle tilflyttere er, er det eksempelvis en mulighed at foretage en segmentanalyse af, hvilke befolkningsgrupper som erhvervslivet på Bornholm primært ville kunne drage nytte af som tilflyttere. På den måde ville markedsføringen op til og under Folkemødet kunne målrettes de mest relevante grupper af potentielle tilflyttere. Folkemødesekretariatet mener, at det vil være en fordel, at dette foregår i tæt og forpligtende samarbejde med eksempelvis Destination Bornholm, fordi det omhandler generelle effekter for Bornholm.

Anbefaling 2: Styrk fokus på erhvervsinteresser i monitorering og evaluering

Folkemødesekretariatet gør en stor indsats for at monitorere, evaluere og tilpasse Folkemødet løbende. Som en del af denne indsats kunne sekretariatet med fordel have endnu større fokus på, hvad erhvervslivet på Bornholm opnår og har af ønsker til Folkemødet. Det ville eksempelvis være oplagt at monitorere og evaluere effekterne af Folkemødet i form af stigende turisme til øen, herunder antallet af overnattende gæster, større omsætning på restauranterne på øen eller omfanget af bookinger af konferencelokaler, samt på efterspørgslen på bornholmske produkter og fødevarer i andre dele af Danmark. Derudover kunne sekretariatet med fordel udsende et spørgeskema til relevante bornholmske virksomheder forud for hvert Folkemøde for at samle op på ønsker og få input til idégenerering fra erhvervslivet. Denne evalueringsindsats kunne evt. foretages i samarbejde med relevante erhvervsaktører med kontaktflade til virksomhederne på Bornholm. Folkemødesekretariatet mener, at det vil være en fordel, at dette foregår i tæt og forpligtende samarbejde med eksempelvis Destination Bornholm, fordi det omhandler generelle effekter for Bornholm.

Anbefaling 3: Etabler Folkemødet som en forening

Det nuværende organisatoriske setup giver nogle udfordringer i forhold til finansieringsmuligheder og brugen af frivillige. For at sikre Folkemødets levedygtighed på længere sigt er Folkemødet Styregruppe ved at etablere Folkemødet som en forening. På den måde vil det blive nemmere for sekretariatet at opbygge et system, hvor de virksomheder, som nyder godt af Folkemødet, også bidrager til finansieringen af afholdelsen. Ligeledes ville det være muligt at generere indtjening til afholdelsen ved at profitere på en del af salget under selve afviklingen af Folkemødet. Ligeledes ville en større del af opgaverne under afholdelsen kunne varetages af frivillige. Vi anbefaler derfor, at der arbejdes videre med etableringen af en forening, som kan være ansvarlig for Folkemødets afholdelse med henblik på at sikre en bæredygtig økonomi i afholdelsen og udviklingen af Folkemødet fremover.

Anbefaling 4: Styrk erhvervsfokus for programindikatorer

For reelt at kunne måle projektets resultatskabelse i et erhvervsperspektiv bør sekretariatet udarbejde indikatorer med fokus på det lokale erhvervslivs udbytte. De nuværende målsætninger fokuserer udelukkende på tilfredsheden hos arrangørerne og deltagerne på Folkemødet. I et erhvervsudviklingsperspektiv er målgruppen dog især de lokale virksomheder, og derfor bør sekretariatet supplere de nuværende målsætninger med målsætninger, der fokuserer på erhvervsudviklingsperspektiverne, såsom stigning i virksomhedernes omsætning og medarbejderantal samt antallet af besøgende til Bornholm eller efterspørgslen af bornholmske produkter. Dette ville desuden bidrage til at understøtte et større erhvervsfokus i sekretariatets løbende monitorering og evaluering (jf. anbefaling 2). Ifølge folkemødesekretariatet vil det være en fordel, at denne opgave lægges hos en turist- og erhvervsorganisation, da Folkemødesekretariatet ikke har det nære samarbejde med disse aktører.