



# SPORT EVENT DENMARK

*Hosting Winners*



Sport Event Denmark  
Effektanalyser 2006-2009  
DEN RØDE TRÅD

# INDHOLDSFORTEGNELSE

## Den Røde Tråd i Sport Event Denmark's EFFEKTANALYSER ved 9 udvalgte sportsevents i Danmark 2006-2009

Introduktion .....	1
Formål .....	2
Indhold .....	2
Resumé.....	3
Samfundsøkonomiske effekter .....	5
Øvrige effekter.....	11
Stamdata på de 9 events.....	11
Eventgæsternes forbrug .....	12
Tilskuernes demografi .....	14
Lokal tilskuerandel.....	15
Eventgæsternes opholdslængde.....	16
Eventgæsternes turistadfærd .....	18
Eventgæsternes ferietilkobling .....	20
Eventgæsternes indkvartering.....	21
Tilskuernes tilknytning og interesse for den pågældende sport .....	21
Tilskuernes tilknytning til deltagere i eventene .....	22
Tilskuernes bevæggrund(e) for at indlæse billet .....	23
Hvordan blev tilskuerne bekendt med eventene? .....	23
Tilskuernes tidshorisont mht. at blive bekendt med eventene.....	25
Tilskuernes tidshorisont mht. beslutning om køb af billet .....	25
Eventgæsternes vurdering af værtsbyerne/-regionerne .....	26
Eventgæsternes vurdering af om, de fik value for money .....	27
Udenlandske eventgæsters forhåndskendskab til Danmark .....	27
Har de udenlandske eventgæster ændret holdning til Danmark?.....	29
Hvad bragte de udenlandske eventgæster, der har været her før, hertil?.....	30
<u>Bilag</u>	
1 Totalpopulationer.....	31
2 Tilskuerdemografi .....	34
3 Teknikaliteter (bl.a. modelbeskrivelse og metode) .....	38
4 Tilskuernes evaluering af værtsregionerne .....	44
5 Deltagernes evaluering af værtsregionerne .....	47

## Den Røde Tråd i Sport Event Denmarks effektanalyser 2006-2009

### Hvad er internationale sportsevents<sup>1</sup> i Danmark værd?



Foto: Det danske medaljehåb Mark O. Madsen i aktion ved VM brydning 2009

### Introduktion:

Sport Event Denmark (SEDK) har siden 1998 gennemført interviewundersøgelser ved udvalgte større internationale sportsevents i Danmark for at belyse og dokumentere de effekter, værtskaberne har for landet og ikke mindst for værtsregionen. Analyserne kan downloades fra [www.sporteventdenmark.com](http://www.sporteventdenmark.com).

Det er SEDK, som igennem tiden har udvalgt de events, der er foretaget interviewundersøgelser ved. Udvælgelsen er sket ud fra et ønske om at sikre en vis spredning i idrætsgrene, regioner og eventtyper. Resultaterne af undersøgelserne bruges til SEDKs generelle videnopsamling og dokumentationsarbejde over for myndigheder, presse, danske og internationale specialforbund m.fl.

Undersøgelserne belyser både samfundsøkonomiske effekter og mere bløde effekter. Et eksempel på førstnævnte er turismeomsætning som følge af eventgæsternes forbrug under deres ophold. Et eksempel på sidstnævnte er eventgæsternes kendskab til og mening om værtsregionen samt deres evaluering af det danske værtskab.

I perioden 2006-2009 gennemførte Sport Event Denmark effektmålinger af:

- 5 VM'er
- 3 EM'er
- 1 kongres
- 9 events

Eventene fandt sted i 7 forskellige byer, fordelt på 4 regioner. Alle 9 events er støttet økonomisk af SEDK. I perioden 2006-2009 støttede Sport Event Denmark i alt 142 sportsevents, eller knap 36 i gennemsnit pr. år.

Ud over nærværende rapport har Sport Event Denmark i juni 2010 udgivet en opsamlings-rapport over sine foreløbig 4 frivillighedsundersøgelser ved sportsevents i perioden 2008 – 2010.

---

<sup>1</sup> Sportsevents dækker både sportsbegivenheder som f.eks. VM og EM samt kongresser

**Tabel 1. Oversigt over de 9 events, der indgår i Den Røde Tråd 2006-2009**

Event	Dato	Værtsby/-kommune
VM idrætsgymnastik 2006	13. – 21. oktober 2006	Århus
VM floorball (k) 2007	12. – 20. maj 2007	Frederikshavn
EM badminton 2008	12. – 20. april 2008	Herning
EM trampolin 2008	28. april – 3. maj 2008	Odense
ISAF VM ungdomssejlads 2008	10. – 21. juli 2008	Århus
EM vandski 2009	19. – 23. august 2009	Vallensbæk
VM brydning 2009	21. – 27. september 2009	Herning
IOC 121. Session & 13. Olympisk Kongres 2009*	1. – 9. oktober 2009	København
VM taekwondo 2009	14. – 18. oktober 2009	Ballerup

\* herefter kaldet IOC kongressen

### **Formål:**

Formålet med denne rapport er dels:

1)

At synliggøre det samfundsøkonomiske kredsløb, som – qua sportseventgæsternes forbrug i Danmark – aktiveres, når landet er vært for større internationale sportsevents

Og dels

2)

At synliggøre hvordan sportseventværtskaber i Danmark kan medvirke til at skabe kendskab til og præference for Danmark som sportseventdestination, men også hvordan værtskaberne kan tjene som katalysator for evt. fremtidig ferieturisme i Danmark.

### **Indhold:**

Denne rapport indeholder:

1) Et resumé

2) Et samfundsøkonomisk afsnit (f.eks. hvor høj udenlandsk turismeomsætning skaber eventene?)

3) Et afsnit med de mere bløde effekter (f.eks. gæsternes evaluering af værtsregion og eventafvikling)

4) Bilag (teknikaliteter som f.eks. hvilke totalpopulationer og andel af lokale tilskuere)

Der er kun medtaget resultater af målinger, der har været foretaget ved minimum halvdelen af eventene.

Resultaterne præsenteres overvejende i tabeller og figurer, således at en hurtig sammenligning på tværs af eventene er mulig.

Teknikaliteter såsom modelbeskrivelse, stikprøvestørrelser, andel af lokale tilskuere og tilskueres demografi, afgrænsninger og definitioner af nøgletal findes i bilagsafsnittet til slut i rapporten, og formen er overvejende deskriptiv.

Hvor intet andet er nævnt, er Sport Event Denmark kilde.

Der er ikke målt på IOC kongressen i samme omfang som øvrige events. Derfor indgår IOC kongressen ikke i alle tabeller og figurer.

## Resumé

Denne Rød Tråd rapport tegner på en lang række områder et billede af de udvalgte 9 sportsevents og de dertil knyttede sportseventgæster.

Det er imidlertid vanskeligt at drage nogen egentlig hovedkonklusion. På visse områder kan der slutes en række tendenser, men på andre områder stritter resultaterne i forskellig retning, og spredningen fra event til event er stor.

### Samfundsøkonomiske effekter

Den skabte turismeomsætning qua eventgæsternes forbrug i Danmark varierer fra blot 2,4 mio. kr. til 64 mio. kr. Til gengæld er den udenlandske andel af turismeomsætningen over hele linjen høj, mellem 70% og 100%. Dette er meget positivt fra et nationalt synspunkt, hvor kun de udenlandske gæsters forbrug tæller.

Til sammen genererer de 9 events en turismeomsætning på 174,2 mio. kr., hvor hele 91% svarende til 159,2 mio. kr. er udenlandsk. Bruttoværditilvæksten af turismeomsætningen er 119,6 mio. kr. (=knap 69%).

Som følge af den store spredning i turismeomsætningen vil de heraf afledte effekter variere tilsvarende, mellem 0,65 mio.kr. og 20 mio. kr. Fælles for alle 9 events er imidlertid, at statens andel af det offentlige provenu i form af moms, skatter og afgifter, som eventene genererer, er høj (mellem 70% og 95%).

Afkastet af de offentlige investeringer i eventene, målt som hhv. ROI-1 og ROI-2 i rapportens afsnit 1.4, ligger på hhv. 1,89 og 2,75.

Hver krone i turismeomsætning skaber 1,7 årsværk i beskæftigelse (omregnet til hele mandeår).

Det gennemsnitlige døgnforbrug for overnattende tilskuere er hhv. kr. 813 for de danske og kr. 1.154 for de udenlandske tilskueres vedkommende.

Det gennemsnitlige døgnforbrug for overnattende deltagere er hhv. kr. 794 for de danske og kr. 1.466 for de udenlandske deltageres vedkommende. De udenlandske deltageres gennemsnitsforbrug trækkes opad af IOC kongressen.

### Øvrige effekter

4 af de 9 events fandt sted i Region Midtjylland, og 3 ud af disse 4 events var VM'er, der generelt har størst prestige, især i de olympiske discipliner. Til gengæld fandt den absolut største begivenhed af dem alle, IOC Kongressen 2009, sted i København.

Eventene skabte 71 eventdage i Danmark, og hver event varede gennemsnitlig 7,89 dage. Til sammenligning blev hver dansk overnattende tilskuer gennemsnitlig i værtsregionen i 3,7 dage og hver udenlandsk i 5,6 dage. Det tilsvarende tal for deltagere var 8,3.

Den typiske tilskuer ved eventene er en mand i aldersgruppen 25-50 år, men det er meget forskelligt, om han kommer fra lokalområdet. Det gør mellem 20% og 84% af de danske tilskuere. De fleste tilskuere er ikke selv udøvere af de pågældende idrætsgrene.

Tilskuernes bevæggrunde for at indløse billet til eventene er primært almen interesse og sekundært, at de selv dyrker sporten, og de blev da også i første omgang bekendt med eventene via sportens egne kanaler (forbund/klub) og venner/familie.

I halvdelen af tilfældene bliver tilskuerne bekendt med eventene mere end 1 år i forvejen, og de udenlandske tilskuere indløser i højere grad end de danske billet umiddelbart herefter.

Det er i nogen grad lykkedes værtsregionerne at få tilskuere og deltagere væk fra eventområdet og ud på turistattraktionerne, og det er især de udenlandske aktører, der foretager sightseeing. Dette gør omkring hver tredje i gennemsnit. Det er de traditionelle danske udflugtsmål, der præger billedet; Den Gamle By i Århus, Aros, Skagen, Tivoli og Vesterhavet.

Mellem 11% og 37% af de udenlandske tilskuere kobler ferie på deres eventophold. De tilsvarende tal for udenlandske deltagere er lidt lavere, mellem 0% og 31%, og de fleste svarer København.

Der er ved alle 9 events en meget høj andel af tilfredshed med eventopholdet ift. forventningerne. Mellem 60% og 100% svarer ubetinget ja til, at de fik "value for money". "Ja-andelen" for tilskuerne ligger gennemsnitligt på ca. 85% og for deltagere og ledere på 78%.

Den høje tilfredshed er et bevis på, at selvom der er enkelte forhold ved nogle af eventene (f.eks. bespisning), som gæsterne har været behersket tilfredse med ift. andre aspekter ved eventene, har det ikke overskygget deres helhedsindtryk af det samlede eventophold.

De eventgæster, der ikke havde været i Danmark før eventbesøget, havde både positive, neutrale og negative forhåndsassociationer om Danmark og danskerne. De hyppigst nævnte på positivsiden er et naturskønt, afslappet og sikkert land. På negativsiden opfattes Danmark som et dyrt land.

De udenlandske deltagere har i ringere grad end de udenlandske tilskuere været i Danmark før. Alt andet lige, er deres mobilitet lavere – der er ikke tid til at rejse rundt i verden som turist, deres liv er skemalagt til mindste detalje med træning, restitution, sponsorpleje osv. Og kun i et vist omfang har deres karriere tilsyneladende ført dem til Danmark tidligere for at konkurrere.

For cirka halvdelen af eventgæsterne har eventene bidraget til, at de nu har fået et reelt kendskab til Danmark og danskerne, og jfr. ovenfor rejser langt de fleste hjem med et særdeles positivt indtryk.

Gennemsnitligt er der flere udenlandske deltagere end tilskuere, der har ændret holdning til Danmark og danskerne, efter at de nu har stiftet bekendtskab med os. Dette har godt og vel hver tredje udenlandsk deltager. For de udenlandske tilskueres vedkommende var det kun godt hver fjerde.

Blandt de, der har ændret holdning til Danmark og danskerne efter eventbesøget, er der klart flest, som har gjort det i en positiv retning. Begrundet overvejende med; more friendly, more clean. Vi kender ikke udgangspunktet, men vælger alligevel at betragte det som en glædelig konstatering.

Blandt de, der havde været i Danmark før eventbesøget, kom en lige stor gruppe udenlandske tilskuere her i sin tid som ferieturist og/eller før at overvære/deltage i en sportsevent, mens klart flest udenlandske deltagere kom her for at overvære og/eller deltage i en sportsevent.

## Samfundsøkonomiske effekter af de 9 analyserede events

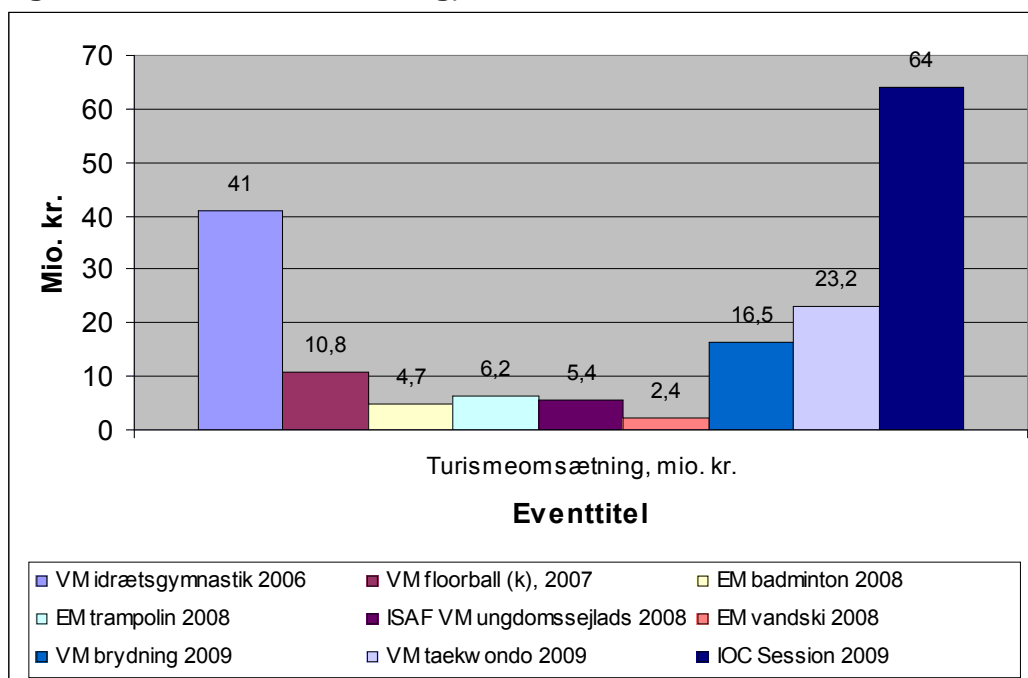
Dette afsnit beskriver den turismeomsætning, der er skabt i Danmark som følge af eventgæsternes forbrug samt de heraf afledte samfundsøkonomiske effekter, f.eks. offentligt provenu i form af skatter, moms og afgifter.

Turismeomsætningen er udgangspunktet for de afledte effekter, og derfor indledes afsnittet med at kigge nærmere på dette nøgletal. I turismeomsætningen er pr. definition ikke indeholdt de lokale eventgæsters forbrug, jfr. forklaring i bilag 3.

### 1.1 Turismeomsætningen

Nedenstående viser omfanget af hhv. den samlede turismeomsætning ved hver af de 9 events og den udenlandske andel heraf. Den udenlandske andel er vital fra et nationalt synspunkt, idet der her er tale om tilførsel af fremmed valuta til landet og ikke blot en omfordeling af midler inden for landets grænser.

Fig. 1. Samlet turismeomsætning, dansk hhv. udenlandsk for hver af de 9 events<sup>2</sup>



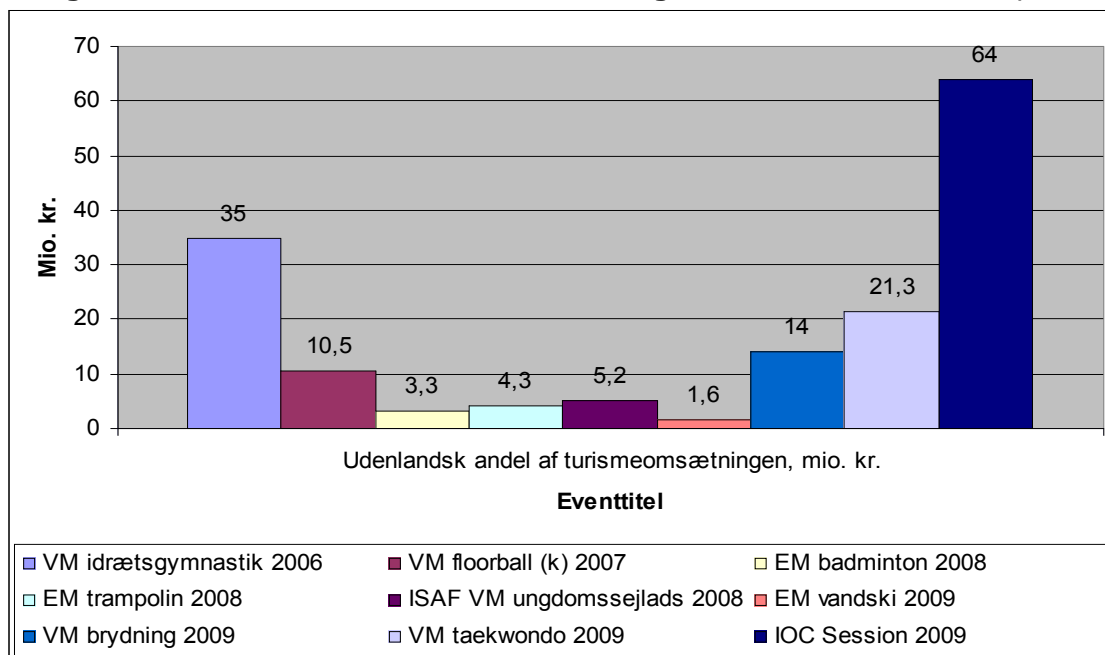
Det ses af fig. 1, at IOC kongressen er den event i perioden, der genererer den største samlede turismeomsætning, nemlig kr. 64 mio. Næsthøjst ligger VM idrætsgymnastik i Århus i 2006 med godt 41 mio. kr. Lavest scorer EM vandski 2008.

Den samlede turismeomsætning ved de 9 events er på 174,2 mio. kr.

Fra et nationalt synspunkt er det imidlertid endnu vigtigere, hvor stor en udenlandsk turismeomsætning en event skaber. For nærmere forklaring se bilag 3.

<sup>2</sup> Excl. evt. ferienætter

**Fig. 2. Udenlandsk andel af turismeomsætningen for hver af de 9 events, mio. kr.**



Jfr. fig. 2 er det imidlertid også IOC kongressen, der i *absolutte* tal scorer højest og VM idrætsgymnastik i Århus i 2006, der scorer næsthøjest. Lavest scorer EM i vandski i Vallensbæk.

Den samlede udenlandske turismeomsætning ved de 9 events er på 159,2 mio. kr. eller hele 91% af den samlede turismeomsætning på 174,2 mio.kr.

**Fig. 3. Udenlandsk andel af turismeomsætningen for hver af de 9 events, i %**

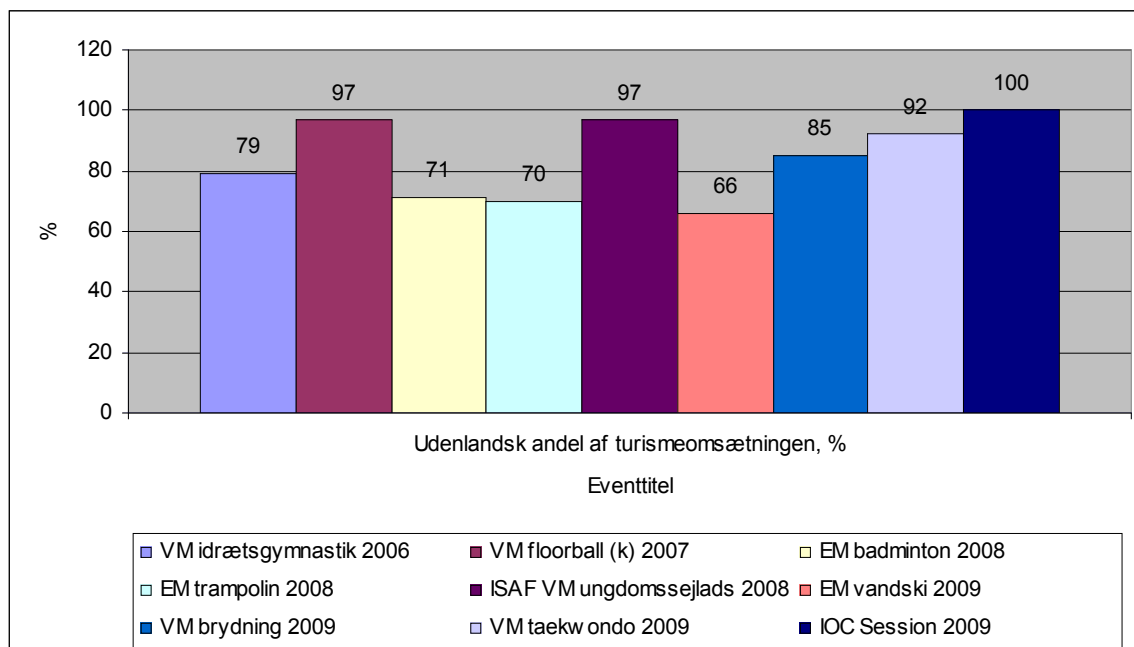




Fig. 3 viser den udenlandske andel af turismeomsætning i procent af den samlede turismeomsætning, og her ses det, at udover IOC kongressen er det VM floorball (k) i Frederikshavn i 2007 og ISAF VM ungdomssejlads i Århus 2008, der scorer højest på dette parameter. Lavest udenlandsk andel er der ved EM vandski 2008 i Vallensbæk.

Sættes den samlede turismeomsætning for alle 9 events, 174,2 mio. kr., ift. det samlede direkte offentlige tilskud til eventene, (der i parentes bemærket beløb sig til kr. 63,3 mio.) får vi en gennemsnitlig ROI på 2,75 på tværs af eventene.

Tabel 2 viser for hver af de 9 events, hvilken aktørgruppe der tegner sig for den største andel af den samlede turismeomsætning.

**Tabel 2. Oversigt over de(n) aktørgrupper, der tegner sig for den største andel af turismeomsætningen<sup>3</sup>**

Event	Aktørgruppe	Andel (%) af TO
VM idrætsgymnastik 2006	Tilskuere	53%
VM floorball (k) 2007	Deltagere	66%
EM badminton 2008	Deltagere	Ikke målt
EM trampolin 2008	Deltagere	55%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Deltagere	56%
EM vandski 2009	Deltagere	62%
VM brydning 2009	Deltagere	51%
IOC kongressen 2009	Deltagere	78%
VM taekwondo 2009	Deltagere	72%

Det er bemærkelsesværdigt, at ved 8 ud af 9 af eventene tegner deltagerne sig for den største del af den samlede turismeomsætning. Kun VM idrætsgymnastik 2006 i Århus oplevede man, at tilskuernes forbrug oversteg deltagerens. Årsagen var i dette tilfælde primært den store mængde tilskuere og sekundært, at tilskuerne skabte mange overnatninger og havde et højt dags-/døgnforbrug.

## 1.2. Afledte effekter af turismeomsætningen

Via det såkaldte multiplikator kredsløb (se nærmere forklaring i bilag 3) skabes en række afledte effekter på basis af turismeomsætningen til gavn for især den offentlige sektor, dvs. stat, regioner og kommuner.

I det følgende ses, at:

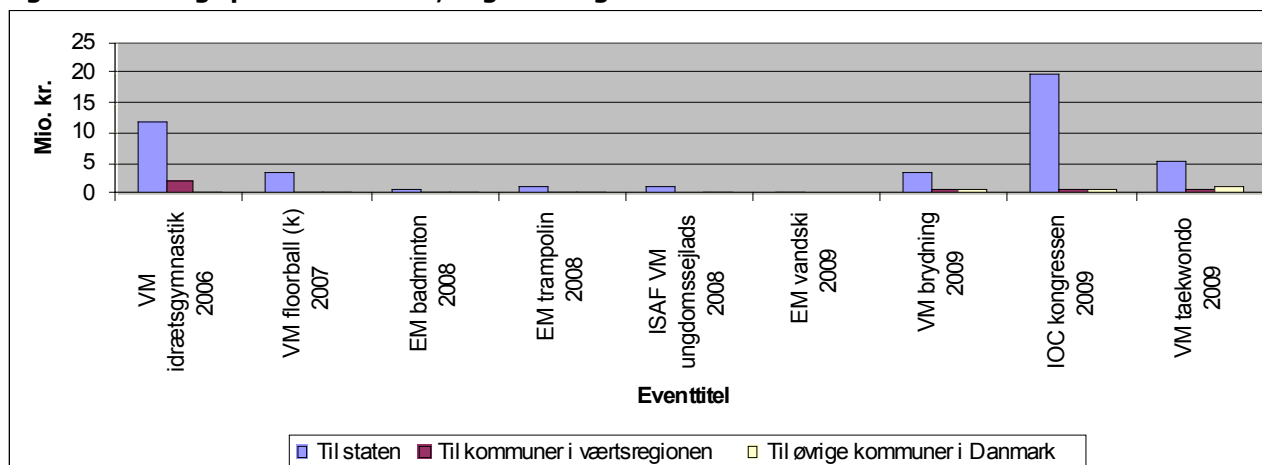
- de afledte effekter af de 9 events er ligefrem proportionale med eventenes volumen (turismeoms.)
- staten er den store vinder mht. det offentlige provenu, der skabes qua eventgæsternes forbrug
- bruttoværditilvæksten ligger på gennemsnitligt på > 50% af turismeomsætningen
- for hver 1 mio. kr. i turismeomsætning er der i gennemsnit skabt knap 1,7 årsværk.

### 1.2.1. Offentligt provenu

En af de afledte effekter er det provenu af turismeomsætningen og multiplikatorprocessen, der tilgår det offentlige i form af skat, moms og afgifter som følge af eventen.

<sup>3</sup> Deltagere = atleter/ledere (ved IOC kongressen delegerede m.fl)

**Fig. 4. Offentligt provenu til stat, regioner og kommuner**



Som det ses af fig. 4 er staten den store vinder, primært i kraft af moms og afgifter på det forbrug, eventgæsterne har ifm. deres eventophold i Danmark. Fig. 4 viser også, at der igen er stor spredning i resultaterne fra de 9 events; fra et samlet offentligt provenu på kr. 20 mio. ved IOC kongressen til 0,65 mio. kr. ved EM vandski.

**Fig. 5. Andel af offentligt provenu til staten**

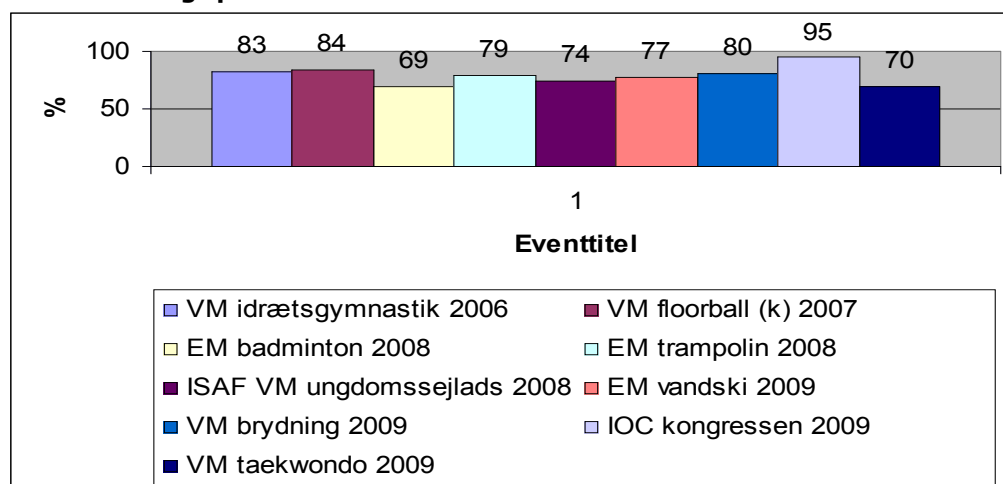


Fig. 5 viser, at statens andel af det samlede offentlige provenu ligger mellem knap 70% og 95%. Flere faktorer påvirker andelen, men primært den forbrugssammensætning, VM-gæsterne har. Om de f.eks. har brugt mange penge på afgiftstunge varer som tobak og spiritus.

### 1.2.2. Bruttoværditilvækst

En anden af de afledte effekter af turismeomsætningen og multiplikatorprocessen er bruttoværditilvæksten, der tilnærmelsesvis kan betegnes som en bruttoavance, og er det beløb, der bliver tilbage (af turismeomsætningen og multiplikator kredsløbet) til aflønning af arbejdskraft og til forrentning.

I nedenstående tabel dækker "i alt"-kolonnen værditilvæksten for værtsnationen undtagen i de tilfælde, hvor værditilvæksten er højere for værtsregionen end for værtsnationen. De tilfælde, hvor værditilvæksten har været højere for værtsregionen end for værtsnationen skyldes, at der har været rigtig mange danske (udenbys) tilskuere til den pågældende event. (For nærmere forklaring se bilag 3).

**Tabel 6. Bruttoværditilvækst til hhv. værtsnationen og værtsregionen**

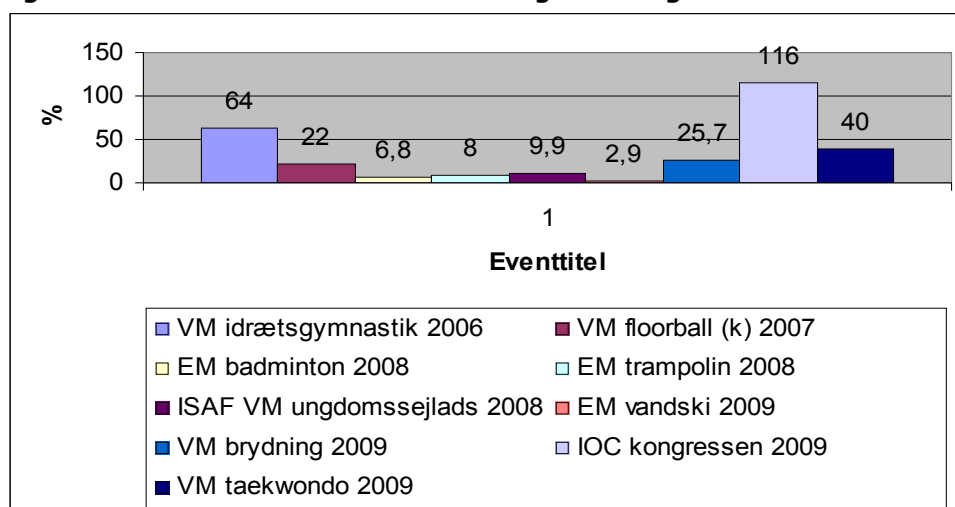
Event	Værtsnationen	Værtsregionen	Ialt
VM idrætsgymnastik 2006	25,8	20,0	25,8
VM floorball (k) 2007	7,3	5,0	7,3
EM badminton 2008	3,4	2,4	3,4
EM trampolin 2008	2,3	3,2	3,2
ISAF VM ungdomssejl 2008	2,9	2,0	2,9
EM vandski 2009	1,0	1,1	1,1
VM brydning 2009	9,4	8,7	9
IOC Session/Olympic Kongres 2009	53,0	34,0	53,0
VM taekwondo 2009	14,5	12,3	14,5
<b>Alle under ét, uvejet gennemsnit</b>	<b>119,6 mio. kr.</b>	<b>88,7 mio. kr.</b>	<b>-</b>

Det ses, at de 9 analyserede events tilsammen genererer en bruttoværditilvækst på ca. 119,6 mio. kr. til husholdningen Danmark, og at IOC kongressen klart er den event, der har skabt den højeste bruttoværditilvækst.

### 1.2.3. Årsværk

Dvs. det antal jobs (=omregnet til hele mandeår), der genereres qua turismeomsætningen og multiplikator kredsløbet. Resultatet skal tages med et gran salt, idet værtskaber af store internationale sports-events i høj grad er oppebåret af frivillig ulønnet arbejdskraft og ikke i synderligt omfang skaber "rigtige arbejdspladser" andet end i de afledte led (f.eks. i underleverandørled til det forbrug, eventgæsterne har).

**Fig. 6. Årsværk til hhv. værtsnationen og værtsregionen**



Det ses af fig. 6, at det igen er IOC kongressen, der med afledte 116 årsværk har haft den største effekt på beskæftigelsen.

Lægges årsværkene sammen på tværs af de 9 events, er der skabt 295,3 årsværk ialt.

Sammenholdes fig. 6 med den samlede turismeomsætning ved de 9 events på kr. 174,2 mio., betyder det, at hver event i gennemsnit har skabt knap 1,7 årsværk.

### 1.3. Return on Investment (ROI) nøgletal

Når vi nu sætter investeringerne i de 9 events ift. de samfundsøkonomiske gevinster, bliver det interessant at se, om der tegner sig et andet billede end det, der var tilfældet, da vi udelukkende så på gevinsterne ved værtskaberne.

Der findes forskellige måder at opgøre ROI-nøgletal på. I det følgende har vi valgt at vise resultaterne af to gængse metoder.

Den ene sætter de direkte offentlige tilskud til de 9 events ift. den *turismeomsætning*, som tilkommer husholdningen Danmark (værtsnationen), se ROI-1 tabel 4.

Den anden sætter de direkte offentlige tilskud til de 9 events ift. den *bruttoværditilvækst*, som tilkommer husholdningen Danmark (værtsnationen), se ROI-2 tabel 5.

I det følgende vil vi se, at:

- der er stor spredning mellem både ROI-1 og ROI-2 på tværs af de 9 events (mellem 0,8 og 11,97)
- at der ikke (nødvendigvis) er nogen sammenhæng mellem eventenes volumen og ROI-1 og ROI-2

**Tabel 4. ROI-1 nøgletal (turismeomsætning divideret med direkte offentlige tilskud)**

Event	ROI
VM idrætsgymnastik 2006	6,95
VM floorball (k) 2007	11,97
EM badminton 2008	1,20
EM trampolin 2008	7,20
ISAF VM ungdomssejl 2008	2,60
EM vandski 2009	2,89
VM brydning 2009*	1,41
IOC Session/Olympic Kongres 2009	2,46
VM taekwondo 2009*	2,16

\*Der skete et mindre tilbageløb af midler efter eventen til de offentlige bidragydere pga. et relativt pænt eventoverskud. Dette tilbageløb er ikke modregnet/indregnet i ROI-tallet.

**Tabel 5. ROI-2 nøgletal (bruttoværditilvækst divideret med direkte offentlige tilskud)**

Event	ROI
VM idrætsgymnastik 2006	4,37
VM floorball (k) 2007	7,89
EM badminton 2008	0,85
EM trampolin 2008	2,67
ISAF VM ungdomssejl 2008	1,40
EM vandski 2009	1,18
VM brydning 2009*	0,80
IOC Session/Olympic Kongres 2009	2,00
VM taekwondo 2009*	1,32

\*Der skete et mindre tilbageløb af midler efter eventen til de offentlige bidragydere pga. et relativt pænt eventoverskud. Dette tilbageløb er ikke modregnet/indregnet i ROI-tallet.

Ifg. tabel 4 og 5 tegner der sig nu et ganske andet billede, end da vi udelukkende kiggede på de samfundsøkonomiske gevinster ved værtskaberne.

Nu er det VM floorball (k) 2007 i Frederikshavn, der kan præsentere det største afkast af de direkte offentlige investeringer i eventen, og der er tale om meget høje ROI-tal. IOC kongressen, der - målt på volumen - før lå øverst, ligger nu noget længere nede på skalaen; især hvad angår ROI-1. EM trampolin 2009 derimod, som volumenmæssigt er en lille event, ligger nu pænt til; især hvad angår ROI-1.

Sættes den samlede turismeomsætning for alle 9 events, 179,2 mio. kr., ift. det samlede direkte offentlige tilskud til eventene, (der i parentes bemærket beløb sig til kr. 63,3 mio.) får vi en gennemsnitlig ROI på 2,75 på tværs af eventene.

Det kan af tabel 4 udledes, at der er 4 af de 9 events, som overstiger dette normtal på 2,75.

Sættes den samlede bruttoværditilvækst for alle 9 events, 119,6 mio. kr., ift. det samlede direkte offentlige tilskud til eventene, (der i parentes bemærket beløb sig til kr. 63,3 mio.) får vi en gennemsnitlig ROI på 1,89 på tværs af eventene.

Det kan af tabel 5 udledes, at der er 4 af de 9 events, som overstiger dette normtal på 1,89.

Om de beregnede ROI-1 og ROI-2 tal er gode eller dårlige, afhænger af den målsætning, arrangørerne eller andre har sat op for de 9 events.

Sædvanligvis måles effekten af værtskaber af sportsevents i Danmark ikke kun på økonomiske faktorer. Med til det samlede billede hører andre faktorer som; medieværdi, prestige, signalværdi, værtsbyprofilering, om eventen er led i en langsigtet strategi om flere eller større værtskaber samt anseelse og indflydelse i de internationale politiske organer mv.

## Øvrige effekter og målinger af de 9 analyserede events

Øvrige effekter er alle de kvalitative målinger såsom eventgæsternes evaluering af værtsregionerne, af selve eventafviklingen, deres forhåndskendskab til Danmark og danskerne og meget mere.

Kapitlet indledes med en oversigt over eventenes stamdata, f.eks. deres geografiske placering.

### 2.1. De 9 analyserede events - stamdata

Dette giver læseren et hurtigt overblik over:

- antal events fordelt på regioner
- antal eventdage fordelt på regioner
- gennemsnitligt antal eventdage pr. event fordelt på regioner

**Tabel 6. Antal events i 2006-2009, analyseret af SEDK, fordelt på regioner**

Værtsregion	Antal events	Antal eventdage	Gns. eventdage/event
Region Midtjylland	4	37	9,25
Region Hovedstaden	3	19	6,33
Region Nordjylland	1	9	9
Region Syddanmark	1	6	6
<b>I alt</b>	<b>9</b>	<b>71</b>	<b>7,89</b>

Vi har jfr. tabel 6 analyseret flest events i Region Midtjylland i perioden 2006-2009 (4) og næstflest i Region Hovedstaden (3). Til sammenligning har det samlede antal værtskaber i den pågældende periode været størst i Region Hovedstaden med 82 events.

Af tabel 6 fremgår det endvidere, at de analyserede events genererer ialt 71 eventdage, og at den gennemsnitlige eventperiode er på knap 8 dage. De analyserede events, der ligger i Region Midtjylland, er de events, der gennemsnitligt har den længste eventperiode (9,25 dage).

**Tabel 7. Eventtype, fordelt på regioner**

Værtsregion	VM	EM	Kongres
Region Midtjylland	3	1	
Region Hovedstaden	1	1	1
Region Nordjylland	1		
Region Syddanmark		1	
<b>I alt</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Hvis man sammenholder tabel 6 og 7 kan man se, at hele 3 ud af 4 events i Region Midtjylland er VMer, der er størst prestige forbundet med, især i de olympiske discipliner.

Til gengæld er den største event af dem alle, IOC kongressen, og den fandt sted i Region Hovedstaden. Når vi taler størrelse her, menes både mht. prestige, antal deltagere og pressebevågenhed.

## 2.2. Eventaktørernes forbrug

Til brug for beregningen af turismeomsætningen har vi - qua interviewundersøgelser ved de konkrete 9 events - fundet frem til et gennemsnitligt dags-/døgnforbrug for de enkelte aktørgrupper: atleter/ledere og tilskuere. Mediefolk og øvrige er ikke målt specifikt, men her har vi anvendt gennemsnitstal fra tidligere undersøgelser af sportseventværtsskaber i Danmark og fra VisitDenmarks analyseafdeling.

Da der er stor spredning i det forbrug, en dagsgæst<sup>4</sup> vs. en overnattende gæst har ifm. eventophold i Danmark, er der analyseret separat på disse to kategorier af gæster.

I det følgende ses, at:

- der er stor spredning mellem dagsgæster og overnattende gæster mht. deres forbrug i Danmark
- ved 5 ud af 9 events har de udenlandske tilskuere (dagsgæster) et højere forbrug end de danske
- ved 8 ud af 9 events har de udenlandske (overnattende) tilskuere et højere forbrug end de danske

### 2.2.1. Tilskuernes forbrug

Vi starter med at kigge nærmere på aktørgruppen tilskuere:

**Tabel 8. Dagsgæster – forbrug i kr. pr. dag i gennemsnit (vejjet) - tilskuere**

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	354	354
VM floorball (k) 2007	40	443
EM badminton 2008	275	275
EM trampolin 2008	445	568
ISAF VM ungdomssejlads 2008	154	1.317
EM vandski 2009	369	695
VM brydning 2009	660	620
IOC Session/Olympic Kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	511	497
<b>Alle under ét, uvejjet gennemsnit</b>	<b>351</b>	<b>596</b>

Forbrugstallene i tabel 8 er excl. entré, dog undtaget VM idrætsgymnastik 2006 og VM taekwondo 2009. Det samlede entréforbrug er imidlertid indeholdt i turismeomsætningen for alle eventene.

Der er, som det ses, stor spredning i dagsgæsternes gennemsnitlige forbrug. Fra kr. 40 til kr. 1.317.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> En dagsgæst kan godt have mere end ét dagsbesøg ifm. eventen, men det mest almindelige er ét

<sup>5</sup> Det er tvivlsomt, om de kr. 1.317 ved ISAF VM ungdomssejlads holder i virkeligheden. Stikprøven var lille, og har blot en enkelt eller to respondenter angivet et højt dagsforbrug, slår det ekstra stærkt igennem ved beregningen. Dette kunne se ud til at være tilfældet her.

I de fleste tilfælde har de udenlandske dagsgæster et højere forbrug end de danske, og det slår igennem i det gennemsnitlige dagsforbrug på kr. 351 (dansk) ift. kr. 596 (udenlandsk).

Men også inden for hver af de to grupperinger dansk hhv. udenlandsk er der stor spredning i forbrugstallene på tværs af de 9 events.

Hvorfor spredningen er så stor, kan der være flere forklaringer på. De oplagte er:

- om butikkerne har åbent i eventperioden, helt eller delvist
- om eventen afholdes i en storby eller ikke
- om konkurrencearenaen ligger tæt på butikker/centrum
- om der er gode transportforbindelser til butikker/centrum
- om udbuddet og kvaliteten af butikker frister
- om der benyttes dyr intern transport (taxa)
- hvordan forholdet er mellem danske kroner og fremmedvalutaen = købekraft i Danmark
- hvilken nationalitet dagsgæsten har, og/eller om vedkommende er fra Danmark eller udlandet
- om der købes dyre eller billige billetter til eventen, eller om billetten til eventen er en fribillet/foræring

**Tabel 9. Overnattende gæster\* – forbrug i kr. pr. døgn i gennemsnit (vejjet) - tilskuere**

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	881	1.258
VM floorball (k) 2007	1.385	1.108
EM badminton 2008	561	780
EM trampolin 2008	870	917
ISAF VM ungdomssejl 2008	367	669
EM vandski 2009	477	1.615
VM brydning 2009	1.036	1.265
IOC Session/Olympic Kongres 2009	-	1.750
VM taekwondo 2009	925	1.028
<b>Alle under ét, uvejjet gennemsnit</b>	<b>813</b>	<b>1.154</b>

\* uanset om de overnatter kommercielt eller ikke-kommercielt

Forbrugstallene i tabel 9 er excl. entré, dog undtaget VM idrætsgymnastik 2006 og VM taekwondo 2009. Det samlede entréforbrug er imidlertid indeholdt i turismeomsætningen.

Der er, som det ses, også her stor spredning i de overnattende gæsters gennemsnitlige forbrug. Fra kr. 367 ved ISAF VM ungdomssejls 2008 i Århus til kr. 1.750 ved IOC kongressen 2009 i København, (hvor tilskuerne dog ikke er tilskuere i gængs forstand men supportere til de 4 OL-kandidatbyer 2016 samt ledsagere til deltagerne i IOC kongressen).

I langt de fleste tilfælde har de udenlandske overnattende gæster et højere forbrug end de danske, og det slår igennem i det gennemsnitlige døgnforbrug på kr. 813 (dansk) ift. kr. 1.154 (udenlandsk). Men også inden for hver af de to grupperinger dansk hhv. udenlandsk er der stor spredning.

Hvorfor spredningen er så stor, kan der være flere forklaringer på. De oplagte er, udover de allerede nævnte under "dagsgæster – tilskuere":

- om der vælges dyr, billig eller ikke-kommerciel indkvartering
- om der foretages (kommercielle) udflugter og i hvilket omfang<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Udflugter foretages næsten kun af overnattende aktører

### 2.2.2. Deltagernes forbrug<sup>7</sup>

Nu ser vi på aktørgruppen atleter og ledere. Disse er af naturlige årsager ikke dagsgæster<sup>8</sup>, og derfor er de kun beskrevet her som overnattende gæster:

**Tabel 10. Overnattende gæster – forbrug i kr. pr. døgn i gennemsnit (vejet) – atleter/ledere**

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006*	120	993
VM floorball (k) 2007	682	972
EM badminton 2008	-	946
EM trampolin 2008	-	829
ISAF VM ungdomssejl 2008	-	783
EM vandski 2009	1.069	1.069
VM brydning 2009	996	996
IOC Session/Olympic Kongres 2009	-	5.500
VM taekwondo 2009	1.104	1.104
<b>Alle under ét, uvejet gennemsnit</b>	<b>794</b>	<b>1.466</b>

\* De 120 kr registreret her er muligvis en målefejl. Tages beløbet ud, bliver gennemsnittet kr. 963

Der er, som det ses af tabel 10, også her stor spredning i de overnattende gæsters gennemsnitlige forbrug. Fra kr. 120 ved VM idrætsgymnastik i Århus til kr. 5.500 ved IOC kongressen 2009 i København. Ved sidstnævnte event er atleter/ledere ikke atleter/ledere i gængs forstand, men derimod deltagere på IOC kongressen. Holdes IOC kongressen ude af gennemsnitsberegningen for udenlandske overnattende gæsters døgnforbrug, ender vi på 962 kr.

I de fleste tilfælde har de udenlandske overnattende gæster et højere forbrug end de danske, og det slår igennem i det gennemsnitlige dagsforbrug på kr. 794 (dansk) ift kr. 1.466 (udenlandsk)<sup>9</sup>. Men også inden for hver af de to grupperinger dansk hhv. udenlandsk er der stor spredning i forbrugstallene på tværs af de 9 events.

Hvorfor spredningen er så stor, kan der være flere forklaringer på. De oplagte er, udover de allerede nævnte under "overnattende gæster – tilskuere":

- om der er hviledage indlagt i eventperioden
- om de atleter, der er slået ud af konkurrencerne, bliver i hele eventperioden
- om de deltagende nationer er "rige" eller "fattige" (købekraft)
- om der er tale om en kongres eller en event

### 2.2.3. Sammenfatning af 2.2.1 og 2.2.2

Gennemsnitstilskueren bruger flere penge i døgnet end gennemsnitsdeltageren (bortset fra IOC kongressen), men forskellen er ikke markant (mlm. 2% og 17%, højest for udenlandske aktører).

Der er stor spredning i eventgæsternes forbrug, så stor at man ikke kan tale om en gennemsnitseventgæst og dennes dags-/døgnforbrug.

### 2.3. Aktørernes demografi

Vi vil nu se på, hvordan alders- og kønsfordelingen er blandt tilskuerne ved eventene. Der er ikke analyseret på øvrige aktørgrupper (deltagere/ledere, mediefolk m.fl.).

<sup>7</sup> oftest atleter/ledere fra deltagernationerne

<sup>8</sup> Kun i meget sjældne tilfælde, ved éndagevents

<sup>9</sup> Den store forskel skyldes dog til dels det faktum, at der ikke foreligger tal på danske IOC kongresdeltagere



### 2.3.1 Tilskueres demografi

Hvem er så den typiske tilskuer til de 9 events ud fra en demografisk synsvinkel? Dette giver tabel 11 et overblik over.

Tabel 11 viser kun det køn hhv. den aldersgruppe, der er mest fremherskende ved hver af de 9 events. Aldersgrupperne er: 15-24 år, 25-49 år og 50 år og opefter. I bilag 2 findes imidlertid en detaljeret oversigt over hver event mht. køns- og aldersfordelingen.

**Tabel 11. Oversigt over tilskuerdemografi (køn/aldersfordeling)**

Event	Køn (størst andel)	Aldersgruppe (størst andel)
VM idrætsgymnastik 2006	52% kvinder	28% kvinder 25-49 år
VM floorball (k) 2007	51% kvinder	35% mænd 25-49 år
EM badminton 2008	57% mænd	28% mænd 25-49 år
EM trampolin 2008	59% mænd	24% mænd 15-24 år
ISAF VM ungdomssejl 2008	67% mænd	40% mænd 25-49 år
EM vandski 2009	60% mænd	76% m/k 25-49 år
VM brydning 2009	68% mænd	48% m/k 25-49 år
IOC Session/Olympic Kongres 2009	Ikke målt	Ikke målt
VM taekwondo 2009	68% mænd	48% m/k 25-49 år

Det kan af tabel 11 konkluderes, at den typiske tilskuer er en mand i aldersgruppen 25-50 år.

Det er værd at bemærke, at demografimålingerne for hhv. VM brydning og VM taekwondo i 2009 er fuldstændig identiske, nemlig at godt 2 ud af 3 tilskuere er mænd, og at knap halvdelen af alle tilskuerne er mellem 25 og 49 år.

De eneste 2 af de 9 events, hvor kvinderne er i overtal blandt tilskuere (og kun lige akkurat) er hhv. VM idrætsgymnastik og VM floorball for kvinder. Ellers ligger mændenes andel på mellem 57% og 68%.

Jfr. bilag 2 er det således, at andelen af mænd generelt er højere blandt de udenlandske tilskuere end andelen af mænd blandt de danske tilskuere. Ved en enkelt event, nemlig EM vandski 2009, var hele 9 ud af 10 udenlandske tilskuere en mand.

### 2.4. Lokal tilskuerandel<sup>10</sup>

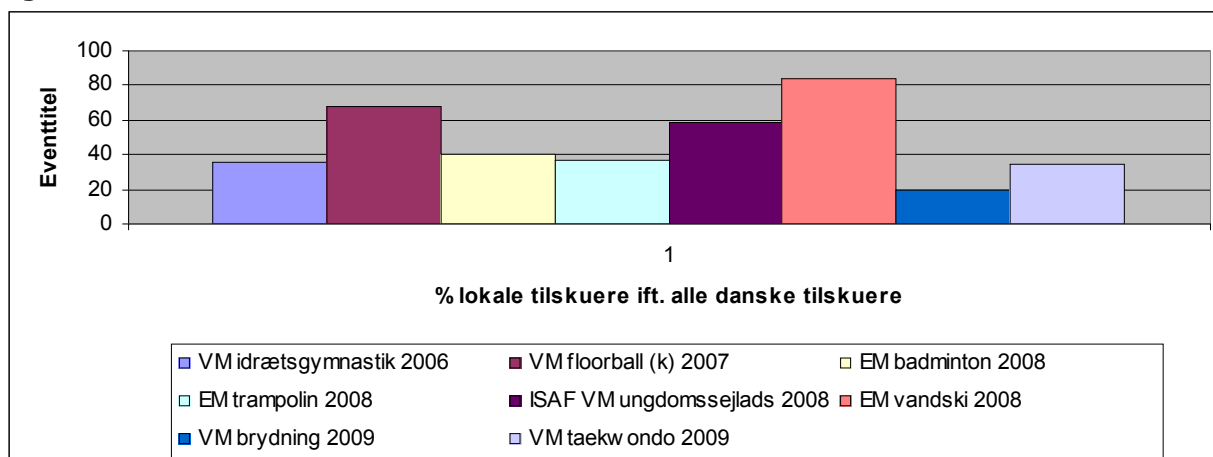
Den ideelle tilskuersammensætning repræsenterer pr. definition et skisma for værtsregionen. Fra et samfundsøkonomisk synspunkt<sup>11</sup> er det optimalt med så mange interregionale<sup>12</sup> tilskuere som muligt. Mens så mange lokale tilskuere som muligt, alt andet lige, er et udtryk for et lokalt engagement i eventen og en eksplicit opbakning til værtsregionens dispositioner (=bud på og afvikling af værtskabet).

<sup>10</sup> Snitfladen mellem lokale og ikke-lokal var til og med VM floorball 2007 værtsamtet, siden værtsby + radius 25 km

<sup>11</sup> Turismeomsætning og heraf afledte effekter

<sup>12</sup> Personer med bopæl uden for værtsregionen (=værtsbyen + en radius af 25 km)

**Fig. 7. Lokal tilskuerandel ift. samlet antal danske tilskuere**



Det fremgår af fig. 7, at der er stor spredning i andelen af lokale tilskuere. Fra blot 20% ved VM brydning 2009 til hele 84% ved EM vandski 2009. Gennemsnittet (uvejet) er godt 47%, dvs. at i gennemsnit er knap halvdelen af tilskuerne ved de 9 events fra lokalområdet.

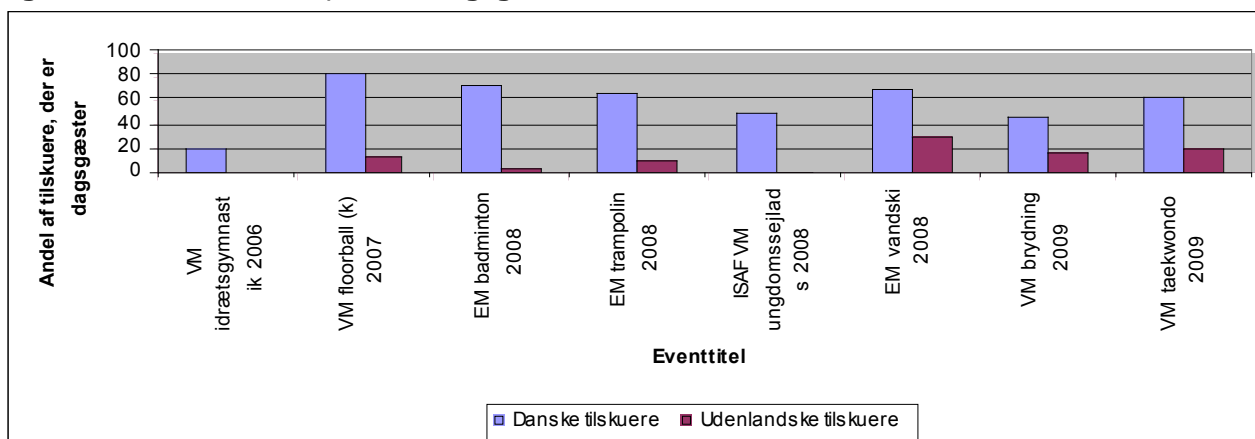
## 2.5. Aktørernes opholdslængde i værtsregionen

I det følgende vil vi se på, i hvor høj grad de 9 events tiltrækker overnattende gæster ift. dagsgæster, samt hvor lang den gennemsnitlige opholdsperiode er ift. eventperioden for de tilskuere og deltagere, der bliver mere end en enkelt dag. Med andre ord; arrangørernes evne til at få gæsterne til at blive så længe som muligt i værtsregionen.

### 2.5.1. Tilskuerens opholdslængde i værtsregionen

Først kigger vi på tilskuerne.

**Fig. 8. Andel af tilskuere, der er dagsgæster<sup>13</sup>**



Det ses af fig. 8, at der ikke overraskende er stor spredning i hhv. danske og udenlandske tilskueres opholdsmønster. Mindst halvdelen af de danske tilskuere er dagsgæster (på nær ved VM idrætsgymnastik). Dette er ikke tilfældet for de udenlandske tilskueres vedkommende ved en eneste af de 9 events.

<sup>13</sup> Dvs. ingen overnatninger har i værtsregionen ifm. eventen

Det ses endvidere, at der er flest danske dagsgæster ved VM floorball (k), nemlig 83%, og færrest ved VM idrætsgymnastik (21%).

Og, at der er flest udenlandske dagsgæster ved EM vandski (30%) og færrest ved ISAF VM ungdoms-  
sejlads (2%). Sidstnævnte formentlig fordi næsten 9 ud af 10 udenlandske tilskuere som nævnt tidligere er ledsager til en deltager i eventen.

**Tabel 12 Eventperioden ift. de overnattende tilskueres gennemsnitlige opholdsperiode<sup>14</sup>**

Event	Eventperiode, dage	Opholdsperiode, Danske	Opholdsperiode, Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	9	4,7	7,1
VM floorball (k) 2007	9	4,3	9,8
EM badminton 2008	9	2,4	5,3
EM trampolin 2008	6	2,4	5,1
ISAF VM ungdomssejlads 2008	12	6,7	8,7
EM vandski 2009	5	3,1	2,5
VM brydning 2009	7	3,4	3,9
IOC kongres 2009	9	4,0	4,0
VM taekwondo 2009	5	2,4	4,3
<b>Gennemsnit, dage</b>	<b>71 : 9 = 7,9</b>	<b>33,4 : 9 = 3,7</b>	<b>50,7 : 9 = 5,6</b>

Det ses af tabel 12, at hver udenlandsk overnattende tilskuer i gennemsnit havde flere overnatninger i værtsregionen ifm. eventene end danskerne (bortset fra ved EM vandski). Dog havde aktørerne ved IOC kongressen, danske som udenlandske, alle 4 overnatninger.

*Det er kun ved VM floorball (k), at tilskuerne (de udenlandske) blev i hele eventperioden.*

På tværs af de 9 events er det således, at den gennemsnitlige eventperiode er på 7,9 dage. De danske overnattende tilskuere er gennemsnitligt tilstede i 3,7 dage (=knap 47% af eventperioden), mens deres udenlandske pendanter er der 5,6 dage (=71% af eventperioden).

### 2.5.2. Deltagernes opholdslængde i værtsregionen

Vi kigger kun på overnattende deltagere, idet der ingen dagsgæster var ved eventene.

**Tabel 13 Eventperioden ift. de overnattende deltageres gennemsnitlige opholdsperiode<sup>15</sup>**

Event	Eventperiode, dage	Opholdsperiode, Danske	Opholdsperiode, Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006*	9	-	13,8
VM floorball (k) 2007	9	-	14,5
EM badminton 2008	9	-	5,7
EM trampolin 2008	6	-	6
ISAF VM ungdomssejlads 2008	12	-	9,9
EM vandski 2009	5	-	6
VM brydning 2009	7	-	6,3
IOC kongres 2009	9	-	4,0
VM taekwondo 2009	5	-	8,5
<b>Gennemsnit, dage</b>	<b>71 : 9 = 7,9</b>	<b>-</b>	<b>74,7 : 9 = 8,3</b>

\*incl. ferienætter

<sup>14</sup> Afrundet, én decimal

<sup>15</sup> Afrundet til én decimal

På tværs af de 9 events er det således, at den gennemsnitlige eventperiode er på 7,9 dage. De udenlandske overnattende deltagere er gennemsnitligt tilstede i 8,3 dage.

### 2.5.3. Sammenfatning af 2.5.1 og 2.5.2

Vi så i 2.2.1 og 2.2.2., at gennemsnitstilskueren bruger flere penge i døgnnet end gennemsnitsdeltageren (når bortset fra IOC kongressen). Men her i afsnit 5.2.1 og 5.2.2 ser vi, at *deltagernes gennemsnitlige opholdslængde til gengæld er noget længere end tilskuernes* (8,3 ift. 5,6 for udenlandske aktørers vedkommende).

## 2.6. Aktørernes turistadfærd

Dette giver et overblik over, i hvor høj grad aktørerne ved de 9 events "leger turist" i værtsregionen, når ikke lige de overværer konkurrencerne. Med andre ord vil vi analysere deres mobilitet. Om det er lykkedes værtsregionen (-nationen) at få lokket aktørerne væk fra stævneområdet/indkvarteringsstederne og ud på turistattraktionerne. Og i så fald, hvilke udflugtsmål/-aktiviteter har været de primære.

Vi vil også se på, om aktørerne forlænger deres eventophold ud over stævneperioden, og i så fald hvor de gør det. Der er specifikt spurgt til, om de kobler ferie på eventopholdet eller på anden vis forlænger det. Værdien i kr./øre af denne tilkobling er imidlertid ikke beregnet konsekvent i de enkelte analyser og er derfor ikke med her.

### 2.6.1. Tilskuernes forbrug af udflugter

Nedenfor ser vi andelen af tilskuere, der svarede ja til, at de vil eller allerede har foretaget udflugter i tilknytning til eventopholdet på interviewtidspunktet.

**Fig. 9 Andel af tilskuere, der svarer ja til at foretage udflugter ifm. eventbesøget**

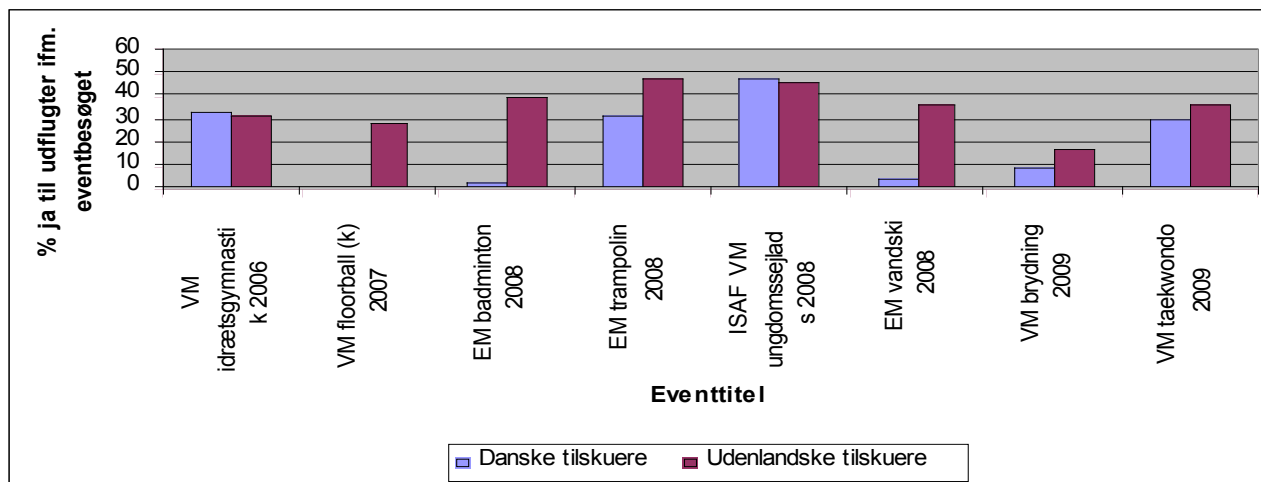


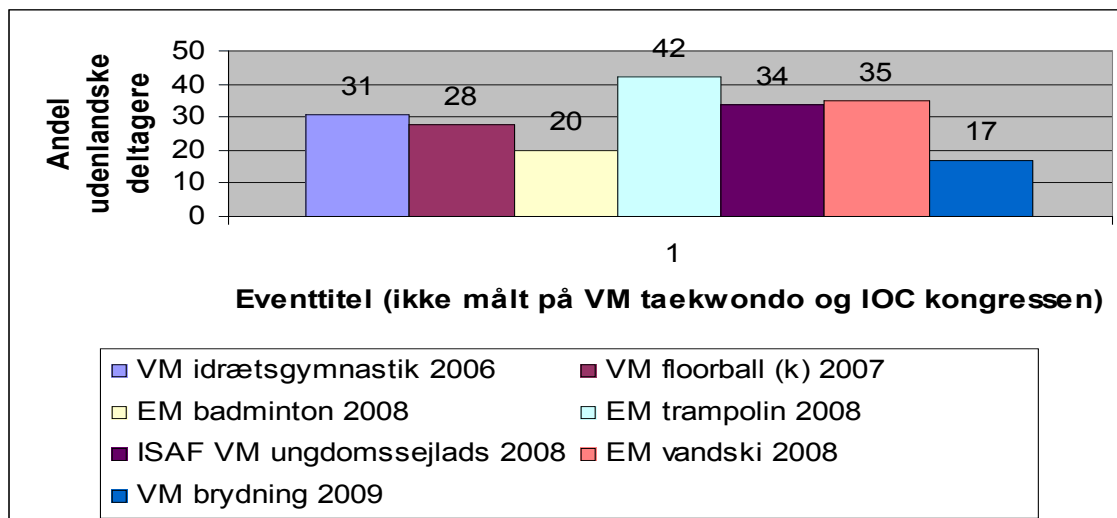
Fig 9 viser, at ud af de 8 events, der er indbefattet her, er udflugtsandelen blandt udenlandske tilskuere højere end blandt danskerne i 6 tilfælde. I de to andre tilfælde ligger udflugtsandelen for de to grupper meget tæt. Det er i nogen grad lykkedes værtsbyerne (-nationen) at få tilskuerne væk fra stævneområdet og ud på turistattraktionerne.

Højeste udflugtsandel er der blandt danske tilskuere ved ISAF VM ungdomssejler (48%) og blandt udenlandske tilskuere ved EM trampolin. (47%). Begge events fandt sted i større byer (Århus hhv. Odense) med mange og/eller kendte turistattraktioner, også uden for landets grænser.

### 2.6.2. Deltagernes forbrug af udflugter

Nedenfor ser vi andelen af deltagere, der svarede ja til, at de vil eller allerede har foretaget udflugter i tilknytning til eventopholdet.

**Fig. 10. Andel af udenlandske deltagere, der svarer ja til udflugter ifm. event-besøget**



Det ses af fig. 10, at den højeste ja-andel er blandt deltagerne ved EM trampolin (42%), hvilket også var tilfældet blandt de udenlandske tilskuere. Den laveste andel (17%) er ved VM brydning, hvilket også var tilfældet blandt de udenlandske tilskuere.

### 2.6.3. Sammenfatning af 2.6.1 og 2.6.2

Generelt er udflugtsfrekvenserne for udenlandske tilskuere lidt højere end for udenlandske deltagere, men forskellen er ikke signifikant (gns. uvejlet 30% ift. 35%). Men der er relativt stor spredning inden for hver af aktørgrupperne.

Dog er den højeste ja-andel for både deltagere og tilskuere ved EM trampolin i Odense, og her er det især H.C. Andersens Hus, der er trækplaster (ikke illustreret).

### 2.6.4. Tilskuernes primære udflugtsmål/-aktiviteter

Blandt de tilskuere, der svarede ja til udflugter, har følgende været de primære udflugtsmål/-aktiviteter.

**Tabel 14 Tilskuernes primære udflugtsmål/-aktiviteter**

Event	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
VM idrætsgymnastik 2006	Den Gamle By	Den Gamle By
VM floorball (k) 2007	-	Skagen
EM badminton 2008	-	Herning Museum
EM trampolin 2008	Shopping	Shopping
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Den Gamle By	Den Gamle By
EM vandski 2009	Tivoli	Tivoli
VM brydning 2009	Shopping	Vesterhavet
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	København, shopping	København, museer

Det fremgår af tabel 14, at ved Århus-eventene er det Den Gamle By, der tiltrækker flest tilskuere (med Aros på 2. pladsen), og at shopping er den mest udbredte disciplin ved 3 af eventene.

Blandt de udenlandske tilskuere er det værd at bemærke, at de ved VM floorball i Frederikshavn og ved VM brydning i Herning nævner naturrigdomme og turistmagneter som Skagen og Vesterhavet.

### 2.6.5. Deltagernes primære udflugtsmål/-aktiviteter

Som for tilskuernes vedkommende hvad angår udflugtsmål og turistaktiviteter (shopping). Men ellers er den overvejende fritidsbeskæftigelse for deltageres vedkommende; afslapning og træning.

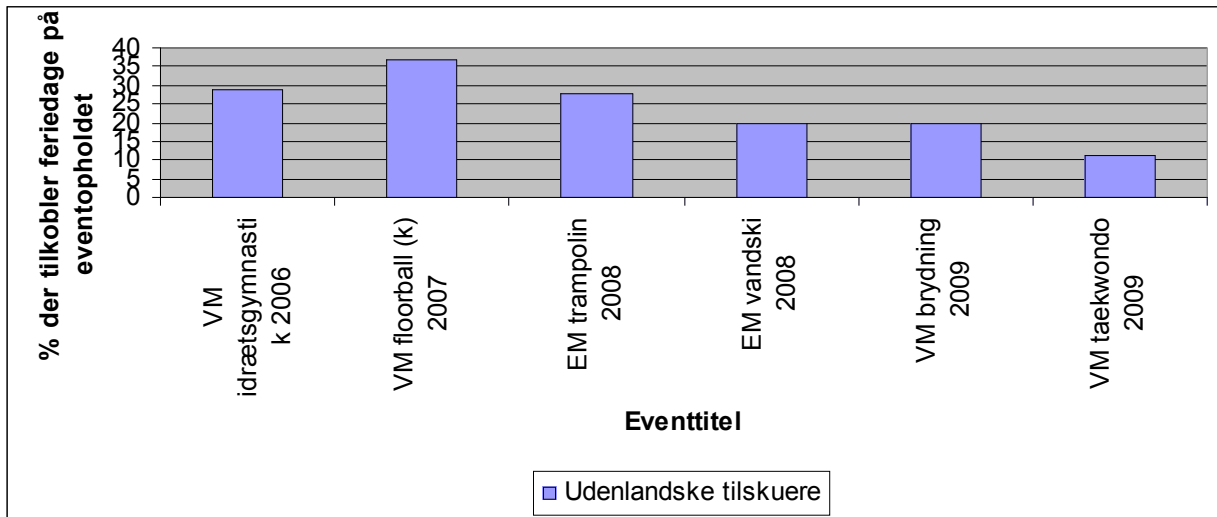
### 2.6.6. Sammenfatning af 2.6.4 og 2.6.5.

Både tilskuere og deltagere går efter de store og kendte turistattraktioner, men shopper også i rigt mål. Især tilskuerne.

### 2.6.7. Udenlandske tilskueres tilkobling af ferie på eventopholdet

Der er specifikt spurgt til, om de udenlandske tilskuere kobler ferie på eventopholdet eller på anden vis forlænger det. Værdien i kr./øre af denne tilkobling er ikke beregnet konsekvent i analyserne og er derfor ikke med her.

**Fig. 11. Udenlandske tilskueres tilkobling af ferie på eventopholdet** (kun målt ved 6 af de 9 events)

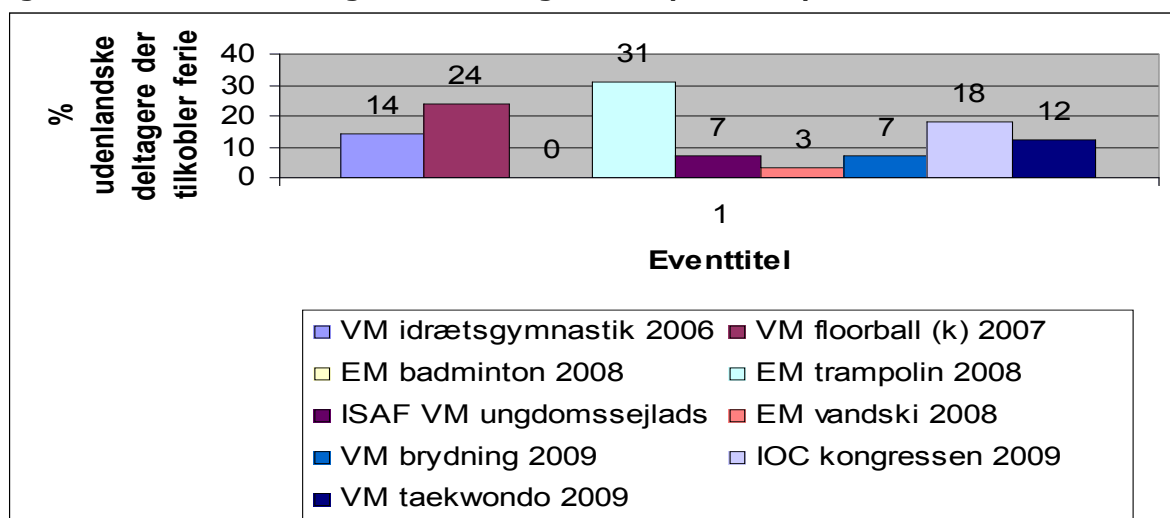


Flest udenlandske tilskuere koblede jfr. fig. 11 ferie på deres eventophold ved VM floorball (k) i Frederikshavn, som det fremgår af ovennævnte, nemlig 37%, og færrest ved VM taekwondo 2009 i Ballerup (11%). Den hyppigste feriedestination i de 6 events er København.

### 2.6.8. Udenlandske deltageres tilkobling af ferie på eventopholdet

Der er specifikt spurgt til, om de kobler ferie på eventopholdet eller på anden vis forlænger det. Værdien i kr./øre af denne tilkobling er ikke beregnet.

**Fig. 12 Udenlandske deltageres tilkobling af ferie på eventopholdet**



Det ses af fig. 12, at andelen af udenlandske deltagere, der tilkobler ferie ligger mellem 0 og 31%, højest ved EM trampolin 2008 i Odense. Dette hænger meget godt sammen med, at også andelen af både udenlandske deltagere og tilskuere, der koblede udflugter på eventopholdet, var højest ved EM trampolin.

### 2.6.9. Sammenfatning af 2.6.7. og 2.6.8.

Der er relativt set markant flere tilskuere end deltagere, der tilkobler ferie på eventopholdet (uvejet gns. ca. 24% ift. ca. 13%).

## 2.7. Aktørernes primære indkvartering

Fra et omsætningsmæssigt synspunkt er kommercielle<sup>16</sup> overnatninger det mest interessante, og her især hotelovernatninger.

### 2.7.1. Tilskuernes primære indkvartering

Nedenfor vises den indkvarteringsform for tilskuerne, der er mest anvendt ved eventene.

**Tabel 15. Tilskuernes primære indkvarteringsform**

Event	Primær indkvartering	% danske tilskuere	Primær indkvartering	% udenlandske tilskuere
VM idrætsgymnastik 2006	Venner og familie	46%	Hotel	47%
VM floorball (k) 2007	Ikke registreret	do.	Hotel	65%
EM badminton 2008	Venner og familie	33%	Hotel	60%
EM trampolin 2008	Hotel	64%	Hotel	90%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Egen båd	64%	Hotel	75%
EM vandski 2009	Ikke registreret	do.	Hotel	50%
VM brydning 2009	Lejet campingvogn <sup>17</sup>	22%	Hotel	33%
IOC kongres 2009	Hotel	100%	Hotel	100%
VM taekwondo 2009	Hotel	30%	Hotel	62%

Tabel 15 viser, at ved alle 9 events er hotel den primære indkvarteringsform blandt de udenlandske tilskuere, mens billedet er mere blandet for danske tilskueres vedkommende.

Ved 3 af de 9 events, nemlig VM idrætsgymnastik, EM badminton og ISAF VM ungdomssejlads er det således, at ikke-kommercielle overnatningsformer dominerer for danske tilskueres vedkommende.

### 2.7.2. Deltagernes primære indkvartering

Deltagerne overnatter i sagens natur primært på hotel, da de som oftest indkvarteres via arrangørerne, og disse udbyder hotel som primær indkvarteringsform.

## 2.8. Tilskuernes tilknytning til og interesse for den pågældende sport

Dette får vi et billede af ved at kigge på målingerne af, om tilskuerne er ledsagere til deltagerne i den pågældende event, hvad deres primære bevæggrund(e) var til at indløse billet til eventen, om de selv dyrker eller har dyrket den pågældende sport. Men til dels også gennem hvilke kanaler/kilder de blev bekendt med eventen. Sidstnævnte behandles separat under 2.9.

Hvorvidt en event er i stand til at tiltrække mange tilskuere uden forhåndstilknytning til den pågældende sport, kan nedenstående figur 13, tabel 16 og 17 give et fingerpeg om. Vi definerer forhåndstilknytning som "andel med tilknytning til deltagere i eventen" og at de primære bevæggrunde for at indløse billet var "dyrker selv sporten" og "er i familie med deltager i eventen".

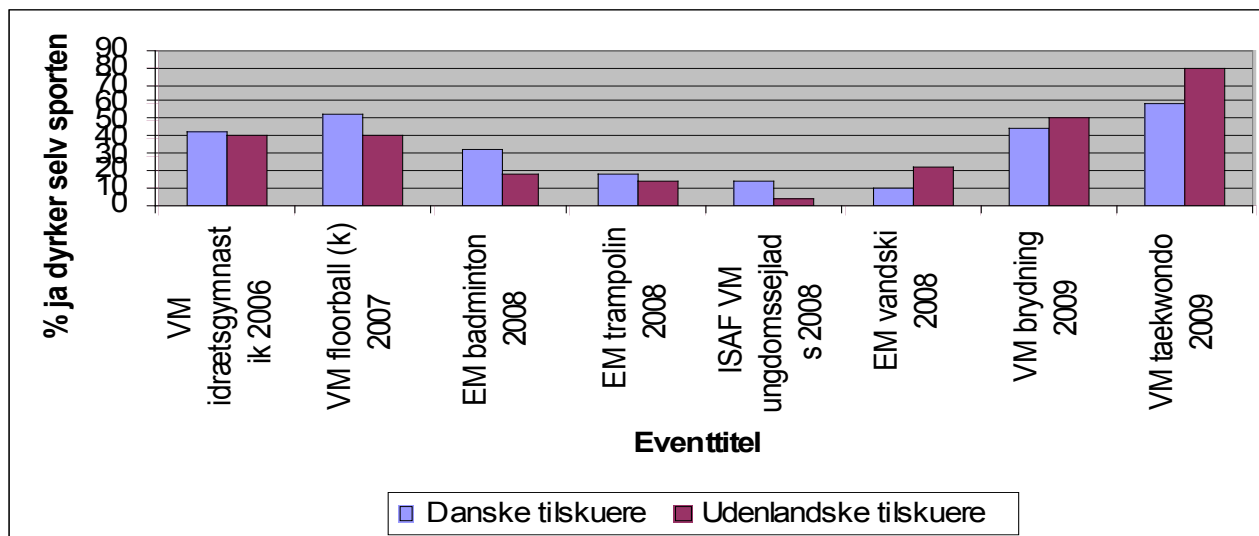
<sup>16</sup> Overnatninger der betales for modsat f.eks. indkvartering hos venner og familie

<sup>17</sup> På den dertil anlagte campingplads op ad Messecenter Herning som et prisvenligt tilbud til VM-gæsterne

### 2.8.1. Tilskuernes egendeltagelse i den pågældende sport<sup>18</sup>

I fig. 13 fremgår det, om flertallet af tilskuere til de 9 events selv dyrker den pågældende sport (eller har gjort det tidligere).

**Fig. 13. Tilskuernes egendeltagelse i den pågældende sport**



Det fremgår af figur 13, at der er klart højest egendeltagelse blandt publikum ved VM taekwondo 2009, hvor 6 ud af 10 danske tilskuere og 8 ud af 10 udenlandske dyrker sporten (eller har gjort tidligere). Set over én kam er under halvdelen af tilskuerne selv udøvere af de pågældende sportsgrene.

### 2.8.2. Tilskuernes tilknytning til deltagere i eventene

Af tabel 16 fremgår det, om tilskuerne er i familie eller omgangskreds med en eller flere deltagere i eventene.

**Tabel 16 Tilskuernes evt. tilknytning til deltagere i eventene (andel med tilknytning i %)**

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	7%	21%
VM floorball (k) 2007	26%	64%
EM badminton 2008	8%	16%
EM trampolin 2008	26%	56%
ISAF VM ungdomssejler 2008	19%	89%
EM vandski 2009	10%	36%
VM brydning 2009	45%	50%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	35%	67%

Det fremgår af tabel 16, at der er stor spredning, både på tværs af nationalitet (danske vs. udenlandske tilskuere) men også på tværs af eventene.

Størst tilknytning til en deltager ved den pågældende event er der generelt blandt de udenlandske tilskuere og i særdeleshed ved ISAF VM ungdomssejler 2008 i Århus. Dette er formentlig en naturlig konsekvens af, at eventen var for ganske unge sejlere, der i høj grad havde følgeskab af forældre.

<sup>18</sup> Kun direkte adspurgt i de to 2009-events, i øvrige events indirekte adspurgt, hvorfor ja-andelen vurderes at være højere end skitseret



Mindst tilknytning er der blandt danske tilskuere ved VM idrætsgymnastik 2006 i Århus, hvor blot 7% er ledsager til en deltager, hvilket ikke er overraskende, da eventen kun havde få danske deltagere, og disse ikke var spået nogen medaljechancer.

### 2.8.3. Tilskuernes bevæggrund(e) for at indløse billet

Af tabel 17 fremgår det, hvad der primært fik tilskuerne til at overvære eventene. Målingerne dækker også de, der fik fribilletter.

**Tabel 17 Tilskuernes primære bevæggrund(e) til at indløse billet** (ud af 5 svarmuligheder)

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	Dyrker selv gymnastik 43%	Dyrker selv gymnastik 42%
VM floorball (k) 2007	Spiller selv floorball 53%	Spiller selv floorball 41%
EM badminton 2008	Spiller selv badminton 33%	Give landsmænd opbakning 32%
EM trampolin 2008	Give danskerne opbakning 41%	Er i familie med deltager 52%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Almen interesse 31%	Er i familie med deltager 53%
EM vandski 2009	Almen interesse 41%	Almen interesse 60%
VM brydning 2009	Almen interesse 43%	Almen interesse 55%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	Almen interesse 49%	Almen interesse 44%

### Sammenfatning af 2.8.1, 2.8.2 og 2.8.3

Man kan sige, at arrangørerne ved de 9 events i nogen grad har været i stand til at tiltrække tilskuere uden naturlig tilknytning og tilhørsforhold til den pågældende sport (f.eks. fordi de selv dyrker sporten). Det er i ved de seneste events lykkedes at tiltrække tilskuere, hvis primære bevæggrund for at indløse billet er almen interesse i sporten.

### 2.9. Gennem hvilke kanaler, blev tilskuerne bekendt med eventene?

Afsnittet vil give et fingerpeg om hvilke markedsføringskanaler/-kilder, der har haft størst gennemslagskraft mht. at gøre tilskuerne bekendt med værtskabet.

Når resultaterne af bekendtskabsmålingerne i vores effektanalyser kun skal ses som et fingerpeg, er det, fordi en evt. lav registreret værdi på en eller flere kanaler/kilder *kan* skyldes, at den pågældende kanal/kilde kun har været lidt (eller slet ikke) anvendt i markedsføringen af den pågældende event.

**Fig. 18 Primære bekendtskabskanaler - Top-3 – Danske tilskuere**

Event	1	2	3
VM idrætsgymnastik 2006	Forbund/klub 26%	Venner og familie 17%	Plakater/skilte 10%
VM floorball (k) 2007	Forbund/klub 69%	Venner og familie 44%	Eventwebsite 15%
EM badminton 2008	Venner og familie 38%	Forbund/klub 36%	tv 15%
EM trampolin 2008	Forbund/klub 58%	Venner og familie 49%	Plakater/skilte 18%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Venner og familie 22%	Forbund/klub 21%	Trykte medier* 21%
EM vandski 2009	Trykte medier** 36%	Venner og familie 33%	Eventwebsite 11% <sup>19</sup>
VM brydning 2009	Forbund/klub 72%	Venner og familie 37%	Trykte medier 11%
IOC kongres 2009	-	-	-
VM taekwondo 2009	Forbund/klub 62%	Venner og familie 52%	Plakater/banner 23%

\*landsdækkende \*\* primært det husstandsomdelte A4-omslag fra Post Danmark

<sup>19</sup> Men også plakater/bannere og tv/radio scorede hver 11%. Med i de 11% for eventwebsite er Facebook (chatte med June Fladborg, den senere danske medaljevinder ved eventen)

I 5 ud af 8<sup>20</sup> tilfælde har det pågældende nationale forbund og/eller en klub under dette forbund været primær bekendtskabskilde. Det har således været igennem sportens egne rækker, at tilskuerne primært er blevet bekendt med værtskabet af den pågældende event. Dette forhold styrkes yderligere, hvis man dertil lægger bekendtskab stiftet via eventwebsitet.

På nær i to tilfælde (EM badminton og ISAF VM ungdomssejlads) har venner og familie indtaget andenpladsen. Ikke nødvendigvis fordi de deltager i eventen, men fordi de selv dyrker sporten. Der ses en tydelig sammenhæng mellem de, der er i familie med én, der dyrker den pågældende sport og den grad af bekendtskab de har stiftet qua venner og familie.

Der er ikke nogen klar vinder af tredjepladsen, men et mix af plakater/skilte/bannere.

En relativt lav andel i kolonne 1 (f.eks. ISAF VM ungdomssejlads og VM idrætsgymnastik) indikerer, at der ved den pågældende har været anvendt/observeret et bredt spektrum af markedsførings-/benedtskabskanaler.

**Tabel 19. Primære bekendtskabskanaler - Top-3 – Udenlandske tilskuere**

Event	1	2	3
VM idrætsgymnastik 2006	Forbund/klub 45%	Venner og familie 21%	Eventwebsite 11%
VM floorball (k) 2007	Forbund/klub 44%	Venner og familie 39%	Eventwebsite 6%
EM badminton 2008	Forbund/klub 70%	Venner og familie 17%	Eventwebsite 8%
EM trampolin 2008	Forbund/klub 48%	Venner og familie 34%	Eventwebsite 14%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Forbund/klub 64%	Venner og familie 21%	Eventwebsite 17%
EM vandski 2009	Venner og familie 27%	Forbund/klub 23%	Eventwebsite 18%
VM brydning 2009	Forbund/klub 66%	Venner og familie 32%	Eventwebsite 21%
IOC kongres 2009	-	-	-
VM taekwondo 2009	Forbund/klub 49%	Venner og familie 43%	Eventwebsite 26%

Også for de udenlandske tilskueres vedkommende har det pågældende nationale forbund og/eller en klub under dette forbund langt overvejende været primær bekendtskabskilden, nemlig i 7 ud af 8 tilfælde. Kun ved EM vandski var dette ikke tilfældet. Det har således været igennem sportens egne rækker, at tilskuerne primært er blevet bekendt med værtskabet af den pågældende event. Dette forhold styrkes yderligere, hvis man dertil lægger bekendtskab stiftet via eventwebsitet.

På nær i et enkelt tilfælde (EM vandski) har venner og familie indtaget andenpladsen. Ikke nødvendigvis fordi de deltager i eventen, men fordi de selv dyrker sporten. Der ses en tydelig sammenhæng mellem de, der er i familie med én, der dyrker den pågældende sport og den grad af bekendtskab de har stiftet qua venner og familie.

Ind som en klar tredjeplads finder vi det respektive eventwebsite.

### Sammenfatning af målingerne i afsnit 2.9

Man kan sige, at både danske og udenlandske tilskuere primært er blevet bekendt med den pågældende event gennem sportens egne rækker samt qua familie og venner. Men også, at især for de udenlandske tilskueres vedkommende betyder eventwebsitet en del, specielt ved de seneste 3-4 events af de 9.

<sup>20</sup> 8 og ikke 9, fordi der er ikke er målt på IOC kongressen

### 2.10. Tilskuernes tidshorisont mht. at blive bekendt med eventværtskabet

Dette giver en indikation af, hvornår tilskuerne er blevet bekendt med værtskabet. Arrangørerne kan godt have været ude med deres budskab i mere eller mindre lang tid, før det kommer til tilskuernes kendskab. (Spørgeskemaet indeholdt forhåndsdefinerede 6 tidsintervaller).

**Tabel 20 Hyppigst forekommende tidshorisont – tilskuernes kendskab til eventværtskaberne**

Event	Tidshorisont	Danske andel	Tidshorisont	Udenlandske andel
VM idrætsgymnastik 2006	7-12 mdr.	32%	7-12 mdr.	48%
VM floorball (k) 2007	>1 år inden	39%	>1 år inden	51%
EM badminton 2008*	1-3 mdr.	31%	1-3 mdr.	32%
EM trampolin 2008	>1 år inden	26%	>1 år siden	38%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008'	4-6 mdr. inden	33%	>1 år inden	47%
EM vandski 2009	1-4 uger inden	75%	1-4 uger inden	54%
VM brydning 2009	>1 år inden	54%	>1 år inden	36%
IOC kongres 2009	-	-	-	-
VM taekwondo 2009	>1 år siden	28%	>1 år inden	27%

\* retfærdigvis skal det siges, at også 31% danske tilskuere blev bekendt med eventen 1-4 uger inden eventstarten  
' den næststørste gruppe (22%) svarer >1 år inden, så der er tale om en kraftig polarisering ved denne event

Af tabel 20 fremgår det, at det generelt er blevet bekendt med eventværtskaberne i god tid. I halvdelen af tilfældene mere end 1 år i forvejen.

Til gengæld er det først lykkedes arrangørerne af EM vandski 2009 at trænge igennem med kort varsel (0-4 uger), både over for danske og udenlandske tilskuere. En forklaring kan være, at jfr. tabel 18 (top-3) og 19 (top-3) er kendskabet til eventen ikke i så udpræget grad sket gennem sportens egne rækker som for de øvrige events.

ISAF VM ungdomssejlsads 2008 skiller sig ud ved det, at kendskabet for de udenlandske tilskueres vedkommende er langt højere end de danskes (>1 år ift. 4-6 mdr.). En forklaring kan være, at de udenlandske tilskuere i høj grad var forældre til de unge deltagere, og disses absolut primære bekendtskabskanal var jfr. tabel 19 sportens egne rækker, der traditionelt set er ude i god tid med 1. bulletin om den forestående event.

### 2.11. Tilskuernes tidshorisont mht. billetkøbsbeslutning

Afsnittet indikerer, om der fortrinsvis er tale om en velovervejede købsbeslutning i god tid, eller om beslutningen om at indløse billet til eventene er resultatet af en spontan "sidsteøjeblikshandling". Afsnittet fortæller også, om der er langt i tid, fra det øjeblik en tilskuer bliver bekendt med en event, til han/hun indløser billet.

**Tabel 21. Hyppigst forekommende tidshorisont – tilskuernes billetkøbsbeslutning**

Event	Tidshorisont	Danske andel	Tidshorisont	Udenlandske andel
VM idrætsgymnastik 2006	<1 uge inden	20%	7-12 mdr. inden	25%
VM floorball (k) 2007	1-3 mdr. inden	29%	1-3 mdr. inden	33%
EM badminton 2008	<1 uge inden	26%	1-3 mdr. inden	60%
EM trampolin 2008	1-3 mdr. inden	26%	1-3 mdr. inden	28%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	<1 uge inden	53%	4-6 mdr. inden	28%
EM vandski 2009	<1 uge inden	50%	1-4 uger inden	54%
VM brydning 2009	4-6 mdr. inden	35%	4-6 mdr.	40%
IOC kongres 2009	-	-	-	-
VM taekwondo 2009	1-4 uger inden	35%	1-3 mdr. inden	26%

Sammenholdes tabel 21 med tabel 20 ses det, at der generelt går nogen tid, fra de danske tilskuere bliver bekendt med værtskabet, til de indløser billet, hvorimod de udenlandske tilskuere i højere grad køber deres billetter med det samme.

Ved ISAF VM ungdomssejlads og EM vandski skulle der ikke indløses billet forlods, men her skal tids-horisonten i tabel 21 læses som den tid, der går, inden tilskuerne beslutter at overvære eventen live.

## 2.12. Aktørernes vurdering af værtsbyerne/-regionerne

Aktørerne er blevet spurgt, hvad de synes om de pågældende værtsbyer-/regioner som værter for de 9 events.

### 2.12.1. Tilskuernes vurdering af værtsbyerne/-regionerne

Her følger en sammenfatning. Målingerne for de enkelte events findes i bilag 4.

Generelt er de danske tilskuere lidt mere tilfredse end de udenlandske tilskuere (dog temmelig meget ved ISAF VM ungdomssejlads i Århus, hvor hele 94% danske tilskuere vurderer valget af værtsby for eventen som "meget godt"/ "godt"). Men langt størstedelen af begge typer tilskuere er meget tilfredse.

Højeste tilfredshedsscore er der netop ved ISAF VM ungdomssejlads (94%) blandt de danske tilskuere. Hvorimod der er størst tilfredshed blandt de udenlandske tilskuere ved EM badminton i Herning (88%).

### 2.12.2. Deltagernes vurdering af værtsbyerne/-regionerne

Her følger en sammenfatning. Målingerne for de enkelte events findes i bilag 5.

Der er generelt stor tilfredshed blandt deltagerne med værtsbyerne. Især ved EM vandski 2008 i Vallensbæk/Region Hovedstaden, hvor hele 98% udenlandske deltagere og ledere svarer, at de synes enten meget godt eller godt om værtsregionen som vært for EMet.

Den mest beskedne opbakning blandt deltagere og ledere er der til Herning som vært for VM i brydning 2009, om end opbakningen stadig er stor. Som forklaring er afgivet svar som: for lille by, for dårlige åbningstider i butikkerne, flere hoteller ønskes. Sidstnævnte skal ses i lyset af, at visse deltagere og ledere var indkvarteret et pænt stykke fra Messecenter Herning.

Det glædelige er imidlertid, at blandt de deltagere og ledere, der havde deltaget ved tidligere års VM i brydning i hhv. Azerbajjan 2007 og Kina 2006, er tilfredsheden med Herning højere end med de to andre landes værtsbyer (Baku og Guangzhou).

## 2.13. Føler aktørerne, de fik "value for money" ved eventbesøget?

Aktørerne er blevet spurgt, om eventopholdet lever op til deres forventninger. Svarmulighederne var "ja", "nej", "både/og" og "ved ikke". Her gengives kun "ja-andelen".

### 2.13.1. Tilskuernes oplevelse af "value for money"

Som det ses af tabellen nedenfor, er der meget stor tilfredshed blandt tilskuerne med eventoplevelsen. Især blandt de udenlandske tilskuere.

**Tabel 22. Tilskuernes oplevelse af "value for money" - % ja**

Event	Danske	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	99%	92%
VM floorball (k) 2007	72%	81%
EM badminton 2008	87%	97%
EM trampolin 2008	77%	80%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	74%	80%
EM vandski 2009	85%	100%
VM brydning 2009	88%	91%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	78%	87%
<b>Gennemsnit, uvejet</b>	<b>660 : 8 = 82,5%</b>	<b>708 : 8 = 88,5%</b>

### 2.13.2. Deltagernes oplevelse af "value for money"

Ved VM taekwondo har vi undersøgt, om oplevelsen synes at hænge sammen med, om deltagerne har indfriet deres forventninger til egne sportslige præstationer. Og dette synes at være tilfældet! En skuffende præstation hænger sammen med en mere negativ vurdering af eventopholdet ift. gennemsnittet.

**Tabel 23. Deltagernes oplevelse af "value for money" - % ja**

Event	Udenlandske
VM idrætsgymnastik 2006	60%
VM floorball (k) 2007	80%
EM badminton 2008	83%
EM trampolin 2008	70%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	72%
EM vandski 2009	96%
VM brydning 2009	79%
IOC kongres 2009*	91%
VM taekwondo 2009	72%
<b>Gennemsnit uvejlet</b>	<b>703 : 9 = 78%</b>

\*Spørgsmålet blev stille en smule anderledes men er alligevel sammenligneligt

Som det ses af tabellen oven for, er der stor tilfredshed blandt deltagere og ledere med eventoplevelsen, om end oplevelsen ved VM idrætsgymnastik er noget lavere end ved de andre 8 events (60%). De 36%, der ved VM idrætsgymnastik svarer "nej" til, om de oplevede value for money, begrundet det med: life standard too expensive, ikke helt godt nok organisatorisk, relatively small and low key in comparison with other World Championships, small and not up to the standards of a World Championship.

### 2.13.3. Sammenfatning af 2.14.1 og 2.14.2

Der er ved alle 9 events en meget høj andel af tilfredshed med eventopholdet ift. forventningerne. Mellem 60% og 100% svarer ubetinget ja til, at de oplevede at de fik "value for money". "Ja-andelen" for tilskuerne ligger gennemsnitligt på ca. 85% og for deltagere på 78%.

Den høje tilfredshed er et bevis på, at selvom der er enkelte forhold ved nogle af eventene (f.eks. bespisning), som gæsterne har været behersket tilfredse med ift. andre aspekter ved eventene, har det ikke overskygget deres helhedsindtryk af det samlede eventophold.

### 2.14. Udenlandske aktørers forhåndskendskab til Danmark, danskerne og værtsregionerne og deres evt. ændrede holdning hertil efter eventbesøget

Ved de 9 events har vi spurgt de udenlandske gæster:

- om eventbesøget er deres første besøg i Danmark (=eventene som katalysator)
- i så fald, hvilke associationer de havde til Danmark og værtsregionerne forlods
- om de har ændret holdning til Danmark og danskerne efter eventbesøget
- hvad der i sin tid bragte de, der har været i Danmark før, hertil (ferierejse, forretningsrejse osv.)

#### 2.14.1. Er eventbesøget de udenlandske gæsters første besøg i Danmark?

Vi ser på, om eventene har været katalysator for gæsternes første besøg i Danmark.

**Tabel 24. Er eventbesøget de udenlandske gæsters første besøg i Danmark?**

Event	Udenlandske tilskuere	Udenlandske deltagere
VM idrætsgymnastik 2006	42%	79%
VM floorball (k) 2007	67%	68%
EM badminton 2008	29%	13%
EM trampolin 2008	53%	47%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	59%	72%
EM vandski 2009	18%	56%
VM brydning 2009	36%	61%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	50%	76%
<b>Gennemsnit, uvejet</b>	<b>354 : 8 = 44,25%</b>	<b>472 : 8 = 59%</b>

Det fremgår af tabel 24, at der er stor spredning inden for de to aktørgrupper; udenlandske tilskuere og udenlandske atleter, fra event til event. Mere end der er mellem de to aktørgrupper indbyrdes.

Ved VM idrætsgymnastik tjener eventen for knap 8 ud af 10 udenlandske deltagere som katalysator for deres første besøg i Danmark, mens det i den anden ende af skalaen kun er tilfældet for 13% af de udenlandske deltagere ved EM badminton. Formentlig fordi flere af disse spillere har deltaget i en eller flere af de årlige internationale badmintonturneringer i Danmark.

Generelt tjener eventene i højere grad som katalysator for de udenlandske deltageres første besøg i Danmark end for de udenlandske tilskuere. Dette ses af gennemsnittet på hhv. 59% og godt 44%. For knap 6 ud af 10 udenlandske deltagere tjener eventbesøget således som katalysator og for knap halvdelen af de udenlandske tilskuere er dette tilfældet.

Det er ikke overraskende, at de udenlandske deltagere i ringere grad end de udenlandske tilskuere har været i Danmark før. Alt andet lige, er deres mobilitet lavere – der er ikke tid til at rejse rundt i verden som turist, deres liv er skemalagt til mindste detalje med træning, restitution, sponsorleje osv. Og kun i et vist omfang har deres karriere tilsyneladende ført dem til Danmark tidligere for at konkurrere.

Afslutningsvis må man sige, at for cirka halvdelen af eventgæsterne gælder det, at eventene har medvirket til at åbne deres øjne for Danmark som mulig besøgsdestination, enten som ferie-, forretningsrejsende eller noget helt tredje.

#### 2.14.2. Hvilke associationer havde aktørerne til Danmark og værtsregionerne forlods?

**Tabel 25. Udenlandske tilskueres primære associationer til Danmark <sup>21</sup>**

Event	Primære association	Udenlandske tilskuere
VM idrætsgymnastik 2006	Natural beauty	17%
VM floorball (k) 2007	Relaxed atmosphere	34%
EM badminton 2008	Safe	45%
EM trampolin 2008	Expensive	42%
ISAF VM ungdomssejlads 2008	Natural beauty	37%
EM vandski 2009	Relaxed atmosphere/expensive	Hver 20%
VM brydning 2009	History	41%
IOC kongres 2009*	-	-
VM taekwondo 2009	Expensive	50%

\*ikke formuleret som forhåndskendskab til Danmark og ikke indsnævret til de, der ikke havde været i Danmark før

<sup>21</sup> De der ikke havde været i Danmark før (8-12 associationer var i spil og mere end et svar pr. respondent var mulig)

Det ses af ovenstående tabel, at der både er positive, neutrale og negative associationer blandt de primære associationer, men at de hyppigst nævnte er positive (et naturskønt, afslappet og sikkert land). På negativsiden opfattes Danmark som et dyrt land.

**Tabel 26. Udenlandske deltageres primære associationer til Danmark<sup>22</sup>**

Event	Primære association	Udenlandske deltagere
VM idrætsgymnastik 2006	Expensive	16%
VM floorball (k) 2007	Cold climate	28%
EM badminton 2008	Sport	50%
EM trampolin 2008	Safe	25%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	Cold climate	54%
EM vandski 2009	Relaxed atmosphere/expensive	Hver 56%
VM brydning 2009	Natural beauty	31%
IOC kongres 2009	Friendliness	70%
VM taekwondo 2009	Cold climate	60%

Af tabellen ovenfor ses det, at der både er positive, neutrale og negative associationer blandt de primære associationer. Herunder lige mange positive og negative.

På negativsiden opfattes Danmark som et dyrt land. På positivsiden som et naturskønt, afslappet og sikkert land. Helt i overensstemmelse med tilskuernes vurdering.

### 2.14.3 Har de udenlandske aktører, for hvem eventbesøget var første gang de stiftede bekendtskab med Danmark og danskerne, ændret holdning til os?

Tabel 27 viser, om det forhåndsindtryk de udenlandske aktører havde af Danmark og danskerne holder stik.

**Tabel 27. Ændret holdning til Danmark og danskerne blandt udenlandske gæster?**

Event	Udenlandske tilskuere	Udenlandske deltagere
VM idrætsgymnastik 2006	32%	31%
VM floorball (k) 2007	14%	32%
EM badminton 2008	11%	75%
EM trampolin 2008	65%	37%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	36%	41%
EM vandski 2009	17%	25%
VM brydning 2009	18%	9%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	14%	36%
<b>Gennemsnit, uvejet</b>	<b>207 : 8 = 25,9%</b>	<b>286 : 8 = 35,8%</b>

Der er, som det ses af tabel 27, stor spredning, især fra event til event, mere end der er mellem de to aktørgrupper udenlandske tilskuere hhv. deltagere. Fra blot 9% af de udenlandske deltagere ved VM brydning i Herning til hele 75% ved EM badminton også i Herning.

Gennemsnitligt er der flere udenlandske deltagere end tilskuere, der har ændret holdning til Danmark og danskerne. Dette har godt og vel hver tredje af dem, der ikke havde været i Danmark før eventbesøget. For de udenlandske tilskueres vedkommende er det kun godt hver fjerde.

Det kan tilføjes, at blandt de der har ændret holdning til Danmark og danskerne efter eventbesøget, er der klart flest, som har gjort det i en positiv retning. Begrundet overvejende med; more friendly, more clean. Vi kender ikke udgangspunktet men vælger alligevel at betragte det som en glædelig konstatering.

<sup>22</sup> de der ikke havde været i Danmark før (8-12 associationer var i spil og mere end et svar pr. respondent var mulig)

#### 2.14.4. Hvad bragte i sin tid de udenlandske eventgæster, der har været i Danmark før, hertil?

Vi ser, om også sportsevents havde en rolle at spille i den retning i sin tid for de udenlandske eventaktører, der havde været i Danmark før.

**Tabel 28. De udenlandske tilskueres primære årsag til første besøg i Danmark**

Event	Primær katalysator for 1. besøg	Udenlandske tilskuere
VM idrætsgymnastik 2006	Ferieturist	39%
VM floorball (k) 2007	Ferieturist	44%
EM badminton 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	44%
EM trampolin 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	37%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	50%
EM vandski 2009	Ferieturist/besøge venner og familie	Hver 25%
VM brydning 2009	Ferieturist	52%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	Ferieturist	38%

Af tabel 28 ses det, at de udenlandske tilskuere, der havde været i Danmark før, primært kom her som ferieturist og/eller for at overvære/deltage i en sportsevent.

**Tabel 29. De udenlandske deltageres primære årsag til første besøg i Danmark**

Event	Primær katalysator for 1. besøg	Udenlandske deltagere
VM idrætsgymnastik 2006	Ferieturist	39%
VM floorball (k) 2007	Overvære/deltage i en sportsevent	45%
EM badminton 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	57%
EM trampolin 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	78%
ISAF VM ungdomssejlsads 2008	Overvære/deltage i en sportsevent	40%
EM vandski 2009	Overvære/deltage i en sportsevent	61%
VM brydning 2009	Overvære/deltage i en sportsevent	54%
IOC kongres 2009	-	-
VM taekwondo 2009	Ferieturist	48%

Af tabel 29 ses det, at de udenlandske deltagere, der havde været i Danmark før, primært kom her for at overvære og/eller deltage i en sportsevent. Kun ved VM idrætsgymnastik og VM taekwondo, er det hyppigste svar "ferieturist".



# BILAG 1 - Totalpopulationer

## 1. VM idrætsgymnastik 2006 i Århus

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	38
Udenlandske deltagere og ledere	1184
Danske tilskuere, unikke hoveder*	6250
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	1600
Danske mediefolk	180
Udenlandske mediefolk	200
<b>I alt</b>	<b>9452</b>

\* incl. 3125 lokale, der ikke er med i turismeomsætningen

## 2. VM floorball (k) 2007 i Frederikshavn

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	27
Udenlandske deltagere og ledere	539
Danske tilskuere, unikke hoveder*	260
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	310
Danske mediefolk, officials mv.**	412
Udenlandske mediefolk, officials mv.	74
<b>I alt</b>	<b>1622</b>

\*heraf 177 lokale, der ikke indgår i turismeomsætningen\*\* heraf 283 lokale, der ikke indgår i beregningerne i denne rapport

## 3. EM badminton 2008 i Herning

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	72
Udenlandske deltagere og ledere	587
Danske tilskuere, unikke hoveder*	1612
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	41
Danske mediefolk	
Udenlandske mediefolk	
<b>I alt</b>	<b>2312</b>

\* heraf 40% lokale ligesom i stikprøven er ikke medregnet i turismeomsætningen

#### 4. EM trampolin 2008 i Odense

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	34
Udenlandske deltagere og ledere	658
Danske tilskuere, unikke hoveder*	2925
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	212
Danske mediefolk	20
Udenlandske mediefolk	22
<b>I alt</b>	<b>3872</b>

\* 1090 lokale tilskuere indgår ikke i turismeomsætningen

#### 5. ISAF VM ungdomssejlads 2008 i Århus

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	13
Udenlandske deltagere og ledere	322
Danske tilskuere, unikke hoveder*	100
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	175
Danske mediefolk	
Udenlandske mediefolk	
<b>I alt</b>	<b>610</b>

\* 59% lokale tilskuere heraf indgår ikke i turismeomsætningen

#### 6. EM vandski 2009 i Vallensbæk

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	20
Udenlandske deltagere og ledere	210
Danske tilskuere, unikke hoveder*	7500
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	50
Danske mediefolk	20
Udenlandske mediefolk	10
<b>I alt</b>	<b>7810</b>

\* 84% lokale tilskuere indgår ikke i turismeomsætningen

## 7. VM brydning 2009 i Herning

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	7
Udenlandske deltagere og ledere	1334
Danske tilskuere, unikke hoveder*	1094
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	1087
Danske mediefolk	50
Udenlandske mediefolk	200
<b>I alt</b>	<b>3562</b>

\*20% lokale tilskuere indgår ikke i turismeomsætningen

## 8. IOC kongressen 2009 i København

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Udenlandske delegerede, mediefolk m.fl	4.213
<b>I alt</b>	<b>4.213</b>

## 9. VM taekwondo 2009 i Ballerup

**Tabel A. – Totalpopulationer ved eventen**

<b>Aktørgruppe</b>	<b>Antal personer</b>
Danske deltagere og ledere	18
Udenlandske deltagere og ledere	1702
Danske tilskuere, unikke hoveder*	1500
Udenlandske tilskuere, unikke hoveder	1000
Danske mediefolk	65
Udenlandske mediefolk	125
<b>I alt</b>	<b>4410</b>

32% lokale tilskuere indgår ikke i turismeomsætningen

## BILAG 2 – Tilskuerdemografi

Den måling, der er mest fremtrædende i yderste højre kolonne, er markeret med **rød**.

### 1. VM idrætsgymnastik 2006 i Århus

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

Køn	Danske	Udenlandske	Ialt
Kvinder	56%	49%	52%
Mænd	44%	51%	48%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

Alder	Danske	Udenlandske	Ialt
15-24 år	17%	15%	16%
25-49 år	55%	54%	54%
50 år og opefter	28%	31%	30%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 2. VM floorball (k) 2007 i Frederikshavn

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

Køn	Danske	Udenlandske	Ialt
Kvinder	60%	45%	51%
Mænd	40%	55%	49%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

Alder	Danske	Udenlandske	Ialt
15-24 år	53%	16%	30%
25-49 år	44%	70%	60%
50 år og opefter	3%	14%	10%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### 3. EM badminton 2008 i Herning

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

Køn	Danske	Udenlandske	Ialt
Kvinder	47%	30%	43%
Mænd	53%	70%	57%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
15-24 år	30%	Ikke målt	30%
25-49 år	43%	Ikke målt	43%
50 år og opefter	27%	Ikke målt	27%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 4. EM trampolin 2008 i Odense

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

<b>Køn</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>Ialt</b>
Kvinder	38%	48%	41%
Mænd	62%	52%	59%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>Ialt</b>
15-24 år	50%	22%	41%
25-49 år	37%	39%	38%
50 år og opefter	13%	39%	21%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 5. ISAF VM ungdomssejlads 2008 i Århus

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

<b>Køn</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>Ialt</b>
Kvinder	38%	30%	33%
Mænd	62%	70%	67%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>Ialt</b>
15-24 år	6%	12%	10%
25-49 år	47%	66%	57%
50 år og opefter	47%	22%	33%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

6. EM vandski 2009 i Vallensbæk

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

<b>Køn</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
Kvinder	42%	10%	40%
Mænd	58%	90%	60%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
15-24 år	11%	0%	10%
25-49 år	44%	73%	46%
50 år og opefter	45%	27%	44%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

7. VM brydning 2009 i Herning

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

<b>Køn</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
Kvinder	35%	28%	32%
Mænd	65%	72%	68%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
15-24 år	17%	23%	19%
25-49 år	49%	46%	48%
50 år og opefter	34%	31%	33%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

8. IOC kongressen 2009 i København

Uaktuelt, ikke målt.

9. VM taekwondo 2009 i Ballerup

**Tabel A. Demografi – tilskuere - køn**

<b>Køn</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
Kvinder	32%	32%	32%
Mænd	68%	68%	68%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel B. Demografi – tilskuere - alder**

<b>Alder</b>	<b>Danske</b>	<b>Udenlandske</b>	<b>I alt</b>
15-24 år	48%	31%	39%
25-49 år	40%	62%	51%
50 år og opefter	12%	8%	10%
<b>I alt</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## BILAG 3. Teknikaliteter (modelbeskrivelse mv.)

### 3.1. Formål, introduktion, metode og afgrænsning

#### 3.1.a. Formål

Det overordnede formål med effektanalyserne er at afdække evt. forbrugs- og adfærdsmæssige mønstre, der kan bruges fremadrettet ved kommende værtskaber af større internationale sportsevents.

Mere specifikt er formålet med denne interviewundersøgelse ved eventene:

1)

*at dokumentere de kvalitative effekter af værtskabet såsom de besøgendes bedømmelse af arrangører, værtsby/-region mv.*

Spørgsmålene er centreret omkring 3 hovedsøjler:

1) *turismeadfærd*

2) *forbrugsadfærd*

3) *evaluering af værter og værtsregion.*

2)

*at dokumentere de samfundsøkonomiske gevinster for det danske samfund og i særdeleshed for værtsregionen, som skabes qua de ude fra kommende eventgæsters forbrug<sup>23</sup>, og som kan tilskrives værtskabet af eventene*

#### 3.1.b. Introduktion

Effektanalyserne er udarbejdet af Sport Event Danmark på baggrund af en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse bestående af personlige interviews foretaget af Capacent Epinion på typisk 2 konkurrencedage i stævneperioden. Interviewerne var trænet til formålet og superviseret af Sport Event Danmarks analysekonsulent, Birgitte Schultz.

Effektanalyserne kaldes også populært for en Støbbe-analyse, idet Støbbe står for: Sports Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning, analogt med VisitDenmarks Tøbbe-analyser af Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning.

Forud for denne Røde Tråd rapport er udarbejdet en tilsvarende for events op til og med 2005 i regi af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Denmark).

#### 3.1.c. Metode

Spørgeskemaet, som blev brugt til interviewtagning på dansk og engelsk af respondenterne, er udarbejdet af Sport Event Danmark på dansk og engelsk og er godkendt af arrangørerne, som har fået et par af deres egne spørgsmål med på skemaet. I enkelte tilfælde har der også været interviewet på tysk.

---

<sup>23</sup> målt som turismeomsætning. Herunder også medregnet de opholds-/forplejningsudgifter, som arrangørerne er forpligtet til at dække ifg. kontrakten



Qua personlige interviews, som Capacent foretog på vegne af Sport Event Denmark i og omkring eventarenaerne på interviewdagene, blev der udtaget en stratificeret stikprøve på mellem 149 og 414 blandt deltagere og tilskuere.

Ved stikprøven blev der taget højde for de enkelte aktørgruppers repræsentation i totalpopulationen samt nationalitet (dansk vs. udenlandsk). Hvor det ikke lykkedes ved indsamlingen at sikre denne overensstemmelse, er der taget højde for divergensen qua en simpel vægtning.

Detaljeringsgraden på målingerne er bestemt ud fra et væsentlighedskriterium og ud fra stikprøvens størrelse.

Alle svarprocenter er så høje, at svarene er at betragte som tilstrækkeligt underbyggede og repræsentative. Den tilfældige stikprøveusikkerhed er mellem 4,9% og 7,5%, dvs. at viser et resultat en andel på f.eks. 50% er den korrekte andel i totalpopulationen reelt hhv. 50% +/- 4,9% og +/- 7,5%.

De akkumulerede samfundsøkonomiske effekter er beregnet ud fra den antagelse, at de respondenter, der optræder i stikprøverne, er repræsentative for hele totalpopulationen.

Det har været Sport Event Danmark magtpåliggende, som ansvarlig for spørgekemaundersøgelsen, at undgå en overvurdering af den økonomiske effekt af eventen.

Et eksempel herpå er ifm. selve indtastningen af svarene fra spørgeskemaundersøgelsen, hvor evt. divergenser imellem svarene fra den samme respondent er indtastet ud fra laveste fællesnævner. Og hvor evt. "himmelstormere" i spørgsmålet om respondenternes dagsforbrug, er udlignet qua en vægtning af vedkommendes svar.

Efter indsamling og indtastning af de indhentede svar i en dertil indrettet database har Sport Event Danmark beregnet de samfundsøkonomiske effekter af mesterskabet qua den prognosemodel, der blev udviklet i 2007 af VisitDenmark, Wonderful Copenhagen og Sport Event Denmark, og som revideres i 2010. Se [www.sporteventdenmark.com](http://www.sporteventdenmark.com).

Beregningerne baserer sig på den regionaløkonomiske LINE-model og omfatter nøgletal som turismeomsætning, beskæftigelse, værditilvækst og provenu til det offentlige. For yderligere forklaring på modellen, se 3.2. Model og for definitioner og forklaring på nøgletallene, se 3.4.

Sport Event Danmark har endvidere behandlet alle de kvalitative data, der er leveret af Capacent, som f.eks. eventgæsternes evaluering af værtsbyen, deres forhåndskendskab til værtsregionen og til Danmark mv. ud fra databasen.

#### 3.1.d. Afgrænsning

Kun de respondenter, hvor eventen var hovedformålet med deres besøg i værtsbyen indgår i undersøgelsens samfundsøkonomiske effekter.

Ret beset kunne man argumentere for, at kun forbruget fra de aktører, som ellers *ikke* ville have overvejet værtsbyen og Danmark som mulige besøgsdestinationer skal medtages i effektanalysen.

Eller med andre ord det forbrug, som er skabt af de aktører, der formentlig alligevel ville være kommet til værtsregionen/-nationen på et andet tidspunkt, bør ikke medregnes, da der ikke er tale om ægte (læs: netto) tilførsel af kapital.

Vi har imidlertid valgt at medtage alle, da det er lige så sandsynligt (som det modsatte), at eventopholdet er et ekstra besøg i værtsregionen, der ikke erstatter et evt. andet og fremtidigt besøg i regionen og/eller i Danmark.

Det er kun de udenlandske og interregionale gæster (dvs. gæster uden for værtsbyen og en radius af 25 km), der er blevet spurgt om deres turisme-/forbrugsadfærd.

Denne af-/begrænsning er foretaget ud fra antagelsen om, at lokale gæster - også uden den pågældende event - ville have haft et lignende forbrug i værtsregionen i eventsperioden, og at det ingen mening giver at spørge til deres turismeadfærd i deres egen region.

Afgrænsningen "lokal eller ej" ift. 25 km i radius fra værtsbyen er foretaget i samråd med VisitDenmarks analyseafdeling. En radius, der også blev benyttet ifm. en tilsvarende effektmåling af Cutty Sark Tall Ship Race 2007 i Århus og ved andre VMer i Danmark i 2009.

Ud fra et nationalt synspunkt er det kun omsætningen fra *udenlandske* eventgæster, der er interessant. For interregionale (udenbys) eventgæsters vedkommende er der blot tale om en omfordeling af forbrug og ikke et merforbrug.

Der er ikke foretaget interviews med pressefolk, men ud fra oplysninger fra arrangørerne om hvor mange der var akkrediteret i hvor mange dage, har vi anslået turismeomsætningen fra denne aktørgruppe ud fra et gennemsnitligt døgnforbrug på kr. 1600 pr. pers.

Effekterne måles ift. en "ganske almindelig periode xx (dato) i xx (by); det der kaldes en 0-situation. Der er ikke foretaget modregning af fortrængningseffekter, dvs. at andre gæster i værtsbyen har måttet vige pladsen på indkvarteringsstederne for eventgæsterne.

Under normale omstændigheder ville det være rimeligt at modregne en vis fortrængning i turismeomsætningen for at finde nettoeffekten af eventen.

Spørgsmålet er, om eventgæsterne er mere interessante at huse end "almindelige turister", således at dette under alle omstændigheder retfærdiggør en fortrængning af andre gæster. Dette forsøger Sport Event Denmark at indkredse svaret på i sine løbende effektmålinger af sportseventværtsskaber i Danmark.

En sådan sammenligning kan f.eks. tage udgangspunkt i gennemsnitligt døgnforbrug, turismeadfærd, opførsel, forventet "ambassadør-effekt" (genbesøg/-afsmittende effekt på omgivelser-/presseomtale) eller andet.

Arrangørernes forbrug (=arrangementsudgifter) ifm. værtskabet indgår pr. definition ikke i LINE-beregningerne, se også 3.2. Model. Dog indgår de forplejningsudgifter, de danske arrangører er forpligtet til at dække for en række officials, da disse er en naturlig del af eventgæsternes samlede forbrug i Danmark; et nøgletal, der pr. definition bruges til beregning af turismeomsætningen, se også 3.4.

### 3.2. Model

Modelberegningerne af de samfundsøkonomiske effekter bygger på den regionale samfundsøkonomiske input-output model, LINE, som drives i fællesskab af VisitDenmark, Erhvervsfremmestyrelsen, Arbejdsmarkedsstyrelsen og de regionale vækstfora.<sup>24</sup>

LINE-modellen er ydermere en efterspørgselsorienteret ligevægtsmodel, som forudsætter, at der er ubegrænset ledig arbejdskraft til at tilfredsstille en øget efterspørgsel efter varer og tjenesteydelser.

Denne antagelse kan måske nok anfægtes med Danmarks forholdsvis høje beskæftigelsesniveau. På den anden side vil en del af den skabte merbeskæftigelse bestå af allerede ansatte, der påtager sig ekstraarbejde samt frivillig ulønnet arbejdskraft.

LINE-modellen inkluderer de umiddelbare regionaløkonomiske sammenhænge af en begivenhedsskabt omsætning tilført en værtsregion.

Dette vil i praksis sige, at modellen håndterer det faktum, at en øget økonomisk aktivitet i en region som f.eks. en sportsevent har en afsmittende effekt på andre regioner gennem underleverancer af varer, tjenesteydelser og arbejdskraft. I hvor stort omfang effekten forbliver i værtsregionen, afhænger derfor af værtsregionens selvforsyningsevne.

Der medregnes både direkte, indirekte og afledte (inducerede) effekter af eventturisternes forbrug, da disse indgår i den benyttede makroøkonomiske model LINE i et økonomisk kredsløb, kaldet en multiplikatorproces, kickstartet af eventgæsternes forbrug, beregnet som turismeomsætning.

Med direkte effekter menes forbrug i f.eks. hotel- og restaurationsbranchen, og med indirekte effekter menes forbrug skabt i f.eks. underleverandørled.

Med afledte (inducerede) effekter menes f.eks. øget forbrug blandt de personer, som kommer i beskæftigelse (eller på overarbejde) pga. eventen og derved øger deres personrealindkomst med hvad deraf følger, alt andet lige, af øget forbrug og afsmittende virkning videre i det økonomiske kredsløb.

Disse afledte effekter er et resultat af multiplikatorprocessen.

Generelt gælder det ifg. LINE, at de direkte effekter skønsmæssigt udgør 2/3 af de samlede afledte effekter, f.eks. værditilvækst og beskæftigelse, medens de indirekte og inducerede effekter udgør den resterende 1/3.

I modellen ligger implicit, at for en begivenhedsskabt turismeomsætning fra indenlandske deltagere, er de afledte effekter for nationen omtrent nul, mens der vil være en positiv effekt for værts- og forsyningsregionerne. Årsagen hertil er den tidligere nævnte omfordeling, der finder sted, når vi taler indenlandsk forbrug.

Beregningerne på basis af modellen vil som følge heraf ofte vise et højere regionalt afkast mht. værditilvækst og årsværk.

---

<sup>24</sup> VisitDenmark benytter LINE-modellen til sine beregninger af turismen i Danmark, og indberetninger heraf indgår i Danmarks betalingsbalance.

Arrangørernes forbrug i værtsregionen (=arrangementsudgifter) ifm. værtskabet indgår som nævnt ikke i LINE-beregningerne. Dog undtaget eventuelle "hospitality expenses", hvor arrangørerne har en forpligtelse til at betale for kost og/eller logi for (visse) eventgæster.

Årsagen til at arrangementsudgifterne ikke indgår i LINE-beregningerne er den, at modellen ikke tager højde for den struktur, disse udgifter har.

Beskæftigelseeffekten bygger i modellen på forholdet mellem omsætning og beskæftigelse i de brancher, der direkte og indirekte nyder godt af den begivenhedsskabte omsætning (heraf behovet for at opdele forbruget på komponenter i spørgeskemaet).

Modellen antager, at ca. 50% af beskæftigelseeffekten kan henføres til arbejdsløse og/eller kontanthjælpsmodtagere, der i kraft af begivenheden kommer i arbejde, medens de resterende 50% i virkeligheden skyldes allerede beskæftigede, der påtager sig ekstra arbejde/overarbejde.

Evt. besparelser på det offentlige husholdningsregnskab, nationalt og/eller regionalt-/lokalt, ved at ledige og/eller kontanthjælpsmodtagere overgår til egen forsørgelse, er imidlertid ikke medregnet i LINE-kredsløbet, fordi usikkerheden er for stor. Ikke mindst fordi events som internationale sportsevents et langt stykke ad vejen drives af frivillig, ulønnet arbejdskraft.

Provenueffekten betegner de bidrag til stat og kommune, som afledes af den begivenhedsskabte turismeomsætning i form af moms og afgifter fra omsætningen af varer og tjenesteydelser, selskabsskatter fra virksomhederne og indkomstskatter (stat, kirke, kommuneskat) fra de beskæftigede. Provenuerne til kommunerne er bruttoberegninger, hvor der ikke er taget højde for den kommunale udligning<sup>25</sup>

Modellen medregner ikke langsigtede eller dynamiske effekter af en øget økonomisk aktivitet i et område.

*Bemærk* at det ikke er hensigtsmæssigt at sammenligne denne events afledte samfundsøkonomiske effekter (f.eks. offentligt provenu) med resultaterne fra events tilbage i 1998-2001, som Sport Event Danmark (dengang Idrætsfonden Danmark) har målt på. Årsagen er, at f.eks. skatteprovenu til stat, amt og kommuner i de tidligste beregninger baserede sig på en anden model, nemlig den makro-økonomiske AIDA-model.

### **3.3. Interviewundersøgelsens delelementer**

Effektanalyserne indbefatter både bløde og hårde data og er opdelt på hhv. "atleter-/ledere" og "tilskuere", idet der er spørgsmål, som i sagens natur ikke er relevante for atleter/ledere (og vice versa). F.eks. "hvordan blev du bekendt med eventen?".

#### Hårde data

1. Turismeomsætning
2. Værditilvækst
3. Beskæftigelse
4. Provenu til det offentlige Danmark (stat hhv. kommuner/-region)
5. Døgnforbrug fordelt på aktørgrupper (tilskuere, atleter/ledere)
6. De enkelte aktørgruppers andel af turismeomsætningen
7. Udenlandsk vs. dansk turismeomsætning

---

<sup>25</sup> For Hovedstadskommuner kan udligningen for en vækst i udskrivningsgrundlaget være 85%, mens den i øvrige kommuner for Hovedstadskommuner kan være 58 %.

Det er imidlertid ikke kun de samfundsøkonomiske effekter af et værtskab, der er værdifulde at måle, men også holdnings- og adfærdsværdier. Dette gælder ikke mindst set fra arrangørernes og fra værtsregionens side, idet de herved får en platform for fremtidig forbedring-/styrkelse-/optimering af deres events-/turismeindsats.

Målingerne af de bløde værdier er i nærværende rapport opdelt på de 2 hovedgrupper; atleter-/ledere og tilskuere, hhv. danske og udenlandske.

Formålet er at afdække evt. forbrugs- og adfærdsmæssige mønstre, der i givet fald kan bruges fremadrettet ved kommende værtskaber af større internationale sports-events.

#### Bløde data

Holdningsspørgsmål, rejsegruppens størrelse, beslutningshorisont mht. deltagelse i eventen, evaluering af arrangører og værtsregionen mv.

*Bemærk at de kvalitative målinger tillader respondenterne at afgive mere end ét svar, dvs. at der er tale om en vis dobbeltdækning, således at procentsatserne summer op til > 100%.*

### **3.4. Definitioner af samfundsøkonomiske nøgletal**

#### **Turismeomsætning=**

Udenbys og udenlandske eventgæsters forbrug ifm. eventen

#### **Offentligt provenu=**

Det beløb, der fortrinsvis tilkommer staten i form af moms og afgifter (=afledte effekter af turismeomsætning + multiplikator, se nedenfor).

Øvrige offentlige provenu tilkommer værtskommunen samt andre kommuner i Danmark. Sidstnævnte primært pga. deres rolle som underleverandør til værtskommunen, men også fordi der i værtskommunen vil være ansatte pendlere, der optjener gage i værtskommunen, men betaler skat i den kommune, hvor de har bopæl.

#### **Multiplikatorprocess=**

En given omsætning i det direkte led medfører afledte effekter hos underleverandører og merbeskæftigelse i både dette led og heraf afledte led, der igen giver højere skatteindtægter qua øget forbrug. Se også "Årsværk".

Direkte led er f.eks. hotelsektoren, indirekte led er underleverandører hertil og afledte led er følgerne af den merbeskæftigelse, der skabes ved, at de beskæftigede i de direkte og indirekte led får flere penge imellem hænderne, som de sender en vis del af i omløb til forbrug, der igen i afledte led f.eks. detailhandlen skaber ny eller merbeskæftigelse.

#### **Årsværk=**

Merbeskæftigelsen (omregnet til hele mandeår) som følge af eventen, både i direkte, indirekte og afledte led.

#### **Bruttoværditilvækst=**

Det beløb, der bliver tilbage af turismeomsætningen, når råvarer til produktion af de forbrugte varer og ydelser er fratrukket. Værditilvæksten er således en slags bruttodækningsbidrag til brug for forrentning og aflønning af arbejdskraft.

Angives som regel som en andel af turismeomsætningen, og denne andel kan varieres alt efter hvor arbejdsintensivt forbruget har været. Er forbruget mere arbejdsintensivt end produktkrævende, vil det afspejles positivt i bruttoværditilvæksten.

### **ROI=**

En måde at beregne afkast af den direkte investering på. Her: de offentlige investeringer (både kontante tilskud og naturalier, f.eks. udlån af tribuner); investeringer som er foretaget på flere niveauer. Dels på nationalt qua Sport Event Denmark og dels regionalt/lokalt qua værtsbyens/-kommunens tilskud (og evt. værtsregionens).

Der er imidlertid stadig, trods denne sondring mellem national og regional investering i eventen mange beregningsmuligheder mht. Return on Investment (ROI).

Man kan vælge at se investeringerne ift. det offentlige afkast, ift. værditilvæksten og ift. turismeomsætningen. Der er ingen rigtig eller forkert måde at anskue det på. Sport Event Denmark vil derfor lade det være op til læseren. Hvad der er vigtigt, er imidlertid, at hvis man sammenligner med ROI-tal fra andre events (eller investeringer i det hele taget), skal sammenligningsgrundlaget være ens.

## BILAG 4. Tilskuernes evaluering af værtsregionerne

### VM idrætsgymnastik 2006 i Århus

Ikke målt – der er kun målt på tilfredshed med selve stævnearenaen.

Tabel 1. VM floorball (k) 2007 i Frederikshavn

Vurdering	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Meget godt	46%	22%
Godt	33%	51%
Middel	16%	16%
Mindre godt	2%	5%
Ved ikke	3%	6%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabel 2. EM badminton 2008 i Herning

Vurdering	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Meget godt	45%	32%
Godt	38%	56%
Middel	2%	6%
Mindre godt	1%	0%
Ved ikke	14%	6%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabel 3. EM trampolin 2008 i Odense

Vurdering	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Meget godt	53%	47%
Godt	34%	38%
Middel	8%	9%
Mindre godt	3%	3%
Ved ikke	2%	3%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabel 4. ISAF VM ungdomssejlad 2008 i Århus

Vurdering	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Meget godt	66%	41%
Godt	28%	37%
Middel	2%	20%
Mindre godt	2%	0%
Ved ikke	2%	2%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabel 5. EM vandski 2009 i Vallensbæk/København

Vurdering	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Meget godt	57%	64%
Godt	28%	18%
Middel	3%	0%
Mindre godt	1%	9%
Ved ikke	11%	9%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Tabel 6. VM brydning 2009 i Herning**

<b>Vurdering</b>	<b>Danske tilskuere</b>	<b>Udenlandske tilskuere</b>
Meget godt	41%	35%
Godt	40%	36%
Middel	4%	15%
Mindre godt	2%	4%
Ved ikke	13%	10%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**IOC kongressen 2009 i København**

Ikke målt så specifikt – der er derimod målt på tilfredshed med København som attraktiv destination målt på befolkningens venlighed, offentlige transportmidler mv.

**Tabel 7. VM taekwondo 2009 i Ballerup/København**

<b>Vurdering</b>	<b>Danske tilskuere</b>	<b>Udenlandske tilskuere</b>
Meget godt	22%	21%
Godt	58%	50%
Middel	8%	20%
Mindre godt	1%	2%
Ved ikke	11%	7%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



## BILAG 5. Deltagernes evaluering af værtsregionerne

### VM idrætsgymnastik 2006 i Århus

Ikke målt – der er kun målt på tilfredshed med selve stævnearenaen.

**Tabel 1. VM floorball (k) 2007 i Frederikshavn**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	34%
Godt	42%
Middel	16%
Mindre godt	2%
Ved ikke	6%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**Tabel 2. EM badminton 2008 i Herning**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	27%
Godt	57%
Middel	3%
Mindre godt	0%
Ved ikke	13%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**Tabel 3. EM trampolin 2008 i Odense**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	40%
Godt	36%
Middel	13%
Mindre godt	0%
Ved ikke	11%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4. ISAF VM ungdomssejlad 2008 i Århus**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	31%
Godt	47%
Middel	17%
Mindre godt	4%
Ved ikke	1%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**Tabel 5. EM vandski 2009 i Vallensbæk/København**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	59%
Godt	39%
Middel	0%
Mindre godt	0%
Ved ikke	2%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**Tabel 6. VM brydning 2009 i Herning**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	31%
Godt	42%
Middel	12%
Mindre godt	11%
Ved ikke	4%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

**2.13.3.8 IOC kongressen 2009 i København**

Ikke målt så specifikt - der er derimod målt på tilfredshed med København som attraktiv destination målt på befolkningens venlighed, offentlige transportmidler mv.

**Tabel 7. VM taekwondo 2009 i Ballerup/København**

<b>Vurdering</b>	<b>Udenlandske deltagere</b>
Meget godt	28%
Godt	49%
Middel	16%
Mindre godt	4%
Ved ikke	3%
<b>Sum</b>	<b>100%</b>

SPORT EVENT DENMARK

*Hosting Winners*



Idraettens Hus  
Broendby Stadion 20  
DK-2605 Broendby  
T: +45 4326 2100  
F: +45 4326 2125  
sporteventdenmark.com  
info@sporteventdenmark.com