

Effekter af Viborg som hovedlocation i filmen

EMMA & JULEMANDEN

JAGTEN PÅ ELVERDRONNINGENS HJERTE

Besøgende på udstilling på Viborg Museum



Simpel optælling foretaget af personalet på Viborg Museum

- Udstilling åbnet den 13. november 2015
- Udstilling lukket den 21. februar 2016

6.499 besøgende

- Voksne (entre 40 kr.): 2.114
- Børn (gratis entre): 3.932
- Øvrige gratister: 453
- Entre-omsætning: 84.560 kr.

25% af de besøgende er bosat udenfor Viborg Kommune

(Estimeret på baggrund af stikprøve på otte dage)

Besøgende på udstilling i Viborg Musiksal

**VIBORG**
glæd dig

Simpel optælling foretaget af personalet i Viborg Musiksal

Udstilling åbnet lørdag den 21. november 2015.
Sidste åbningsdag onsdag den 30. december 2015.

4.757 besøgende

Detailhandlen i Viborg er godt tilfreds

"Der er ingen tvivl om at julefilmen "Emma og Julemanden" har været en succes i Viborg. For de forretningsdrivende har den øgede eksponering af byen både på landsplan og regionalt haft en **positiv effekt i forhold til antallet af besøgende** i byen. Viborg har sammenlignet med de omkringliggende større byer **haft noget ekstra at tilbyde i form af juleoplevelser af høj kvalitet**. Her tænkes specielt på de to udstillinger i Viborg Musiksæl og på Viborg Museum.

At målgruppen for filmen har været børnefamilier har været et stort plus for byen, da **filmen har trukket et bredt publikum** i modsætning til f.eks. Niels Malmros film "Kærestesorger", der i vores optik ikke havde samme afsmittende positive effekt.

Vi kan ikke henvise til nogen officielle omsætningstal, men alene den **begejstring og stolthed** over at filmen er blevet optaget her, som er blevet skabt hos både gæster og forretningsdrivende, er **guld værd**, men svær at sætte kroner og øre på."

Helle Sørensen, handelschef

Viborgs selvfølelse, stolthed og så'n



Viborg Stifts Folkeblad,
13. november 2015



Viborg Stifts Folkeblad,
30. oktober 2015

Return on Investment



I mindst gode tilfælde:

- 10 min. eksponering i film
- Medieomtale med Viborg nævnt direkte
- 200.000 TV seere

Bruttoværdi:

$$\text{ROI} = 4,9$$

Effektiv værdi:

$$\text{ROI} = 4,0$$

I bedste tilfælde:

- 60 min. eksponering i film
- Medieomtale i alt
- 1.000.000 TV seere

Bruttoværdi:

$$\text{ROI} = 18,4$$

Effektiv værdi:

$$\text{ROI} = 13,3$$