Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Et forskningsperspektiv på økonomiske effektmålinger af kulturelle events

Trine Bille
Associate Professor, Ph.D.
Copenhagen Business School,
Institut for Innovation og Organisationsøkonomi

Backstage: Vækst i events og festivaller
Roskilde 27. oktober 2011

Betydningen af events

”A prince ought, at convenient seasons of the year, to keep the people occupied with festivals and shows, and as every city is divided into guilds or into classes, he ought to pay attention to all these groups, mingle with them from time to time, and give them an example of his humanity and munificence, always upholding, however, the majesty of his dignity, which must never be allowed to fail in anything whatever”

Machiavelli (1469 – 1527)

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Forskellige effekter/impacts af events

	Positive impacts	Negative impacts
Sociale og kulturelle	Lokal stolthed og deltagelse, udvide kulturelle perspektiver etc.	Negativt lokalt image, dårlig opførsel etc.
Det fysiske miljø	Forbedret transport og kommunikation, byfornyelse etc.	Forurening, affald, trafik kaos, ødelæggelse af kulturarv etc.
Politiske	International prestige, forbedret profil, etc.	Risiko for fiasko, forkert allokering af midler etc.
Turisme og økonomi	Stigning i turisme, jobskabelse, etc.	Tab af autensitet, skade på omdømme etc.

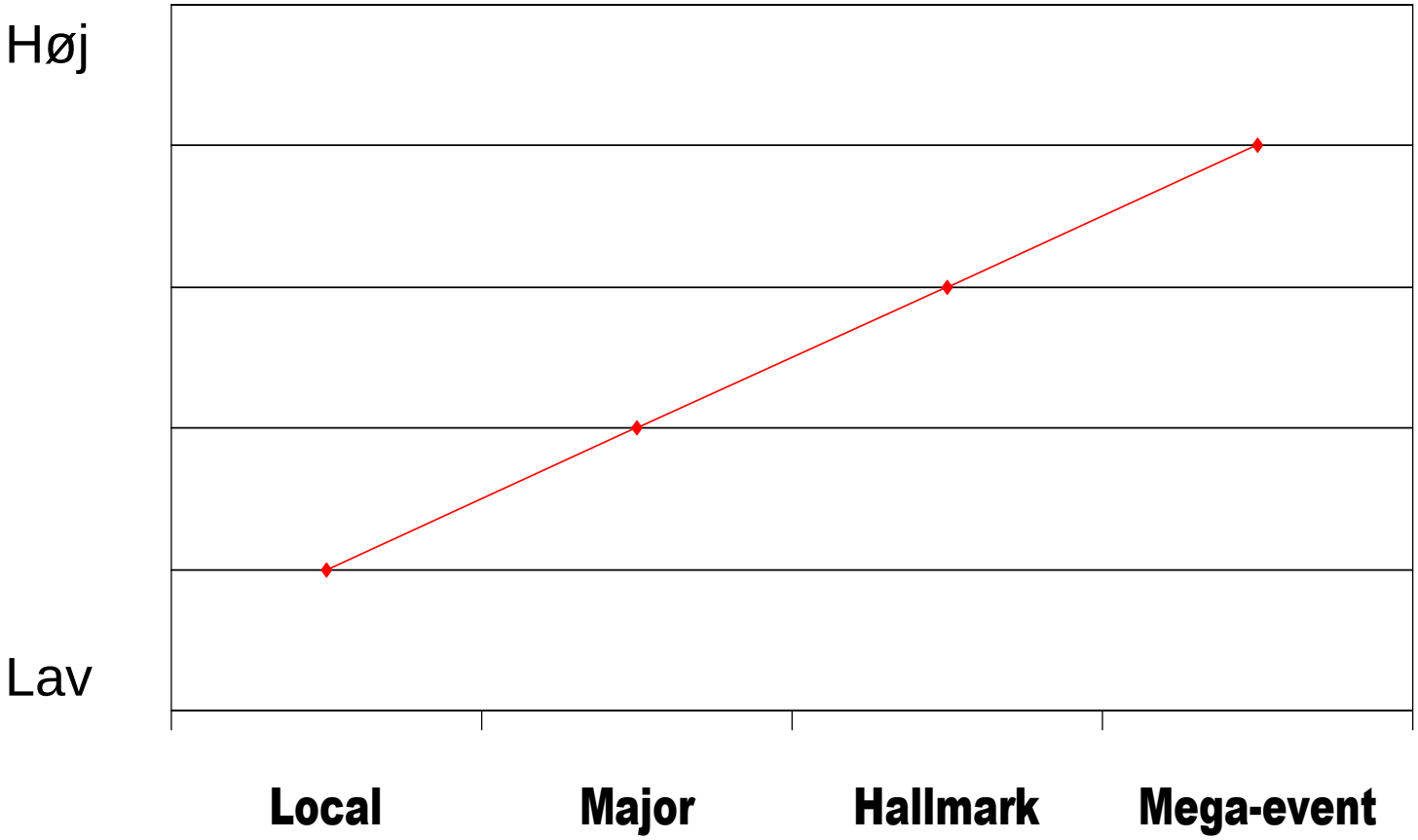
Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Typer af events

Niveau for impacts (besøg, medier, profil, benefits)



Mega Events

- Påvirker hele økonomien
- Omtales i de global medier
- Global konkurrence om at vinde eventen
- Ekstraordinær høj niveau på turisme, medie omtale, prestige og økonomisk betydning for destinationen
- En “must see event”
- Eksempler: Olympiske Lege, The FIFA World Cup

Hallmark events

- Identificeres med et bestemt sted
- Stor tilbagevendende event af begrænset varighed
- Unik, signifikant status som giver destinationen en komparativ fordel
- Eksempler: Karnevallet i Rio, tennisturnering i Wimbledon og Edinburgh Festival

Major events

- Kan tiltrække et betydeligt antal besøgende, medie dækning og økonomiske benefits
- Eksempler: Formel 1 Grand Prix, Roskilde Festival, Open Championship i golf

ROSKILDE FESTIVAL

Lokale events

- Til glæde for den lokale befolkning
- Meget få (hvis nogen) turister og meget begrænsede økonomisk effekter
- Eksempler:
  - Egnsspil på Hammermøllen i Helsingør
  - Dragedag i Dyrehaven

Event evaluering

- Pre-event evaluering (feasibility study)
- Under eventen (monitorering og kontrol proces)
- Post-event evaluering
  - Målsætningerne (key performance indikatorer) skal være udgangspunktet for at vurdere effekten og succesen

- Positive / negative effekter
- Kortsigtede / langsigtede effekter
- Effekter på :
  - stakeholders og/eller
  - samfundet/lokalsamfundet

Effekter og turisme og økonomi

- Indtægter fra turisme, der genereres af eventen: forbrug på selve eventen, rejse, overnatning, varer og tjenester i byen eller regionen, hvor eventen finder sted.
- Erhvervsmuligheder:
  - Impact på små lokale virksomheder overvurderes ofte
- Beskæftigelsesmuligheder:
  - Impact på kort sigt overvurderes ofte. Bruger eventen de eksisterende ansatte mere? Eller ansættes der nye folk?

Economic impact studier

- Veletableret metode inden for økonomi der anvender traditionelle input- output eller multiplikatormodeller
- Måler de kort sigtede forbruges effekter på indkomst og beskæftigelse, som genereres af eventen
- Første anvendelse inden for kulturøkonomi: Cwi and Lyall (1977): Economic Impact of Arts and Cultural Institutions in Baltimore
- Siden masser af eksempler:
  - Sport Event Danmark
  - Guggenheim museet i Bilabao

Economic impact studier

- Den direkte effekt: den beskæftigelse og indkomst der skabet i et lokalområde af eventen i sig selv
- De inducerede effekter (kundeeffekten): Måler de besøgendes forbrug af transport, mad, drikke, overnatning mv. i forbindelse med eventen
- De indirekte effekter er multiplikatoreffekter

Total impact = (Direkte effekter + Inducerede effekter) x multiplikator

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Spørgsmålet som economic impact studier skal svare på:

- **Hvor meget vil den økonomiske aktivitet falde på kort sigt i en bestemt region, hvis eventen ikke længere eksisterer?**

Medfører:

- Extra forbrug der tiltrækkes ude fra er af størst betydning, hvilket betyder at:
  - turisternes forbrug er den største kilde til kortsigtet økonomisk impact på den lokale eller regionale økonomi
- På nationalt niveau vil kun udenlanske turister bidrage til økonomiske aktivitet.
- For Danmark er der stort set tale om et nul-sumsspil

Alternativer

Hvis economic impact studier bruges som argument for offentlig støtte til events:

- Det er ikke nok at vise at events skaber indkomst og beskæftigelse, for det gør al økonomisk aktivitet.
- Det er nødvendigt (selvom det er vanskeligt) at undersøge om eventen stimulerer den økonomiske udvikling mere end hvis pengene var brugt til alternative formål

Sammenligning af musik events

- National Song Contest, Malmö: 2,2 mio. kr.
- AC/DC, Gothenburg: 35,5 mio. kr.
- Bruce Springsteen, Gothenburg: 109,4 mio. kr.
- Tina Turner, Gothenburg: 47,1 mio. kr.
- MTV Europe Music Awards, Stockholm: 23,9 mio. kr.
- Eric Clapton: 26,6 mio.kr.

- Forskellen skyldes: antallet af besøgende og turister, deres gennemsnitlige forbrug, længden af besøget etc.

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Økonomisk impact som politisk argument?

- Kan economic impact studier af event bruges til at retfærdiggøre offentlig støtte til en event?
- Mange economic impact studier er gennemført netop for at give ekstra argumenter for offentlig støtte.

- Disse undersøgelser er imidlertid ofte ikke egnede til dette formål.
- Effektmålinger må fortages med udgangspunkt i formålet med aktiviteten (eventen)
  - Kulturelle og sociale målsætning
  - Økonomiske effekter er ofte sidegevinster

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

Langesigtede effekter på økonomien

- Især for ”mega events”, som fx Verdensudstillinger og Olympiske Lege

Langsigtede væksteffekter er svære at kvantificere, som fx:

- Bedre transport infrastruktur
- Image og læringseffekter
- Langsigtede stigning i produktiviteten
- Befolkningsvækst
- Tilflytning af virksomheder til lokalområdet

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine .. 造

Creative Industries Research
global perspectives

	Economic impact studier	Contingent valuation studier	Cost-benefit analyser
Ex ante versus ex post	Ex post	Ex ante Ex post	Ex ante
Kortsigtede versus langsigtede	Kortsigtede	Kort- og langstigede	Kort- og langsigtede
Typer af effekter	Økonomiske effekter	Indbygger-nes vurdering af eventen (consumer surplus)	Alle slags effekter opgjort i kr og øre
Positive og negative effekter	Positive effekter	Positive og negative	Positive og negative

Contingent valuation studier

- Måler den værdi eventen har for indbyggerne (consumer surplus)
- Den nytte som den enkelte borger har af eventen opgjort i kr og øre
- Værdi for både brugere og ikke-brugere af eventen
- Måler market og non-market værdien
- Positive og negative effekter
- Baseret på surveys, hvor et repræsentativt udsnit af befolkningen spørges om deres maksimale betalingsvillighed (fx over skatten), fx for at en event eksisterer

Cost-benefit analyse

- De penge der bruges på en event repræsenterer offeromkostninger – ressourcerne kunne anvendes til andre formål i samfundet.
- Maksimere sociale benefits i forhold til social omkostninger, målt i kr og øre.
- **Sociale benefits** inkluderer alle effekter af en politisk ændring, der medfører en stigning i den sociale velfærd.
- **Sociale omkostninger:** reduktion i den sociale vedfærd.
- Nødvendigt at beregne **nutidsværdien** af alle fremtidige benefits og omkostninger ved at diskontere alle benefits og omkostninger med en passende rente – fordi nuværende forbrug foretrækkes fremfor forbrug i fremtiden.

OL Rambøll, 2006), omkostninger

Costs	**Real prices 2005-level** DKK mill.	**Present Value (5%)** DKK mill.
Bidding costs	135	101
Infrastructure	600	300
New sports facilities	3,580	1,810
Other new facilities	150	74
Improvement of existing sports facilities	725	349
Temporary facilities	370	182
Training facilities	100	48
Olympic Village, MBC and IBC	5,800	2,932
Operating costs	13,008	5,959
Total costs	**24,468**	**11,754**

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research
global perspectives

OL (Rambøll, 2006), benefits

Benefits	**Real prices 2005-level** DKK mill.	**Present Value (5%)** DKK mill.
Attendance Value	2,083	954
IOC Contribution	4,750	2,322
TOP sponsorship	2,800	1,382
Local sponsorship	1,400	657
Licensing merchandise	300	141
Infrastructure	275	126
New sports facilities	560	244
Other new facilities	30	13
Improvement of existing sports facilities	363	158
Temporary facilities	0	0
Training facilities	50	22
Olympic Village, MBC and IBC	5,800	2,531
Security	50	22
Tourism	4,971	1,596
Business development impact	2,100	882
Public health	2,600	1,191
Total benefits	**28,131**	**12,240**

Results

- Omkostninger: 11.754 mio.kr.
- Benefits: 12.240 mio.kr.
- Nettoresultat: 486 mio.kr.

Rente	Nettoresultat, nutidsværdi mio. kr.
2%	1.827
4%	808
5%	486
6%	250
8%	-46

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine..

Creative Industries Research

Opsummering

- Mange typer af effekter
  - Turisme og økonomiske effekter måles oftest
  - Er ikke nødvendigvis de største
- Mange typer af events
  - Med forskellige målsætninger og forskellige effekter
- Effektmålinger/evalueringer skal tage udgangspunkt i målsætningerne
- Forskellige metoder er velegnet for forskellige typer af events med forskellige målsætninger:
  - Economic impact studier (turisme og økonomi)
  - Contingent valuation studier (kulturel og sociale effekter)
  - Costbenefitanalyser (især for megaevents)

Copenhagen Business School
HANDELSHØJSKOLEN

imagine.. 造

Creative Industries Research
global perspectives

Tak for opmærksomheden !