



Rapport

Telemarks omdømme - Opinionslederutvalg



2015

Laget for

Vekst i Grenland

Ipsos

Innhold

Innledning.....	iii
Om gjennomføringen	iii
Sammendrag	v
Kjennskap til og kunnskap om Telemark fylke	1
Holdninger til Telemark	4
Holdninger til regioner i Telemark	7
Vest-Telemark	7
Øst-Telemark	8
Midt-Telemark.....	9
Grenland.....	10
Om utvalget.....	12
Tabell – feilmarginer	13

Feilmarginer ved rent lotterisk utvalg

Antall observasjoner	Prosentresultat							
	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
25	8.6	12.0	14.2	16.0	17.4	18.3	19.6	20.0
50	6.2	8.5	10.1	11.3	12.2	13.0	13.9	14.1
75	5.0	6.9	8.2	9.2	10.0	10.6	11.3	11.5
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10.0
150	3.6	4.9	5.8	6.5	7.1	7.5	8.0	8.2
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
250	2.8	3.8	4.5	5.1	5.5	5.8	6.2	6.3
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.0	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.8	2.5	2.9	3.3	3.5	3.7	4.0	4.1
700	1.6	2.3	2.7	3.0	3.3	3.5	3.7	3.8
800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.1	3.2	3.5	3.5
900	1.5	2.0	2.4	2.7	2.9	3.1	3.3	3.3
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.2
1200	1.3	1.7	2.1	2.3	2.5	2.6	2.8	2.9
1400	1.2	1.6	1.9	2.1	2.3	2.4	2.6	2.7
1600	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5
2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.2	2.2
3000	0.8	1.1	1.3	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8

Prosentresultatet pluss/minus feilmarginen i tabellen angir et intervall som med 95% sannsynlighet inneholder det sanne resultat.

Innledning

På oppdrag fra Vekst i Grenland IKS har Ipsos AS, (tidligere Markeds- og Mediainstituttet – MMI), gjennomført denne undersøkelsen for å måle kjennskap og holdninger til Telemark generelt og de fire regionene spesielt blant det vi kaller opinionsledermiljø i Norge. I utvalgssammensetningen har vi lagt spesiell vekt på dem som har vesentlig innflytelse og påvirkning, og som kan antas å ha en betydning for utviklingen til Telemark. Ipsos har gjort tilsvarende undersøkelser for Grenlandsområdet i 1996, 2002 og 2007, men ingen spørsmål er direkte sammenlignbare med tidligere undersøkelser. Undersøkelsene har likevel inngått som dokumentstudier i utarbeidelsen av denne gjennomføringen.

Bakgrunnen for undersøkelsen er Vekst i Grenlands ønske om større tilskudd av virksomheter og gründere som vil etablere seg i Telemark, større tilkomst av unge mennesker som bosetter seg i Telemark, og investorer som bidrar med penger. Det oppleves at flere aktører i Telemark har samme oppfatning – og jobber med dette daglig, men arbeidet er lite strukturert og preget av for lite samhandling, og kan til tider være basert på for lite fakta.

I den forbindelse ønsker Vekst i Grenland å gjennomføre en omdømmeundersøkelse for å kartlegge virkeligheten aktørene befinner seg i. Omdømmeundersøkelsen vil kartlegge holdninger og motiver i flere forskjellige målgrupper, for slik å danne beslutningsgrunnlag for det videre arbeidet som skal gjøre Telemark til et attraktivt fylke, både for næringslivet og for befolkningen.

Hovedmålsettingene for undersøkelsen er:

- Identifisere målgrupper som kan tenke seg å flytte virksomheten sin til Telemark, hva som er avgjørende faktorer for å velge regionen, evt. hva som hindrer at de vil flytte til Telemark
- Måle hvilken tiltrekningskraft Telemark og de ulike regionene har som etablerersted for eksisterende og nye bedrifter, gründere og kapital
- Kartlegge hva folk flest assosierer med Telemark, og finne tilbøyeligheten til å bo og jobbe i fylket.

Om gjennomføringen

Årets undersøkelse er gjennomført i følgende fire målgrupper:

1. Opinionsledere i Norge
2. Næringslivsledere i Norge
3. Investorer i Norge
4. Landsrepresentativt befolkningsutvalg i alderen 20-45 år i Norge generelt og et ekstrautvalg i Telemark spesielt.

Denne rapporten inneholder resultater fra undersøkelse nr. 1 blant opinionsledere.

Spørsmålene som er stilt fremgår av spørreskjemaet som ligger som vedlegg til denne rapporten. Mange av spørsmålene er sammenfallende med de andre utvalgene, og siden

utvalg 1, 2 og 3 er gjennomført med samme metode, kan resultatene benyttes til å analysere eventuelle forskjeller i svar mellom dem.

Denne målingen er gjennomført som en egen undersøkelse i perioden 6/10/15 til 23/10/15. Dataene er samlet inn ved telefonintervju, og består av netto 51 intervju i følgende grupper:

- Politikere, totalt 25 intervju. Intervjuene er fordelt mellom stortingsrepresentanter i følgende komiteer: Finanskomiteen, Kirke-, utdannings- og forskningskomiteen, Transport og kommunikasjonskomiteen og Næringskomiteen.
- Forvaltningen, totalt 14 intervju. Her intervjuet vi avdelingsdirektører og seniorrådgivere innen Nærings- og fiskeridepartementet, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Kunnskapsdepartementet, Klima- og miljødepartementet, Olje- og energidepartementet, Arbeids- og sosialdepartementet og Landbruks- og matdepartementet.
- Utdanning og forskning, totalt 6 intervju. Her intervjuet vi professorer innen økonomisk / administrative og samfunnsvitenskapelige fag ved landets største universiteter.
- Media, totalt 6 intervju: Her intervjuet vi næringslivsjournalister i Dagens Næringsliv, Finansavisen, Aftenposten og Teknisk Ukeblad.

Ved resultatberegning er det ikke foretatt noen veiing av svar fra de enkelte gruppene. Dersom en bruker av resultatene vil tillegge svarene fra en gruppe større vekt enn svarene fra en annen, henviser vi til nedbrytningen i tabellene, der svarfordelingen innen hver undergruppe går klart frem.

Så lenge dette er en utvalgsundersøkelse, er resultatene beheftet med usikkerhet. Bakerst i rapporten finnes derfor en tabell over feilmarginer ved forskjellige utvalgsstørrelser og observasjonsnivåer. Som man vil se her, er feilmarginene størst ved svarfordelinger rundt 50 %, for så å bli mindre nærmere 0 % eller 100 %. Som en tommelfingerregel kan vi regne med feilmarginer på +/- 6-7 prosentpoeng i totalkolonnen, og +/- 9-10 prosentpoeng innen undergruppene som er analysert.

I tabellverket som er vedlagt denne rapporten finnes svarfordelingene på samtlige spørsmål i den rekkefølge spørsmålene er stilt. Hver tabell viser svarfordelingen totalt, etter målgruppe, hvordan de spurte selv vurderer sin kjennskap til Telemark og om de spurte har tilknytning til Telemark eller ikke.

Over kolonnene i hver tall vises netto antall intervju som er gjennomført totalt og innen de ulike undergruppene i linjen for «Antall intervju».

Kontaktpersoner i Vekst i Grenland IKS har gjennom planleggingen og gjennomføring av dette prosjektet vært Åse Himle og Stine Ellingsberg. Ansvarlig for planlegging, analyse og rapportering i Ipsos er konsulent Nicolai Løvvik og direktør Erik Dalen.

Sammendrag

Det er først og fremst industri og næringsliv opinionslederne forbinder med Telemark, og Herøya Industripark / Hydro er de klart mest kjente bedriftene. Vi ser at de mest nevnte bedriftene utelukkende opererer innen industri som samsvarer med det vi finner i de andre profesjonelle utvalgene, nemlig at industri først og fremst er det som forbindes med Telemark.

Der de fleste målgruppene kan nevne Grenland, er det kun politikerne / Stortinget og de med tilknytning til Telemark som kan nevne noen av de andre regionene.

«Bomiljøer for enhver smak» og «variert næringsliv» vurderes godt av opinionslederne. Det som noe urovekkende vurderes dårligst, er faktorene «tilbudet av arbeidsplasser / sysselsetting» og «mottaks- og virkemiddelapparatet i regionen. Dette er områder som bør ha et vesentlig fokus i tiden fremover, ettersom dette er sentrale faktorer i arbeidet med å gjøre Telemark attraktivt for tilflytting og som vekstområde for bedrifter.

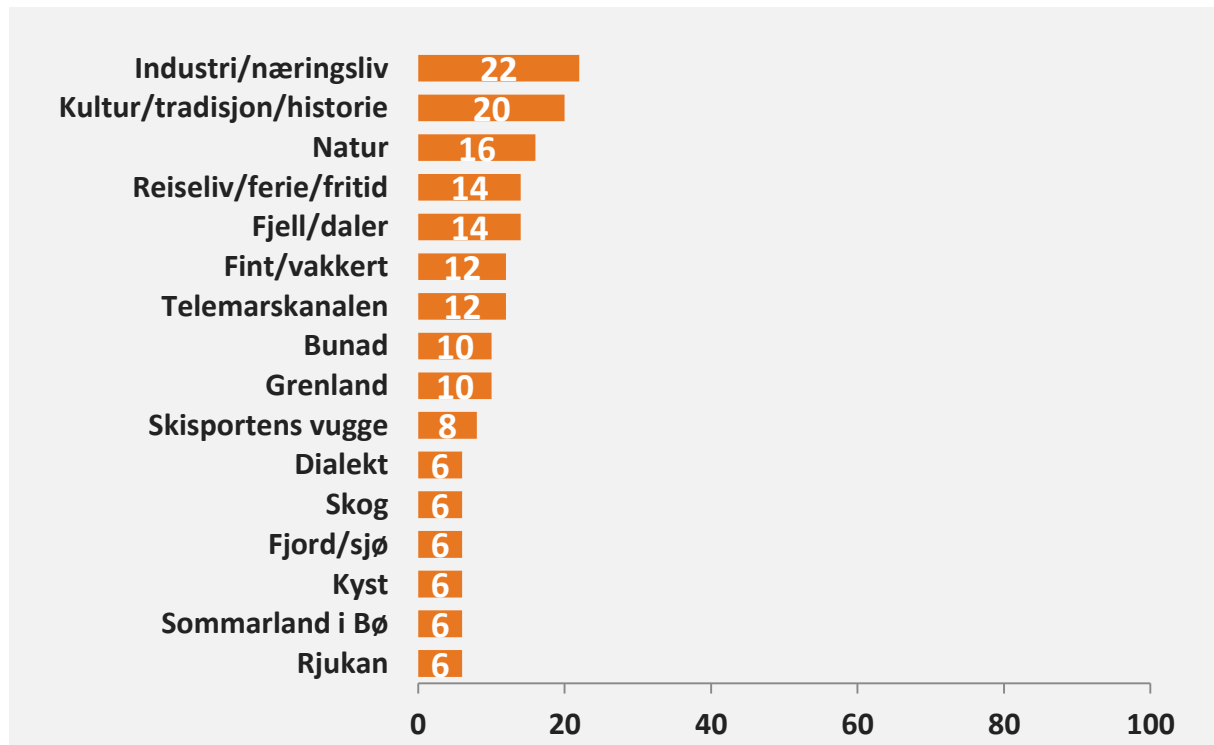
I sum ser vi at opinionslederne har tro på fylket både som sted å bo og som et sted å utvikle ny næringsvirksomhet, men at Telemark per dags dato ikke oppfattes som et fylke i fremgang.

Kjennskap til og kunnskap om Telemark fylke

De første spørsmålene i undersøkelsen skal undersøke målgruppens formelle kunnskaper om Telemark. Spørsmål om hva opinionslederne forbinder med Telemark forteller oss hva som ligger øverst i hodet når Telemark blir nevnt. Tidligere undersøkelser har vist at de spurte vurderer industriens rolle og betydning for Telemark høyt, dermed er det viktig å kartlegge hvilke bedrifter som faktisk blir oppfattet å representere fylket. I tillegg vil generell geografisk kunnskap forklare målgruppens kjennskap til fylket. Hvor utbredt kunnskaper om byer, bedrifter og regioner er i Telemark vil følgelig gi gode indikasjoner på områdets posisjon og styrke i målgruppens bevissthet. Denne posisjonen vil kunne være avgjørende for opinionsledernes reaksjon på eventuell eksponering av Telemark som begrep og egenskaper, og dermed også muligheter for fylket.

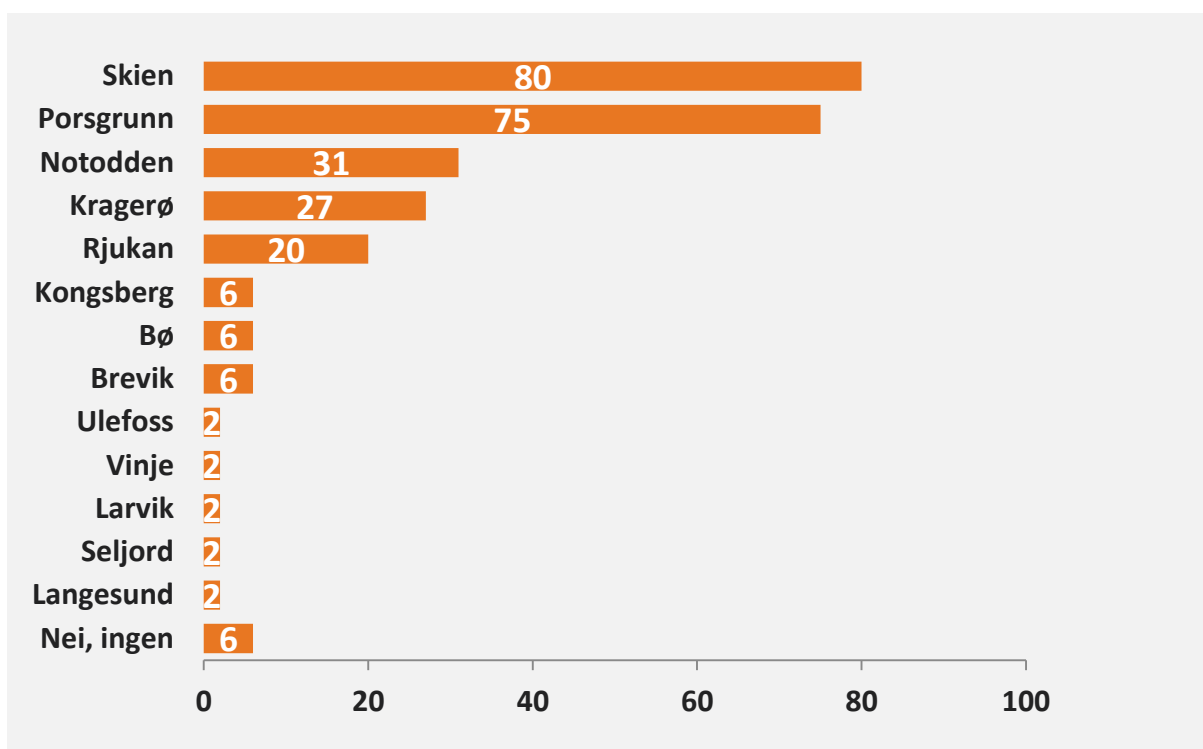
Det opinionslederne først og fremst forbinder med Telemark er industrien og næringslivet, kultur/tradisjon/historie og naturen. Dette samsvarer med tidligere undersøkelser som er gjennomført med Grenland som utgangspunkt.

Figur 1 Hva forbinder du først og fremst med Telemark? (uhjulpet)



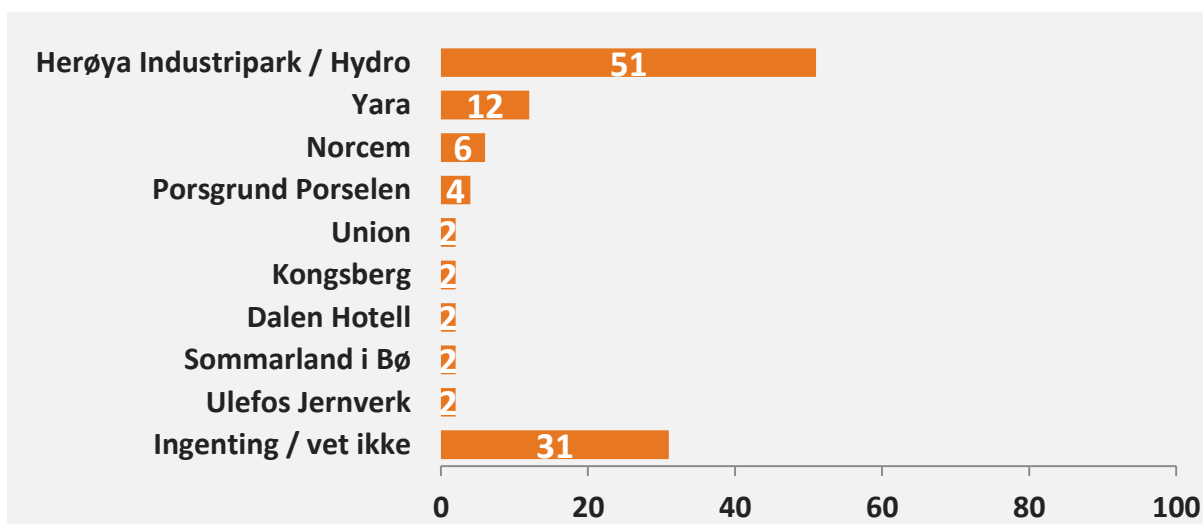
Nesten hele utvalget kan nevne minst én by, og i snitt nevnes 2,6 byer. Det er ingen tvil om at de to største byene Skien og Porsgrunn er mest kjent, og at disse knyttes til Telemark av de aller fleste. Kunnskapen om byer i Telemark varierer noe mellom undergruppene i utvalget. Både de som selv mener de har god kjennskap til Telemark generelt, samt de som har en form for tilknytning til fylket, nevner flere byer enn resten av utvalget. Vi finner også at den delen av utvalget som er politikere / sitter på Stortinget har høyere kjennskap enn gjennomsnittet.

Figur 2 Kan du nevne navnet på noen byer i Telemark? (uhjulpet)



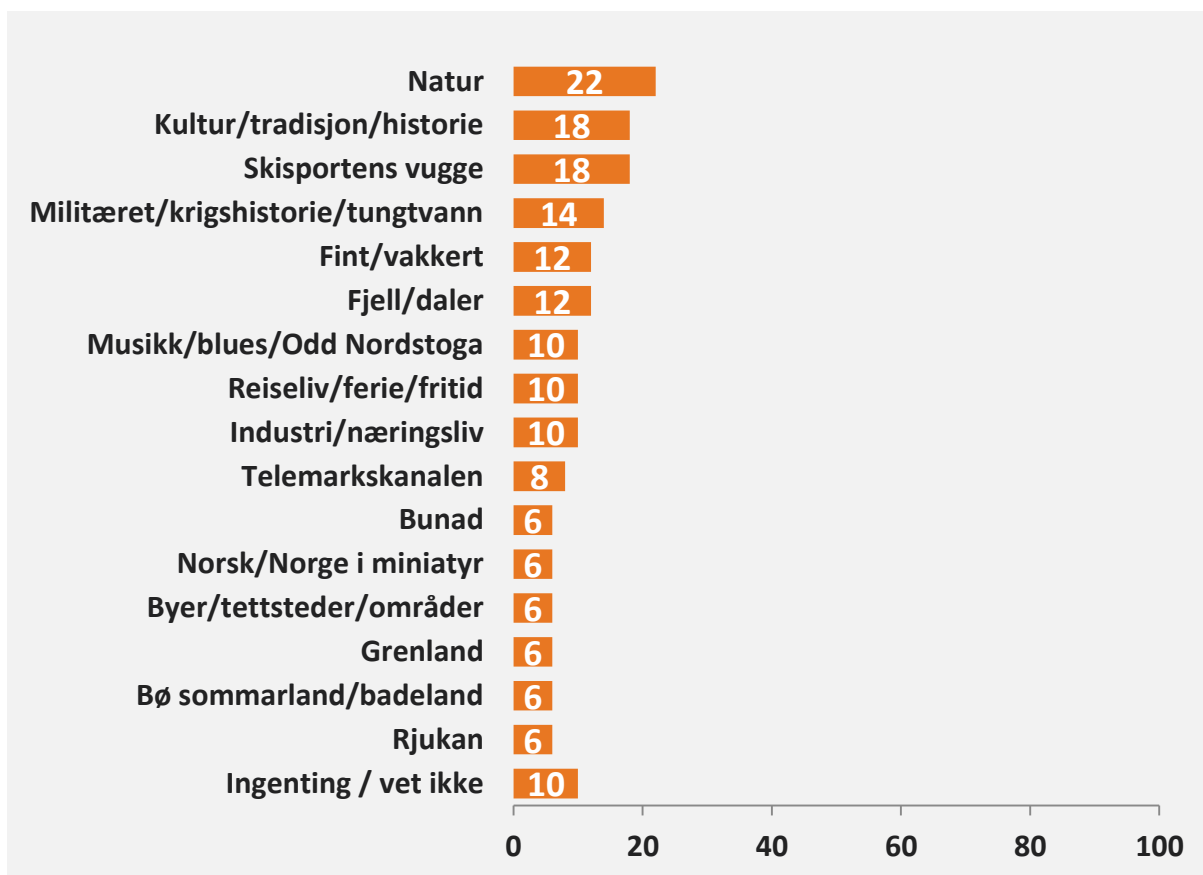
Som vi ser i figur 3 er det Herøya Industripark / Hydro som er klart mest kjent når vi spør etter større bedrifter i Telemark. Vi ser at de mest nevnte utelukkende er industribedrifter, som samsvarer med det vi så i figur 1, og den informasjonen vi har innhentet i tidligere undersøkelser, nemlig at industri først og fremst er det som forbindes med området.

Figur 3 Hvilke større bedrifter i Telemark kan du nevne navnet på? (uhjulpet)



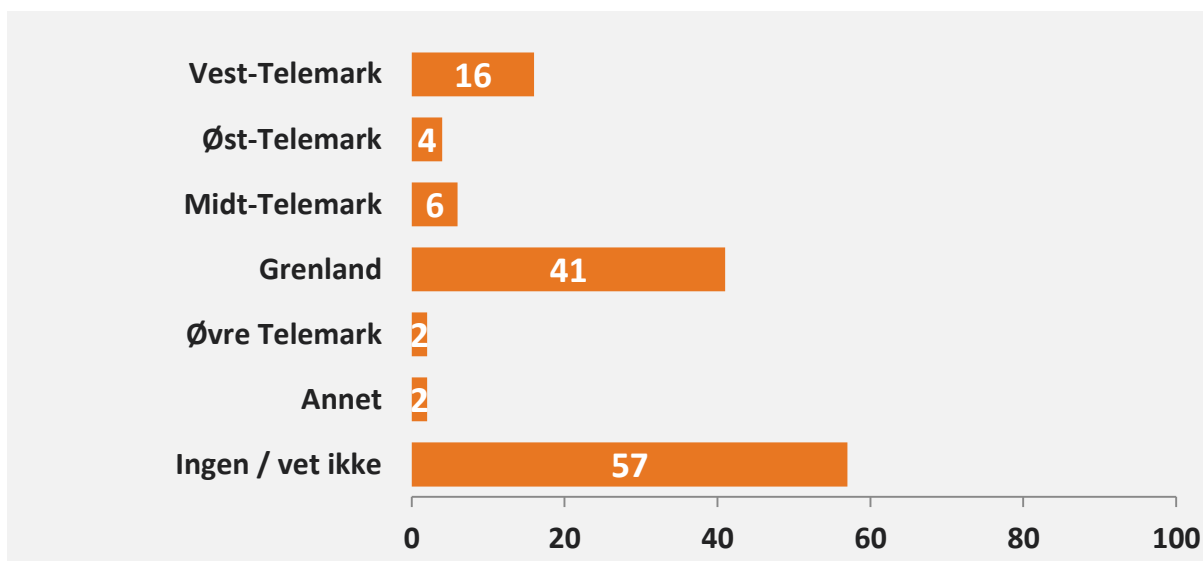
Når vi spør om hva opinionslederne tror nordmenn forbinder med Telemark er det natur, kultur/tradisjon/historie og skisportens vugge som kommer høyt. Årets TV-satsning med kampen om Tungtvannet kan også ha påvirket hva de tror nordmenn forbinder med Telemark.

Figur 4 Hva tror du nordmenn forbinder med Telemark? (uhjulpet)



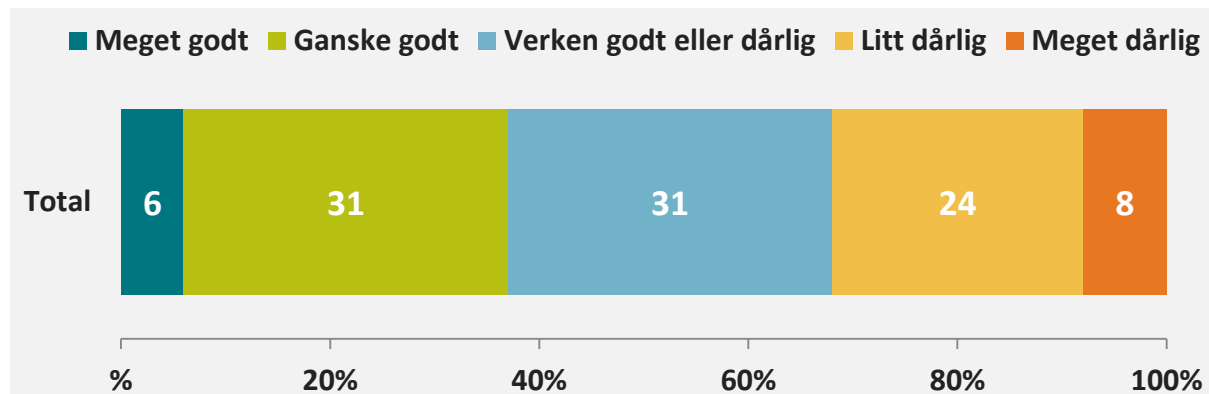
Drøyt fire av ti opinionsledere kan uhjulpet nevne en geografisk region i Telemark, og Grenland er den klart mest kjente. Der de fleste målgruppene kan nevne Grenland, er det kun politikerne / Stortinget og de med tilknytning til Telemark som kan nevne noen av de andre regionene.

Figur 5 Kan du nevne noen geografiske regioner i Telemark? Vi tenker her på områder det er naturlig å dele fylket inn i. (uhjulpet)



Når vi ber de spurte gi uttrykk for hvor godt de kjenner Telemark, fordeler svarene seg ganske jevnt på skalaen. Totalt 37 % opplever at de selv har godt kjennskap til Telemark, men bare 6% svarer meget godt. Vi finner at det særlig er politikere / Stortinget som selv mener de har godt kjennskap til fylket, i tillegg til de som har tilknytning til Telemark fra før.

Figur 6 Hvor godt eller dårlig kjennskap vil du si at du selv har til Telemark?



Holdninger til Telemark

Som en del av den generelle kartlegging av Telemark som fylke, er det formulert en rekke faktorer som man mener det er ønskelig at Telemark skal ha et godt omdømme på. Holdningene er målt ved å spørre om hvor godt eller dårlig inntrykk opinionslederne har av en rekke forhold i Telemark. Svarene er avgitt i henhold til følgende skala

- 1 = Meget godt inntrykk
- 2 = Ganske godt inntrykk
- 3 = Verken godt eller dårlig inntrykk
- 4 = Litt dårlig inntrykk
- 5 = Meget dårlig inntrykk

Svarene på disse spørsmålene gir en detaljert utdyping av kunnskapen vi har kartlagt. *Vet ikke* - andelen varierer sterkt fra 0 % på det laveste til 37 % på det høyeste. Faktorene som ble spurt om er tilpasset hva vi antok var relevant og av interesse for de spurte når de skal vurdere Telemark politisk og forvaltningsmessig.

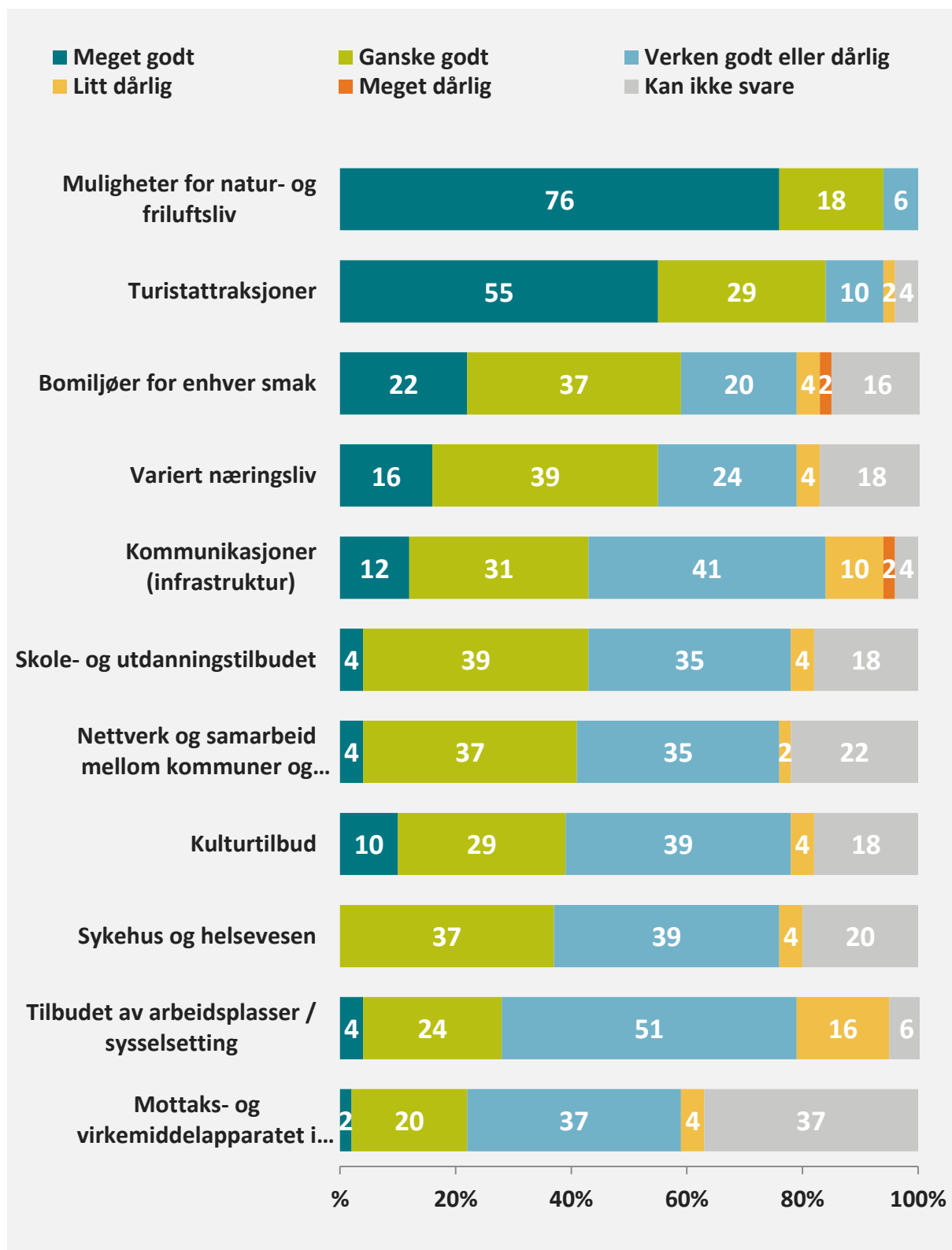
Gjennomgående er det som vi har sett tidligere i rapporten slik at politikere / Stortinget har mest utbredte holdninger til Telemark (lavest *vet ikke*-andeler). Den samme trenden finner vi blant dem som har en tilknytning til Telemark.

Generelt finner vi at selv om det til tider er mange som svarer *vet ikke* eller *verken godt eller dårlig inntrykk*, har de med nok kjennskap til faktorene et godt inntrykk av dem. Det betyr at det i et omdømmeperspektiv først og fremst er kjennskapet som må økes.

Vi ser i figur 4 at kjennskapet til og inntrykket av «muligheter for natur- og friluftsliv» og «turistattraksjoner» i Telemark totalt sett er godt. Også faktorer som «bomiljøer for enhver smak» og «varierte næringsliv» vurderes godt av opinionslederne. Det som noe urovekkende vurderes dårligst av opinionslederne, er faktorene «tilbudet av arbeidsplasser /

sysselsetting» og «mottaks- og virkemiddelapparatet i regionen. Dette er områder som bør ha et vesentlig fokus i tiden fremover, ettersom dette er sentrale faktorer i arbeidet med å gjøre Telemark attraktivt for tilflytting og som vekstområde for bedrifter.

Figur 7 Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av følgende forhold i Telemark? Er det ...



Gjennom forberedelsene til denne undersøkelsen, samt ved gjennomgang av de tidligere kartleggingene, kom det frem synspunkter på forhold som kunne representere uheldige oppfatninger om Telemark i utvalget. Det er derfor formulert noen påstander om Telemark som de spurte skulle uttrykke hvor enig eller uenig de var i. Svarene på påstandene er avgitt i henhold til følgende skala:

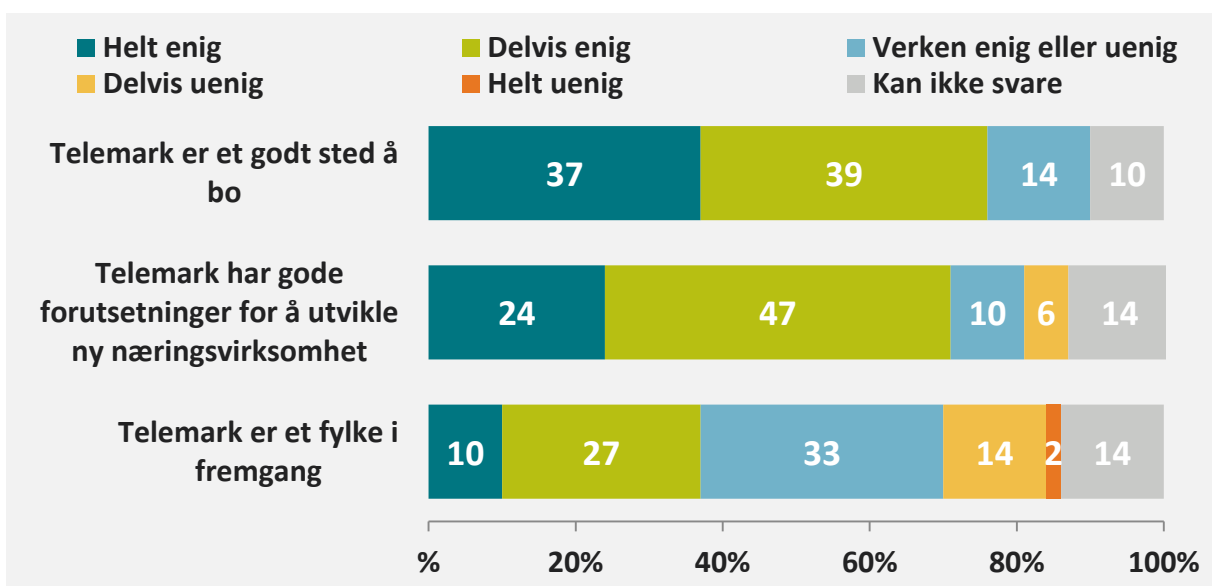
- 1 = Helt enig
- 2 = Delvis enig
- 3 = Verken enig eller uenig
- 4 = Delvis uenig
- 5 = Helt uenig

Før vi ser på resultatene, vil vi rette oppmerksomheten mot et problem som reises ved bruk av denne spørremetoden. Det viser seg nemlig at folk har en tendens til å si seg mer enig enn de er, spesielt når det dreier seg om påstander om forhold de ikke har spesielt sterke meninger om. Denne «enig-effekten» kan vi imidlertid dempe virkningene av ved å formulere påstandene slik at man må si seg *uenig* for å gi uttrykk for den oppfatningen vi er ute etter å kvantifisere. På den måten vil vi med stor sikkerhet kunne fastslå hvor utbredt slike holdninger virkelig er, uten å ta hensyn til utslag som skyldes måleteknikken. Vi skal selvsagt ikke se bort fra «enig-andelene», men bare huske at de gjennomgående kan være litt for høye.

Selv om påstandene er presentert i samme figur, må de tolkes som enkeltstående spørsmål, all den stund de ikke har direkte med hverandre å gjøre. I det følgende er holdningene kommentert i den rekkefølgen de er presentert i figur 9.

De aller fleste (78%) er *enige* og ingen er *uenige* i at «Telemark er et godt sted å bo». Vi finner at en høy andel av de med tilknytning til Telemark er *enig* i dette. Resultatet indikerer at en kampanje som fokuserer på Telemark som et sted å flytte til sannsynligvis vil ha god forankring blant opinionslederne.

Figur 8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Telemark? Er du ...



Mange er også *enige* i at «Telemark har gode forutsetninger for å utvikle ny næringsvirksomhet», dette gjelder spesielt blant politikere / Stortinget, der 88 % er *enige* i påstanden. Følgelig tror også opinionslederne på Telemark som et fylke der ny næringsvirksomhet fint kan få grobunn.

Selv om høye andeler mener Telemark er et godt sted å bo, og tror fylket har gode forutsetninger for å utvikle ny næringsvirksomhet, er det kun 37 % som er *enige* i påstanden «Telemark er et fylke i fremgang». 16% er *uenige* i påstanden, mens så mange som 47% er indifferente. Det er særlig de med lav kjennskap til Telemark som er *uenig* i eller ikke har en klar formening om påstanden.

I sum ser vi at opinionslederne har tro på fylket både som sted å bo og som et sted å utvikle ny næringsvirksomhet, men at Telemark per dags dato ikke oppfattes som et fylke i fremgang.

Holdninger til regioner i Telemark

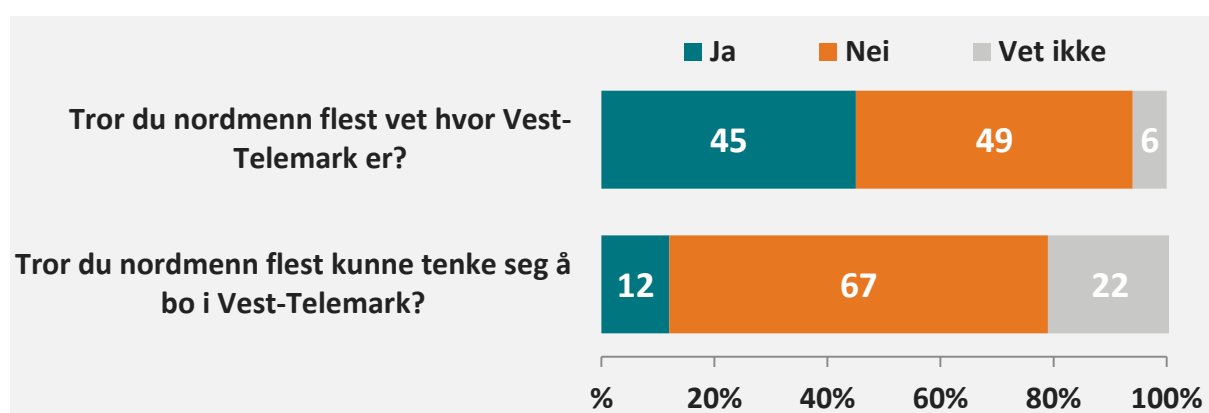
En viktig del av denne undersøkelsen er å kartlegge om det er forskjeller i kunnskap om og inntrykk av de forskjellige geografiske regionene i Telemark. For hver region har vi innledet med kort informasjon om regionen, slik at respondenten skal ha hatt mulighet til å plassere den geografisk og dermed også kunne svare på flere av spørsmålene. Deretter er det spurt om man tror nordmenn flest vet hvor regionen er, om man tror nordmenn flest kunne tenke seg på bo i regionen og om hvilket inntrykk man har av levevilkårene i regionen.

Vest-Telemark

Informasjonen om Vest-Telemark var som følger: «Regionen utgjør den vestlige delen av Telemark fylke, og består blant annet av tettsteder som Seljord og Rauland.»

Blant opinionslederne tror 45 % at nordmenn flest vet hvor Vest-Telemark er, og 12 % tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i Vest-Telemark. Det er særlig de med tilknytning til Telemark som skiller seg ut, blant dem tror 19 % at nordmenn kunne tenke seg å bo i Vest-Telemark.

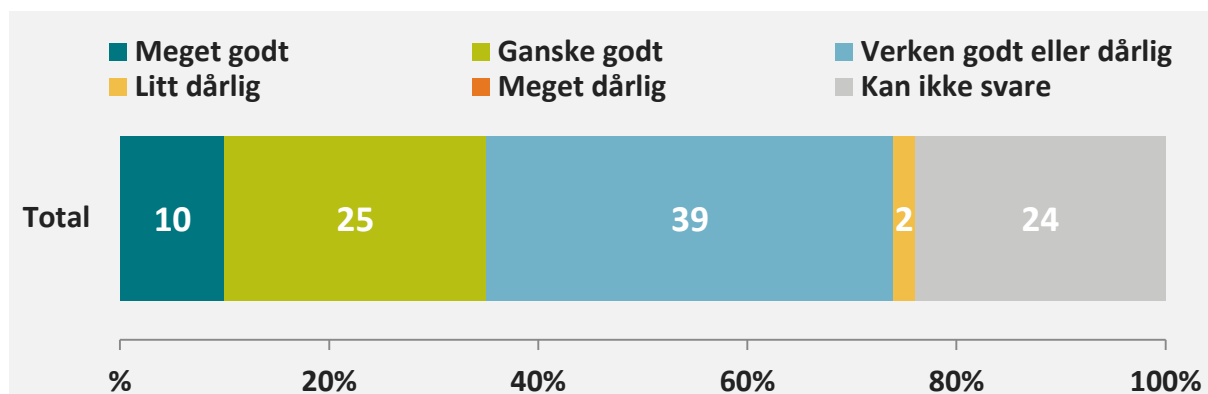
Figur 9 Tror du nordmenn flest vet hvor / kunne tenke seg å bo i Vest-Telemark?



Spørsmålet om inntrykk er preget av at målgruppen har lav kjennskap til regionen, som vi vet fra figur 3 svarte kun 16 % «Vest-Telemark» når de ble spurt om de kjente til geografiske regioner i Telemark. Som for resten av undersøkelsen er det likevel slik at de som har en

oppfatning har et godt inntrykk, og figur 8 viser at 35 % har et godt inntrykk av levevilkårene for folk i Vest-Telemark.

Figur 10 Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av levevilkårene for folk i Vest-Telemark?

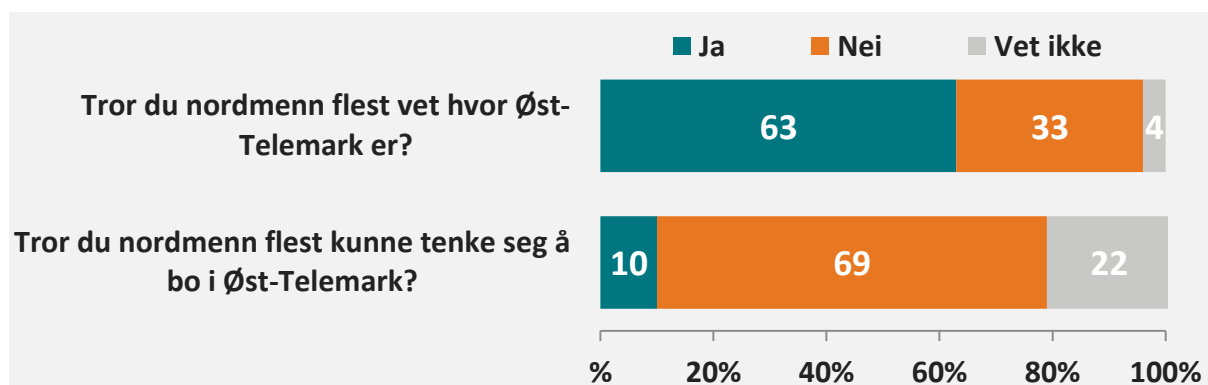


Øst-Telemark

Informasjonen om Øst-Telemark var som følger: «Regionen utgjør den østlige delen av Telemark fylke, og består blant annet av byer som Rjukan og Notodden.»

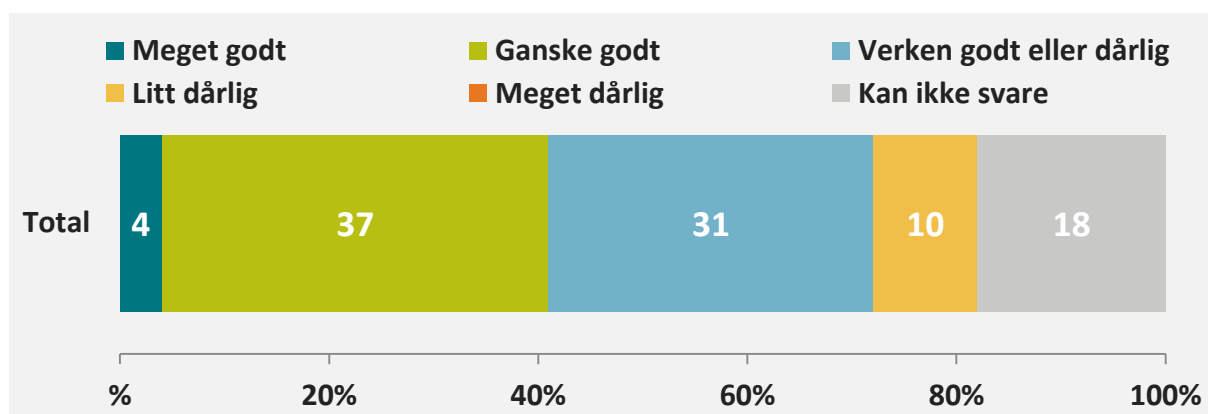
63 % tror nordmenn flest vet hvor Øst-Telemark er, en høyere andel enn for Vest-Telemark. 10 % tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i Øst-Telemark. Som for Vest-Telemark er det en høyere andel av politikerne / Storting og de med tilknytning til Telemark som tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i regionen.

Figur 11 Tror du nordmenn flest vet hvor / kunne tenke seg å bo i Øst-Telemark?



Når vi presenterer regionen med litt mer informasjon til respondentene, er det tydelig at flere klarer å stedfeste den. Selv om regionen Øst-Telemark i seg selv ikke er særlig innarbeidet, er byer som Notodden og Rjukan steder mange kan kjenne seg igjen i. Fra figur 1 har vi at henholdsvis 31 % og 20 % nevner disse stedene uhjulpet når vi spør om byer i Telemark. Det gir seg også utslag i spørsmålet om hvilket inntrykk de har av levevilkårene for folk i Øst-Telemark. Andelene som ikke vet eller som svarer verken eller er vesentlig lavere sammenlignet med Vest-Telemark, og totalt finner vi at 41 % av opinionslederne har et godt inntrykk av levevilkårene for folk i Øst-Telemark.

Figur 12 Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av levevilkårene for folk i Øst-Telemark?

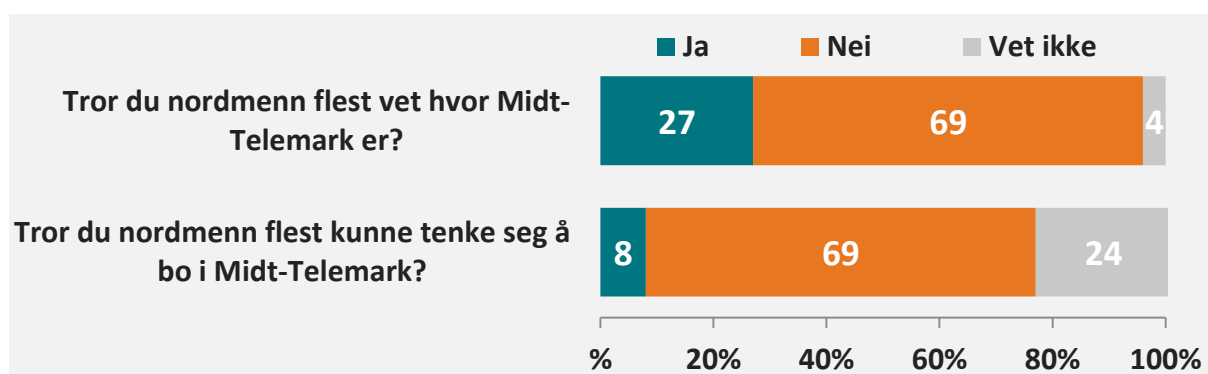


Midt-Telemark

Informasjonen om Midt-Telemark var som følger: «Regionen utgjør den midtre delen av Telemark fylke, og består blant annet av tettsteder som Bø og Ulefoss.»

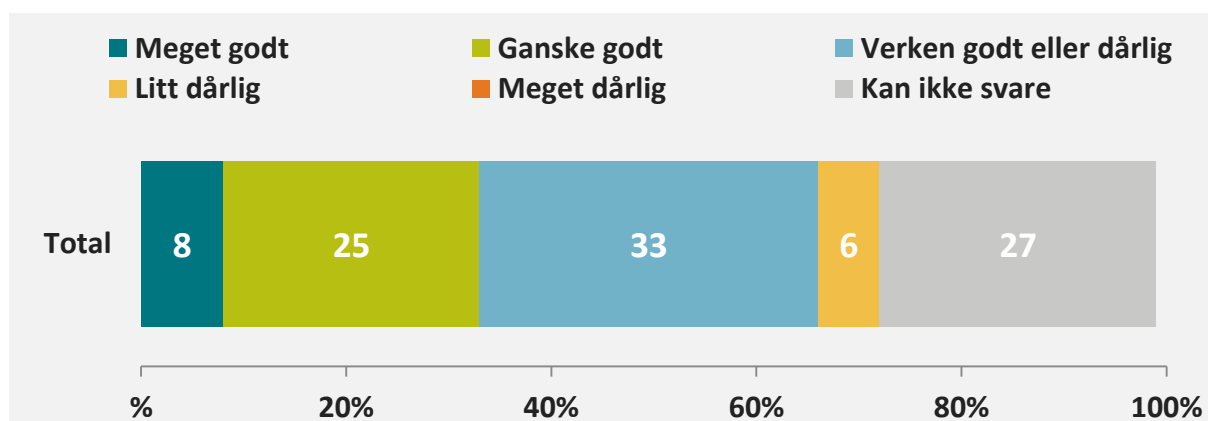
Der kjennskapen til Øst-Telemark viste seg å være noe høyere når respondentene fikk litt mer informasjon, er dette ikke situasjonen for Midt-Telemark. Regionen er lite innarbeidet blant respondentene, og kun 27 % tror nordmenn flest vet hvor Midt-Telemark er. Blant opinionslederne er det kun 8 % som tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i Midt-Telemark. Som for de to foregående regionene er de politikerne / Stortinget og de med tilknytning til Telemark som er mest positive til om nordmenn flest kunne tenke seg å bo i Midt-Telemark.

Figur 13 Tror du nordmenn flest vet hvor / kunne tenke seg å bo i Midt-Telemark?



Den lave kjennskapen virker likevel ikke å ha påvirket evnen til å svare på spørsmålet om levekår nevneverdig, og 33 % har et godt inntrykk av levevilkårene for folk i Midt-Telemark.

Figur 14 Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av levevilkårene for folk i Midt-Telemark?



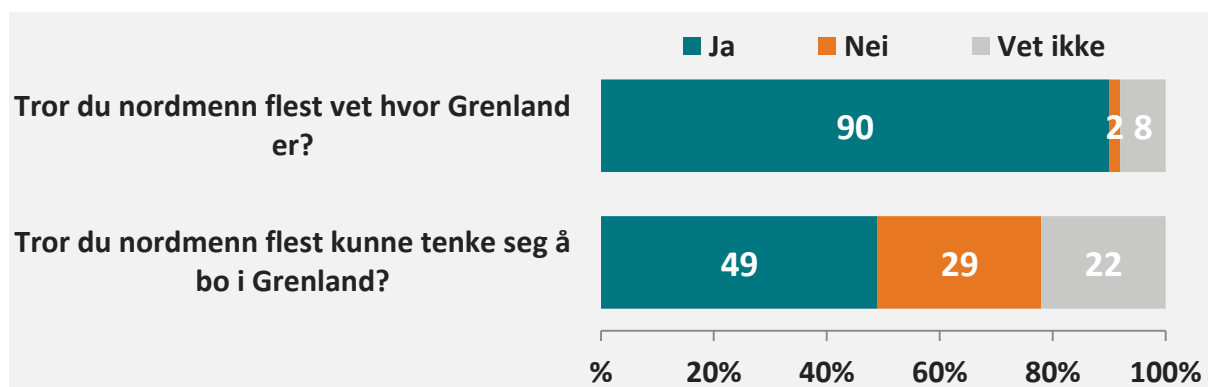
Grenland

Informasjonen om Grenland var som følger: «Regionen utgjør den sørøstlige delen av Telemark fylke, og består blant annet av byene Skien, Porsgrunn og Kragerø.»

Kjennskapen til Grenland er svært høy, noe vi har sett i figur 1 og figur 3, der byene Skien og Porsgrunn er kjent av de eller fleste, i tillegg til at mange uhjelpet nevner Grenland som en geografisk region i Telemark.

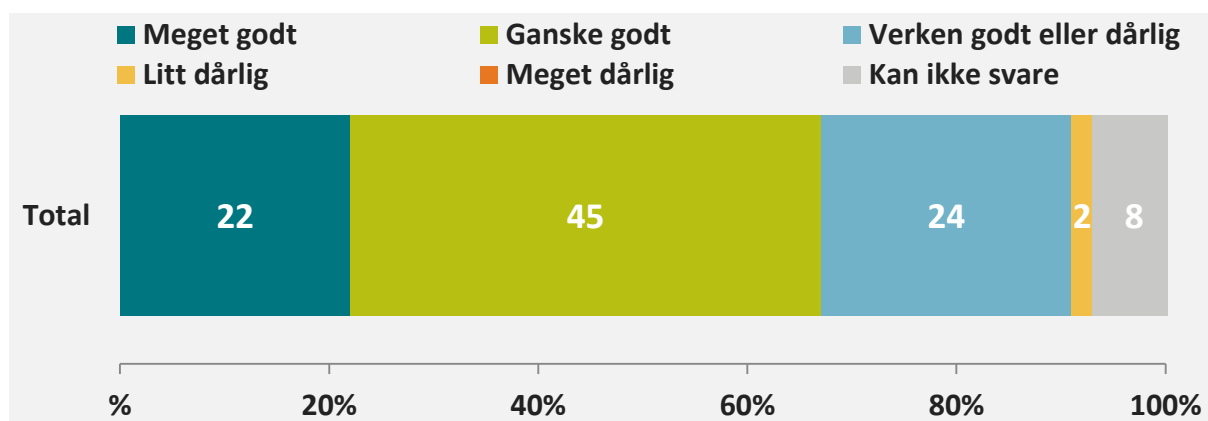
90 % av opinionsleiderne tror nordmenn flest vet hvor Grenland er, og 49 % tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i Grenland. Dette er også den eneste regionen der en høyere andel av de som ikke har tilknytning til Telemark enn de som har det tror nordmenn flest kunne tenke seg å bo i regionen.

Figur 15 Tror du nordmenn flest vet hvor / kunne tenke seg å bo i Grenland?



Den gode kjennskapen gjenspeiler seg tydelig i spørsmålet om levevilkårene, og 67 % har et godt inntrykk av levevilkårene for folk i Grenland. Andelen som ikke har et inntrykk er omtrent halvert sammenlignet med de andre regionene.

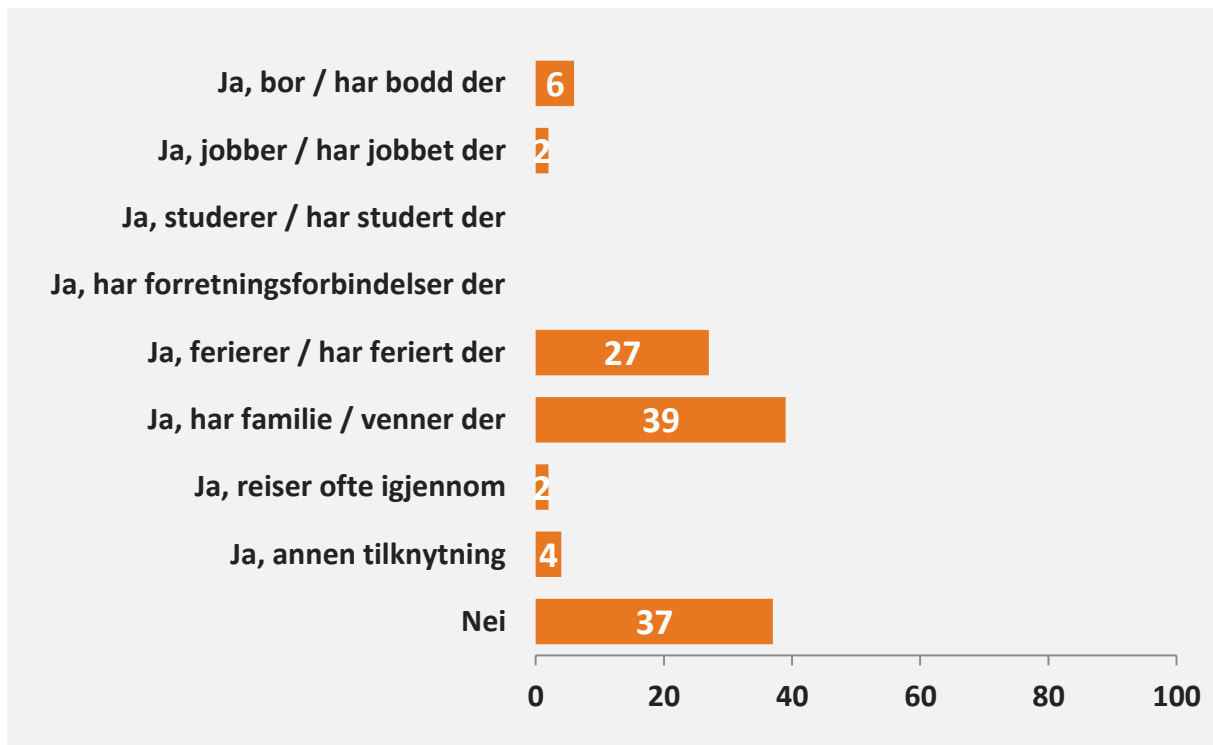
Figur 16 Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av levevilkårene for folk i Grenland?



Om utvalget

Drøyt seks av ti har en form for tilknytning til Telemark, og flertallet har enten feriert der eller har familie og venner der.

Figur 17 Har du noen tilknytning til Telemark, f.eks. ved at du har bodd der, ferierer der, har venner / slektninger der, har jobbet der eller lignende?



Tabell – feilmarginer

Feilmarginer ved rent lotterisk utvalg

Antall observasjoner	Prosentresultat							
	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
25	8.6	12.0	14.2	16.0	17.4	18.3	19.6	20.0
50	6.2	8.5	10.1	11.3	12.2	13.0	13.9	14.1
75	5.0	6.9	8.2	9.2	10.0	10.6	11.3	11.5
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10.0
150	3.6	4.9	5.8	6.5	7.1	7.5	8.0	8.2
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
250	2.8	3.8	4.5	5.1	5.5	5.8	6.2	6.3
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.0	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.8	2.5	2.9	3.3	3.5	3.7	4.0	4.1
700	1.6	2.3	2.7	3.0	3.3	3.5	3.7	3.8
800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.1	3.2	3.5	3.5
900	1.5	2.0	2.4	2.7	2.9	3.1	3.3	3.3
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.2
1200	1.3	1.7	2.1	2.3	2.5	2.6	2.8	2.9
1400	1.2	1.6	1.9	2.1	2.3	2.4	2.6	2.7
1600	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5
2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.2	2.2
3000	0.8	1.1	1.3	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8

Prosentresultatet pluss/minus feilmarginen i tabellen angir et intervall som med 95% sannsynlighet inneholder det sanne resultat.