



SPORT EVENT DENMARK

Hosting Winners



EFFEKT MÅLING

Challenge Copenhagen 2010

Søndag d. 15. august i København

INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord	1
Deltagerne i eventen	2
Finansieringen af eventen	2
Formål.....	2
Indhold.....	3
Overordnet resumé	4
<u>1. Befolkningsundersøgelsen</u>	
Forord.	7
Resultater	7
Konklusion og perspektivering	8
<u>2. Deltagerundersøgelsen</u>	
Forord.	11
Resumé	11
Resultater – kvalitative	12
Konklusion og perspektivering	16
Resultater – kvantitative	19
Konklusion og perspektivering	20
<u>3. Tilskuerundersøgelsen</u>	
Forord.	22
Resumé	22
Resultater – kvalitative	24
Konklusion og perspektivering	28
Resultater – kvantitative	30
Konklusion og perspektivering	32
<u>BILAGSAFSNIT</u>	
Bilag 1 – Teknikaliteter (metode mv.).....	33
Bilag 2 – Stikprøve vs. totalpopulation.....	38
Bilag 3 – Krydstabuleringer - befolkningsundersøgelsen.....	40
Bilag 4 – Befolkningsundersøgelse: kvalitative resultater i grafisk form.....	44
Bilag 5 – Befolkningsundersøgelse: uddybning af kvalitative resultater	49
Bilag 6 – Krydstabuleringer – deltagerundersøgelsen.....	55
Bilag 7 – Deltagerundersøgelse: kvalitative resultater i grafisk form.....	62
Bilag 8 – Deltagerundersøgelse: uddybning af kvalitative resultater	73
Bilag 9 – Krydstabuleringer – tilskuerundersøgelsen	82
Bilag 10 – Tilskuerundersøgelse: kvalitative resultater i grafisk form	104
Bilag 11– Tilskuerundersøgelse: uddybning af kvalitative resultater	132



Foto: Challenge Copenhagen 2010 – Målstregen ved Christiansborg Slotsplads i sigte

FORORD

Challenge Copenhagen er en triatlonkonkurrence på Ironman-distancen. Den blev for første gang gennemført i København søndag d. 15. august 2010. Eventen er planlagt som en årligt tilbagevendende begivenhed.

Ud over selve Challenge Copenhagen 2010 om søndagen bød eventprogrammet på en lang række sideaktiviteter, der var med til at fylde København med triatlonstemning i 4-5 dage.

Denne rapport er en effektmåling af begivenheden set gennem deltagere, tilskuere og beboere i eventområdet. Formålet er at dokumentere de samfundsøkonomiske og kvalitative effekter forbundet med værtskabet af Challenge Copenhagen 2010 til brug for arrangørerne selv i for-

bindelse med næste års Challenge Copenhagen, men også til brug for andre kommende eventarrangører.

Ud over at give deltagerne i Challenge Copenhagen 2010 en god oplevelse har det ligget arrangørerne, YWC Sport, på sinde – qua værtskabet - at skabe opmærksomhed og hype om-

kring triatlonsporten¹ og Challenge Copenhagen. Vel at mærke på en så skånsom måde som muligt for lokalbefolkningen, så de ikke oplevede, at eventen greb for radikalt ind i deres hverdag den givne søndag i august.²

Sport Event Denmark's nærværende rapport vil belyse, i hvilken grad denne målsætning er lykkedes.

DELTAGERNE I EVENTEN

Af de 1.589 tilmeldte triatler, stillede 1.473 (=93%) til start søndag d. 15. august kl. 7 en mild sommermorgen på Amager Strand efter et gevaldigt regnskyl dagen og aftenen forinden³. Efter svømmeturen begav deltagerne sig ud på cykelruterundstrækningen i Nordsjælland, der bl.a. gik over Geels Bakke i Holte, for at slutte af med en maraton i Københavns gader med opløb på Christiansborg Slotsplads.

De 1.473 deltagere havde i gennemsnit følgeskab af 4,23 ledsagere⁴ hver til København.

FINANSIERINGEN AF EVENTEN

Sport Event Denmark bidrog med et samlet tilskud på kr. 700.000 og en underskudsgaranti på kr. 200.000 (der dog ikke blev brugt for).

Københavns Kommune/WoCo støttede eventen med kr. 500.000 samt praktisk assistance, og Region Hovedstaden bidrog med kr. 1 mio.

Det samlede offentlige tilskud til eventen androg således i alt 2,2 mio. kr. svarende til knap 28% af eventbudgettet på ca. 8 mio. kr.

EFFEKTMÅLINGENS FORMÅL

Overordnet er formålet som nævnt at dokumentere de samfundsøkonomiske og kvalitative effekter forbundet med værtskabet af Challenge Copenhagen 2010.

Mere konkret at afdække:

- hvem er den typiske tilskuer/deltager ved Challenge Copenhagen?⁵
- hvilke kanaler/kilder havde størst gennemslagskraft mht. at gøre deltagere og tilskuere bekendt med værtskabet
- hvornår traf deltagere og tilskuere beslutning om hhv. at deltage i eventen og overvære den?
- forhåndskendskabet til København og danskerne samt gæsternes evt. ændrede holdning efter eventbesøget
- deltagernes tilfredshed med eventafviklingen og med værtsregionen
- deltagernes erfaring med triatlon og lyst til at deltage igen
- om tilskuerne er blevet mere interesseret i/fascineret af triatlon efter eventen?

¹ Triatlon er en lille sport i Danmark. Dansk Triatlon Forbund har kun godt 2.000 registrerede medlemmer

² F.eks. var ruten i København afspærret med diverse trafikomlægninger til følge, men dette var annonceret i god tid

³ 1.368 gennemførte (=93%)

⁴ Ledsagere, der ikke selv deltog i eventen

⁵ målt på en række parametre såsom køn, bopæl, opholdslængde, transportform til/fra København mv.?

- hvordan de borgere, der bor i lokalområdet, stiller sig til værtskabet af Challenge Copenhagen 2010 og til værtskaber i København i det hele taget samt hvilke andre værtskaber i 2010 i København de erindrer
- mv.

EFFEKTMÅLINGENS INDHOLD

Rapporten består af tre overordnede dele;

1)

En telefoninterviewundersøgelse blandt 504 repræsentativt udvalgte københavnere⁶ umiddelbart efter eventen i dagene 16., 17. og 18. august 2010

2)

En online deltagerundersøgelse i uge 33 af de 1.473 deltagere i eventen. Ca. 2 ud af 3 besvarede skemaet (984).

3)

En interviewundersøgelse med 351 repræsentativt udvalgte tilskuere langs ruten søndag d. 15. august 2010 i København

Ad 1:

Befolkningsundersøgelsen blandt københavnere bestod i, at respondenterne skulle besvare et spørgeskema med 10 kvalitative spørgsmål, der ikke kun omhandler Challenge Copenhagen 2010, men også respondenternes generelle holdning til værtskaber i København/Danmark.

Ad 2:

Deltagerundersøgelsen omfatter både en kvantitativ del i form af en beregning af de samfundsøkonomiske effekter ved eventen, baseret på deltagernes forbrug, og en kvalitativ analyse af deltagernes evaluering af eventafviklingen, værtsbyen København mv.

Sport Event Denmark har foretaget diverse krydstabuleringer, f.eks. data isoleret på triatlondebutanternes holdning til dette og hint samt danske vs. udenlandske deltagernes evaluering af eventen mv.

Ad 3:

Tilskuerundersøgelsen indeholder både en kvantitativ del i form af en beregning af de samfundsøkonomiske effekter af værtskabet på baggrund af Sport Event Danmarks skøn over tilskuernes forbrug⁷ i værtsregionen ifm. eventbesøget og en kvalitativ analyse af tilskuernes evaluering af eventafviklingen, værtsbyen København mv.

Sport Event Denmark har med Capacent Epinions mellemkomst foretaget diverse krydstabuleringer. F.eks. om der er køns- og aldersspecifikke forskelle på svarene samt forskelle på tilskuernes holdninger alt efter, om de selv dyrker sporten mv.

⁶ Fokus på postnumrene <2000, da disse var mest berørt af afspærringer mv. Der er enkelte fra postnr. >2100<3000 imellem ved en fejltagelse fra Epinions side

⁷ Kun de gæster, der har bopæl udenfor værtsregionen (=København og en radius af 25 km)

OVERORDNET RESUMÉ

Kvalitative effekter

På trods af at det var første gang, arrangørerne af Challenge Copenhagen 2010, YWC Sport, stod bag en så stor triatlonbegivenhed, kom de succesrigt ud af det både økonomisk og afviklingsmæssigt.

Blandt såvel lokale borgere, tilskuere som deltagere (med ledsagere) i eventen var der kolossal stor tilfredshed med eventafviklingen og med valget af København som værtsby. Langt størstedelen erklærer, at de vil støtte op omkring Challenge Copenhagen igen i 2011, enten ved at deltage i eventen eller ved at overvære den. Dette gælder især de danske tilskuere, deltager og ledsagere.

I lokalbefolkningen var der endvidere stort kendskab til eventen. 3 ud af 4 havde hørt om den på interviewtidspunktet i ugen efter, og på trods af at der var en del afspærring forbundet med afviklingen af eventen, mærkede 82% ikke noget hertil.

Opbakningen i lokalbefolkningen til værtskaber af kongresser, sports- og kulturbegivenheder i København er overvældende. 80% er positivt stemt. Hertil kommer, at 81% mener, at sports-eventværtskaber skal støttes med offentlige midler i et eller andet omfang.

Næsten 2 ud af 3 tilskuere tilkendegiver, at deres interesse for/fascination af triatlon har ændret sig i positiv retning efter Challenge Copenhagen 2010.

Endvidere kan events som Challenge Copenhagen 2010 være med til at ændre billedet af København og danskerne fra at være et hyggeligt og afslappet sted/folkefærd til også at være en kosmopolitisk destination befolket af kosmopolitiske mennesker, hvilket vi ser i nærværende tilskuerundersøgelse (men også i deltagerundersøgelsen).

Der er således et stort potentiale for at udvikle sporten og selve Challenge Copenhagen samt for at påvirke gæsternes indtryk af København som besøgsdestination.

For sponsorer af sporten og eventen er der ligeledes positive resultater. Der er generelt – især blandt danskerne og især blandt deltagerne – et højt kendskab til en eller flere eventsponsorer. Desuden er deltagersegmentet kendetegnet ved at være økonomisk velstillede, højtuddannede, fuldtidsbeskæftigede mennesker i deres "bedste alder".

Kvantitative effekter

Den samfundsøkonomiske beregning dækker alle andre eventgæster end de, der bor i lokalområdet⁸ til daglig og er opdelt på følgende underpunkter:

- samfundsøkonomiske direkte effekter
- samfundsøkonomiske afledte effekter
- gennemsnitlige dags-/døgnforbrugstal
- Return on Investment (ROI). Afkast af den direkte offentlige eventstøtte

⁸ Værtsbyen + en radius af 25 km

Tabel 1. – Samfundsøkonomiske direkte effekter – deltagere/ledsagere og tilskuere

Turismeomsætning (TO)	Kr. 30,1 mio.
Overnatninger/dagsbesøg i alt ⁹	55.804
Gns. dags-/døgnforbrug pr. pers.	539 kr.

Den udenlandske turismeomsætning udgør 8,1 mio. kr. af den samlede turismeomsætning på 30,1 mio. kr., dvs. 27%. Dette er en moderat andel udenlandsk turismeomsætning ift. de sportsevents, Sport Event Denmark tidligere har analyseret på.

Fortrængningseffekten er på den anden side beskeden, idet så mange eventgæster overnatter enten hjemme og/eller ikke-kommercielt. Derved fortrænger de ikke andre gæster på indkvarteringsstederne, hvis forbrug husholdningen Danmark går glip af. Dette er således et positivt aspekt af eventen.

Karakteristisk for begivenheden er:

1. at der er en relativt stor andel lokale københavnere blandt deltagerne
2. at en stor andel af deltagerne/ledsagerne overnatter i eget hjem ifm. eventen
3. at en stor andel af deltagerne/deres ledsagere overnatter ikke-kommercielt¹⁰
4. at der er mange danske tilskuere og relativt få udenlandske
5. at der er mange lokale tilskuere
6. at der er mange dagsgæster blandt tilskuere, dvs ikke overnatter i regionen ifm. eventen
7. at der er mange tilskuere, der overnatter ikke-kommercielt, typisk hos venner og familie

Tabel 2. Samfundsøkonomiske afledte effekter af turismeomsætningen

Snitflade/effekt	Off. Provenu	Beskæftigelse	Værditilvækst
National effekt			5,7 mio. kr.
Regional effekt			16,4 mio. kr.
I alt offentligt provenu	4 mio. kr. ¹¹		
Heraf til staten	2,2 mio. kr.		
Heraf til værtsregionen ¹²	1,2 mio. kr.		
Heraf til kommuner i DK	0,6 mio. kr.		
National		15,5 årsværk	
Regional		47,3 årsværk	

⁹ Både kommercielle og ikke-kommercielle, men ikke overnatninger i eget hjem, og både dagsgæster og overnattende

¹⁰ Primært hos venner og familie

¹¹ De 4 mio. kr. er offentligt provenu set fra et regionalt synspunkt. Fra et nationalt synspunkt genereres kun 2,8 mio. kr., afledt af kun den *udenlandske* turismeomsætning

¹² Summen af kommunale provenuer inden for regionen

Som et afledt resultat af turismeomsætningen i tabel, tilkommer der jfr. tabel 2 staten 55% af det samlede offentlige provenu på værtsregionalt plan på 4 mio. kr., og knap 79% af det samlede offentlige provenu på nationalt plan (2,8 mio. kr.).

For yderligere forklaring, se bilag 1 Teknikaliteter.

Tabel 3. Døgnforbrug og akkumuleret forbrug fordelt på aktørgrupper

Aktørgrupper	Dags-/døgnforbrug pr. pers.	I alt turismeomsætning (kr./%)
Danske tilskuere	400 kr.	14.260.280 kr. (47%)
Udenlandske tilskuere	600 kr.	1.330.272 kr. (4%)
Danske deltagere/ledsagere	392 kr./810 kr. ¹³	7.672.326 kr. (25%)
Udenlandske deltagere/ledsagere	392 kr./810 kr. ¹⁴	6.786.036 kr. (24%)
I alt kr.		30,1 mio. kr. (100%)

Det ses af tabel 3, at gennemsnitsforbruget pr. tilskuer, deltager og ledsager er relativt beskedent, primært fordi så stor en del af aktørerne overnattede hjemme eller privat hos venner og familie.

Af tabel 3 fremgår det endvidere, at eventen omsætningsmæssigt er drevet nogenlunde lige meget af hhv. deltagere/ledsagere og tilskuere.

Den største enkeltgruppe er danske tilskuere, som tegner sig for 47% af den samlede turismeomsætning på 30,1 mio. kr. Primært fordi der var så mange af dem.

Tabel 4. Return on Investment (ROI) – Afkast af den direkte offentlige eventstøtte

Return on Investment (ROI)	Faktor
ROI-1	11,57
ROI-2	3,68
ROI-3	3,14
ROI-4	1,82
ROI-5	13,68
ROI-6	8,14
ROI-7	7,45

Det ses af tabel 4, at de direkte offentlige tilskud til eventen, alt efter hvilken synsvinkel man anlægger, i bedste fald kommer 13,68 gange igen og i værste fald 1,82 gange. De direkte offentlige tilskud indeholder både naturalier, hvis værdi er estimeret, og kontante tilskud.

For nærmere forklaring på de udregninger, der ligger til grund for ovennævnte ROI-tal henvises til bilag 1 Teknikaliteter.

Sport Event Denmark har foretaget lignende målinger ved andre store internationale sports-events i Danmark og ift. de seneste, nemlig VM brydning 2009 i Herning, VM taekwondo 2009 i Ballerup og VM banecykling 2010 ligeledes i Ballerup, er ROI-tallene for Challenge 2010 højere.

For konklusion og perspektivering henvises til de 3 delundersøgelser.

¹³ Dagsgæster 392 kr., overnattende 810 kr.

¹⁴ Dagsgæster 392 kr., overnattende 810 kr.

KAPITEL 1: BEFOLKNINGSUNDERSØGELSE

FORORD

Det har på den ene side ligget YWC Sport på sinde at skabe opmærksomhed og hype omkring triatlonsporten¹⁵ og om denne store triatlonevent, men på den anden side at gøre det på en så skånsom måde som muligt for ikke at gribe alt for forstyrrende ind i københavnernes hverdagsrytme. Med dette for øje har YWC Sport ønsket at få målt i hvor høj grad denne (måske) modsatrettede målsætning er lykkedes.

RESULTATER

Københavnernes kendskab til eventen

Der er en høj grad af kendskab til Challenge Copenhagen 2010 blandt københavnernes, idet 3 ud af 4 svarer ja til, at de har hørt om eventen.

Københavnernes oplevelse af evt. trafikale gener

De trafikale gener, afspærringen omkring triatloneventen gav københavnernes, har ikke i væsentlig grad genereret dem. 82% mærkede ingen gener. Kun 4% svarede "ja, og det i en uacceptabel grad". Øvrige svarede, at de ganske vist oplevede trafikale gener, men ikke noget alvorligt, og kun hvad man kunne forvente.

Hvad er københavnernes forhold til Challenge Copenhagen 2010?

Godt halvdelen, 51%, har ikke noget forhold til eventen. Ingen af respondenterne har selv deltaget i den, men 14% kender en deltager, og 16% har været tilskuer til eventen. De resterende 19% har været seer/lytter (tv/radio).

Hvad synes københavnernes overordnet set om Challenge Copenhagen 2010?

Blandt 7 forhåndsdefinerede svarmuligheder, var der flest (36%), der mente, at eventen skabte liv og stemning i byen. Men også at den virkede velorganiseret (27%) og som et stort arrangement (19%).

Kun 4% mente, at det greb forstyrrende ind i deres hverdag, og de var hellere eventen foruden. 19% havde ingen holdning til det, og 23% mærkede slet ikke til eventen.

Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,35 svar.

Har værtskabet af Challenge Copenhagen ændret københavnernes interesse for triatlon?

Flest svarer nej (83%), mens 16% svarer "ja, i positiv forstand" og kun 1% svarer "ja, i negativ forstand".

Københavnernes holdning til værtskaber af internationale topmøder og kongresser

86% af københavnernes er på en skala fra helt uenig til helt enig, helt enige i, at det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde internationale topmøder og kongresser. Kun 3% er helt uenige.

Københavnernes holdning til værtskaber af store internationale sportsbegivenheder

81%% af københavnernes er på en skala fra helt uenig til helt enig, helt enige i, at det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store internationale sportsbegivenheder. Kun 6% er helt uenige.

¹⁵ Triatlon er en lille sport i Danmark. Dansk Triatlon Forbund har kun godt 2.000 registrerede medlemmer

Københavnernes holdning til værtskaber af store internationale kulturbegivenheder

89% af københavnere er på en skala fra helt uenig til helt enig, helt enige i, at det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store internationale kulturbegivenheder. Kun 2% er helt uenige.

Københavnernes holdning til byens medfinansiering af store internationale sportsevents

Kun 14% af københavnere mener, at store internationale sportsbegivenheder må klare sig selv.

Københavnernes evt. kendskab til andre store sportsbegivenheder i København i 2010

Over halvdelen af københavnere, 53%, svarer ja til, at de besidder et sådan kendskab. Flest nævner Copenhagen Marathon.

Krydstabuleringen af resultaterne findes i bilagafsnittet. Her følger imidlertid en oversigt over de væsentligste set fra Sport Event Danmarks side. Ingen af dem er imidlertid signifikante:

- mændene har i højere grad end kvinderne et forhold og en holdning til Challenge Copenhagen (førstnævnte udtrykt ved, at de f.eks. følger eventen som tilskuer/i tv mv.)
- kvinderne mener i højere grad end mændene, at arrangørerne af sportsevents må klare sig uden støtte fra det offentlige
- de unge (15-24 år) har ikke i samme grad som øvrige noget forhold til og/eller nogen holdning til Challenge Copenhagen og kan heller ikke i samme grad nævne andre store sportsevents i København i 2010
- opbakningen til events i København (og øvrige Danmark) samt kendskabet til andre store sportsevents er største i højindkomstgruppen >700.000<900.000 kr. pr. år.
- tilslutningen til at Københavns Kommune skal støtte store internationale sportsevents uden forbehold er størst i lav¹⁶- og højindkomstgruppen.

KONKLUSION/PERSPEKTIVERING - Befolkningsundersøgelse

Konklusion - Kendskab

En af arrangørernes målsætninger var at skabe kendskab til triatlonsporten og til Challenge Copenhagen.

Det ser ud til, at arrangørernes bestræbelser i den retning er lykkedes overordentligt fint, især i betragtning af sportens beskedne udbredelse i Danmark. *Der er et overraskende stort kendskab til Challenge Copenhagen 2010 blandt de 504 respondenter i undersøgelsen. Knap 3 ud af 4 har hørt om eventen.*

Det høje kendskab er givetvis hjulpet på vej af en stor personlig promovningsindsats fra et par af de danske verdensklassetriatleter, bl.a. Thorbjørn Sindballe¹⁷.

¹⁶ <300.000 kr. pr. år.

¹⁷ der imidlertid har måttet indstillet sin fine karriere pga. hjerteproblemer, men som nu arbejder bag linjerne på at promovere trisporten

Danmark har altid haft tradition for verdensklassetriatleter, der har kunnet begå sig til de internationale mesterskaber, World Cups etc., og flere af disse triatleter har i deres netværk fungeret som ambassadører for Challenge Copenhagen 2010, også via de sociale medier.

Det er især lykkedes at skabe kendskab til eventen blandt københavnere >45 år med gode indkomster.

Blandt de, der ikke havde hørt om eventen før, er de lave indkomstgrupper <300.000 kr./år overrepræsenteret, lige som aldersgruppen <25 år er det.

Konklusion - holdning/stemning/opbakning til og interesse for eventen og triatlonsporten

Det var endvidere arrangørernes målsætning at skabe en positiv stemning og hype omkring eventen på en så skånsom måde som muligt for lokalbefolkningen.

Generelt er målsætningen omkring positiv stemning og øget interesse for eventen samt for triatlonsporten lykkedes godt. Det er ligeledes lykkedes at gøre det på en sådan måde, at langt størstedelen af lokalbefolkningen ikke oplevede nogen gener forbundet med afspærringen af triatlonruten.

I det hele taget hviler der en ånd over undersøgelsesresultaterne af "det kan godt være, at en del af os ikke har noget forhold til og/eller mærkede til eventen, men vi støtter den alligevel!".

Målsætningen om at skabe en holdning til eventen, positiv stemning og hype er især lykkedes blandt mænd (og især blandt mænd(>45 år) i København.

Dels er der i dette segment flest, der mener, at Challenge Copenhagen virkede som et stort og velorganiseret arrangement. Dels er det de >45 årige mænd, der i størst omfang var tilskuer til eventen (måske fordi mændene i højere grad end kvinderne kendte en, der deltog).

Sidst men ikke mindst er det mænd over én kam, der i højere grad end kvinder mener, at eventen skabte liv og stemning i byen.

Det er værd at bemærke, at selvom der var flest blandt dem med lav indkomst, som kendte en deltager i Challenge Copenhagen, var der relativt færre af dem end i øvrige indkomstgrupper, der var tilskuer ved eventen. Her var de underrepræsenteret. Men samtidig er der bemærkelsesværdigt mange i denne indkomstgruppe, hvis interesse for triatlon har ændret sig i positiv forstand (hele 43% svarer dette).

Interessen for triatlon er således styrket mest blandt københavnere i den lave indkomstgruppe <100.000 kr./år og blandt de 25-35 årige mænd.

Konklusion - opbakning og kendskab til værtskaber af store events i København¹⁸

Sport Event Denmark benyttede lejligheden til at stille respondenterne en række spørgsmål om værtskaber i København og i øvrige Danmark i det hele taget. Spørgsmål som for størstedelens vedkommende ligeledes blev stillet københavnerne ifm. værtskabet af IOC Session og Olympic Congress i København i 2009.

Generelt viser resultaterne, at der er stor opbakning til værtskaber i København¹⁹. Også når det kommer til medfinansiering fra Københavns Kommune. Endvidere, har over halvdelen af københavnerne kendskab til andre sportseventværtskaber i København i 2010.

¹⁸ Og øvrige Danmark

¹⁹ Og øvrige Danmark

Netop mht. finansieringen af store internationale sportsevents som Challenge Copenhagen i København og Københavns Kommunes rolle heri, er der (overraskende) stor opbakning til dette. Godt 8 ud af 10 københavnere mener, at kommunen skal støtte disse events, i et eller andet omfang. 35% svarer "ja, helt bestemt", uden forbehold, og her er der er polarisering i svarene, når man kigger på indkomstforhold, idet det er dem med hhv. lav og høj indkomst, der er positive uden forbehold. Kvinderne er de mest skeptiske.

Opbakningen til værtskaber af events er så stor, at mellem 81% og 89% af københavnere mener, at det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store sports-, kultur- og møde-/kongrevents. Opbakningen er størst blandt dem med høje indkomster og lavest blandt de unge <25 år.

De unges mindre udtalte opbakning til værtskaber smitter imidlertid ikke af på deres holdning til medfinansiering fra Københavns kommune, idet de unge i højere grad end øvrige alderssegmenter mener, at store sportsbegivenheder skal støttes økonomisk med offentlige midler. Det samme gør sig gældende for indkomstgruppen 300.000-500.000 kr./år.

Opbakningen til sportseventområdet ligger noget over den opbakning, der blev udtalt ifm. en tilsvarende måling ved den tidligere nævnte Olympiske kongres i København i 2009 (81% ift. 70%).

På trods af, at kvinderne er mere ligeglade med Challenge Copenhagen end mændene, og på trods af, at de i højere grad end mændene mener, at store internationale sportsevents må klare sig uden støtte fra Københavns Kommune, er det bemærkelsesværdigt, at de i samme omfang som mændene er i stand til at nævne andre store sportsbegivenheder i København i 2010. Det kan det yngste segment i undersøgelsen, de <25 årige, til gengæld ikke.

Det er også værd at bemærke, at kvinderne i næsten samme grad som mændene erklærer sig enige i, at det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store sportsbegivenheder. Dette var ikke i samme grad tilfældet ved før omtalte Olympiske kongres, hvor en tilsvarende måling blev foretaget.

Opbakningen til events i København (og øvrige Danmark) samt kendskabet til andre store sportsevents end Challenge Copenhagen er størst i højindkomstgruppen 700.000-900.000 kr./år. Holdningen til at Københavns kommune skal støtte store internationale sportsevents uden forbehold er størst i både lav- og højindkomstgruppen.

Generelt er det således, at de der havde hørt om Challenge Copenhagen også er de, der i videst omfang finder det vigtigt at København og Danmark markerer sig internationalt qua eventværtskaber, samt at Københavns Kommune helt bestemt skal støtte dem. Endvidere er segmentet også i højere grad end de der ikke havde hørt om Challenge Copenhagen, i stand til at nævne andre store sportsevents i København i 2010.

Perspektivering

Lokalbefolkningens meget positive indstilling til afviklingen og finansieringen af Challenge Copenhagen 2010 og til værtskaber i København/Danmark i det hele taget er en god indgangsvinkel for arrangørerne af Challenge Copenhagen, når de skal søge om offentlige midler til næste års udgave af eventen. Den lokale opbakning er med til at legitimere det tilskud, Københavns Kommune og Region Hovedstaden investerer i eventen.

Andre eventarrangører kan støtte sig til de positive tal i nærværende rapport ved deres dialog med kommuner og regioner, både mht. at få midler og tilladelser til deres event.

KAPITEL 2: DELTAGERUNDERSØGELSE

FORORD

Det faktum, at værtsregionen dagen før dagen var plaget af vedvarende og heftige regnskyl betød, at arrangøren og de mange frivillige hjælpere måtte arbejde natten igennem for at få alt klart til startskuddet søndag morgen kl. 7. Bl.a. blæste stativet på Amager Strand med deltagernes egne "forplejnings- og skiftetøjs"-poser ved første skiftezone omkuld, og poserne og blev gennemblødte.

De vejræssige forhold kan ikke undgås at have influeret på deltagernes oplevelse af eventen, hvilket også fremgår af de kvalitative uddybninger i bilagsafsnittet, men det har øjensynligt på ingen måde ødelagt oplevelsen for triatleterne.

RESUMÉ

Den typiske deltager ved Challenge Copenhagen 2010:

- mand
- 38 år
- gift eller i fast parforhold
- med/uden børn (50:50)
- bopæl i Danmark (65%)
- en lang uddannelse (>5 år)
- fuldtidsbeskæftiget
- han har godt 4 ledsagere med²⁰
- kommer til København i bil

Hans erfaring med triatlon er:

- han har deltaget i en tri-event før
- han har prøvet Ironmandistancen 3,5 gange før

Hans forhåndskendskab/-holdning til og erfaring med Challenge Copenhagen:

- han deltog i age group (motionister)
- ledsagerne deltog i sideaktiviteter
- han hørte primært om eventen via familie og/eller venner men også via eventwebsitet
- han er her primært pga. selve Challenge Copenhagen men også fordi det er i Kbhvn
- han vil gerne deltage i Challenge Copenhagen igen en anden gang
- han fandt det great at konkurrere elite og bredde i samme event
- han vil bestemt anbefale Challenge Copenhagen til andre
- han benytter det officielle eventhotel Radisson Blue Scandinavia Cph til race briefing

Hans bedømmelse af og erindring om Challenge Copenhagen:

- registreringsproceduren: meget god
- expo-udstillingen: god
- svømmeruten: meget god
- skiftezone T1: god
- cykelruten: meget god

²⁰ Der ikke samtidig selv deltager i Challenge Cop. Og godt 5, hvis disse medregnes

- skiftezone T2: god
- løberuten: meget god
- målområdet: meget god
- atletes garden (after race area): god
- tilskueropbakning: meget god
- de frivillige hjælpere: meget gode
- eventen levede helt eller delvist op til hans forventninger (92%)
- han husker i udstrakt grad navne på de sponsorer, der var synlige på rute og i skiftezone

Hans turistadfærd ifm. Challenge Copenhagen og vurdering af København/danskerne²¹

- han overnatter uden for eget hjem (undtaget naturligvis deltagere fra lokalområdet)
- han overnatter primært privat, hos venner og/eller familie
- han bedømmer sit overnatningssted som godt
- han bevæger sig rundt i København med offentlig transport
- han og/eller hans ledsagere shopper/tager på udflugt - men lige så mange gør ikke
- han opholder sig godt 5,1 døgn i Danmark, heraf 4,4 døgn i København
- han synes meget godt om København som by (63%)
- han bedømmer det officielle eventhotel Radisson Blue Scandinavia Cph som godt

Deltagernes forbrug²²:

- hver deltager bruger i gns. 418 kr./dag på overnatning²³
- hver deltager bruger i gns. 392 kr./dag på øvrige forbrugsgoder/tjenesteydelser

RESULTATER – KVALITATIV DELTAGERUNDERSØGELSE

Socioøkonomiske kendetegn:

Køn og alder

Mænd	86%
Kvinder	14%
I alt	100%

Gennemsnitsalderen er ca. 38 år.

Bopæl

40 nationer er repræsenteret i deltagerundersøgelsen incl. Danmark, der tegner sig for 65% af svarene. Opdelt på de enkelte nationer er der flest triatleter fra hhv. Tyskland og Storbritannien (8% fra hver).

Uddannelsesmæssig baggrund

54% har en lang videregående uddannelse (>5 år)²⁴, og 39% har en mellemlang uddannelse (3-5 år). Dvs. at hele 93% af triatlerne har en lang/mellemlang uddannelse bag sig.

²¹ undtaget aktører fra lokalområdet, som udgjorde 25% af deltagerne

²² Undtaget aktører fra lokalområdet, som udgjorde 25% af deltagerne

²³ Gns. for alle deltagere, uagtet om de er en eller flere dage/døgn i København og overnatter kommercielt eller ej (men de der overnatter hjemme er ikke med i gns.-tallet)

²⁴ Kun 7% af den danske befolkning har en lang videregående uddannelse >5 år

Erhvervsmæssige baggrund

Flest (73%) er fuldtidsarbejdende, næstflest er selvstændige (13%).

Civil status

Hele 79% er enten gift eller i et fast forhold, og halvdelen har børn. Gennemsnitligt har de 50% af deltagerne, der har børn godt 2 børn hver (2,05).

Erfaring med triatlon:

Erfaring mht. deltagelse i triatlonstævner

28% er debutanter, dvs. at de ikke har deltaget i et triatlonstævne før, mens 72% har.

Erfaring mht. deltagelse i Ironman-distancen

De 64%, der har deltaget i triatlonstævner på Ironman-distancen før, har i gennemsnit gjort det 3,5 gange. En enkelt triatlet har deltaget i mere end 40!

Ledsagerstatus:

Medbringer triatleterne ledsagere?

Det gør 86%, og 67% af ledsagerne deltager ikke i selve triatlonracet. Flest medbringer 1 person, men der er stor spredning i svarene.

I gennemsnit medbringer triatlerne set over én kam 4,23 ledsagere, der ikke samtidig selv deltager i eventen (og 5,27 hvis disse medregnes).

Kendskab til eventen og hovedårsag til deltagelse i eventen:

Hvordan blev deltagerne bekendt med Challenge Copenhagen 2010?

Flest (43%) hørte om Challenge Copenhagen 2010 via venner og/eller familie. Næstflest (26%) via eventwebsitet: www.challengecopenhagen.com.

Hvad fik især deltagerne til at beslutte at deltage i Challenge Copenhagen 2010?

Flest (65%) svarer "Challenge Cop. itself" og næstflest (41%) "the host city, Copenhagen". Hver respondent har afgivet i gennemsnit 1,76 svar.

Evaluering af Challenge Copenhagen 2010:

Hvad synes deltagerne om, at eliten og bredden deltager i samme race?

Der er stor tilslutning til denne konkurrenceform. Klart flest (80%) svarer "It is great, gives the race an edge for everybody". Kun ialt 5% er enten ligeglade eller bryder sig ikke om det.

Hvordan bedømmer triatleterne registreringsproceduren?

Flest (43%) finder den meget god. Næstflest (41%) finder den god. 84% finder den således meget god eller god. Kun 3% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne expo-udstillingen?

Flest (49%) finder den god. Næstflest (29%) meget god. 78% finder den således meget god eller god. Kun 3% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne svømmeruten?

Flest (52%) finder den meget god. Næstflest (37%) finder den god. 89% finder den således meget god eller god. Kun 3% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne skiftezone T1?

Flest (41%) finder den god. Næstflest (21%) finder den meget god. 62% finder den således meget god eller god. 12% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne cykelruten?

Flest (47%) finder den meget god. Næstflest (39%) finder den god. 86% finder den således meget god eller god. Kun 3% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne skiftezone T2?

Flest (44%) finder den god. Næstflest (39%) finder den meget god. 83% finder den således meget god eller god. Kun 4% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne løberuten?

Flest (52%) finder den meget god. Næstflest (32%) finder den god. 84% finder den således meget god eller god. Kun 4% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne målområdet?

Flest (64%) finder den meget god. Næstflest (28%) finder den god. Hele 92% finder den således meget god eller god. Kun 1% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne "athletes garden" (after race area)?

Flest (37%) finder den god. Næstflest (25%) finder den meget god. 62% finder den således meget god eller god. 12% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne tilskueropbakningen?

Flest (69%) finder den meget god. Næstflest (25%) finder den god. Hele 94% finder den således meget god eller god. Ingen er decideret utilfredse!

Hvordan bedømmer triatleterne de frivillige hjælpere?

Flest (74%) finder dem meget gode. Næstflest (23%) finder dem gode. Hele 97% finder dem således meget gode eller gode. Kun 1% er decideret utilfredse.

Oplever triatleterne, at Challenge Copenhagen levede op til deres forventninger?

Dette gjorde 2 ud af 3 "to a great extent". Og yderligere 26% "to a certain extent".

Således oplevede hele 92%, at eventen levede helt eller delvist op til deres forventninger. Kun 5% svarede decideret nej.

Turismemæssig adfærd:

Med hvilket transportmiddel ankommer triatleterne til København?

De fleste af dem, der ikke bor i København, ankommer i bil (60%).

Hvordan bevæger triatleterne sig rundt i byen?

Flest (54%) benytter offentlig transport.

Hvad benytter triatleterne Radisson Blue Scandinavian Cph til?

Flest (66%) benytter det officielle eventhotel til race briefing.

Hvor overnatter triatleterne ifm. eventen?

Knap 4 ud af 10 af triatleter (39%) med bopæl uden for København, overnatter i eget hjem ifm. eventen og 15% hos venner og familie. Dette svarer til, at ca. hver fjerde af de øvrige 61% overnatter ikke-kommercielt, som er den hyppigst valgte overnatningsform næst efter "hjemme".

Blandt de kommercielle overnatningsformer er det officielle eventhotel Radisson Blue Scandinavia Copenhagen Hotel den hyppigst valgte. Her på det officielle "Challenge Cop. 2010 hotel" har 16% af de, der sover uden for eget hjem, valgt at indkvartere sig.

Tager triatleterne og/eller deres ledsagere på shopping/udflugter ifm. eventbesøget?
Det gør 47% af de aktører, der ikke bor i lokalområdet til daglig.

Deltager ledsagerne i sideaktiviteter (f.eks. expo-udstilling)?
60% af ledsagerne deltager i sideaktiviteter knyttet til hovedeventen, Challenge Copenhagen, og flest (42%) i Expo-udstillingen på Rådhuspladsen.

De, der deltager i sideaktiviteter, deltager gennemsnitligt i 1,57 forskellige aktiviteter.

Hvor længe opholder triatleterne sig i Danmark/København²⁵?
Gennemsnitligt opholder de triatleter, der ikke bor i lokalområdet til daglig, sig i København i 4,4 dage, men når de, der foretager besøg andre steder i Danmark, lægges til, giver det en opholdslængde på 5,1 dage i gennemsnit.

Evaluerings af værtsby og overnatningssted:

Hvordan bedømmer triatleterne deres overnatningssted (= uden for eget hjem)?
Flest (31%) finder den god. Næstflest (26%) finder den meget god. 57% finder den således meget god eller god. Kun 4% er decideret utilfredse.

Hvordan bedømmer triatleterne København som by?
Flest (63%) finder den meget god. Næstflest (33%) finder den god. Hele 93% finder den således meget god eller god. Ingen er decideret utilfredse!

Hvordan bedømmer triatleterne eventhotellet Radisson Blue Scandinavian Cph?
Flest (34%) finder det godt. Næstflest (20%) finder det meget godt. 54% finder det således meget god eller god. Kun 2% er decideret utilfredse.

Hvad var deltagernes holdning til København og til danskerne FØR eventbesøget?
Flest (44%) svarer "friendly" og næstflest (41%) svarer "cosmopolitan/international". Men også "modern", "relaxed" og "beautiful" scorer højt. Hver respondent har i gennemsnit afgivet 3,69 svar.

Hvad er deltagernes holdning til København og til danskerne EFTER eventbesøget?
Flest (59%) svarer "friendly" og næstflest (46%) svarer hhv. "cosmopolitan-/international", "modern", "relaxed" og "beautiful".

Hver respondent har i gennemsnit afgivet 4,56 svar.

Sponsorkendskab:

Ved triatleterne hvem der var titelsponsor på skiftezone T2?
Det mener 64%, at de gør, og hele 91% heraf nævner "Craft". Set ift. totalpopulationen er det 58% af triatleterne, der husker titelsponsoren på T2.

²⁵ De, der overnatter i eget hjem, undtaget

Kender triatleterne til nogle andre af eventsponsorerne?

Det mener 81%, at de gør, og de fleste nævner 5-6 sponsorer, hyppigst; Principia, Ecco, L'Oreal, Politiken og High 5 og Craft. I alt nævnes 10-12 forskellige sponsorer.

Kender triatleterne til navnet på cykelruten?

Hele 95% svarer ja, og af disse gætter hele 98% rigtigt på Principia.

Husker triatleterne titelsponsoren på Junior Challenge Copenhagen?

Det mener 43% at gøre, og 61% heraf nævner "Novo". Set ift. totalpopulationen husker 26% af triatleterne således titelsponsoren .

Challenge Copenhagen fremover:

Vil deltagerne gerne være med i Challenge Copenhagen igen en anden gang?

Hele 94% svarer ja eller måske (62% ja, 32% måske). Kun 6% svarer nej.

Vil deltagerne anbefale Challenge Copenhagen til andre?

Det vil et overvældende flertal, nemlig hele 95%. 4% svarer måske og kun 1% svarer, at de ikke vil anbefale løbet til andre.

Har deltagerne forslag til, hvordan Challenge Copenhagen kan forbedres?

Det har næsten 2 ud af 3 deltager konkrete anvisninger på, bla. forslag om flere km-skilte på både løbe- og cykelruten. Se bilagsafsnittet.

Krydstabuleringen af resultaterne findes i bilagsafsnittet. Her følger imidlertid en oversigt over de væsentligste set fra Sport Event Danmarks side:

- kvinderne er i højere grad end mændene debutanter på ironman-distancen
- kvinderne er i højere grad end mændene fra lokalområdet
- danskerne er i højere grad end udenlandske deltagere debutant på ironman-distancen
- danskerne overnatter naturligvis i højere grad end udenlandske deltagere i eget hjem
- udenlandske deltager foretager i højere grad end danskerne udflugter og shopping
- debutanterne ud i ironman-stævner blev i højere grad end øvrige bekendt med eventen via familie og venner

KONKLUSION/PERSPEKTIVERING - Deltagerundersøgelsen

Konklusion - Kvalitativ deltagerundersøgelse

Evaluering af eventafviklingen:

Der er meget stor tilfredshed med eventafviklingen af det første Challenge Copenhagen nogen- side og med værtsbyen København. Spørgeskemaet indeholdt 50 spørgsmål, og den høje tilfredshed kan konstateres over hele linjen. Størst tilfredshed var der med de mange frivillige hjælpere og med tilskueropbakningen.

På trods af det kraftige regnskyld dagen før starten af racet tidlig morgen søndag d. 15. august og de gener, det medførte for såvel arrangørerne som deltagerne, udvises der stor overbærenhed og velvilje.

Der er heller ikke nogen indikation i deltagernes svar på, at de tilfælde af maveonde, som svømningen i Københavns Havn mistænkes for at være hovedårsag til, har påvirket deres bedømmelse og oplevelse af eventopholdet. Dette fremgår af bilag 8.

Stævneformen gjorde, at både eliten, bredden og stafetholdene konkurrerede i samme race, og dette fandt mere end 8 ud af 10 "great". Kun 5% var deciderede ligeglade eller negative.

Deltagerinteresse:

Fremmødet var endvidere ganske stort. Ud af 1.589 tilmeldte triatleter, checkede 1.473 (=93%) deltagere ind i København, og af disse deltagende triatleter gennemførte så mange som 1.368 (93%). Dette er et højt tal, især når man tager i betragtning af, at 28% var debutanter, ikke kun mht. deltagelse i et race på Ironmandistancen men mht. at stille op i et triathlonrace i det hele taget. Til gengæld har de triatleter, der før har forsøgt sig på Ironmandistancen i gennemsnit deltaget i 3,5 stævner af slagsen.

Ikke alene mødte deltagerne op i stort antal. De fleste medbragte også ledsagere i stort antal. Når bortset fra de ledsagere, der selv skulle deltage i eventen, medbragte hver deltager mere end 4 ledsagere i gennemsnit, og disse ledsagere deltog for størstedelens vedkommende i de sideaktiviteter, der var knyttet til kerneeventen, Challenge Copenhagen, ligesom ca. halvdelen af dem (og/eller deltagerne) gik på sightseeing/shopping.

Socioøkonomiske kendetegn:

De fleste deltagere var danskere (65%). Set ift. det samlede deltagerantal var hver fjerde (25%) lokale fra københavnsområdet, og set ift. det samlede danske deltagerantal var 38% lokale.

Der var flest udenlandske triatleter fra Tyskland og Storbritannien. Især på kvindesiden var der forholdsvis mange briter.

Arrangørerne formåede at trække 14% kvindelige deltagere til Challenge Copenhagen 2010, hvilket ifg. arrangørerne er en høj andel af kvinder ift. tidligere triatlonevents på Ironmandistancen. Disse kvinder har i højere grad end mændene deltaget i triathlonstævner før, men i ringere grad end mændene forsøgt sig på den fulde Ironmandistance tidligere.

Uddannelsesmæssigt tilhører deltagerne et segment af særdeles højtuddannede mennesker, idet hele 93% af triatleterne har en lang (>5 år) eller mellemlang (3-5 år) uddannelse bag sig. Det gælder endvidere for næsten 3 ud af 4, at de til daglig er fuldtidsbeskæftigede. Næstflest er selvstændige (13%). Alt i alt en gruppe veluddannede, entreprenante mennesker med en gennemsnitsalder på ca. 38 år og en forventet høj indkomst.

De fleste deltagere var gift eller i fast parforhold og halvdelen har børn (kvinderne var dog i højere grad single og uden børn).

Deltagernes adfærd som turister i København:

De fleste deltagere ankommer til København i bil, men færdes ellers overvejende rundt i København med offentlige transportmidler.

Den hyppigst valgte overnatningsform for de deltagere, der overnatter uden for eget hjem ifm. eventen, er hos venner og familie.

Blandt de kommercielle overnatningsformer vælger flest det officielle eventhotel, Radisson Blue Scandinavia Copenhagen, som også opsøges af de fleste triatleter ifm. race briefing, der foregik her.

Knap 2 ud af 3 deltagere svarede, at det var selve Challenge Copenhagen racet, der bragte dem til København, men det havde tilsyneladende også en vis indflydelse, at København var værtsby.

De fleste udenbys og udenlandske deltagere anså før eventbesøget København og danskerne som venlige og kosmopolitiske, moderne og afslappede samt byen som en smuk by.

Dette indtryk har de bevaret efter deres eventbesøg. De deltagere, der svarer "hyggelig(e)" er primært danskerne selv, mens udlændingene i lidt højere grad end os selv betragter os som venlige.

Sponsorering (uhjulp):

Hele 94% svarer ja til at deltage i Challenge Copenhagen igen en anden gang, og hele 95% vil anbefale racet til andre.

Eventoplevelsen ift. deltagernes forventninger:

Kun 5% svarer, at Challenge Copenhagen 2010 ikke levede op til deres forventninger.

Perspektivering - kvalitativ deltagerundersøgelse

For arrangørerne af Challenge Copenhagen 2010 må det især være opløftende at konstatere, at der er så stort potentiale i eventen; at så mange kunne tænke sig at deltage igen og/eller anbefale det til andre. Især blandt danskerne er der stor lyst til at deltage i eventen igen. Og går man et niveau længere ned, er lysten til at deltage igen størst blandt debutanterne ud i triatlonkonkurrencer og blandt de danske kvinder.

Udover det store potentiale i eventen, kan arrangørerne - at dømme ud fra de mange kvalitative uddybninger af deltagerens - glæde sig over det helt særligt broderskab, der synes at eksistere inden for sporten med stor loyalitet og solidaritet indbyrdes, også over for arrangørerne.

Alle værdsætter tilsyneladende, at arrangørerne og de mange frivillige har knoklet i døgn drift i flere måneder forud for eventen og ser de gerne gennem fingre med enkelte begynderfejl undervejs. Samtidig er der stor iver efter at komme med gode og konstruktive råd og forslag til arrangørerne til brug for eventafviklingen i 2011.

Tilfredsheden med de frivillige hjælpere skinner tydeligt igennem i besvarelserne, og det er oplagt for arrangørerne at "holde gryden i kog" mht. disse ildsjæle mhp. genbrug af deres arbejdskraft ved Challenge Copenhagen 2011. At undlade dette vil ud fra de mange ekstremt positive tilbagemeldinger på de frivillige hjælpere være at smide guld på gulvet!

Der foreligger ikke på nuværende tidspunkt et endeligt regnskab fra Copenhagen Challenge 2010 eventafviklingen, men arrangørerne har meddelt Sport Event Denmark, at de ikke får brug for vores underskudsgaranti.

For sponsorerne specifikt må høje kendskab blandt deltagerne til, hvem der sponsorerede hvilke elementer af eventen, være glædeligt. Men også at der er kommercielt potentiale i deltagerne, idet de tilhører et segment af veluddannede, veletablerede mennesker i "deres bedste alder".

Mennesker, som samtidig dyrker en udstyrssport, hvor det helt rigtige toptunede gear er en forudsætning for at klare sig godt igennem en Ironmandistance, og hvor der også er en vis signalværdi i at se "checket" ud.

De mange og lange udmærkede forslag til, hvordan arrangørerne kan gøre det endnu bedre i 2011 kan vise sig at være et helt uvurderligt redskab videre frem, og ikke alle er lige omkostningstunge, f.eks. ønsket om flere km-skilte på både løbe- og cykelruten og vandflaskerne bør markeres med 100 ml, 200 ml. etc.

RESULTATER – KVANTITATIV DELTAGERUNDERSØGELSE

Samfundsøkonomiske effekter

Den samfundsøkonomiske beregning dækker alle andre deltagere og ledsagere end de, der bor i lokalområdet til daglig, og er opdelt på følgende underpunkter:

- samfundsøkonomiske direkte effekter
- samfundsøkonomiske afledte effekter
- gennemsnitlige dags-/døgnforbrugstal
- Return on Investment (ROI). Afkast af den direkte offentlige eventstøtte

Tabel 1. – Samfundsøkonomiske direkte effekter

Turismeomsætning (TO)	14,5 mio. kr.
Overnatninger i alt ²⁶	17.938
Dagsbesøg i alt	2.266
Gns. dags-/døgnforbrug pr. pers.	715 kr.

Den turismeomsætning, som triatleterne og deres ledsagere genererer til Danmark qua deres forbrug ifm. eventopholdet, er jfr. tabel 1 på 14,5 mio. kr. Heraf estimeres den udenlandske turismeomsætning til knap halvdelen (47% = 6,8 mio. kr).

Andelen af udenlandsk turismeomsætning (47%) er ikke beregnet specifikt, men ud fra andelen af udenlandske deltagere og ledsagere samt det forhold, at de havde relativt flere kommercielle overnatninger end danskerne²⁷, forekommer det at være et realistisk bud.

Karakteristisk for begivenheden er:

- at der er en relativt stor andel lokale københavnere blandt deltagerne
- at en stor andel af deltagerne/deres ledsagere overnatter i eget hjem ifm. eventen
- at en stor andel af deltagerne/deres ledsagere overnatter ikke-kommercielt²⁸

Turismeomsætningen i tabel 1 genererer en række afledte effekter, som er anført i tabel 2. Den model, der ligger til grund, beskrives nærmere i bilag 1 Teknikaliteter.

²⁶ Både kommercielle og ikke-kommercielle (=typisk hos venner og familie), men ikke overnatninger i eget hjem

²⁷ Bl.a. fordi de opholdt sig i længere tid i København/Danmark end de danske deltagere og ledsagere

²⁸ Primært hos venner og familie

Tabel 2. Samfundsøkonomiske afledte effekter af turismeomsætningen

Snitflade/effekt	Off. Provenu	Beskæftigelse	Værditilvækst
National effekt			4,8 mio. kr. ²⁹
Regional effekt			7,8 mio. kr.
I alt offentligt provenu	2,9 mio. kr. ³⁰		
Heraf til staten	1,8 mio. kr.		
Heraf til værtsregionen ³¹	0,6 mio. kr.		
Heraf til kommuner i DK	0,5 mio. kr.		
National		13 årsværk	
Regional		22,5 årsværk	

Der tilkommer staten ca. 78% af det samlede offentlige provenu på værtsregionalt plan på 2,3 mio. kr. og 62% af det samlede offentlige provenu på nationalt plan på 2,9 mio. Derimod er provenueffekterne i værtsregionen og i øvrige Danmark begrænsede.

Tabel 3. Gennemsnitligt dags-/døgnforbrug for udenbys og udenlandske deltagere³²

	Overnatning pr. pers.	Øvrige forbrug pr. pers.	Forbrug i alt pr. pers.
Dagsgæster	Kr. -	Kr. 392	Kr. 392
Overnattende	Kr. 418	Kr. 392	Kr. 810

Konklusion – kvantitativ deltagerundersøgelse

Deltagerne incl. ledsagere tegner sig for en turismeomsætning på 14,5 mio. kr. (=48%) af den samlede turismeomsætning på 30,1 mio. kr. (jfr. "Effektmåling").

Dette er en pæn turismeomsætning, når man tager i betragtning, at så mange deltagere jfr. den kvalitative del af deltagerundersøgelsen var dagsgæster hhv. ikke overnattede kommercielt ifm. deres triatlonophold. Men også når man tænker på, at flertallet af deltagerne var danske – og lokale (som ikke tæller med i turismeomsætningen).

Det offentlige provenu, der er afledt af turismeomsætningen, tilkom for størstedelen staten (79% hhv. 62%), primært i form af moms og afgifter af det forbrug, eventgæsterne havde ifm. deres eventbesøg i København.

Perspektivering – kvantitativ deltagerundersøgelse

Der er fra et nationaløkonomisk synspunkt et stort potentiale i at højne andelen af udenlandske deltagere og ledsagere. Sker dette, vil turismeomsætningen og de afledte effekter – alt andet lige – vokse mere end proportionelt med denne stigning.

²⁹ Værditilvæksten er højere fra et regionalt synspunkt, da kun de udenlandske gæster tæller i den nationale tilvækst

³⁰ Fra et nationalt synspunkt er det totale offentlige provenu 2,3 mio. kr., fra et regionalt synspunkt 2,9 mio. kr. For nærmere forklaring, se bilag 1 Teknikaliteter

³¹ Summen af kommunale provenuer inden for regionen

³² Der er ikke indhentet svar på ledsagernes forbrug i undersøgelsen. Derfor sættes det til det samme som deltagerens

Fra et regionalt synspunkt, dvs. fra Københavns³³, vil det være attraktivt med endnu flere udenbys deltagere og ledsagere, idet deres forbrug tæller lige så meget som fremmed valuta.

En anden mulighed er naturligvis over én kam at animere deltagerne til at:

- blive i værtsregionen (og/eller i øvrige Danmark) i længere tid
- medbringe flere ledsagere
- øge deres dags-/døgnforbrug, f.eks. ved at vælge dyrere overnatningsformer

"Come on you guys – you are asking me about the fantastic area where I had my so far best experience, something like a full-body-sports-orgasm! You know what – I have, when cycling to work, been so close to riding to Christiansborg Slotsplads just to stand there again and reel the FANTASTIC moment!!"

Testimonial by a Danish Ironman – after the race

³³ Og en radius af 25 km

KAPITEL 3: TILSKUERUNDERSØGELSE

FORORD

Det har på ligget YWC Sport på sinde at skabe opmærksomhed og hype omkring triatlonsporten³⁴ og om denne store triatlonevent, således at det ikke blot blev en event for de indviede. Arrangørerne bredte derfor eventen ud i gadebilledet i København igennem det meste af eventugen (32). Således blev Challenge Copenhagen 2010 racet søndag d. 15. august kulminationen på en lang række tilknyttede sideaktiviteter, bl.a. en juniorkonkurrence om lørdagen d. 14. og en expo-udstilling på Rådhuspladsen hele ugen.

Med ovennævnte målsætning om opmærksomhed og hype for øje har YWC Sport ønsket at få målt, i hvor høj grad bestræbelserne er lykkedes.

RESUMÉ

Formuleringen "den typiske tilskuer" betyder, at de anførte observationer er de hyppigste.

Den typiske danske tilskuer ved Challenge Copenhagen 2010 er:

- en mand
- mellem 25-49 år
- med bopæl i København og en radius af 25 km
- Godt halvdelen er almindelige tilskuere, dvs. ikke ledsager til en deltager
- han er primært tilstede ved triatlonruten, fordi han interesserer sig for triatlonsporten
- i de tilfælde, hvor han er med som ledsager, er det primært selve eventen, der trækker samt for at yde støtte til sin partner/ven/familiemedlem

Hans erfaring med triatlon er:

- han har ikke tidligere været med som ledsager ved en triatlonevent
- han dyrker ikke selv triatlon

Hans forhåndskendskab/holdning til og erfaring med Challenge Copenhagen 2010:

- han hørte primært om eventen via familie og/eller venner
- godt halvdelen hørte om eventen første gang minimum 7 måneder forinden
- han deltog ikke i nogen af sideaktiviteterne til Challenge Copenhagen³⁵
- han vil bestemt gerne overvære Challenge Copenhagen igen i 2011
- han vil bestemt anbefale Challenge Copenhagen til andre, både som tilskuer og deltager
- hans interesse for og/eller fascination af triatlon har ændret sig i positiv forstand

Hans bedømmelse af og erindring om Challenge Copenhagen 2010:

- han husker en eller flere af sponsorerne ved eventen (29 konkrete nævnes)
- eventen levede op til hans forventninger
- han har ikke i så høj grad forslag til, hvordan eventen kan blive bedre for tilskuerne

³⁴ Triatlon er en lille sport i Danmark. Dansk Triatlon Forbund har kun godt 2.000 registrerede medlemmer

³⁵ 18% kendte ikke til sideaktiviteternes eksistens

- men hvis han overnatter, så foregår det primært ikke-kommercielt (venner/familie mv)
- han bedømmer sit overnatningssted som meget godt
- han hverken shopper eller tager på udflugt ifm. sit eventbesøg
- han foretager ikke besøg andre steder i Region Hovedstaden ifm. sit eventbesøg
- han opholder sig gennemsnitligt³⁶ 1,7 døgn i København
- han synes meget godt om København som værtsby for eventen
- hans syn på København som by før eventen var, at den er hyggelig
- hans syn på København som by efter eventen er, at den er hyggelig og kosmopolitisk

Den typiske udenlandske tilskuer ved Challenge Copenhagen 2010 er³⁷:

- en kvinde
- mellem 25-49 år
- med bopæl primært i Storbritannien og Tyskland
- hun er ledsager til en deltager, og det er primært derfor, hun er tilstede v. triatlonruten
- hun er sekundært tilstede ved triatlonruten, fordi hun tilfældigt kom forbi

Hendes erfaring med triatlon er:

- Godt halvdelen har ikke tidligere været med som ledsager ved en triatlonevent
- hun dyrker ikke selv triatlon

Hendes forhåndskendskab/holdning til og erfaring med Challenge Copenhagen 2010:

- hun hørte primært om eventen via familie og/eller venner
- godt halvdelen hørte om eventen første gang minimum 4 måneder forinden
- hun deltog ikke i nogen af sideaktiviteterne til Challenge Copenhagen³⁸
- hun vil bestemt gerne overvære Challenge Copenhagen igen i 2011
- hun vil bestemt anbefale Challenge Copenhagen til andre, både som tilskuer og deltager
- hendes interesse for og/eller fascination af triatlon har ændret sig i positiv forstand

Hendes bedømmelse af og erindring om Challenge Copenhagen 2010:

- hun husker ikke i særlig grad nogen af sponsorerne ved eventen
- eventen levede op til hendes forventninger
- hun har ikke i så høj grad forslag til, hvordan eventen kan blive bedre for tilskuerne

Hendes turistadfærd ifm. Challenge Copenhagen 2010 og vurdering af København/danskerne

- hun er kommet til København med fly
- hun overnatter i værtsregionen ifm. eventopholdet
- hun overnatter primært kommercielt (og overvejende på hotel)
- hun bedømmer sit overnatningssted som godt
- hun shopper og/eller tager på udflugt ifm. sit eventbesøg
- hun foretager ikke besøg andre steder i Region Hovedstaden ifm. sit eventbesøg
- hun opholder sig gennemsnitligt³⁹ 3,72 døgn i København
- hun synes meget godt om København som værtsby for eventen
- hendes syn på København/danskerne før eventen var "relaxed"

³⁶ Alle andre end de, der bor i lokalområdet, også dagsgæster

³⁷ Udenlandske tilskuere udgør 18% af alle tilskuere i stikprøven men skønnes kun at udgøre 5% i totalpopulationen

³⁸ 10% kendte ikke til sideaktiviteternes eksistens

³⁹ Alle, også dagsgæster, set under ét

- hendes syn på København/danskerne efter eventen er "cosmopolitan"

Tilskuernes forbrug og den samfundsøkonomiske effekt heraf:

- hver dansk tilskuer bruger i gns. 400 kr./dag⁴⁰
- hver udenlandsk tilskuer bruger i gns. 600 kr./dag⁴¹

RESULTATER – KVALITATIV TILSKUERUNDERSØGELSE

Køn og alder

Tabel 1 – Kønsfordeling danske hhv. udenlandske tilskuere

	Danske tilskuere	Udenlandske tilskuere
Mand	54%	44%
Kvinde	48%	57%

Det fremgår af tabel 1, at der er flest mænd blandt de danske tilskuere (54%) men flest kvinder blandt de udenlandske (57%).

Mht. alder, er der både blandt danske og udenlandske tilskuere flest mellem 25 og 49 år (hhv. 63% og 60%). Der er lidt flere tilskuere i alderen 50+ end i det unge segment (op til 25 år).

Bopæl

64% af de danske tilskuere er fra lokalområdet, dvs. København og en radius af 25 km (44% er fra selve København). Mere end hver femte tilskuer, 21%, har bopæl længere væk end 70 km.

Blandt udenlandske tilskuere er 16 nationer repræsenteret. Storbritannien og Tyskland er de to store tilskuernationer til eventen med hhv. 19% og 18% af de udenlandske tilskuere. Det var også Storbritannien og Tyskland, der jfr. "Deltagerundersøgelse" stillede med flest deltagere.

Ledsagerstatus:

Er tilskuerne ledsager til en deltager?

Lidt under halvdelen af de danske tilskuere i undersøgelsen, 48%, er ledsager til en deltager i Challenge Copenhagen 2010. Tallet er noget højere for udenlandske tilskuere, 71%.⁴²

Hvis ja; hvad er hovedårsagen til, at han/hun valgte at følge med til København som ledsager?

De fleste danske ledsagere svarer, at de tager med til København pga. selve eventen (33%), og for at støtte deres partner/ven/familiemedlem (30%). 32% gav udtryk for, at de ikke vidste, hvorfor de tog med til København!

⁴⁰ Gns. skøn for alle danske deltagere, uagtet om de er en eller flere dage/døgn i København og overnatter kommercielt eller ej (men de der overnatter hjemme er ikke med i gns.-tallet)

⁴¹ Gns. skøn for alle udenlandske deltagere, uagtet om de er en eller flere dage/døgn i København og overnatter kommercielt eller ej (men de der overnatter hjemme er ikke med i gns.-tallet)

⁴² Kobles dette sammen med ledsagerdata fra deltagerundersøgelsen samt politiets skøn over folkemængden langs triatlonruten er der i nærværende undersøgelse (stikprøve) en overrepræsentation af ledsagersvar blandt tilskuerne. Dette er der forsøgt at tage højde for i skønnet over gennemsnitligt døgnforbrug og turismeomsætning.

Der er relativt set langt flere udenlandske ledsagere, for hvem hovedårsagen er at støtte deres partner-/ven/familiemedlem (80%).

Hver dansk ledsager angiver i gennemsnit 1,21 årsager, og hver udenlandsk 1,41 årsager.

Erfaring med triatlon:

Har ledsagerne evt. ledsagererfaring fra tidligere triatlonstævner?

1 ud af 3 danske tilskuere har tidligere ledsaget en triatlet til et stævne. Det hyppigste svar er 1-2 gange og omfatter triatlonkonkurrencer i både ind- og udland.

Knap halvdelen af de udenlandske tilskuere (48%) har tidligere ledsaget en triatlet til et stævne. Det hyppigste svar er 1-2 gange men omfatter kun triatlonkonkurrencer i udlandet (dvs. ingen danske).

Dyrker tilskuerne selv triatlon (eller har gjort tidligere?)

Langt størstedelen af tilskuerne langs ruten dyrker ikke selv triatlon (eller har gjort det tidligere). Nærmere betegnet 75% af de danske tilskuere og 79% af de udenlandske.

Kendskab til eventen og hovedårsag til overværelse af den:

Hvordan blev tilskuerne bekendt med Challenge Copenhagen 2010?

Både blandt de danske og udenlandske tilskuere blev flest bekendt med eventen qua venner og familie, hhv. 65% og 61%.

Blandt de danske tilskuere spillede også aviser og eventwebsitet en stor rolle (hhv. 22% og 17%) og blandt de udenlandske tilskuere eventwebsitet (17%).

Hvornår blev tilskuerne bekendt med Challenge Copenhagen 2010?

Både blandt de danske og udenlandske tilskuere var der flest, der blev bekendt med eventen i god tid i forvejen, nemlig 7-12 mdr. inden starten (hhv. 28% og 29%) ud af 5 prædefinerede intervaller.

Hvis man ikke er med som ledsager, hvad er så tilskuernes primære årsag til at følge eventen?

Flest danske tilskuere, 56%, er tilstede langs ruten, fordi de interesserer sig for triatlon-sporten. Næstflest, 28%, fordi de gerne vil give København som værtsby deres opbakning.

Flest udenlandske tilskuere er derimod tilstede langs ruten, fordi de tilfældigvis kom forbi (33%). Næstflest, 28%, fordi de interesserer sig for triatlonsporten.

Hver dansk tilskuer angiver i gennemsnit 1,4 årsager, og hver udenlandsk 1,11 årsager.

Turismemæssig adfærd:

Med hvilket transportmiddel ankommer tilskuerne til København?

Flest danske tilskuere (40%) ankommer til stævneområdet på cykel, mens flest udenlandske (52%) ankommer til København med fly.

Er tilskuerne dagsgæster i København, dvs. kører til og fra eventen på én og samme dag?

Danske udenbys tilskuere er for 63% vedkommende dagsgæster, mens tallet er 21% for udenlandske tilskuere.

Hvor overnatter tilskuerne⁴³ ifm. eventen?

De tilskuere, der ikke er dagsgæster, overnatter for danskernes vedkommende primært hos venner og familie (50%) og for udenlandske tilskueres vedkommende på hotel (46%).

Totalt set overnatter 49% af de danske og 80% af de udenlandske overnattende tilskuere kommercielt⁴⁴.

Tager tilskuerne på shopping og/eller udflugter ifm. eventbesøget?

Hovedparten (60%) af danske udenbys tilskuere foretager ikke shopping i tilknytning til eventbesøget. Det gør til gengæld hovedparten af de udenlandske tilskuere (66%) og nævner f.eks. Christiania, Strøget og Fields som besøgsdestinationer.

Deltager tilskuerne i nogen af sideaktiviteterne?

Hovedparten af både danske og udenlandske tilskuere deltager *ikke* i sideaktiviteter.

61% danske og 68% udenlandske svarer nej. En del af forklaringen skal findes i, at hhv. 18% af de danske og 10% af de udenlandske tilskuere ikke vidste, at der var sideaktiviteter knyttet til Challenge Copenhagen d. 15. august.

Kombinerer tilskuerne opholdet i København med besøg andre steder i Region Hovedstaden?

Kun et fåtal gør et, både blandt udenbys danske og udenlandske tilskuere.

Flertallet af såvel udenbys danske tilskuere som udenlandske tilskuere (hhv. 78% og 76%) gør ikke.

Hvor længe opholder tilskuerne sig i København?

Danske udenbys tilskuere opholder sig gennemsnitligt 1,7 døgn i København, mens udenlandske tilskuere gør det 3,72 døgn. Tallene dækker både dagsgæster og overnattende gæster.

Evaluering af værtsby og overnatningssted:

Hvordan bedømmer tilskuerne deres overnatningssted (=hvis kommercielt)?

Flertallet af tilskuere bedømmer det som meget godt eller godt, hhv. 67% af danskerne og 61% af de udenlandske tilskuere.

Hvordan bedømmer tilskuerne København som by?

Dette spørgsmål er kun stillet udenlandske tilskuere, der for 89% vedkommende svarede "very good" eller "good".

Hvordan bedømmer tilskuerne København som værtsby for eventen?

Der var lige mange danske og udenlandske tilskuere, som bedømte København positivt, nemlig 82%, som fandt den "meget god" eller "god" til formålet (relativt flere danskere end udlændinge gav den topkarakteren "meget god").

De udenlandske tilskuere begrundede ikke deres bedømmelse, mens danskerne hovedsagelig fremhævede, at der er mange spændende events og initiativer i København, og at det er fint og flot, at det kan arrangeres i en hovedstad.

⁴³ Excl. tilskuerne fra lokalområdet

⁴⁴ Overnatninger, der betales for

Hvad var tilskuernes holdning til København (og danskerne) FØR eventbesøget?

Flest udenbys danske tilskuere fremhæver København som en hyggelig by (37%)⁴⁵, mens flest udenlandske tilskuere svarer "relaxed" (37%).

Hver dansk tilskuer har afgivet 2,2 svar og hver udenlandsk 2,32.

Hvad er tilskuernes holdning til København (og danskerne) EFTER eventbesøget?

Flest udenbys danske tilskuere fremhæver (stadig) København som en hyggelig by (37%)⁴⁶, mens flest udenlandske tilskuere nu svarer "cosmopolitan/international" (40%).

Hver dansk tilskuer har afgivet 2,2 svar og hver udenlandsk 2,58.

Evaluering af Challenge Copenhagen 2010:

Oplever tilskuerne, at Challenge Copenhagen lever op til deres forventninger?

Godt 3 ud af 4 danske tilskuere svarer "ja i allerhøjeste grad" (53%) eller "ja i en vis grad" (24%). Kun 5% svarer nej og de fleste heraf begrundet det med "begynderproblemer".

Knap 2 ud af 3 udenlandske tilskuere svarer "yes to a great extent" (37%) eller "yes to a certain extent" (27%). 7% svarer "no, some rookie mistakes".

Sponsorkendskab:

Husker tilskuerne en eller flere af sponsorerne ved Challenge Copenhagen?

56% af de danske tilskuere mener at kunne huske op til flere af sponsorerne, og 39% af de udenlandske .

Challenge Copenhagen fremover:

Har tilskuernes interesse for og/eller fascination af triatlon ændret sig efter eventen?

Et klart flertal på 62% af de danske tilskuere svarer "ja, i positiv forstand" til spørgsmålet. 27% svarer nej og kun 1% svarer "ja, i negativ forstand".

Blandt de udenlandske tilskuere svarer 65% "yes in a positive sense" og øvrige 35% "no".

Kunne tilskuerne tænke sig at overvære Challenge Copenhagen igen i 2011?

Hele 90% af de danske tilskuere svarer ja og kun 10% nej. Det er værd at bemærke, at cirka halvdelen af de nej-sigere, der begrundet deres afslag, angiver som årsag "skal/vil selv deltage i eventen til næste år".

68% af de udenlandske tilskuere svarer "yes", 24% "maybe" og kun 8% "no".

Vil tilskuerne anbefale Challenge Copenhagen til andre, både som tilskuer og deltager?

Hele 84% af de danske tilskuere vil anbefale eventen til andre, enten som tilskuer eller deltager, bl.a. i dyb respekt for deltagerne og for at støtte op om arrangementet.

Endnu flere blandt de udenlandske tilskuere vil anbefale eventen, nemlig 86% begrundet med "lovely city" og "easy to come to" og "very friendly and supportive people".

⁴⁵ ud af 12 prædefinerede svarmuligheder

⁴⁶ ud af 12 prædefinerede svarmuligheder

Har tilskuerne forslag til, hvordan eventen kan forbedres fra et tilskuersynspunkt?

Dette har 29% af de danske tilskuere konkrete forslag til. F.eks. gerne storskærme, flere boder med mad og drikke, bedre/mere afspærring, bedre information om regler, ruten (uddel f.eks. folder), annoncering af stillingen i racet qua en speaker ude på ruten/ved skiftezonerne.

34% af de udenlandske tilskuere kommer med konkrete forslag. F.eks. "turn off the rain" ☺, "more user friendly at swim & bike", "catering for visitors please", og "more maps of the race, already at train station".

Krydstabuleringen af resultaterne findes i bilagsafsnittet. Her følger imidlertid en oversigt over de væsentligste set fra Sport Event Danmarks side:

- kvinderne shopper og foretager udflugter i højere grad end mændene
- kvinderne er i højere grad end mændene tilstede som ledsager til en deltager
- udenlandske tilskuere overnatter i højere grad end danske kommercielt
- udenlandske tilskuere opholder sig i længere tid end danske i København
- udenlandske tilskuere foretager i højere grad end danskerne udflugter og shopping
- udenlandske tilskuere vurderer i højere grad København og danskerne som kosmopolitisk(e), hvorimod danskerne i højere grad betragter sig selv og værtsbyen som hyggelig(e)
- udenlandske tilskuere er i højere grad tilstede som ledsagere til en deltager
- især det modne segment af danskere >50 år blev bekendt med eventen via aviser hvorimod de unge 15-24 årige i højere grad end øvrige blev bekendt med eventen via venner og familie

KONKLUSION/PERSPEKTIVERING - Tilskuerundersøgelsen

Konklusion - kvalitativ tilskuerundersøgelse

Der var stor tilskueropbakning til Challenge Copenhagen 2010. Ifølge politiet op imod 125.000 i mandtal langs ruten på Amager Strand, i København og Nordsjælland. Sport Event Denmark har i nærværende tilskuerundersøgelse modificeret tallet til 75.000, da det skønnes, at en del af tilskuerne har bevæget sig rundt i løbet af dagen og således er repræsenteret mere end én gang i politiets estimat på 125.000 tilskuere.

Som tilfældet var med deltagerne, er der også blandt tilskuerne stor tilfredshed med såvel eventafvikling som med værtsbyen, København.

Demografiske kendetegn:

De danske tilskuere skønnes at udgøre 95% af det estimerede, modificerede tilskuerantal på 75.000, som indbefatter ledsagere til deltagere⁴⁷. Blandt de danske tilskuere er der en del lokale (64% jfr. stikprøven), som ikke tæller med i turismeomsætningen. Til gengæld har godt hver femte danske tilskuer bopæl længere væk end 70 km.

De udenlandske tilskuere skønnes kun at udgøre 5% af det samlede tilskuerantal. De er således overrepræsenteret i stikprøven, hvor de udgør knap 18%. Årsagen til denne divergens er, at arrangørerne og Sport Event Denmark ikke vurderer, at mange udenlandske tilskuere uden tilknytning til en deltager realistisk set har fundet vej til København som følge af Challenge Copenhagen 2010.

⁴⁷ Men som er talt med i turismeomsætningen i deltagerundersøgelsen

Blandt de danske tilskuere var mændene overrepræsenteret, modsat de udenlandske tilskuere, hvor der var flest kvinder (og størstedelen ledsagere til en deltager).

Ledsager til en deltager i eventen eller bare almindelig tilskuer?

Knap halvdelen af de danske tilskuere var tilstede som ledsager til en deltager (48%), mens tallet for de udenlandske tilskuere var noget højere (71%). Flertallet af tilskuere dyrker ikke selv triatlon (3 ud af 4) og har ikke deltaget ved tidligere triatlonstævner som ledsager til en tilskuer.

De, der ledsager en deltager i eventen, angiver som primær årsag til at følge ham/hende til København "at bakke ham/hende op". Blandt de danske tilskuere talte selve Challenge Copenhagen eventen imidlertid lige så meget som bevæggrund.

Hvor og hvornår blev tilskuerne bekendt med Challenge Copenhagen 2010?

Næsten 2 ud af 3 tilskuere blev bekendt med eventen qua familie og venner, men ellers spillede aviser også en stor rolle for de danske tilskuere (Politiken var mediesponsor), ligesom eventwebsitet spillede en vis rolle for både danske og udenlandske tilskuere.

Flest tilskuere blev bekendt med Challenge Copenhagen 2010 i god tid, dvs. 7-12 mdr. inden starten på racet d. 15. august.

Primær årsag til at de almindelige tilskuere uden tilknytning til en deltager er tilstede:

Flertallet af dem, der er tilstede langs ruten som almindelige tilskuere angiver som primær årsag til at følge eventen "interesserer mig for triatlonsporten".

Deltager tilskuerne i nogen af de sideaktiviteter, der var knyttet til eventen?

Det er kun et fåtal af tilskuerne⁴⁸, der deltager i sideaktiviteterne. Til dels fordi de ikke var bekendt med disses eksistens (18% af de danske og 10% af de udenlandske tilskuere).

Tilskuernes tilfredshed med eventen og evt. ændrede interesse for/fascination af triatlon:

Et klart flertal af tilskuerne vil anbefale Challenge Copenhagen til andre, både som deltager og tilskuer. Flertallet vil også gerne overvære eventen igen i 2011, ligesom deres interesse for/fascination af triatlon har ændret sig i positiv forstand efter Challenge Copenhagen 2010 oplevelsen.

Relativt flere danske end udenlandske tilskuere giver udtryk for denne tilfredshed og styrkede interesse – og flere kvinder end mænd.

Tilskuernes kendskab til sponsorer:

Der er en relativt høj kendskabsgrad (uhjulpet) til eventsponsorerne blandt de danske tilskuere (56%) og en mere moderat blandt de udenlandske (39%). Rigtig mange sponsorer nævnes ved navn (ca. 30).

Transportmåde til København/stævnepladsen:

De danske tilskuere er primært ankommet på cykel og de udenlandske med fly.

Tilskuernes karakteristika som eventturister i København:

De danske tilskuere er overvejende dagsgæster, dvs. at de ikke overnatter uden for eget hjem ifm. eventen men kører til og fra den på én og samme dag. De, der ikke er dagsgæster, overnatter primært hos venner og familie. Set under ét tilbringer danske udenbys tilskuere gennemsnitligt 1,7 døgn i København.

⁴⁸ Flest blandt ledsagere til deltager i Challenge Copenhagen 2010

Til forskel herfra er de udenlandske tilskuere overvejende overnattende gæster, og den hyppigste overnatningsform er hotel, om end der også her er en del, der er indkvarteret hos venner og familie. Set under ét tilbringer de udenlandske tilskuere gennemsnitligt 3,72 døgn i København.

Fælles for de danske og udenlandske tilskuere er, at de synes meget godt om København som værtsby for eventen, og at de efter eventopholdet vil betegne København/danskerne som kosmopolitisk(e). Før besøget havde de danske tilskuere primært et indtryk af København-/danskerne som hyggelig(e) i modsætning til de udenlandske tilskuere, hvis indtryk var "relaxed".

I modsætning til de danske tilskuere tager de udenlandske både på shopping og udflugter ifm. eventopholdet.

Perspektivering - kvalitativ tilskuerundersøgelse

Events som Challenge Copenhagen 2010 kan være med til at ændre billedet af København og danskerne fra at være et hyggeligt og afslappet sted/folkefærd til også at være en kosmopolitisk destination befolket af kosmopolitiske mennesker, hvilket vi ser i nærværende tilskuerundersøgelse (men også i deltagerundersøgelsen).

Det er værd at bemærke, at hele 90% af de danske tilskuere kunne tænke sig at overvære eventen igen i 2011, men endnu mere bemærkelsesværdigt er det, at de, der ikke kunne tænke sig det, langt overvejende begrundet det med "fordi jeg selv vil deltage i eventen næste år". Der er også et stort potentiale i de udenlandske tilskuere, hvor godt 2 ud af 3 gerne vil overvære eventen igen i 2011.

Hver tredje tilskuer kommer med forbedringsforslag til arrangørerne mhp. Challenge Copenhagen 2011, og da de fleste forslag er relativt ressourcekrævende (bl.a. storskærme og mere afspærring), må arrangørerne afveje, om de vil binde an med den påkrævede investering.

Mht. at konvertere tilskuere ved eventen til deltagere ser det ud til, at der især blandt de danske er medlemspotentiale i Dansk Triatlon Forbund og/eller deltagelsespotentiale mht. Challenge Copenhagen 2011.

RESULTATER – KVANTITATIV TILSKUERUNDERSØGELSE

Samfundsøkonomisk tilskuerundersøgelse

Den samfundsøkonomiske beregning dækker alle andre tilskuere end de, der bor i lokalområdet til daglig og er opdelt på følgende underpunkter:

- samfundsøkonomiske direkte effekter
- samfundsøkonomiske indirekte effekter
- gennemsnitlige dags-/døgnforbrugstal
- Return on Investment (ROI). Afkast af den direkte offentlige eventstøtte

Tabel 2. – Samfundsøkonomiske direkte effekter – tilskuere⁴⁹

Turismeomsætning (TO)	15,6 mio. kr.
Overnatninger/dagsbesøg i alt ⁵⁰	37.867
Gns. dags-/døgnforbrug pr. pers.	412 kr.

Den turismeomsætning, som tilskuerne genererer til Danmark qua deres forbrug ifm. eventopholdet, er jfr. tabel 2 på 15,6 mio. kr. Heraf estimeres den udenlandske turismeomsætning til 1,3 (=8%).

Andelen af udenlandsk turismeomsætning er ikke beregnet specifikt, men ud fra andelen af udenlandske tilskuere samt det forhold at de i gennemsnit pr. person havde relativt flere kommercielle overnatninger end danskerne⁵¹, forekommer det at være et realistisk bud.

Karakteristisk for begivenheden er:

- at der er mange danske tilskuere og relativt få udenlandske
- at der er mange lokale tilskuere
- at der er mange dagsgæster, dvs. tilskuere, der ikke overnatter i værtsregionen ifm. eventen
- at der er mange tilskuere, der overnatter ikke-kommercielt, typisk hos venner og familie
- at der ingen hotspots var for tilskuere med salg af forplejning og evt. merchandise

Turismeomsætningen i tabel 2 genererer en række afledte effekter, som er anført i tabel 3. Den model, der ligger til grund, beskrives nærmere i bilag 1 Teknikaliteter.

Tabel 3. Samfundsøkonomiske afledte effekter af turismeomsætningen

Snitflade/effekt	Off. Provenu	Beskæftigelse	Værditilvækst
National effekt		2,5 årsværk	
Regional effekt		24,8 årsværk	
I alt offentligt provenu	1,1 mio. kr. ⁵²		
Heraf til staten	0,1 mio. kr.		
Heraf til værtsregionen ⁵³	0,6 mio. kr.		
Heraf til kommuner i DK	0,4 mio. kr.		
National		0,9 mio. kr.	
Regional		8,6 mio. kr.	

⁴⁹ Excl. ledsagere til deltagerne, der er inkluderet i turismeomsætningen i deltagerundersøgelsen

⁵⁰ Både kommercielle og ikke-kommercielle, men ikke overnatninger i eget hjem, og både dagsgæster og overnattende

⁵¹ Bl.a. fordi de opholdt sig i længere tid i København/Danmark end de danske deltagere og ledsagere

⁵² 1,1 mio. kr. hvis vi lægger de 3 tal nedenunder sammen MEN fra nationens synspunkt genereres der kun 0,5 mio. For yderligere forklaring, se bilag 1 Teknikaliteter

⁵³ Summen af kommunale provenuer inden for regionen

Jfr. tabel 3 tilkommer der kun staten 9% af det samlede offentlige provenu på 1,1 mio. kr. på værtsregionalt plan og 20% af det samlede offentlige provenu på nationalt plan på 0,5 mio. kr. Grunden til, at staten får relativt lidt i afledt provenu er, at så stor en del af turismeomsætningen er dansk (92%).

Tabel 4. Skøn over gns. dags-/døgnforbrug for udenbys og udenlandske tilskuere

	Dags-/døgnforbrug pr. pers.
Danske	400 kr.
Udenlandske	600 kr.

Konklusion - kvantitativ tilskuerundersøgelse

Tilskuerne tegner sig for en turismeomsætning på 15,6 mio. kr. (=52%) af den samlede turismeomsætning på 30,1 mio. kr. (jfr. "Effektmåling").

Dette er en pæn turismeomsætning, når man tager i betragtning, at så mange tilskuere jfr. den kvalitative del af tilskuerundersøgelsen var dagsgæster hhv. ikke overnattede kommercielt ifm. deres triatlonophold. Men også når man tænker på, at flertallet af tilskuerne var danske – og lokale (som ikke tæller med i turismeomsætningen).

Det offentlige provenu, der er afledt af turismeomsætningen, tilkom – modsat i deltagerundersøgelsen - *ikke* fortrinsvis staten men derimod de kommunale og regionale offentlige instanser. Dette skyldes den beskedne udenlandske andel af turismeomsætningen.

Perspektivering – kvantitativ tilskuerundersøgelse

Ovenstående viser med al tydelighed det skisma, der er ved at have en høj andel af danske tilskuere til en given event, og især en høj andel af tilskuere fra lokalområdet. En høj andel er positiv, da det vidner om stor opbakning fra indbyggerne i værtsregionen/-nationen. Omvendt er en høj andel negativ set fra et samfundsøkonomisk synspunkt, da danske tilskueres forbrug ikke tilfører husholdningen Danmark ekstra kapital.

Der er således fra et nationaløkonomisk synspunkt et stort potentiale i at højne andelen af udenlandske tilskuere. Sker dette, vil turismeomsætningen og de afledte effekter – alt andet lige – vokse mere end proportionelt med denne stigning.

Fra et regionalt synspunkt, dvs. fra Københavns⁵⁴, vil det være attraktivt med endnu flere udenbys tilskuere, idet deres forbrug tæller lige så meget som fremmed valuta.

En anden mulighed er naturligvis over én kam at animere tilskuerne til at:

- blive i værtsregionen (og/eller i øvrige Danmark) i længere tid
- medbringe flere ledsagere
- øge deres dags-/døgnforbrug, f.eks. ved at vælge dyrere overnatningsformer

⁵⁴ Og en radius af 25 km

BILAG 1. Teknikaliteter (metode, afgrænsning mv.)

3.0. Metode

Befolkningsundersøgelse:

Epinion har på vegne af Sport Event Denmark og YWC Sport foretaget telefoninterviews med et kvalitativt udsnit af københavnere (postnr. 1000-2100).

Deltagerundersøgelse:

Her ud over har Sport Event Denmark på vegne af YWC Sport udarbejdet og mailet et spørgeskema udsendt til samtlige deltagere ved Challenge Copenhagen. Skemaet var på engelsk og svarprocenten endte på hele 67%.

Besvarelsen af deltagereskemaet var anonymt i den forstand, at respondenterne ikke skulle oplyse persondata for at indgå i undersøgelsen. Efterfølgende er det dog muligt for YWC Sport, hvis de ønsker det, at gå ind og spore den enkelte respondent ud fra hans/hendes e-mailadresse samt et dertil knyttet id-nr.

Hver respondent har teknisk set kun kunnet besvare skemaet én gang. Dette er gjort for at sikre, at alle deltager på lige fod i lodtrækningen om den præmie, som arrangørerne har udloddet.

Tilskuerundersøgelse:

Epinion har på vegne af Sport Event Denmark og YWC Sports foretaget personlige interviews med 351 tilskuere langs ruten ved Challenge Copenhagen i København.

3.1. Afgrænsning – Deltager- og tilskuerundersøgelsen

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 i værtsregionen i eventperioden, 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 sportsevents i Danmark i 2009 og 2010.

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.

Effekterne måles ift. en "ganske almindelig periode medio august i København", 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, men da triatlongæsterne i stor stil overnattede ikke-kommercielt ifm. deres eventophold, vurderes fortrængningseffekten at være beskedent.

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 sportseventværtskaber i Danmark ved at sammeholde døgnforbruget for sportseventgæster med ferieturister og erhvervsturister jfr. VisitDenmarks terminologi og Tøbbe-undersøgelser (Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning).

En sådan sammenligning kan endvidere tage udgangspunkt i:

- turismeadfærdsaktivitetsniveauet
- 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 afsnit 3.2. Model nedenfor.

For befolkningsundersøgelsen henvises til beskrivelse i "Effektmålingen".

3.2. Model – Den kvantitative deltager-/ledsager- og tilskuerundersøgelse

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.⁵⁵

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.

Det 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 under-

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

leverancer 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.

Arrangørernes forbrug i værtsregionen (=arrangementsudgifter) ifm. værtskabet indgår som nævnt ikke i LINE-beregningerne.

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

Beskæftigelseseffekten 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 beskæftigelseseffekten 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 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 udligning⁵⁶

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

3.4. Definitioner af nøgletal – Deltager-/ledsager-tilskuerundersøgelsen

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.

Værditilvækst=

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.

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 Københavns Kommunes tilskud og Region Hovedstadens.

⁵⁶ For Hovedstadskommuner kan udligningen for en vækst i udskrivningsgrundlaget være 85%, mens den i øvrige kommuner for Hovedstadskommuner kan være 58%.

Der er imidlertid stadig, trods denne sondring mellem national og regional investering i event- en 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.

Til beregning af Return on Investment tallene i tabel 4 i det overordnede resumé i effekt- målingen, er følgende formler benyttet.

ROI-1:	
<u>Udenlandsk turismeomsætning</u> =	<u>kr. 8,1 mio.</u>
Offentlige tilskud (kun SEDK)	kr. 0,7 mio.
ROI-2:	
<u>Udenlandsk turismeomsætning</u> =	<u>kr. 8,1 mio.</u>
Offentlige tilskud (SEDK/værtsby/-region)	kr. 2,2 mio.
ROI-3:	
<u>Offentlig provenu til staten</u> =	<u>kr. 2,2 mio.</u>
Offentlige tilskud (kun SEDK)	kr. 0,7 mio.
ROI-4:	
<u>Offentligt provenu, ialt</u> =	<u>kr. 4 mio.</u>
Offentlige tilskud (SEDK/værtsby/-region)	kr. 2,2 mio.
ROI-5:	
<u>Inden- og udenlandsk turismeomsætning</u> =	<u>kr. 30,1 mio.</u>
Offentlige tilskud (SEDK/værtsby/-region)	kr. 2,2 mio.
ROI-6:	
<u>National værditilvækst</u> =	<u>kr. 5,7 mio.</u>
Offentlige tilskud (kun SEDK)	kr. 0,7 mio.
ROI-7:	
<u>Regional værditilvækst</u> =	<u>kr. 16,4 mio.</u>
Offentlige tilskud (SEDK/værtsby/-region)	kr. 2,2 mio.

Reason to go:

Hovedårsag til besøget

BILAG 2

Stikprøve vs. totalpopulation – Befolkningsundersøgelsen

Tabel A. Stikprøven vs. totalpopulation

Analysegrundlag	Antal lokale
Stikprøve	504
Totalpopulation	500.000 (ca.)

Socioøkonomiske kendetegn ved de 504 københavnere

Tabel B. Alder

Aldersgruppe	% af respondenterne
18-25 år	12%
26-35 år	25%
36-45 år	26%
45 år og opefter	37%
Total	100%

Der var 48% kvinder i undersøgelsen og 52% mænd.

Tabel C. Husstandens bruttoindkomst

Indkomstinterval/år	% af respondenterne
Op til 100.000 kr	4%
100.000-300.000 kr.	16%
301.000-500.000 kr.	16%
501.000-700.000 kr.	16%
701.000-900.000 kr.	10%
Over 900.000 kr.	9%
Ved ikke	14%
Vil ikke svare	16%
Total	100%

Stikprøve vs. totalpopulation – Deltagerundersøgelsen

Tabel D.

Analysegrundlag	Antal
Stikprøve	984
Totalpopulation	1.473

Af de 985 er 65% = 640 danskere og 345 udenlandske. Af de 640 danskere er 243 lokale, dvs. 38% af danskerne og 25% af alle.

Sport Event Denmark har efter aftale med YWC Sport sendt samtlige deltagere i Challenge Copenhagen 2010 en e-mail med et link til et spørgeskema på 50 spørgsmål mandag d. 16.

august. Et spørgeskema, som er udarbejdet af Sport Event Denmark og YWC Sport i fællesskab.

Deltagerne blev opfordret til at udfylde spørgeskemaet og returnere det til Sport Event Denmark senest d. 15. september, hvilket et overraskende stort antal gjorde; nemlig næsten 1000 (984) ud af 1.473 mulige, hvilket svarer til, at 2 ud af 3 fremmødte triatleter i København har besvaret spørgeskemaet. Af disse 984 triatleter er 65% fra Danmark.

Hvordan er fordelingen af deltagere i stikprøven på hhv. elite, bredde og stafet⁵⁷?

Ifg. de indløbne svar deltog 95% i breddekonkurrencen, 4% i stafet og 1% i eliteracet. Dette stemmer dog ikke helt overens med arrangørernes registrering, hvor flere elitetriatleter deltog. Dette segment er således underrepræsenteret i stikprøven.

Stikprøve vs. totalpopulation – Tilskuerundersøgelsen

Tabel E.

Analysegrundlag	Antal
Stikprøve	351
Totalpopulation	70.000-75.000

⁵⁷ Stafet, således at hver af de 3 deltagere på stafeholdet, kun gennemførte en af de 3 discipliner men tilsammen gennemførte en fuld Ironman-distance

BILAG 3

KRYDSTABULERING AF BEFOLKNINGSUNDERSØGELSEN

Her er kun angivet de resultater, hvor der er konstateret en signifikant forskel, der sandsynligvis kan forklares med forskelle i køn, alder, bopæl osv.

Krydsene i de to yderste kolonner i alle skemaerne angiver det køn, den alder, den bopæl osv., som er overrepræsenteret i de givne målinger/resultater⁵⁸.

Kønsspecifikke forskelle

Overordnet set er der ikke mange kønsspecifikke forskelle.

Resultater fra effektmålingen	Kvinder	Mænd
Jeg mener ikke, at Københavns Kommune skal støtte store internationale sportsbegivenheder. De må klare sig selv	X	
Jeg har ingen holdning til Challenge Copenhagen overordnet set	X	
Challenge Copenhagen skabte liv og stemning i byen		X
Det virkede som en velorganiseret event		X
Det virkede som et stort arrangement		X
Jeg har ikke noget forhold til Challenge Copenhagen	X	
Jeg var tilskuer og/eller kender en deltager i Challenge Copenhagen		X

Aldersspecifikke forskelle

Overordnet set er der en del aldersspecifikke forskelle.

Resultater fra effektmålingen	<25 år	25-45 år	>45 år
Det er <i>ikke</i> vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde store topmøder og kongresser	X		
Det er <i>ikke</i> vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde store kulturbegivenheder	X		

⁵⁸ Ved ikke"- og "vil ikke svare"-andelen på de anførte udsagn svinger mellem 1% og 31%. Ikke overraskende er der klart flest "vil ikke svar"-svar på indkomstspørgsmålet.

Københavns Kommune skal støtte store internationale sportsbegivenheder, hvis det målbart gavner byen	X		
Det skal <i>ikke</i> være sådan, at sportsevents må klare sig selv	X		
Jeg har ikke hørt om Challenge Copenhagen (ingen kendskab)	X		
Jeg har ingen holdning til Challenge Copenhagen	X		
Jeg mærkede slet ikke til eventen	X		
Det virkede som en velorganiseret event			X
Jeg var tilskuer til Challenge Copenhagen			X
Jeg kender en deltager i Challenge Copenhagen		X*	
Jeg har ikke noget forhold til Challenge Copenhagen	X		
Ja, Challenge Copenhagen har ændret min interesse for triatlon i positiv forstand		X*	
Nej jeg kan ikke nævne andre store sportsevents i Køb. i 2010	X		

* især de yngste i aldersgruppen 25-45 år

Indkomstspecifikke forskelle

Overordnet set er der nogen indkomstspecifikke forskelle.

Resultater fra effekt-målingen	<300.000 kr.	>300.000 kr. <500.000 kr.	>500.000 kr. <700.000 kr.	>700.000 kr.
Det er vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde store topmøder/kongresser				X*
Det er vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde sportsbegivenheder	Se fodnote ⁵⁹		X	X*

⁵⁹ at det ikke kun er den højeste indkomstgruppe, der er overrepræsenteret her, betyder ikke, at dem med lavere indkomster er mere positive over for sportsevents end over for andre typer events

Det er vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde kulturbegivenheder				X*
Københavns Kommune skal støtte store internationale sportsbegivenheder, hvis det målbart gavner byen	X**			
Københavns Kommune skal helt bestemt støtte store internationale sportsevents	X**			X*
Københavns Kommune skal støtte store internationale sportsbegivenheder, men kun i begrænset omfang	X***			
Sportsbegivenheder må klare sig selv økonomisk		X		
Challenge Copenhagen skabte stemning i byen		X		X*
Jeg har ikke hørt om Challenge Copenhagen (ingen kendskab)	X***			
Jeg har ingen holdning til Challenge Copenhagen	X**			
Jeg mærkede slet ikke til eventen	X**			
Det virkede som en velorganiseret event	X***			
Det virkede som et stort arrangement				X*
Jeg var seer/lytter til eventen		X		
Jeg kender en deltager i Challenge Copenhagen	X**			
Ja, Challenge Copenhagen har ændret min interesse for triatlon i positiv forstand	X**			
Ja, jeg kan godt nævne andre store sportsevents i København i 2010				X****

* specifikt dem med indkomst >900.000 kr./år
*** dem med indkomst 100.000-300.000 kr./år

** især dem med indkomst <100.000kr/år
**** dem med indkomst 700.000-900.000kr/år

Forskelle alt efter om respondenterne havde hørt om Challenge Copenhagen 2010 eller ej

Overordnet set er der ikke mange forskelle. En del af forklaringen er naturligvis, at visse spørgsmål ikke har kunnet besvares af dem, der ikke havde hørt om eventen på interviewtidspunktet.

Resultater fra effektmålingen	Ja, hørt om	Nej, ikke hørt om
Det er vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde sportsbegivenheder	X*	
Det er vigtigt for Danmark og København at markere sig internationalt ved at afholde kulturbegivenheder	X	
Københavns Kommune skal helt bestemt støtte store internationale sportsbegivenheder	X	
Københavns Kommune skal helt bestemt støtte store internationale sportsbegivenheder	X	
Ja, jeg kan godt nævne andre store sportsevents i København i 2010	X	

* i endnu højere grad er "ja-gruppen" overrepræsenteret her end tilfældet er mht. kulturbegivenheder

BILAG 4.

Befolkningsundersøgelse: kvalitative resultater grafisk form

Resultaterne af omnibusundersøgelsen præsenteres herved grafisk. De tal, der står i parentes, under procentandelen er antal respondenter, der har afgivet det pågældende svar.

Det kan anbefales at læse resultaterne krydstabuleret på alder, køn mv. umiddelbart efter "Resultater".

Tabel 1. Har du hørt om triatlonstævnet Challenge Copenhagen, der foregik i går/sø. 15. aug.?

	Procentandel
Ja	75 % (380)
Nej	25 % (124)
Total	100 % (504)

Tabel 2: Mærkede du nogen trafikale gener i København pga. den afspærring, der var omkring triatlonruten?

	Procentandel
Nej	82 % (413)
Ja, men ingenting alvorligt	8 % (42)
Ja, men kun hvad man kunne forvente	5 % (26)
Ja, og det i en uacceptabel grad	4 % (18)
Ved ikke	1 % (5)
Total	100 % (504)

Tabel 3: Hvad er dit forhold til Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Seer/lytter (tv/radio)	19 % (71)
Tilskuer	16 % (60)
Kender en deltager	14 % (54)
Har selv deltaget	0 % (1)
Intet forhold	51 % (194)
Total	100 % (380)

Tabel 4: Hvad synes du om Challenge Copenhagen overordnet set?

	Procentandel
Det skabte liv og stemning i byen	36 % (136)
Jeg mærkede slet ikke til det	23 % (88)
Det virkede velorganiseret	27 % (102)
Det virkede uprofessionelt	0 % (1)
Det virkede som et stort arrangement	19 % (73)
Det greb forstyrrende ind i min hverdag, og jeg var hellere det foruden	4 % (14)
Det har jeg ingen holdning til	26 % (98)
Total	135 % (512)

Tabel 5: Har Challenge Copenhagen ændret din interesse for triatlon?

	Procentandel
Ja, i positiv forstand	16 % (59)
Ja, i negativ forstand	1 % (2)
Nej	83 % (315)
Ved ikke	1 % (4)
Total	100 % (380)

Tabel 6: Har du kendskab til andre store sportsbegivenheder i København i år?

	Procentandel
Ja	53 % (266)
Nej	47 % (238)
Total	100 % (504)

Fig. 1. Det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store topmøder og kongresser? (respondenters enighed i %)

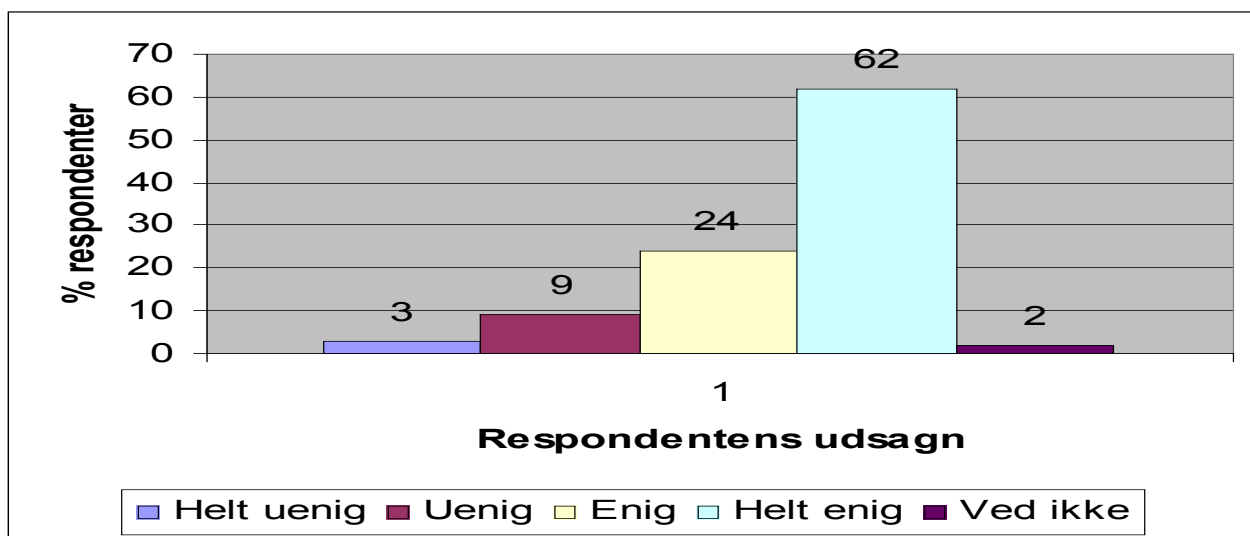


Fig. 2. Det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store sportsbegivenheder? (respondenters enighed i %)

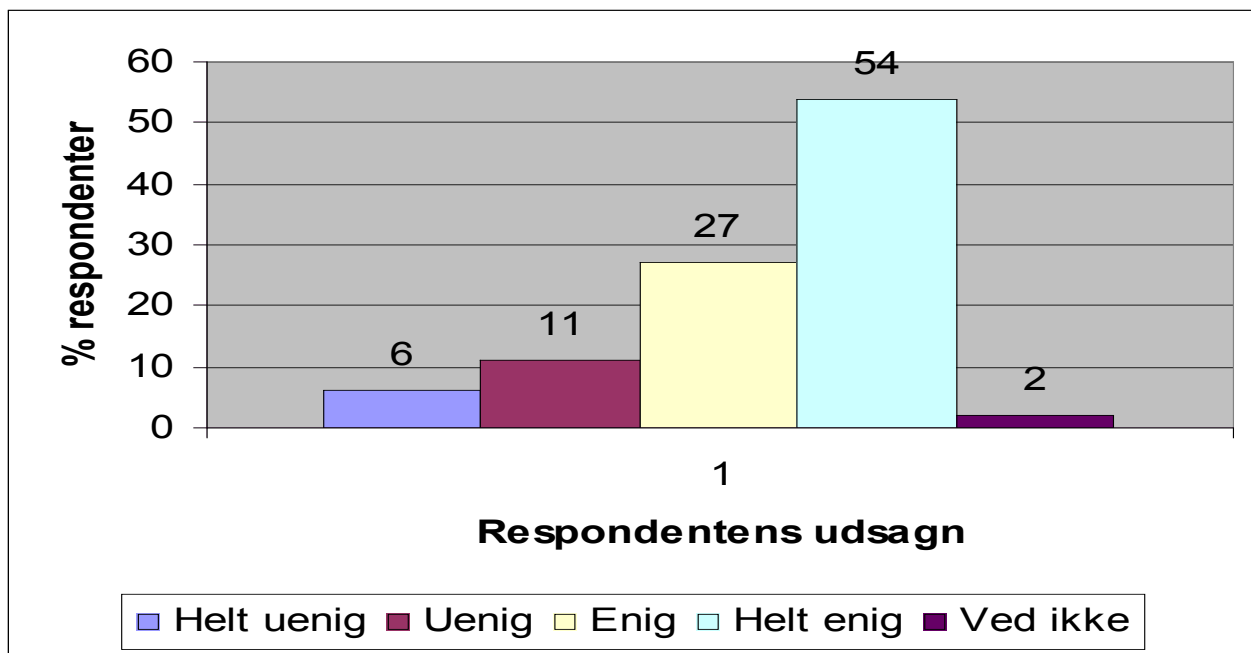


Fig. 3. Det er vigtigt for København og Danmark at markere sig internationalt ved at afholde store kulturbegivenheder? (respondenters enighed i %)

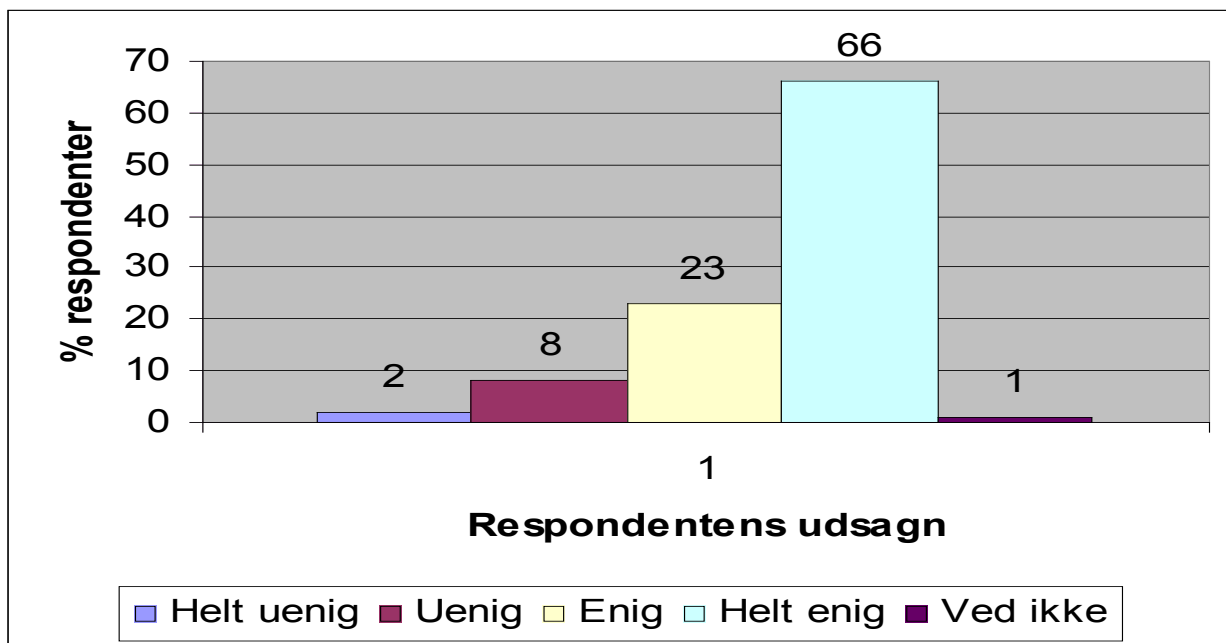
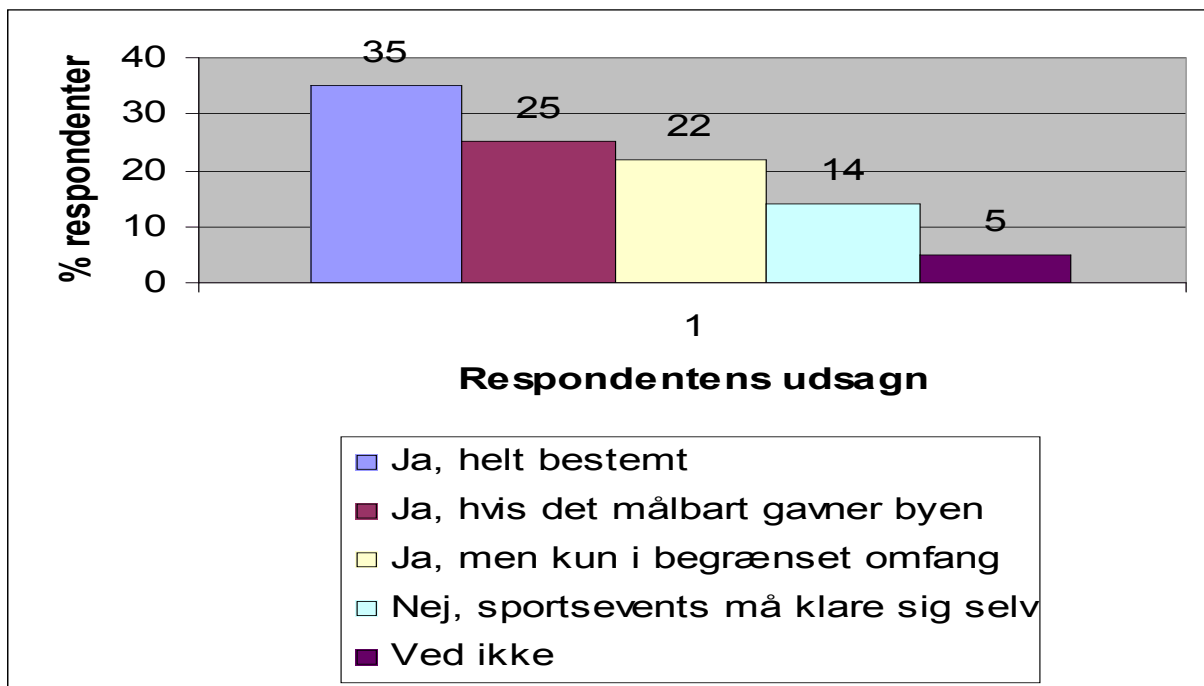


Fig. 4. Mener du, at Københavns Kommune specifikt bør støtte store internationale sportsbegivenheder?



BILAG 5

Befolkningsundersøgelsen - Uddybning af kvalitative resultater

Tabel 1 og 2:

- Det er bare fedt at stævnet blev afholdt
- Kun gener pga. oversvømmelserne
- var ikke hjemme
- lagde slet ikke mærke til noget, de eneste trafik problemer jeg havde, var pga. meget regn
- Havde ikke forventet gener, det ville have været rart at vide det
- var ikke udenfor den dag
- arbejde hele dagen
- det var en Københavnerbegivenhed og det er ok
- positiv oplevelse
- ikke noget alvorligt
- var ikke ude
- man kunne sagten komme rundt alligevel
- nej for vi kørte vestpå
- Har kun cyklet rundt, og der kom tværtimod mindre trafik på vores vej
- er lige flyttet til jylland
- svært, fordi der også var vandproblemer
- har hørt at der havde været nogen gener omkring det
- noget der skulle tage en halv time tog halvanden
- ikke der hvor jeg kørte
- meget lang kø, for bilerne, og forvirring
- De kunne ikke komme nogen steder pga. afspærringerne de kunne feks, ikke lufte hund
- skulle nordpå så det var ikke problem
- man kan jo cykle i stedet

- sidst søndag var vejen også lukket, og der var dårlig skiltning
- ændre sine ruter, han giver rundvisninger i københavn. Men det gik okay, som forventet
- lidt længere tid med bussen
- Da de begyndte at sætte op til det, der kunne natbusserne ikke komme til
- læste om problem og ruteomlægninger af busser
- Kun små ændringer i trafikken
- har hørt om det
- Der var gener, men det var mere pga oversvømmelser
- kørte tidligt og kom hjem sent, så mærkede ikke noget til det
- ikke noget i forhold til vandmasserne... trafik var ikke et problem pga arrangementet
- der er jo ikke noget at gøre ved. jeg synes det var vildt spændende
- kunne ikke få nogen p-pladser, måtte køre stor omvej
- Hun er cyklist, så det var intet problem.
- var ikke i københavn, men mente ikke der blev nok informeret
- Bor op af en afspærring, så lagde mærke til dem
- Hun ved ikke hvor det blev afholdt, så hun var nok ikke i området selvom hun var i byen
- Hun tager scooteren i modsat retning af hvor det har været, og derfor har hun ikke bemærket det på

- en træls måde i forhold til trafikken
- forudsigelige gener
- intet problem, der var blevet gjort opmærksomt på det
- Hun syntes det var uacceptabelt fordi der også var en del andre veje der var spærret pga. regnen
- personens gade var lukket i begge ender, så man kunne slet ikke komme ud med bilen hele dagen
- nej for det var midt i regnvejret så det var mest regnen der forstyrrede
- Hun vidste godt der var "kaos", så hun bevægede sig ikke udenfor den dag
- det optagede ham uendelig lidt, så han har ikke set det
- når der sker noget i byen er der altid en lille smule problemer med trafikken, fordi der kommer
- mange biler ind i byen
- Han er altid til fods eller via metroen så han har aldrig trafikproblemer
- Var i Tivoli, var med bus og mærkede ikke noget
- kø omkring hellerup...men det blev afviklet fint
- man kan hverken komme frem eller tilbage.. Kunne ikke komme til med sin bod osv
- fordi han kører på en elektrisk scooter, så han kommer let igennem. Derfor har han aldrig problemer
- Lad vær med at afspærre midtbyen fra aftenen før
- Respondenten var klar over at midtbyen var spærret af, så han tog sine forholdsregler
- indirekte via arbejde, hvor det skabte lidt problemer, men ikke noget stort..
- Der var en omlægning af busrute, intet alvorligt
- han havde ikke nogen problemer, men konen var til gengæld forhindret i at nå frem til sin destination (ukendt) og måtte køre hjem igen
- var slet ikke i byen på tidspunktet
- Det var svært at komme nogle steder hen på gå-ben
- hendes kæreste kunne ikke komme hjem fra arbejde før efter en time
- Dårlig planlagt af kommunen. Havde tilladt at ruten gik forbi havnen samtidig med flådens 500-års jubilæumsarrangement. Ikke så smart
- undlod at køre bil den pågældende dag pga triatlonstævnet
- Det er et privat arrangement så det er uacceptabelt at de spærre så meget
- Det er fint nok, at der er triatlon, men det overhovedet ikke generede andre.... meget bedre planlægning i forhold til de andre arrangementer
- boede på Christianshav og måtte tage en anden vej men det var fint nok
- Hun sad meget i kø og mente at det var en underlig rute, dog var der jo de uforudsete oversvømmelser, der gjorde ondt værre
- det var jo rigtig godt varslet, så vi fandt vej udenom
- Hun befandt sig ikke i det område, men var dog i byen og ville faktisk gerne have set det
- tager meget ind til byen
- Hun så kun nogle folk der fyldte vejen så hun holdt stille i en kort stund
- første gang jeg hører om det lige... NU-
- Hun var hjemme men gik bare en tur, og så det. Men hendes gæster havde problemer og kom for sent til frokost
- måtte køre store omveje for at komme til Valby

Fig. 4:

- Det er ikke kommunen der skal støtte det, enten er det på et plan hvor staten støtter ellers skal sportsbegivenhederne kunne køre af sig selv
- Man skal være kendt for et eller andet, og det er ikke ligegyldigt hvad man er kendt for
- ikke kun kommunalt foretagende men burde også støttes på landsplan
- Sådan skal det bare være
- Kommunen har ikke noget med sport at gøre. De penge der bliver brugt på sport skal hellere bruges på alle borgerne
- det er ikke en kommunal opgave at støtte den slags arrangementer. det skulle i stedet ske på frivillig basis
- kommer nok os til gode i den sidste ende
- fremmer alt. lokalliv og kbh på verdensplan
- Fordi det er København, der fortjener pengene, og de har også slitagen ved begivenhederne og derfor bør det være i begrænset omfang
- Det er et prioriteringsspørgsmål, der er ikke uendeligt penge i kassen
- der er mange andre projekter kommunen skal koncentrere sig om. Sociale projekter er vigtigere end sportsbegivenheder. Udendørs arrangementer skal afholdes på de gode tidspunkter så turister får noget ud af det
- fordi det er underholdende for alle
- det kommer godt igen i form af turisme, reklame og det sætter gang i nogle ting i byen
- På den ene side er den en god sag at støttedisse arrangementer bla. på grund af det image man får til byen. Dog skal det siges at skatteborgere og kommunen burde ikke støtte det hele, eftersom det kan være svært at vælge hvilke arrangementer der bør have støtte og hvilke der ikke burde. Dertil må dem der deltager også betale lidt selv. Det er også meget et prioriteringsspørgsmål
- hvis klubberne skabte ordentlig reklame imellem sig så kunne de finansiere de forskellige sports arrangementer. hvis kommunen afholder det går pengene i kommunens kasse og ikke i sporten
- vi skal jo hele tiden prøve at slå os op på noget
- mener at det er vigtigt at placere sig på verdenskortet, som et multikulturelt land med interesse i mennesker og det at gøre en aktiv indsats for at hjælpe folk i deres fritidsinteresser
- turisme og afledet salg betaler det nok
- øh og æh, jeg går ikke så meget op i sport
- Danmark skal støtte, ikke specifikt København
- kendthed - liv - brug byen!
- Fordi man skal støtte ting, men ikke for en hver pris. Et er at støtte for at markere sig, men det er ikke altid en god måde at se på tingene eftersom det ikke er sikkert at man kan lave en "god måling" over hvor meget det gavner
- Københavns Kommune skal ikke støtte det, hvis det er på bekostning af andre og mere nødvendige/essentielle ting
- spørgsmål om økonomi. kan det betale sig at afholde disse arrangementer. hvis det kan så ja
- hvorfor kan de ikke lære at klare sig selv?
- moralsk godt i forhold til sport og sundhed.
- bruge faciliteter rundt omkring i kommunen
- Det er godt for landet

- Der er mange andre ting at støtte og man bør have en hård prioritering her i finanskrisen
- liv i byen
- ikke kun sport... støt også andre ting, kunst, musik,
- image - skaber flere penge
- Synes at pengene skal bruges på noget der gavner hele befolkningen og ikke kun en udvalgt gruppe
- vigtigt at markere sig hele vejen rundt
- hjælper på image
- fordi jeg er stolt af at bo i KBH. Verden skal videre og KBH skal eksistere
- Hvorfor ikke? Hvis man ser i større perspektiv gavner det altid, og det er en milliardforretning der kan have stor indflydelse på byens velfærd. Dertil er sport godt for alle, og det er bedre at udbyde noget, end at sidde hjemme og "pille sig i navlen"
- de må gerne støtte det lidt, så de også går ind og tager ansvar for det
- Man skal ikke lave noget for at markere byen kun, man skal lave noget, der gør, at dem der udøver sporten kan forbedre deres færdigheder og man skal ikke afholde sportsbegivenheder, hvis ikke man har faciliteterne til det
- brug pengene på kunst i stedet
- Hvis man ikke støtter noget, der gavner byen, så er listen uendelig lang over ting man "burde" give støtte til
- ja - det hører sig til.
synes dog hele landet bør støtte op om det, og at KBH ikke skal "straffes" for at være hovedstad
- promovere danmark og kbh. og sporten
- hvis det er kedelig sport, så nej. Hvis det er fed sport, så ja
- kan jo trække mange til
- fremme for sundhed og ungdom og til glæde for sundhed og ungdom
- Fordi der er mange andre ting man burde bruge kommunens penge på, så man bør først og fremmest prioritere - fx er det svært at få vuggestueplads
- mener at der i forvejen bruges alt for mange penge på sport, og de sportsbegivenheder der er, burde selv kunne tjene pengene, eftersom de har råd til at betale citat: "300 millioner bare de sparker til en bold", så de får rigeligt, og det burde kunne løbe rundt
- de klarer sig udmærket på markedsvilkår => ved hjælp af sponsorer
- Fordi de skal bruge pengene på børneinstitutioner og børneidræt i stedet for
- OL er urealistisk for København og mener kun at man burde holde det i det små, hvor det også gavner kulturen i byen..
- Man skal betale lidt selv men kommunen skal også støtte
- private sponsorater bør kunne finansiere de store sportsbegivenheder
- Økonomien er afgørende
- Kommunen skal generelt forsøge at trække kultur og sport osv til byen
- så har man noget man kan glæde sig til og det bliver anerkendt på den måde
- Størrelsen er afgørende
- man skal selvfølgelig ikke kaste penge til højre og venstre...men hvis det rykker noget så helt klart ja
- det fremmer turisme og aktivitet i kommunen og gavner økonomisk fremdrift
- ja, hvis det foregår i KBH
- god omtale

- Det er en vigtig kulturside af livet
- ikke hvis det er private sportsevents. Det er forkert at bruge skatteydernes kr til private arrangementer
- det er ikke en kommunal opgave, det er f.eks idrætsforbundene
- Ærgerligt at kommunerne ikke viser interesse for sport og levestandard
- Det er god platform
- hvis det gavner byen, så skaber det en sund by
- de får så meget støtte at de ikke behøver så meget andet steds fra
- Det er godt at profilere sig internationalt
- lægger mere vægt på andre kulturelle begivenheder end sport...synes at der er for meget vægt på f.eks fodbold i forhold til andet..
- godt i et større perspektiv
- Sådanne arrangementer får nok med penge
- der en nogen sportsgrene der burde kunne klare sig selv hvorimod de små sportsgrene burde støttes
- er selv sportsmenneske og synes det er en god måde at placere københavn på verdenskortet.Skaber også fællesånd
- der er penge og opmærksomhed i sport
- De skal støtte ungdommen
- Det er noget der bringer folk tættere sammen
- Et godt signal udadtil
- de trækker en masse mennesker til der ellers ikke ville komme i forvejen
- bør støtte ved at hjælpe med afspærringer og lignende, men ikke økonomisk til selve arrangementer
- fordi udgangspunktet er at vi ikke skal lave noget hvis det giver underskud. København skal ikke risikere at stå med underskud
- man skal være en del af international arena
- Det er vigtigt at København har fokus på andre ting først, og dertil burde store sportsbegivenheder og andet som DK skal markere sig med gå over statsbudgettet, fx klimatopmødet
- Mange sportsarrangementer har et kommercielt præg som jeg ikke synes kommunen skal knytte sig til
- Nej, de skal støtte det offentlige bad på Nørrebro... Det der lukkes
- Det burde staten gøre frem for kommunerne når det er store sportsbegivenheder
- Det er en del af vores kultur, så det skal støttes
- bedre med nogle specialforbund, men kommunen skal, hvis der ikke er andre alternativer
- kommunen må hjælpe med planlægning af trafik osv...ellers bliver det alt for dyrt og umuligt at gennemføre..
- Det er godt for landet og beboere at deltage og opleve events som disse
- Ja for jeg synes det er altid godt med noget sport og kultur. Disse arrangementer er altid med til at bakke og støtte samfundet op
- Fordi vi er ramt af finanskrise, og der skal være plads til det i budgettet. og man bør prioritere inden man lægger pengene i en kasse med "luksus" arrangementer. Børnehaver og andet dagligdags forbrug bør kunne løbe rundt uden nedskæringer først
- går ind for brugerbetaling...man derskal bruges penge til at støtte sport, da det virker som inspiration for de unge mennesker, så de kan se at der er andet at lave ud over at spille computer

- København bør ikke være den eneste by i Danmark, som støtter internationale begivenheder
- Hvis det gavner Danmark er det ikke kun Københavns Kommune der skal stå for økonomien
- det er meget forskelligt fra arrangement til arrangement
- Hvis vi endelige skal støtte noget kultur, skal det være noget andet end sport
- Vi skal have glæde af de penge vi bruger i samfundet, dette kan enten være økonomisk ved at der kommer turister til arrangementet men også med at folk selv får noget ud at deltage eller være med
- ja lidt, fordi pengene kommer ind igen så det kan godt betale sig
- Det er super vigtigt at vi markerer os i udlandet, f.eks tennisarrangement, helt sikkert.... VM i fodbold kommer ikke til Danmark af sig selv
- Det giver folk et andet fællesskab i byen, derved kan det også gavne de værdier man har i hverdagen og derfor er det vigtigt..
- kan godt lide større arrangementer hvor man er fælles om noget, når vi bor i et lille land. Fællesskabsfølelse
- Der er andre muligheder hvor kommunen kan støtte sådanne arrangementer, eksempel i form af udlejning af lokaler og andre faciliteter. Penge kan dertil også søges ved fonde, og man kan have frivillige arbejdere for at minimere prisen på arrangementer
- Hvis det har nogen fordel for byen at afholde begivenheder som dette, støtter hun kun op om det. Selvom hun ikke er sportsinteresseret
- Ja, nogle, men f.eks ikke bilvæddeløbet, så jeg er meget delt... for og imod... meget forurening
- Hvis man gerne vil være en metropol er det vigtigt at være med på den internationale scene
- Ja for det er godt for erhverslivet. Der kommer fokus på KBH som vil føre til mere kendskab og turisme. Danmark og KBH bliver mere kendt
- Jeg synes dog det er håbløst at det skal afspærre så meget hver gang der er et arrangement. Mere info om alternative veje ALTID, ALLE steder
- godt for økonomien. godt for indbyggerne. de bliver mere inspireret til at dyrke motion
- der skal ikke bruges penge på det
- Man skal støtste store begivenheder også af hensyn til unge mennesker
- det er vigtigt for turismen... inspiration for andre.... symbolisere at vi er en moderne nation
- Man skal være åben over noget interessant, ikke for minoriteter, men kun støtte i begrænset omfang
- de støtter nok i forvejen og skal sørge for al oprydning. det bliver omkostningsfuldt
- fint nok med marathon.. fokus på andet dog! Hellere bruge pengene i det sociale og kulturen
- hvad kommunen magter => må ikke gå ud over sociale områder
- det skal ikke holdes i byen, men ude på landet i stedet
- støtte selve arrangementer hvis der er faciliteter. => spørgsmål om man har råd til at bygge faciliteter

BILAG 6

KRYDSTABULERING AF DELTAGERUNDERSØGELSEN

Her angives de parametre, hvor der er konstateret forskelle på mere end et par procentpoints, som evt. kan forklares med køn, nationalitet mv., og som vurderes at have en vis grad af relevans for arrangørerne i deres forberedelser til Challenge Copenhagen 2011.

Krydsene i de to yderste kolonner i alle skemaerne angiver det køn, den alder, den bopæl osv., som er overrepræsenteret i de givne målinger/resultater. I de tilfælde, hvor forskellen er signifikant, dvs. hvor forskellen ikke kan forklares med tilfældighed, er parameteret markeret med **fed**.

Kønsspecifikke forskelle

Overordnet set er der en del kønsspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Kvinder	Mænd
Dansk andel af deltagere		X
Lokal andel af danske deltagere = med bopæl i København	X	
Single	X	
Barnløs	X	
Har en højere videregående uddannelse > 5år	X	
Er fuldtidsarbejdende		X
Opholder sig relativt længe i København ⁶⁰	X	
Opholder sig relativt kort tid i Danmark totalt set ⁶¹	X	
Er indkvarteret i lejet lejlighed	X	
Er indkvarteret privat, dvs. hos venner og familie		X
Bedømmer overnatningsstedet som meget godt ⁶²	X	

⁶⁰ 5,03 dage i gns. ift. gns. for alle uagtet køn, som er 4,4 dage

⁶¹ 5,03 dage i gns. ift. gns. for alle uagtet køn, som er 5,27 dage

Medbringer ledsagere	X	
Ledsagerne til ham/hende deltager selv i racet ⁶³	X	
Ledsagerne til ham/hende deltager i sideaktiviteter ⁶⁴	X	
Ledsagerne til ham/hende deltager i flest sideaktiviteter ⁶⁵	X	
Foretager sightseeing, evt. med ledsagere		X
Foretager shopping evt. med ledsagere		X
Debutant mht. deltagelse i et triatlonstævne		X
Debutant mht. deltagelse i et race på Ironmandistancen	X	
Har deltaget i færrest Ironmandistancer før ⁶⁶	X	
Synes det er "great", at eventen er for både elite og bredde	X	
Deltager som én af 3 personer i stafetten (kun 1 disciplin)	X	
Bedømmer de frivillige hjælpere som meget gode	X	
Bedømmer skiftezone 2 som meget god		X
Bedømmer målområdet som meget godt	X	
Bedømmer atletes garden (after race area) meget god		X

⁶² Excl. de der overnatter hjemme

⁶³ Dvs. at de ledsagere, de kvindelige deltagere (og respondenter) havde med i højere grad end de ledsagere, de mandlige deltagere (og respondenter) havde med, selv deltog i racet (52% af kvindernes ledsagere ift. gns. 33%)

⁶⁴ Ledsagerne til de kvindelige deltagere gør det for 68% vedkommende ift. gns. på 60%.

⁶⁵ 1,72 pr. ledsager til en kvindelig deltager ift. gns. på 1,57 blandt alle ledsagere, der deltager i sideaktiviteter

⁶⁶ 3,22 blandt de, der har deltaget i konkurrencer på Ironmandistancen før ift. gennemsnittet på 3,5

Ankommer til København med bil		X
Ankommer til København med fly	X	
Bedømmer København som by særdeles positivt	X	
Anså København og danskerne som venlige før besøget		X
Anser København og danskerne for venlige efter besøget	X	
Anser København/danskerne for miljøbevidst efter besøget	X	
Anså/anser København/danskerne for kosmopolitiske	X	
Anså København som en sikker by før besøget		X
Gjorde slet ikke brug af det officielle event hotel		X
Benytter det officielle eventhotel til race briefing	X	
Bedømmer det officielle eventhotel som meget godt	X	
Det er Challenge Copenhagen, der er "reason to go" ⁶⁷		X
Blev bekendt med eventen via officiel eventwebsite ⁶⁸		X
Vil gerne deltage i Challenge Copenhagen en anden gang	X (kun danske) ⁶⁹	

⁶⁷ Dvs. at deltagerne primært kommer til København pga. eventen og ikke omvendt (at de kommer til Danmark pga. at de ønsker at besøge København – eller andet – og så nu de er kommet også deltager i eventen)

⁶⁸ Den største bekendtskabskanal for begge køn far dog "familie og venner"

⁶⁹ Det forholder sig modsat mht. de udenlandske kvinder. De vil i mindre grad end alle deltagere under ét deltage igen. F.eks. vil 55% af de britiske kvinder ikke deltage igen

Nationsspecifikke forskelle (danske vs. udenlandske)

Overordnet set er der – naturligt nok – en del nationsspecifikke forskelle.

Resultater fra effektmålingen	Danske	Udenlandske
Andel af mænd	X	
Andel af kvinder		X ⁷⁰
Barnløs		X
Har en højere videregående uddannelse > 5år		X
Medbringer mange ledsagere ⁷¹	X	
Debutant mht. deltagelse i et triatlonstævne	X	
Debutant mht. deltagelse i et race på Ironmandistancen	X	
Har deltaget i færrest Ironmandistancer før ⁷²	X	
Synes det er "great", at eventen er for både elite og bredde	X	
Bedømmer cykelruten som meget god/god	X	
Ankommer til København i bil	X	
Bevæger sig rundt i byen i bil	X	
Bevæger sig rundt i byen med offentlig transport		X
Opholder sig relativt kort tid i København ⁷³	X	

⁷⁰ og flest britiske kvinder blandt de udenlandske (17%)

⁷¹ 6,69 brutto, 5,62 netto. Dvs. hhv. incl./excl. ledsagere, der selv deltager i triatlonracet (gns. er hhv. 5,27 og 4,23)

⁷² 2,8 ift. gennemsnittet på 3,5 for alle, de der har deltaget på Ironmandistancen før

Bedømmer København som by særdeles positivt		X
Anså/anser København og danskerne for venlige		X
Anså/anser danskerne for miljøbevidste		X
Anså/anser danskerne/København for hyggelig(e)	X	
Overnatter hjemme ifm. Challenge Copenhagen	X	
Bedømmer overnatningssted som meget godt/godt ⁷⁴		X
Foretager sightseeing og/eller shopping evt. med ledsagere		X
Bedømmer det officielle eventhotel som meget godt/godt	X	
Ledsagere deltager i sideaktiviteter		X ⁷⁵
Ledsagere deltager i flest sideaktiviteter ⁷⁶	X	
Det er Challenge Copenhagen, der er "reason to go" ⁷⁷	X	
Næstefter selve eventen, er det København, der trækker		X
Blev bekendt med eventen via familie og venner	X	
Eventen levede "to a great extent" op til forventningerne	X ⁷⁸	
Vil gerne deltage i Challenge Copenhagen en anden gang	X	

⁷³ 3,38 dage ift. gns. 4,4

⁷⁴ Excl. de der overnattede hjemme

⁷⁵ danskerne gør det kun for 53% vedkommende ift. gns. på 60%.

⁷⁶ 1,70 pr. ledsager ift. gns. på 1,57 blandt de ledsagere, der deltager i sideaktiviteter

⁷⁷ 70% ift. gns. på 65%

⁷⁸ 72% blandt danske deltager ift. gennemsnittet på 67%

Forskelle mellem førstegangstriatleter⁷⁹ og øvrige

Overordnet set er der nogle forskelle, om end knap så mange som mht. de to andre parametre.

Resultater fra effektmålingen	Debutant	Ikke-debutant
Andel af mænd	X	
Dansk andel	X	
Overnatter i eget hjem ifm. eventen	X	
Bevæger sig rundt i København med bil	X	
Blev bekendt med eventen blandt venner og familie	X	
Bedømmer registreringsprocessen som meget god	X	
Bedømmer svømmeruten som meget god	X	
Bedømmer cykelruten som meget god	X	
Bedømmer målområdet som meget godt	X	
Eventen levede "to a great extent" op til forventninger	X	
Foretager sightseeing og/eller shopping evt. med ledsagere		X
Ledsagere deltager ikke i sideaktiviteter ⁸⁰	X	
Ledsagere deltager i færrest sideaktiviteter ⁸¹	X	
Opholder sig relativt kort tid i København ⁸²	X	

⁷⁹ dvs. debutanter, der ikke tidligere har deltaget i et triatlonstævne i det hele taget

⁸⁰ 53% gør ift. gns. på 60%

⁸¹ 1,21 ift. gns. på 1,57 pr. pers.

Opholder sig relativt kort tid i Danmark i det hele taget ⁸³		
Bedømmer de frivillige hjælpere som meget gode	X	
Bedømmer overnatningsstedet som meget godt/godt ⁸⁴		X
Bedømmer København som by særdeles positivt	X	
Det er Challenge Copenhagen, der er "reason to go" ⁸⁵	X	
Blev bekendt med eventen via familie og venner	X	
Vil gerne deltage i Challenge Copenhagen igen	X	

⁸² 3,97 ift. gns. 4,4 dage

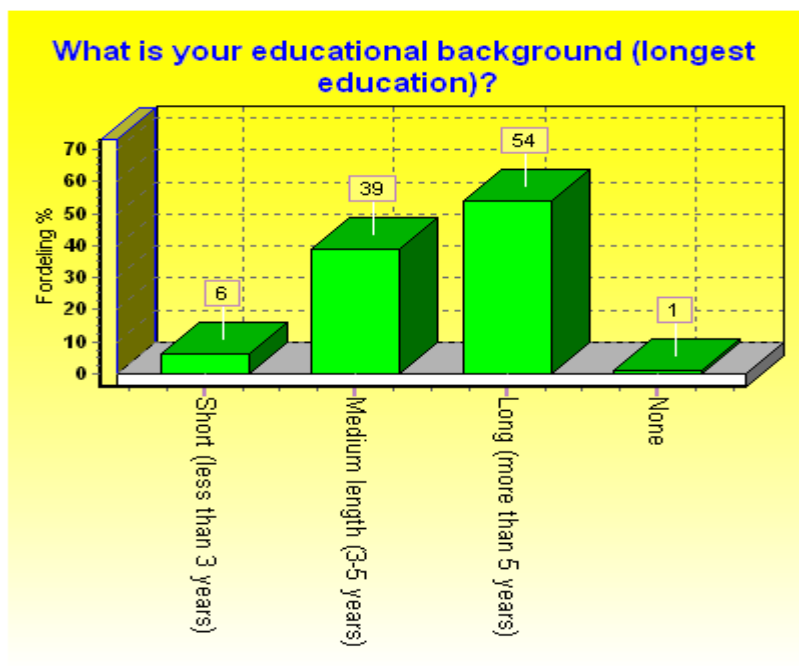
⁸³ 4,71 dage ift. gns. 5,1 dage

⁸⁴ Excl. de der overnatter hjemme

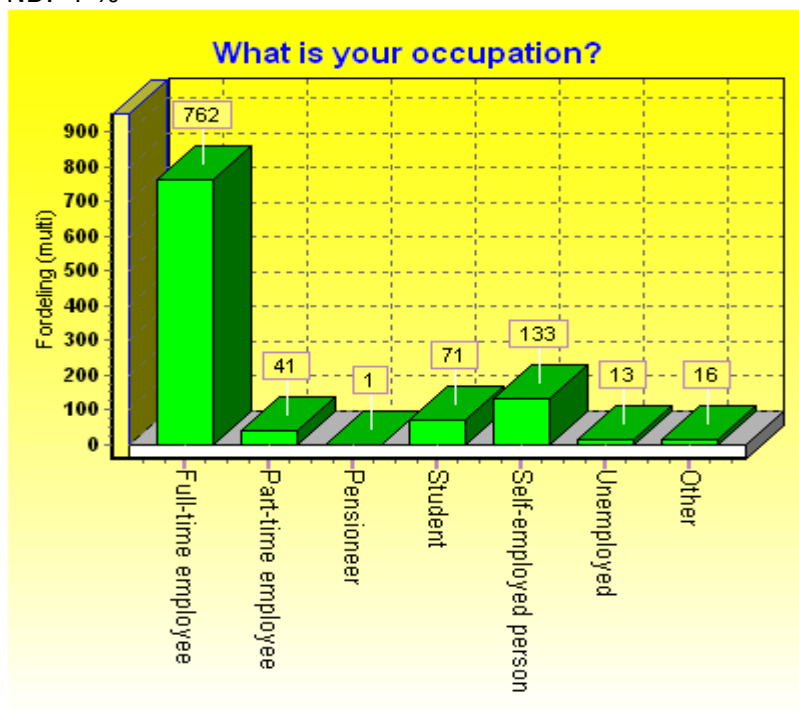
⁸⁵ 70% ift. 65%

BILAG 7.

Deltagerundersøgelsen - grafisk fremstilling af kvalitative resultater (de der er skønnet relevante)

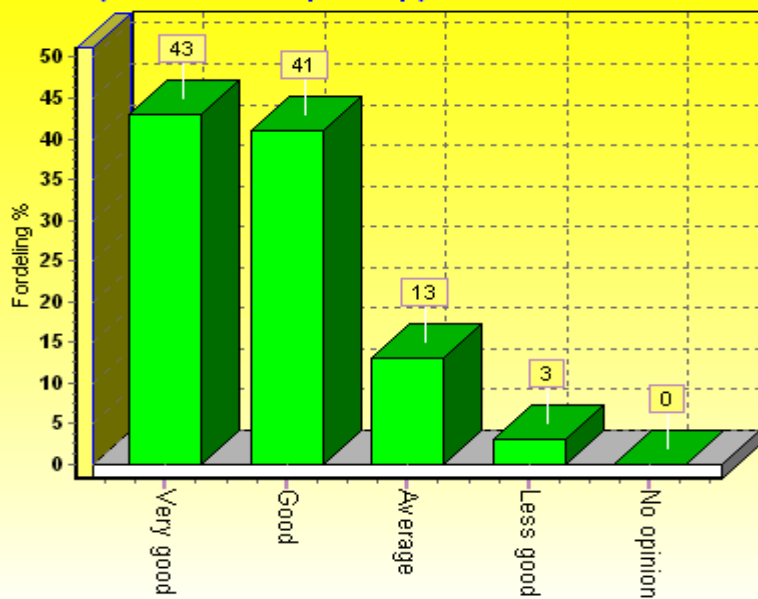


NB: i %



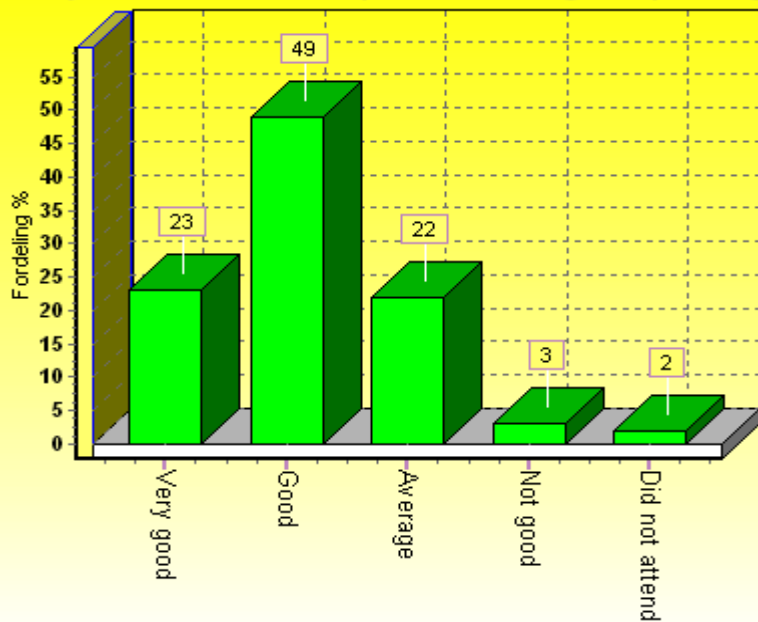
NB: antal respondenter

How do you evaluate the registration process (race number pick up) in Race Week?

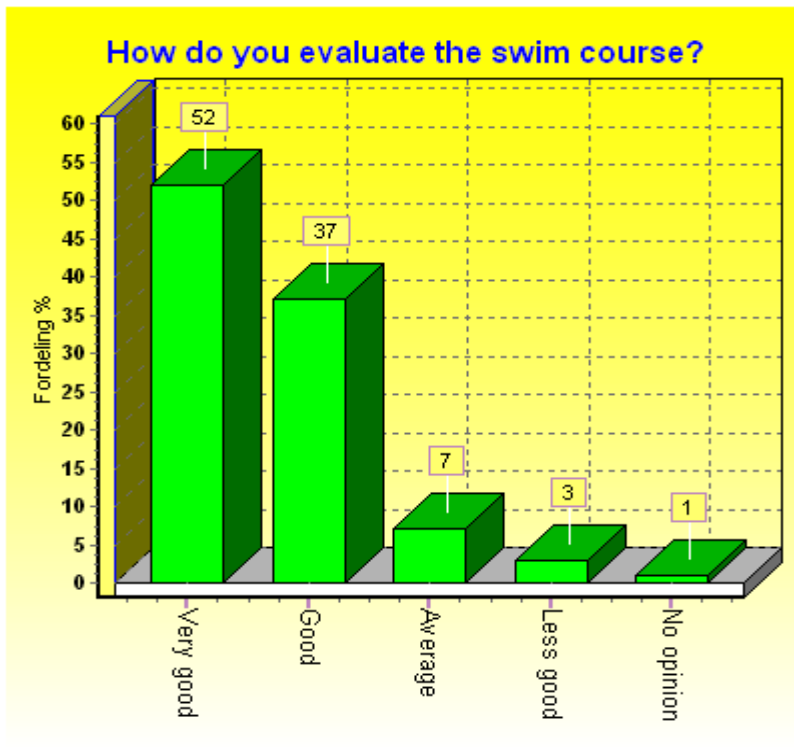


NB: i %

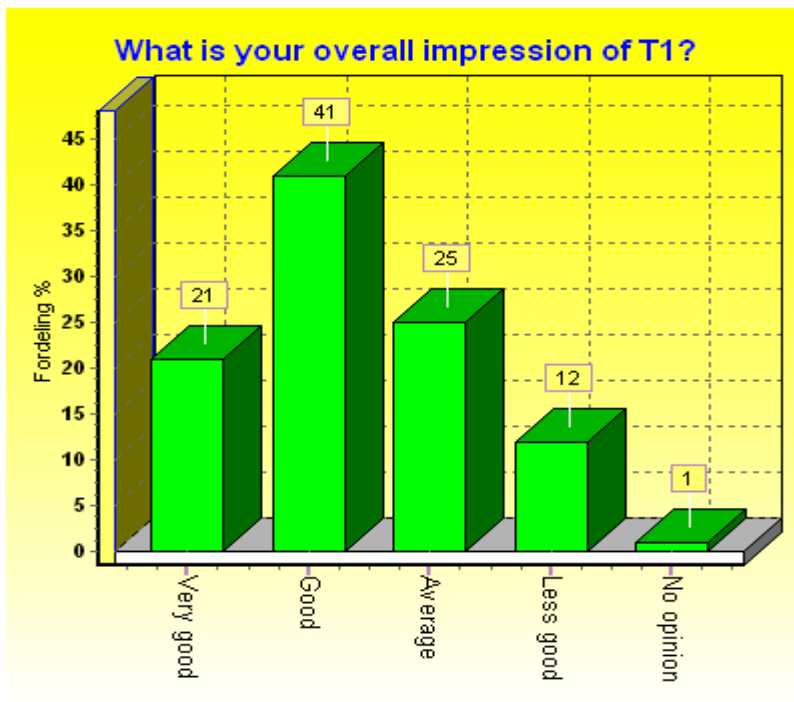
How do you evaluate the expo at Challenge Copenhagen



NB: i %

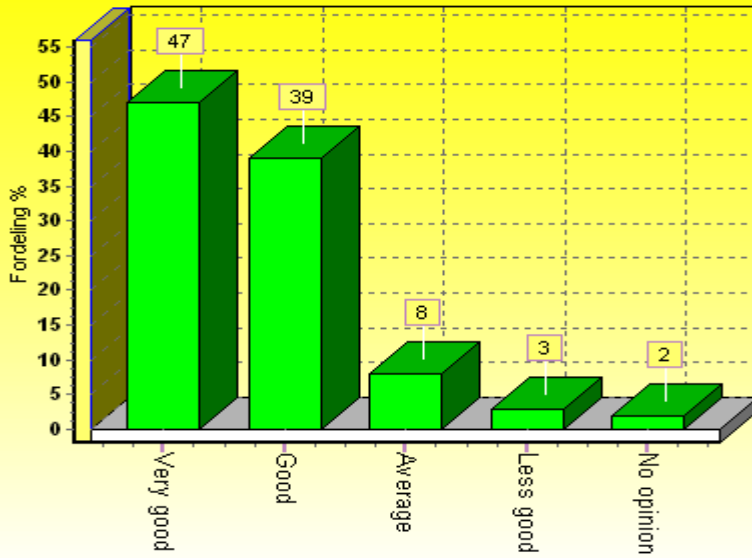


NB: i %



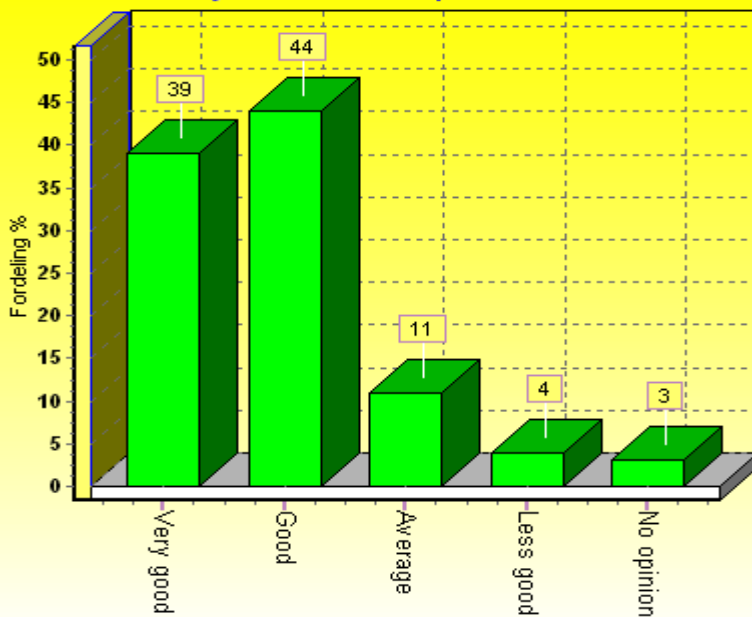
NB: i % (og T1 = første skiftezone fra svømning til cykling)

What is your overall experience of the bike course?



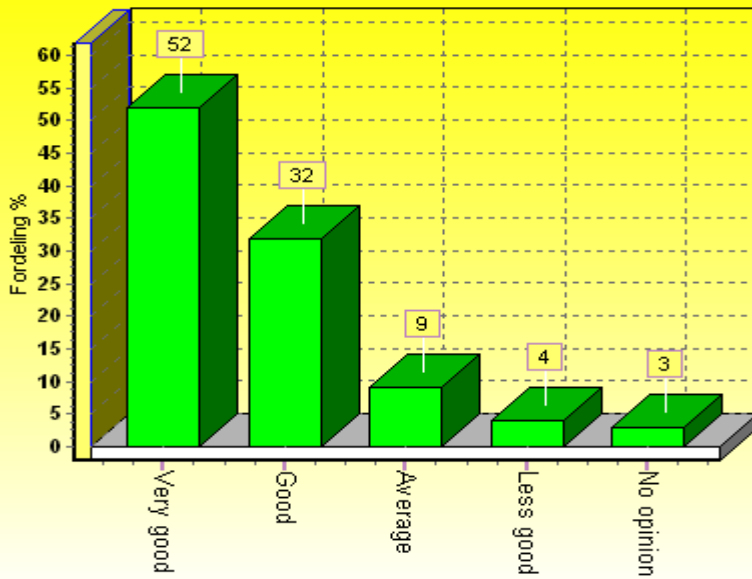
NB: i %

What is your overall impression of T2?



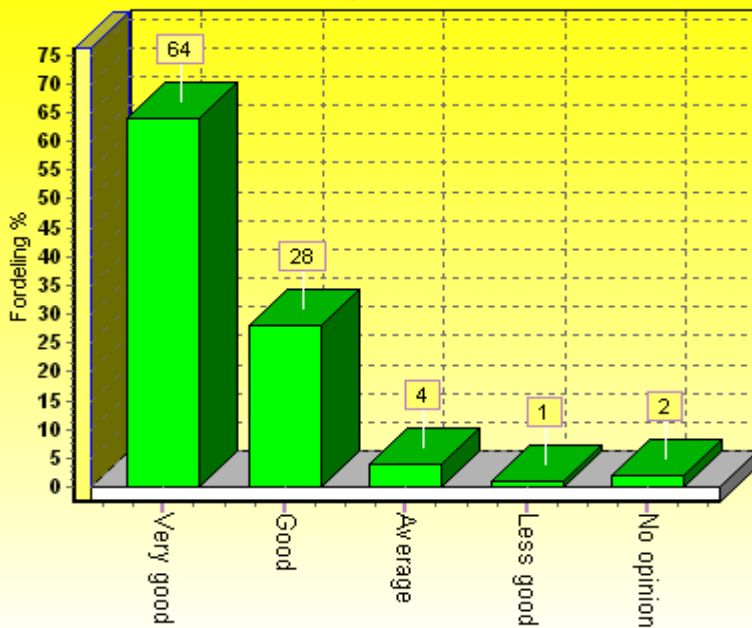
NB: i %

What is your overall experience of the run course?



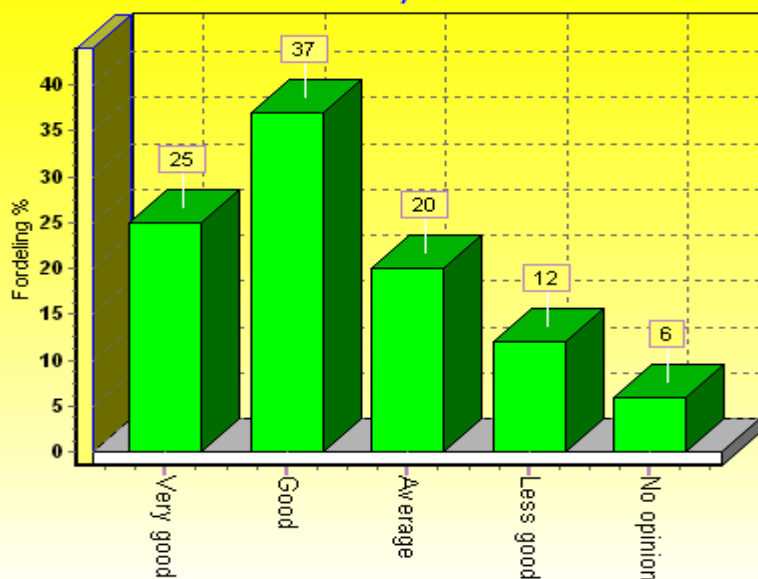
NB: i %

How would you rate the finish line set up; grand stands, atmosphere, music etc.?



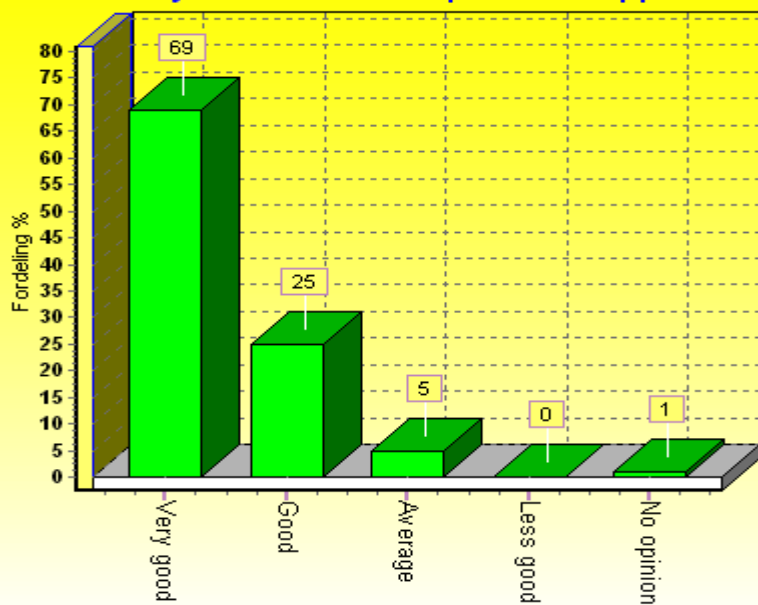
NB: i %

How do you rate the athletes garden (after race area)?



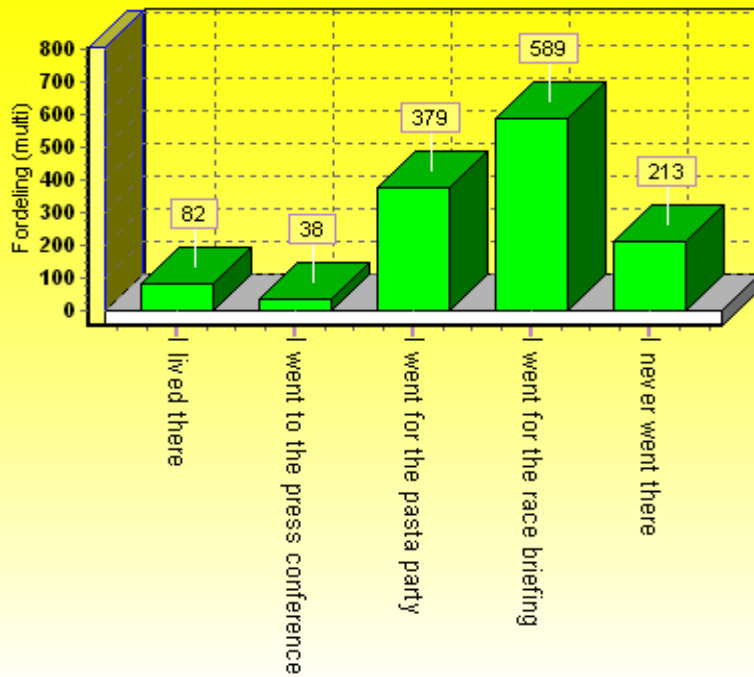
NB: i %

How do you evaluate the spectator support?



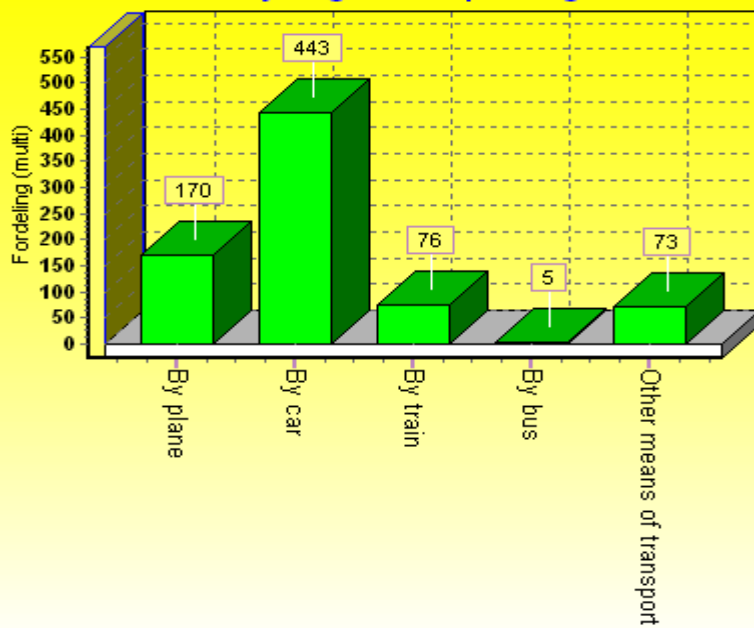
NB: i %

did you use the official race hotel Radisson Blue Sea



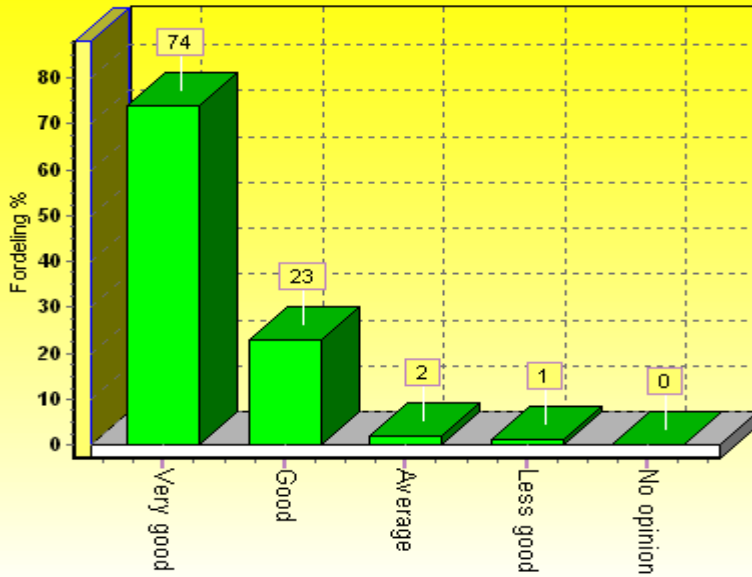
NB: antal responder

How did you get to Copenhagen?



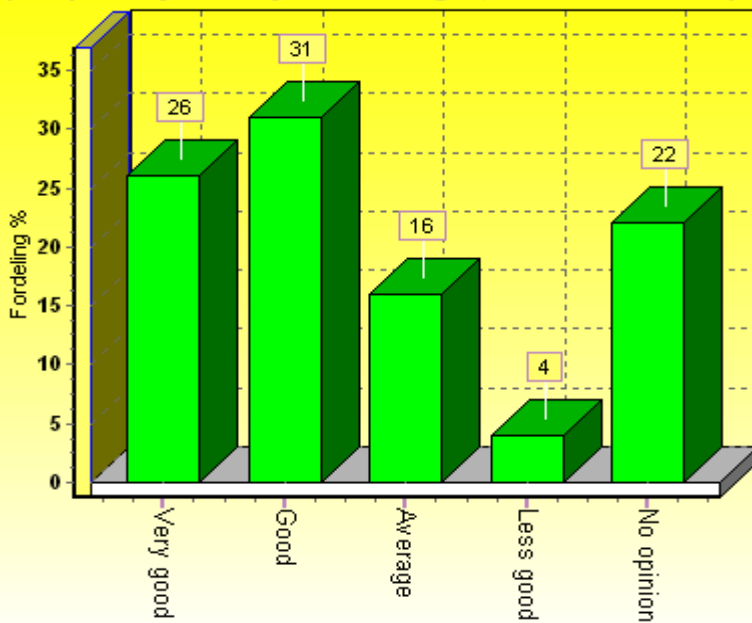
NB: antal responder

How do you evaluate the performance of the volunteers?



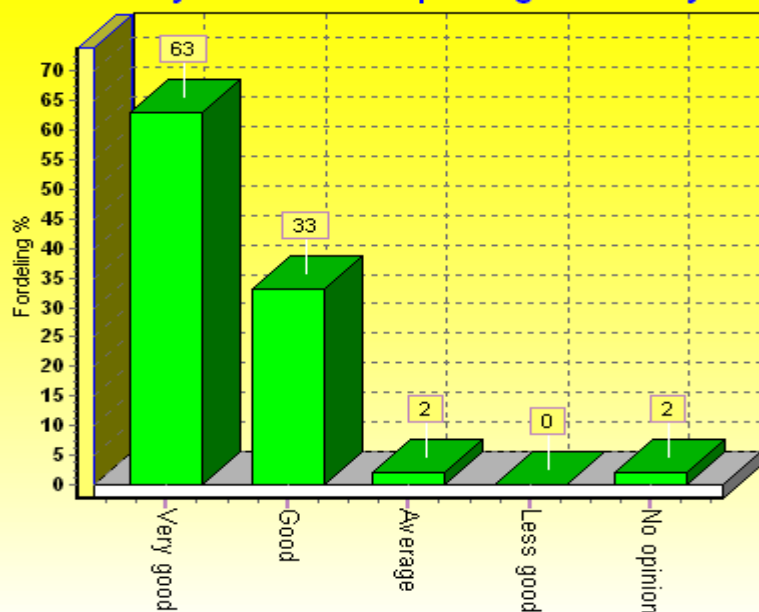
NB: i %

How do you evaluate the quality of your accommodation (the place you stayed overnight, unless at home)?



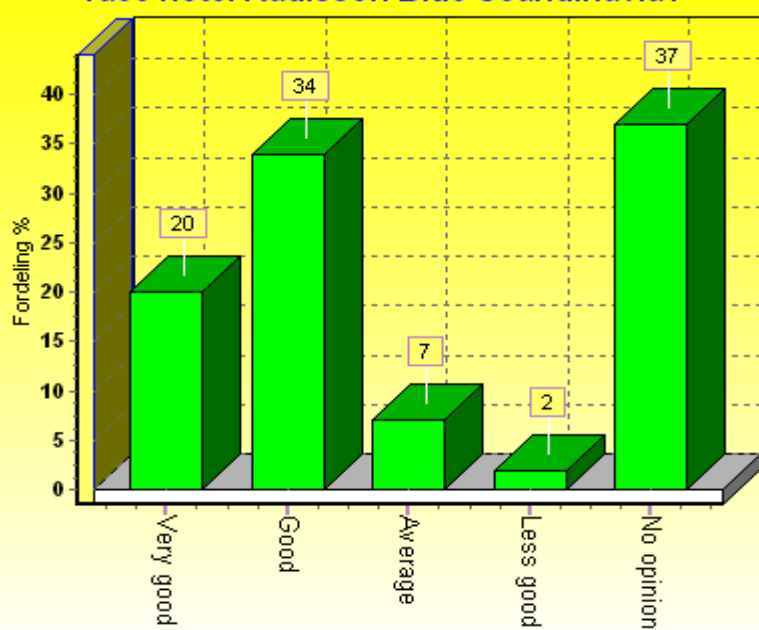
NB: i %

How do you evaluate Copenhagen as a city?



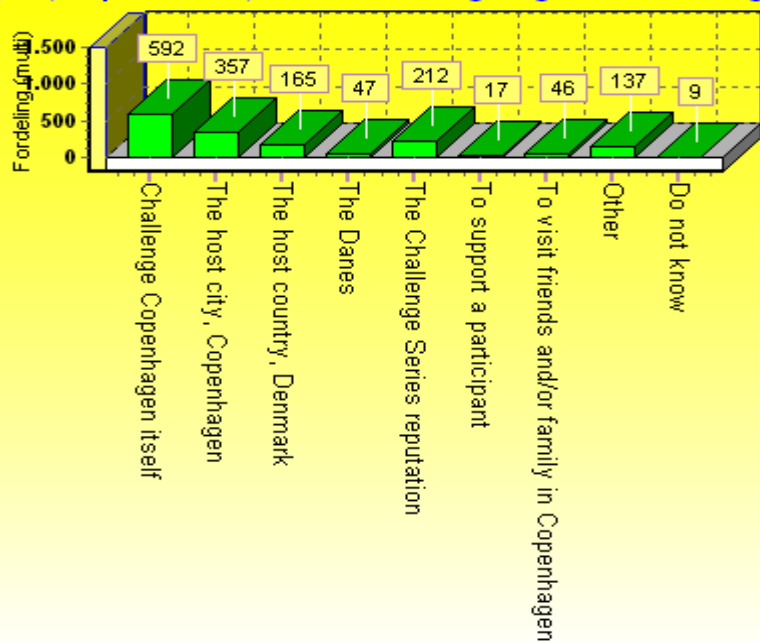
NB: i %

What is your overall impression of the official race hotel Radisson Blue Scandinavia?



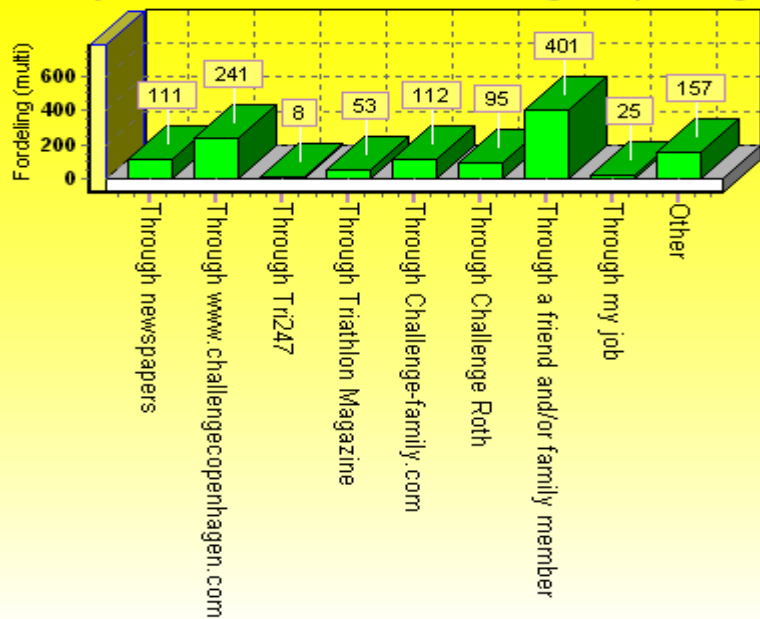
NB: i %

you, in particular, when deciding to go for Challenge



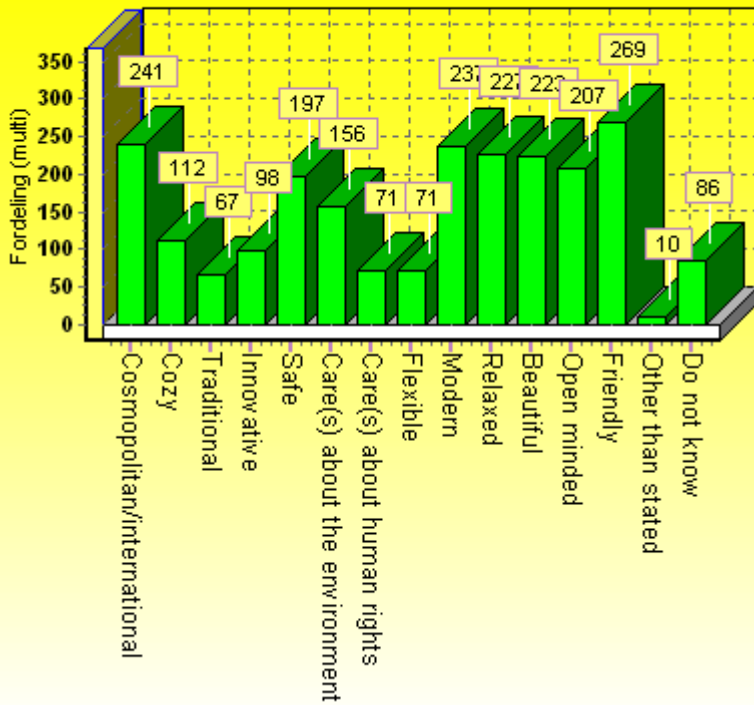
NB: Antal responderer

How did you become aware of Challenge Copenhagen



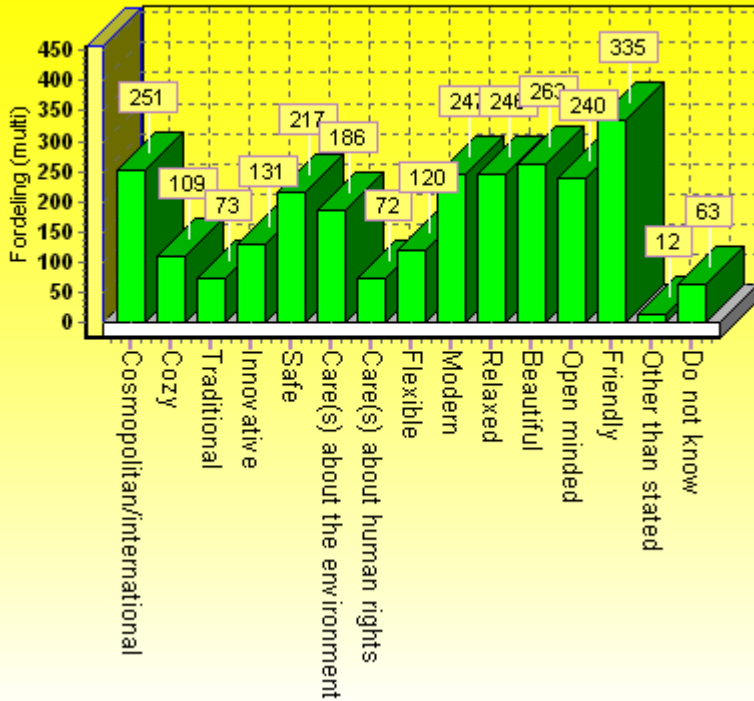
NB: Antal responderer

is Copenhagen and - if you are from abroad - towards



NB: antal responder

openhagen and - if you are from abroad - towards the



NB: Antal responder

BILAG 8

DELTAGERUNDERSØGELSEN – uddybninger af kvalitative resultater

Sammenfatning af deltageres forslag til forbedringer af eventen

Svarene er gengivet på det sprog, de er afgivet i, dvs. langt overvejende på engelsk. Nedenstående er en sammenfatning af de hyppigste udsagn. Arrangørerne har fået overdraget resterende udsagn til fri afbenyttelse.

Udsagnene er klassificeret i hovedgrupper for at skabe bedre oversigt.

Generelt:

- The overall time was only shown at the finish line on the run course. Would be good to have one towards each end of the run loop
- Finisher t-shirts must be in different sizes all the time (only S/M left at the end of the day). Ask people for their shirt size on application to avoid this
- Hjælperne er ganske enkelt fantastiske, pas godt på dem til næste år!
- Treat all the finishers the same. Make sure that you don't ignore their needs after they cross the line. Help them to get their bags, food, massage, medical. Don't let them wander around looking where to go.
- Detailed print info about course, aid stations, public transport etc. please
- Give the female participants a female present, not a cream for men!
- Bedre markering af bus/metro/tog i udleveret materiale (placeringer mv.)
- Lower start fee
- Map showing locations of each transition, Radisson Blue and Expo
- Hotspots during run course with Live Bands playing like Berlin Marathon
- Age-group marking during the whole race, e.g. by colouring the start numbers
- The medal should tell the distance! Instead, it looks like any other medals
- Der var en del små begynderfejl, men "keep up the good spirit"
- Surprisingly good for a rookie event
- One of the biggest mistakes was not to write on the CC website that the water was dirty/polluted right after you got the info. Also, you could have provided info on what to use to recover (Imodium e.g.). When we finished Sunday you should have provided the info as well as on the awards ceremony Monday (where it was not mentioned at all)
- Please meet all finishers and see if they need medical attention. I met someone who were really sick a few km from run loop astart and dropped out and who were told by the volunteers that they had to walk back to finish. There should be a pickup service for people who cannot continue
- Move the race date to somewhere in July. Aug has been a wet month in DK for 10 years now!
- Get the relay teams what they deserve, they have also paid a lot of money (start fee) or drop the relay! The relay runners e.g. had no place to sit and wait and the volunteers did not care that much about the relay participants..
- Let the relay teams start either with the women or just after the professionals. A lot of the relay swimmers and cyclists are well above average and a lot of dangerous situations could be avoided
- Accommodation a bit too expensive

Registration:

- There was a real bottleneck at the checking of the waiver, not enough volunteers
- All volunteers in registration were kind and helpful
- Registration tent should be bigger

- Next year make a sign for each line (short vs. long distance participants)
- 45 min. standing in line on Friday was not optimal and even worse if it had rained..
- The long queue takes away the athletes' wish/time to visit sponsor exhibition tents
- More event info should be displayed at the race pack pick up tent (water temperature, weather forecast etc.) enabling athletes to fine tune their gear before check-in of bike
- Parking is trick around Rådhuspladsen
- The back-packs arrived late
- There was a mix-up with pasta party tickets. Some athletes had to pay separately though it was part of the registration fee. But at least they could get their money back
- Information about the importance of the violet wristband (for pasta party, too) was missing
- Registration, Expo, Race-briefing and perhaps pasta party should be at the same location. Today, too much travelling around
- Irriterende at skulle til København ad flere omgange
- Kunne man måske lægge de events, der lå på hverdage, uden for normal arbejdstid?
- Usmart at lægge nummerafhentning på Rådhuspladsen – bør ud på Amager!
- There should have been a shelter for the bags (and Politiken), it rained like hell at the time
- The officials forgot to give me the bracelet and I had to ask for it myself
- The staff was very patient with us foreigners. Huge compliment!

De frivillige hjælpere:

- Excellent
- Helpful
- Enthusiastic
- Outstanding performance
- Supportive
- Topmotiverede og –motiverende
- Polite and efficient
- Did not know how to handle relay-athletes (where we were supposed to go, check-in, change our clothes etc.
- They could have been tougher to avoid drafting on bike course
- On the bike course too many young helpers that enjoyed the sun after the rain – at bit too much!
- Smiling
- Everyone I met seemed well-briefed and prepared
- Bike course volunteers have to be more trained on how to hand over the supplies to moving cyclists. Don't let kids/youngsters do it
- Volunteers should know how deeply attached competitors are to their race bikes and treat the bikes more carefully
- Simply outstanding, especially the young guy with the bucket in a corner at the Grønholt-stretch. He tried to empty a waterhole with the bucket, to the 2nd lap, hurra!
- They deserve a major THANKS ☺

Logistik:

- Four locations for expo, race briefing/pasta party, start and finish are too many
- Make start and finish the same place
- Missed shuttle bus service from Cph Centre (where the athletes were staying) to the swim location

Tilskuerforhold:

- Efterlyser bedre toiletforhold for tilskuerne
- Make spectator hot spots with cafés selling coffee, soda and sandwiches

- SMS service en super ting. MEN modtagerne vidste ikke hvor på ruten ex. 33 km var! En hjælp hvis de steder, hvor tiden registreres og udløser SMS, er tegnet ind på kortet over ruten
- Hotspots during run course with Live Bands playing like Berlin Marathon
- Flere mellemtider på cykelruten, så tilskuerne kan følge med
- Make services for those spectators on the run course, who are not in the finish line. Race updates, who won, how many has finished by now, widescreen at Fisketorv and Little Mermaid

Merchandise:

- More finisher items to buy
- More merchandise with Challenge Copenhagen logo

PR og kommunikation:

- More newsletters
- Much more PR and branding in the Danish media. More stuff like Rolf Sørensen and Steen Tinning participate in the race. More case stories attract more types of people
- In the athlete guide; give screen shots of maps and add details about where to find lost items
- Many of the info from the pre-race meeting should be in the athletes guide
- The powerpoints from pre-race meeting should be at the website
- Inform on where to find official photos on site

Official race hote Radisson Blue Scandinvial:

- Make better rate with the main hotel sponsor
- Accomodation rates too high (not only in Radisson Blue)
- Thorbjørn Sindballe made a splendid peptalk
- Nice location but too far from the City Centre (and expo)
- Pre-race meeting should have been on Saturday instead of Friday
- Parking (45 kr) should be free of charge for participants
- For dyrt
- Overcharged drinks, should be for free for the partipant at the pre-race meeting
- Too far away to be useful as a place to stay
- We could not "feel" it was the headquarter of the race. No race desk etc.

Event website:

- Make it more easy to navigate
- More active homepage instead of all of it on FaceBook
- Would like the ability to print detailed maps of each of the tracks from the website
- Put a link on challengecopenhagen.com to the result page
- Mere info, wall med mange flere info, køb/salg af udstyr, huskesedler til dagen, SMS service sættes derop I god tid, shop, vejrudsigt etc. Mere levende, skaber mersalg
- Let us know overall result, not just our individual age-group result
- Info bør udbygges tidligere, i god tid før racet

Side-activities – expo:

- Better and bigger sports expo
- Svært at finde p-plads
- For megen larm fra modeugen
- Zu wenig Auswahl an Merchanding Products from Challenge Copenhagen, z.B. Veranstaltungsposter und Kleider (vest tops hoodies etc.)
- Make the expo and registration at same vanue as pasta party and race briefings and close to a S-tog or metro station
- Better info at Expo with transport links etc. (similar to Roth)
- Too exposed to bad weather, not a place to get inside

- It could be cool to have it indoor next to a s-train or metro station (as Expo at Berlin Marathon)
- There were not that many good deals (I buy my stuff on the internet)
- Nice price on many things
- There were no signs of commercial Challenge Copenhagen Iron-distance race what so ever. A great opportunity to promote our sport, but you failed
- No bike mechanic, would be good to have at least one at the expo
- A bit confusing to find all of the stands, as some were placed behind others
- Limited possibility to pay with international credit card
- Not enough advertising in Copenhagen in the days before the event
- No signs in the surroundings to show people that there is an expo and that there will be a big sport event on Sunday, too bad

Side-activities – race briefing:

- Hold race briefings later on Friday or at T1 on Saturday
- They said on the race briefing meeting that our bags would be kept dry, but they did not

Side-activities – pasta party:

- Missed the pasta party because we went to the wrong SAS Radisson Blue hotel
- Delte meninger om forplejningen på pastapartyet, nogle savnede dessert og variation

Skiftezoner generelt:

- Inside storage of bags please
- More tents in transitions
- The bags in order on the floor please
- Super hjælpere, meget søde og engagerede

Skiftezone T1 (mellem svømning og cykling):

- The metro is too far from T1
- Would be nice with some shower heads to wash away the salt from the sea
- Bikes were surrounded by a lake of water. Shitty to start out with wet shoes
- Meget stress og kaos kan undgås med en klar nummerering på cykelstativerne
- Forslag. Et meget større telt, hvor første del rummer alle poserne. Del teltet op på langs, som I efter flere opfordringer alligevel gjorde i år. Lad et forhæng hænge ned for udgangen, så vi undgår at publikum står og glør på dem, der klæder om. De to omklædningsafdelinger bør være større. Men de frivillige i T1 var fantastiske! Måske en idé med et område uden for teltet, hvor vi ku' smide våddragten og evt. få hjælp til det
- Det bør være nemmere at komme til toiletterne fra skifteteltet, og der bør være flere
- Good to see that bike bags was removed to the floor (from the hooks) on Sunday morning (better than hook system) but next year put up a tent to protect them
- Hurtig reaktion på det forfærdelige vejr, flot!
- More pumps should be available for tire pumping in the morning of the race
- Lidt forvirrende at der ikke var placeret store skilte om lørdagen ved bike tjek ind
- Langt at løbe
- Make only one transition zone please
- Hope the women from the meeting on Friday appreciated the separate tent for women. Great and efficient helpers!
- No pumps there, no mechanics
- Meget lang vej ud af T1. Ikke så fedt at skulle vandre lange med cykelsko på
- A great help from the volunteers getting us up the ramp. Totally unselfish and not afraid of standing in the water to their knees pulling us out of there

Skiftezone T2 (mellem cykling og løb):

- Larger tent in T2

- Kinder treatment to bikes at T2 (rack them, don't stack them!)
- No female T2 change tent, too bad
- For the late starters it would be nice to stay in an area closed from spectators until the start instead of having to leave T1 and then wait 30 min. together with loads of people
- I havde glemt at give de søde hjælpere besked om, at kunne komme til vores poser, hvis vi skulle have ekstra tøj på senere. Ville – hvis jeg havde haft en special needbag stående ude på ruten – have taget en langærmet på den den sidste omgang
- God hjælp fra de enstående hjælpere til at komme af med cykel og få løbeposen
- Race bags stod ikke i nummerorden, ventede ca. 45 sek. på min pose
- Too few helpers to bring the running bags
- Luk bedre af for publikums nysgerrige blikke
- Really good service from the staff taking your bike. I forgot my watch on the bike, and while changing my clothes, the staff quickly delivered me my watch. Super!
- Kunne godt have brugt nogle tydelige skilte før med BIKE DISMOUNT in 200m
- Kaos ved afhentning af cykel efter racet, da nummeret var blæst af
- Det havde været passende at toiletterne var ved omklædningen for at undgå et stop ekstra, slår rytmen i stykker
- Ikke okay at ledsagere (hustruer) var inde i teltet!
- Der burde have været flere siddepladser i teltet

Aid stations:

- Serve salt pills
- Have first aid points on run course (especially offering Vaseline and plasters)
- Gør alle depoter 50% længere, så der kommer lidt luft. Nu klumper alle sammen
- More defizzed cola
- More salty snacks
- Water bottles should be marked with 100ml., 200 ml. etc.
- Manglende svampe i sidste depot inden mål
- Not fully closed bottles, remember to do that next year
- Tegne placeringen af aid stations ind på kort
- Bør være der for hver 15. km på cykelruten tak!

Svømningen:

- Results of water quality tests after heavy rain should be clear before the start. Too many athletes had stomach problems afterwards. Much too bad!
- The music needed to be louder to get the atmosphere booted up
- Bit too tight at the 3000m mark going under the small bridge and looping around. Lots of people fighting for space
- I would suggest having another kayak for the 2nd group to navigate if a large gap opens up in the field again
- Nice with all the spectators that close to the course
- Broerne over ruten er super for både deltagere og tilskuere, hold fast i Amager Strand
- More swim buoys, difficult to navigate without, but know it is due to the heavy rainfall
- Instead of buoys that didn't work, perhaps markers on the bridges i.e. something to aim for as it was impossible to see where to swim to as the buoys were behind bridges
- If possible, have the swim course inside Copenhagen Harbour and T1 and T2 in the same place. Easier og better for supporters
- Excellent that divided into groups, especially from a "first timer" point of view
- Mangler oplysninger om vandkvaliteten, og hvordan jeg skal forholde mig herefter, nu hvor skaden er sket
- Har haft mange maveproblemer siden, men mere utilgiveligt, hvis I havde annulleret racet pga. rødt flag, så 8 mdr. hård træning havde været spildt, og jeg ikke Ironman!
- There was a place in the right hand side of the course before turning at the boueys farrest to the north where the depth suddenly dropped to only 50 cm

- It was different from what was shown on the map. Would have been nice to know that a couple of days before, enabling us to train on the specific route
- The sight was not so good (fog)
- Nice temperature
- Ruten sku' være lagt om, så man ikke svømmede i kloakvand
- For us, the athletes, location at the lagune at Amager Strandpark nearly ideal
- No obstacles regarding jellyfish etc., nice
- The colour of the swimcaps unfortunately matched the colour of the buoys! I was in the black group
- Maybe a few more kayakers to help us navigate
- The pink swimcaps looked like buoys
- Very good service when the volunteers helped swimmers up from the water

Cyklingen:

- Avoid the cobble stone in Lyngby Hovedgade
- There has to be a car that can pick up athletes from the bike course when they quit
- Why Lyngby Hovedgade at all? We don't have the energy to respond to thumbs up from people in the street after all
- Flere mellemtider på cykelruten, så tilskuerne kan følge med
- A bike course with less punctures
- No service cars at all
- Music in speakers at Geels Bakke, Lyngby and Hellerup would be great. Maybe give whistles, clappers etc. to the spectators
- A bit confusing as to whether they wanted us on the one or the other side of the cones
- Nice landscape
- Nice combination of fast sections, technical sections and hilly sections
- The police did a great job of traffic control
- Much too much drafting
- Forplejningszonerne bør være længere, da man ikke kunne nå at få bade vand, iso samt bar, gel eller banan uden næsten at stå stille. De stod for tæt
- Too bad that Rolf Sørensen was allowed to have at the most 3m to the guy in front
- Even non-volunteers came out from their houses to help triathletes with defects or flat tires, fantastic!
- Smuk og vanskelig rute men langt fra flad og hurtig som beskrevet i infomaterialet. Hold Jer til sandheden, det gælder både bakkerne og de mange skrappe 90 graders sving
- 3 farlige situationer på race day: a) en bilist kom i et blindt sving på de små veje halvvejs over i den anden vejbane og var tæt på at rame ind i os b) en anden bilist svingede sin vogn lige ind foran os, da han skulle ned på en grusvej c) en hjemmевærnsperson i Virum-krydset lukke for mange biler over på en gang
- Ville have været en mere tilskuer- og tv-venlig ruten, hvis som i Fredericia, hvor man kom mange gange ind gennem målområdet
- In the city there were not enough barriers and hence spectators crossed the streets in front/ahead of riders
- Draft marshalls a bit too strict. They should watch groups for a few minutes before handing out yellow cards
- The course was great, but dangerous on the last part where we drove in the wrong direction. People who cross the road don't look in that direction
- A shuttlebus for the spectators and supporters to bring them out in the field (from Cph)
- Too bad that you promised at the opening speech that paramedics would be ready for us, but you forgot to add "but not until after 15 o'clock!!".
- Nogle fik gule kort for uforståelige hændelser, mens andre klart draftede men ingen fik
- Opbakningen fra publikum, især på de sidste stykke ind til T2, var fantastisk
- Aid stations for hver 15. km tak
- De aid stations, der var, var fantastiske og med superduper hjælpere
- Hørte flere klager over fodpumperne

- Flere toiletter tak
- Gerne skilte på cykelruten med info om "2 km til næste depot" og "2 km til skiftezone"
- No paving stones at all on the route please
- Fej småvejene for sten (efter det kraftige regnskyl dagen før)
- Too bad the bike course was not available on the web page until very close to race day
- Have bike mechanics on the course, may like Roth where Mavic offer spare wheels
- Start number should come on a sticker, which is attached on the bike frame
- Savnede et link tidligt, før Athletes guide, til et mere detaljeret kort fx via bikelog.com
- More and tougher marshalls are needed to keep a fair race (stop drafting)
- Use the same bike numbers as Roth last year, they seem to take the rain better
- Please improve the security of the bike pick-up after race. Basically there was no checking at all
- My bike number fell off during the rain. Please implement rain-proof bike numbers with a chip that could be read during pick-up and /or photo documentations
- Would recommend bikes are racked acc to finishing times where they are easier to find after the race

Løbet:

- Could have been more sealed off. Specially around Langelinie
- Better lighting after dark especially north end of course
- En lidt trist og øde strækning fra centrum mod Fisketorvet og det sidste stykke af Langelinie
- Super med bruser ved Langelinie, flere af dem!
- Energidrikken var for tynd
- Fornemt at arrangørerne ønsker at vi tager hensyn til miljøet, men når man skal, så skal man, og når der ingen toiletter er, må man gøre det i det fri, sorry!
- Waste baskets could have been placed regularly outside depots to take gelpacks etc.
- Set up urinals for men. By doing that you are improving women's access to toilets too
- Would have been great with carpets along Langelinie with all the bricks
- The route maybe too short; should be possible to make 41,295 km exactly
- As one of the late finishers it became difficult as the evening approached since the volunteers disappeared completely except at the energy/water stations, which meant that you had to run some what criss-cross between tourists etc.
- Gør ruten kortere, så det bliver en 4 eller 5 omgange rute, for alle tilskuerne var centreret i City. Flere omgange ville gøre ruten mere tilskuer- og tv-venlig og ikke så ensom for de sidste ude på ruten. Og det ku' spare Jer for en aid station
- At Langelinie tons of tourists wandered into the course, too bad
- Forskellig distance mellem vædskedepoterne er ikke fedt
- Would be nice to have markings every km!
- Manglede svampe i sidste depot inden mål
- Better watch at drafting (as in bike race), many had friends run along during the run
- Undgå Langelinie, der er for mange mennesker
- Få taget nogen af svingene ud af ruten
- More toilets on the maraton route and easy access to Vaseline or other lubricants
- The route harzardeous where we had to run/walk/jump between the 2 boxes with plants close to Fisketorvet – and very boring part of the race
- Too many turns, right/left and pavement up/down
- No paving stone/cobblestone at all on the route please
- Flere km-skilte, xx km til finish, xx km til næste depot
- Duer ikke, at 36 km skiltet ved en fejl var placeret efter 37 km skiltet – demotiverende
- Ikke alle tilskuere fandt ud at systemet med omgangsarmbånd, informér dem bedre!
- Prefer a smoother run course, less turns and a better running surface
- Make services for those spectators on the run course, who are not in the finish line. Race updates, who won, how many has finished by now, widescreen at Fisketorv and Little Mermaid

- Some more music/bands on the route would be fun and nice

Finishing line set up:

- People crave for junkfood with lots of salt when they come in
- Big screens in the finish line area please, where you can track friends and co-athletes
- Make sure that finish area facilities carry on right until the end, we all pay the same!
- Possibility to buy food and drinks for spectators in finish area please
- More room for friends and family at the exit zone after the post-race-area
- En decideret deltagerudgang fra athletes garden (væk fra publikum)
- Music during the run (e.g. at the ends, Fisketorvet/Langelinie)
- Gør opløbet meget mere åbent, så alle kan følge med
- Gerne mulighed for at bestille målstregsfoto
- As a relay-team we had to improvise
- Need catering facilities for the cheering spectators
- In the late hours spectators were little, but the atmosphere quite good anyway
- Gør det endnu store, tribuner på begge sider f.eks.
- For lidt plads til triatleterne ved målstregen
- The last couple of metres are "too short" so you cannot enjoy long enough as e.g. if running into a stadium for the last lap
- The last little turn-around was a little strange, made me feel isolated from the spectators
- It was terrible, though, to find out that after the finish line that we have been out of sight of our relatives. No chance to enter the tribune and meet our beloved. Stupid
- No possibilities for family to take photos
- The man doing the commentary at the end was very good
- There needs to be more incentive for other athletes to be at the finish and celebrate the late finishers. I counted only 50
- Missing a big screen in the area, audience had difficulties in seeing the finish line due to the U-turn
- An information desk was needed
- A warm dish would have been perfect
- Music too loud
- Fedt at man kunne få ungerne med over målstregen
- There, and at the events at the hotel, the conferencier speaking has been well done
- Drinks and food was not much to speak of and really noone there to serve any either

Athletes garden (after race area)

- No food left when I came in at 19.00 and we are the ones who really need the food!
- Fantastisk at man kunne tage et bad, inden man tog hjem
- Husk at vi er nogen, der er allergikere og vegetarer
- Manglede virkelig noget salt og noget, der gav fylde, i stedet for bare sodavand/øl
- Massagen manglede voldsomt for os late finishers
- Not enough finisher T-shirts and only size S and M
- Boblebade kunne være en super idé, er set ved flere IM-stævner
- I think an area where you can hang out with supporters after the race would be better
- I missed hot soup
- All the tables were loaded with rubbish, not nice. And no food!
- A warm dish please, e.g. pasta with meat
- Protein drinks please
- Better in Roth
- Showers great but changing zone very poor. Nowhere to sit down and get your socks on
- The beer was appreciated

Tilskueropbakning:

- Overvældende fantastisk primært på løbet og primært frem til kl. 19

- Mangler tilskuere i begge ender af ruten
- Family and friends would have liked a couple of stands with sale of food/drinks
- Remember to create and advertise hotspots
- Please arrange for shuttle bus service between finish area and "heart break hill"
- Flot at folk sad ude langs cykelruten hele dagen i Nordsjælland
- A hot spot should include speaker, who gives updates on the development. And who is telling the spectators about the coming triatletes. Always gives a buzz to hear your name called out
- Amazing. Especially the boy with the bucket should have a big prize ☺
- Næsten lige så veldt som I Roth, hvilket er meget overraskende
- There were no possibilities from CC to get some stuff to make noise (whizzles etc), and it is a long day to keep shouting!
- Fantastisk, ikke alene tilskuerne men også de frivillige
- All the nice looking Danish girls made the pain bearable ☺
- Good SMS service, BUT it did not work 100% (my girlfriend didn't get all the SMSes)
- Fin, men ikke så meget på cykelruten, da der mangler transport fra svømning til hotspot på cykelruten
- I did not expect Copenhagen to be that ready for Ironman
- Great; involving the local residents is vital for a successful race
- On the bike course, better maps and guidance would be an improvement – spectators are not just from Copenhagen

København som by:

- Beautiful
- Expensive
- I love the cycling attitude, that you value people over cars (unlike UK)
- Very friendly and relaxed people
- Can you stop the rain? ☺

What triggered you, in particular, when deciding to go for Challenge Cop.?

- Hjemmebane
- Race in a major EU city
- Date mid-August
- The course description, e.g. relatively flat bike course
- Nemt for supporters at komme til ruten
- Billigere at blive i sit eget land
- Short travelling
- FitnessDK team
- To support the event / triathlon in Denmark
- A chance to do relay
- Wanted to support Challenge as an alternative to Ironman
- Wanted to visit Denmark
- Climate not too hot
- Thomas Veje Olsen!

BILAG 9

KRYDSTABULERING AF TILSKUERUNDERSØGELSEN

Her angives de parametre, hvor der er konstateret forskelle på mere end et par procentpoints, som evt. kan forklares med køn, nationalitet mv., og som vurderes at have en vis grad af relevans for arrangørerne i deres forberedelser til Challenge Copenhagen 2011.

Krydsene i de to yderste kolonner i alle skemaerne angiver det køn, den alder, den bopæl osv., som er overrepræsenteret i de givne målinger/resultater. I de tilfælde, hvor forskellen er signifikant, dvs. hvor forskellen ikke kan forklares med tilfældighed, er parameteret markeret med **fed**.

Nationsspecifikke forskelle – danske vs. udenlandske tilskuere

Overordnet set er der en del nationsspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Danske	Udenlandske
Ledsager til en deltager i Challenge Copenhagen		X
Er almindelig tilskuer og kom tilfældigvis forbi		X
Ældre alderssegment (>50 år)		X
Kvinde		X
Har været med som ledsager ved tidligere triatlonevents ⁸⁶		X
Dyrker selv triatlon (eller har gjort)	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med fly		X
Er ankommet til stævneområdet i København med tog	X	
Er ankommet til stævneområdet i København på gåben	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via aviser	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ChallengeRoth		X

⁸⁶ Mest almindeligt 1-2 tidligere events og >10

Blev bekendt med Challenge Copenhagen for <1 uge siden		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-3 mdr. siden		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 4-6 mdr. siden	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for >1 år siden	X	
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen	X	
Overnatter privat ifm. eventen, dvs hos venner og familie	X	
Overnatter på hotel ifm. eventen		X
Bedømmer overnatningsstedet meget godt		X
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen		X
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter		X
Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X	
Deltager i en eller flere sideaktiviteter ⁸⁷	X	
Anså København/danskerne for kosmopolitisk før besøget		X
Anså København/danskerne for hyggelig(e) før besøget	X	
Anså København/danskerne for miljøbevidst(e) før besøget		X
Anså København/danskerne for sikker før besøget		X
Anså København/danskerne for afslappet før besøget		X

⁸⁷ Men 11% af ledsagerne, især blandt de unge, vidste ikke besked om dem (tallet var 6% for almindelige tilskuere)

Anså København/danskerne for tolerant(e) før besøget		X
Anser København/danskerne for kosmopolitisk efter besøget		X endnu mere end før
Anså København/danskerne for hyggelig(e) efter besøget	X	
Anser København/danskerne for innovative efter besøget		X
Anser København/danskerne for smuk efter besøget		X endnu mere end før
Anser København/danskerne for afslappet efter besøget		
Anså København/danskerne for tolerant(e) efter besøget		X
Anså København/danskerne for miljøbevidst(e) efter besøget		X
Anser København/danskerne for hyggelige efter besøget	X	
Reason to go ⁸⁸ "pga. selve Challenge Copenhagen"	X	
Reason to go "for at støtte en deltager i racet"		X
Reason to go "for at opleve København"		X
Ved ikke hvorfor jeg valgte at følge med til København	X	
Husker en eller flere af eventsponsorerne	X	
Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X	
Kunne tænke mig at overvære eventen igen i 2011	X	
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt		X

⁸⁸ Reason to go målingerne nedenfor her dækker alle ledsagere til en deltager i eventen

Ledsagerspecifikke forskelle⁸⁹ - danske tilskuere

Overordnet set er der en del ledsagerspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Ledsager	Ikke-ledsager
Kvinder	X	
Mænd		X
Bor >70 km væk	X	
Bor i København (1-9 km væk)		X
Har været med som ledsager ved tidligere triatlonevents ⁹⁰	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med bil	X	
Er ankommet til stævneområdet i København på cykel/gåben		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via aviser		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for >1 år siden	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for <1 uge siden		X
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen		X
Overnatter privat ifm. eventen, dvs hos venner og familie	X	
Overnatter på bed & breakfast ifm. eventen	X	

⁸⁹ Forskelle i tilskuermålingerne alt efter om tilskueren er med som ledsager til en deltager i eventen eller ej

⁹⁰ Mest almindeligt 1-2 tidligere events

Overnatter på hotel ifm. eventen		X
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X	
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X	
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ⁹¹	X	
Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X	
Deltager i en eller flere sideaktiviteter ⁹²	X	
Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X	
Interessen for/fascinationen af triatlon har <i>ikke</i> ændret sig	X	
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager	X	
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt		X

Ledsagerspecifikke forskelle⁹³ - udenlandske tilskuere

Overordnet set er der en del ledsagerspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Ledsager	Ikke-ledsager
Kvinder	X	
Yngre alderssegment (<25 år)	X	
Bor i Tyskland	X	
Bor i Storbritannien		X

⁹¹ I Region Hovedstaden

⁹² Men 20% af ledsagerne, især blandt de unge, vidste ikke besked om dem (tallet var 16% for almindelige tilskuere)

⁹³ Forskelle i tilskuermålingerne alt efter om tilskueren er med som ledsager til en deltager i eventen eller ej

Har været med som ledsager ved tidligere triatlonevents ⁹⁴	X	
Dyrker selv triatlon (eller har gjort)	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med bil	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med fly		X
Er ankommet til stævneområdet i København med tog		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via aviser		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via tri-magasin	X	
Blev bekendt med eventen via Challenge-family.com	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ChallengeRoth	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for <1 uge siden		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-4 uger siden		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 7-12md. siden	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for >1 år siden	X	
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen		X
Overnatter privat ifm. eventen, dvs hos venner og familie	X	

⁹⁴ Mest almindeligt 1-2 tidligere events og >10

Overnatter i lejet lejlighed ifm. eventen	X	
Overnatter på Bed & Breakfast ifm. eventen	X	
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X	
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X	
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ⁹⁵	X	
Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X	
Synes meget godt om København som by		X
Deltager i en eller flere sideaktiviteter ⁹⁶	X	
Anså København/danskerne for "cosmopolitan" før besøget		X
Anså København/danskerne for miljøbevidst(e) før besøget		X
Anså København/danskerne for "beautiful" før besøget	X	
Anså København/danskerne for "relaxed" før besøget	X	
Anser København/danskerne for "cosmopolitan" efter besøget		X endnu mere end før
Anser København/danskerne for "beautiful" efter besøget	X endnu mere end før	
Anser København/danskerne for "relaxed" efter besøget	X	
Anser København/danskerne for "cozy" efter besøget	X	

⁹⁵ I øvrige Danmark

⁹⁶ Men 11% af ledsagerne, især blandt de unge, vidste ikke besked om dem (tallet var 6% for almindelige tilskuere)

Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X	
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager	X	
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt	X	

Aldersspecifikke forskelle - danske tilskuere

Overordnet set er der en del ledsagerspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	15-24 år	25-49 år	≥50 år
Mænd			X
Har <i>ikke</i> været ledsager ved tidligere triatlonevents			X
Bor i København (1-9 km væk)		X	
Dyrker <i>ikke</i> selv triatlon (eller har gjort)			X
Er ankommet til stævneområdet i København med tog	X		
Er ankommet til stævneområdet i København med bus	X		
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via aviser			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite		X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X		
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for <1 uge siden	X		
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-4 uger siden			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-3 md. siden			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 7-12 md. siden		X	

Blev bekendt med Challenge Copenhagen for >1 år siden		X	
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen	X		
Er <i>ikke</i> dagsgæst, dvs. overnatter ifm. eventen		X	
Overnatter primært privat hos venner og familie	X		
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen			X
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter			X
Kombinerer ikke eventbesøget med besøg andre steder ⁹⁷	X		
Anså København/danskerne for "cozy" før besøget		X	
Anså København/danskerne for miljøbevidst(e) før besøget		X	
Anså København/danskerne for "relaxed" før besøget		X	
Anså København/danskerne for "beautiful" før besøget			X
Ingen holdning til København/danskerne før besøget	X		
Anser København/danskere for "cosmopolitan" efter besøget		X	
Anser København/danskerne for "safe" efter besøget		X	
Anser København/danskerne for miljøbevidst efter besøget		X	
Anser København/danskerne for "relaxed" efter besøget		X	
Anser København/danskerne for "beautiful" efter besøget			X

⁹⁷ I Region Hovedstaden

Ingen holdning til København/danskerne før besøget	X		
Husker en eller flere eventsponsorer		X	
Er almindelig tilskuer og interesserer mig for triatlon		X	
Er almindelig tilskuer, ønsker at vise arrangørerne respekt		X	
Er almindelig tilskuer, ønsker at bakke op om byens initiativ		X	
Reason to go ⁹⁸ "to support a participant in the race"			X
Reason to go "Challenge Copenhagen itself"		X	
Eventen har i høj grad/en vis grad levet op til forventninger		X	
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager		X	
Har <i>ikke</i> forbedringsforslag til event fra et tilskuersynspunkt	X		
Kunne godt tænke mig at overvære eventen igen i 2011			X
Kunne <i>ikke</i> tænke mig at overvære eventen igen i 2011	X		

Aldersspecifikke forskelle - udenlandske tilskuere

Overordnet set er der en del aldersspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	15-24 år	25-49 år	≥50 år
Kvinder	X		
Mænd			X
Dyrker selv triatlon (eller har gjort)		X	

⁹⁸ Reason to go målingerne nedenfor her dækker alle ledsagere til en deltager i eventen

Er ankommet til stævneområdet i København med bil		X	
Er ankommet til stævneområdet i København med fly			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via aviser			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite		X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X		
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for <1 uge siden		X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-4 uger siden		X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 1-3 md. siden		X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for 7-12 md. siden			X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen for >1 år siden	X		
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen		X	
Er <i>ikke</i> dagsgæst, dvs. overnatter ifm. eventen	X		
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X		
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X		
Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X		
Synes meget godt om København som by	X		
Anså København/danskerne for "cosmopolitan" før besøget			X
Anså København/danskerne for "cozy" før besøget			X

Anså København/danskerne for miljøbevidst(e) før besøget			X
Anså København/danskerne for "innovative" før besøget			X
Anså København/danskerne for et sted man "cares about human rights" før besøget			X
Anså København/danskerne for "safe" før besøget			X
Anså København/danskerne for "relaxed" før besøget		X	
Anså København/danskerne for "beautiful" før besøget	X		
Anser København/danskerne for "cosmopolitan" efter besøget			X endnu mere
Anser København/danskerne for miljøbevidste efter besøget			X
Anser København/danskerne for "innovative" efter besøget			X
Anser København/danskerne for et sted man "cares about human rights" efter besøget			X
Anser København/danskerne for "safe" efter besøget			X
Anser København/danskerne for "relaxed" efter besøget		X	
Anser København/danskerne for "beautiful" efter besøget	X		
Anser København/danskerne for "cozy" efter besøget			X endnu mere
Bedømmer overnatningsstedet "meget godt"			X
Husker <i>ikke</i> én eller flere eventsponsorer			X
Er almindelig tilskuer og kom tilfældigvis forbi		X	
Er almindelig tilskuer, ønsker at vise arrangørerne respekt			X

Er almindelig tilskuer, ønsker at bakke op om byens initiativ			X
Reason to go ⁹⁹ "to support a participant in the race"	X		
Reason to go "to see the host city"	X		
Reason to go "Challenge Copenhagen itself"		X	
Deltager i en eller flere sideaktiviteter	X		
Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X		
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager	X		

Kønsspecifikke forskelle – danske tilskuere

Overordnet set er der nogen kønsspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Kvinder	Mænd
Dyrker selv triatlon (eller har gjort)		X
Er ankommet til stævneområdet i København med tog	X	
Er ankommet til stævneområdet i København på cykel		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X	
Overnatter privat ifm. eventen hos venner og familie	X	
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X	
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ¹⁰⁰		X

⁹⁹ For alle nedenstående Reason to go målinger dækker det tilskuere, der er med som ledsager til en deltager

¹⁰⁰ I Region Hovedstaden

Anså København for "traditionel" før eventbesøget		X
Anså København for "smuk" før eventbesøget	X	
Anser København for "traditionel" efter eventbesøget		X
Anser København for "moderne" efter eventbesøget		X
Anser København for "afslappet" efter eventbesøget		X
Anser København for "hyggelig" efter eventbesøget	X	
Anser København for fleksibel/omstillingsparat efter besøg	X	
Reason to go ¹⁰¹ "to support a participant in the race"	X	
Er almindelig tilskuer og interesserer mig for triatlon		X
Jeg vil gerne vise arrangørerne min respekt		X
Bedømmer overnatsstedet "godt"/"meget godt"		X
Synes meget godt om København som værtsby for eventen		X
Husker <i>ikke</i> en eller flere eventsponsorer	X	
Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X	
Interessen for/fascinationen af triatlon er blevet styrket		X
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager	X	
Kunne tænke mig at overvære eventen igen i 2011	X	

¹⁰¹ Reason to go målingerne dækker ledsagere til deltager i eventen

Kønsspecifikke forskelle – udenlandske tilskuere

Overordnet set er der nogen kønsspecifikke forskelle, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Kvinder	Mænd
Dyrker selv triatlon (eller har gjort)		X
Bor i Storbritannien	X	
Har ikke tidligere været ledsager til en triatlonevent		X
Er ankommet til stævneområdet i København med fly	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie	X	
Blev bekendt med eventen via eventwebsite	X	
Blev bekendt med eventen via Challenge Roth	X	
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen		X
Overnatter privat ifm. eventen hos venner og familie		X
Overnatter på hotel ifm. eventen	X	
Overnatter i lejet lejlighed ifm. eventen	X	
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X	
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X	
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ¹⁰²	X	
Deltager i en eller flere sideaktiviteter ifm. besøget		X

¹⁰² I øvrige Danmark

Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X	
Synes meget godt om København som by	X	
Anså København/danskere for "cosmopolitan" før eventbesøg	X	
Anså København/danskere for "safe" før eventbesøget		X
Anså København/danskere for miljøbevidste før eventbesøg	X	
Anså København/danskerne for et sted man "cares about human rights" før besøget		X
Anså København/danskere for "openminded" før eventbesøg	X	
Anså København/danskere for "beautiful" før eventbesøg		X
Anså København/danskere for "relaxed" før eventbesøg	X	
Anser København/danskerne for "traditionel" efter besøget	X	
Anser København/danskerne for "innovative" efter besøget	X	
Anser København/danskerne for "afslappet" efter besøget		X
Anser København/danskerne for "miljøbevidste" efter besøgt	X	
Anser København/danskerne for "beautiful" efter besøget		X
Anser København/danskerne for open minded efter besøget		
Anser København/danskerne for "relaxed" efter besøg	X	
Anser København/danskere for "openminded" efter besøget	X	

Reason to go ¹⁰³ "to support a participant in the race"	X	
Er almindelig tilskuer og interesserer mig for triatlon	X	
Jeg vil gerne vise arrangørerne min respekt		X
Bedømmer overnatningsstedet "meget godt"	X	
Husker en eller flere eventsponsorer		X
Eventen har i høj grad levet op til forventningerne	X	
Interessen for/fascinationen af triatlon er blevet styrket	X	
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager	X	
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt	X	

Forskelle alt efter om tilskueren dyrker triatlon selv eller ej – danske tilskuere

Overordnet set er der nogen forskelle på baggrund heraf, heraf flere signifikante.

Resultater fra effektmålingen	Dyrker tri	Dyrker ikke tri
Er almindelig tilskuer, og interesserer mig for triatlon	X	
Er almindelig tilskuer, vil gerne vise arrangørerne respekt	X	
Er almindelig tilskuer, ønsker at bakke op om byens initiativ		X
Er almindelig tilskuer, kom tilfældigt forbi		X
Bor >70 km væk	X	

¹⁰³ Reason to go målingerne dækker ledsagere til deltager i eventen

Har tidligere været ledsager til en triatlonevent	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med bil	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via tri-magasin	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen >1 år siden	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen <1 uge siden		X
Er dagsgæst, dvs. overnatter ikke ude ifm. eventen		X
Overnatter privat ifm. eventen hos venner og familie		X
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X	
Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter	X	
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ¹⁰⁴	X	
Anså København for "hyggelig" før eventbesøget		X
Anså København for "smuk" før eventbesøget		X
Anså København for "moderne" før eventbesøget		X
Anså København for "afslappet" før eventbesøget		X
Ingen holdning til København før besøget	X	

¹⁰⁴ I Region Hovedstaden

Anser København for "moderne" efter eventbesøget		X
Anser København for "afslappet" efter eventbesøget		X
Anser København for "hyggelig" efter eventbesøget		X
Anser København for "smuk" efter besøg		X
Anser København for "kosmopolitisk" efter besøg	X	
Reason to go ¹⁰⁵ "to support a participant in the race"		X
Reason to go "pga. selve Challenge Copenhagen"	X	
Bedømmer overnatningsstedet "godt"/"meget godt"	X	
Synes meget godt om København som værtsby for eventen	X	
Deltager i en eller flere af sideaktiviteterne	X	
Husker en eller flere eventsponsorer	X	
Eventen har i høj grad/en vis grad levet op til forventninger	X	
Interessen for/fascinationen af triatlon er blevet styrket		X
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager		X
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt	X	
Kunne tænke mig at overvære eventen igen i 2011		X

Forskelle alt efter om tilskueren dyrker triatlon selv eller ej – udenlandske tilskuere
Overordnet set er der nogen forskelle på baggrund heraf, heraf flere signifikante.

¹⁰⁵ Reason to go målingerne i det følgende dækker ledsagere til deltager i eventen

Resultater fra effektmålingen	Dyrker tri	Dyrker ikke tri
Bor i Tyskland	X	
Bor i Storbritannien		X
Har været med som ledsager ved tidligere triatlonevents ¹⁰⁶	X	
Er almindelig tilskuer, og interesserer mig for triatlon	X	
Er almindelig tilskuer, vil gerne vise arrangørerne respekt	X	
Er almindelig tilskuer, ønsker at bakke op om byens initiativ		X
Er almindelig tilskuer, kom tilfældigt forbi		X
Er ankommet til stævneområdet i København med bil	X	
Er ankommet til stævneområdet i København med fly		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via ven/familie		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via eventwebsite	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via tri-magasin	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen via Tri247	X	
Blev bekendt med Challenge Copenhagen 7md.-1 år siden		X
Blev bekendt med Challenge Copenhagen <1 uge siden		X
Overnatter relativt mange døgn i København ifm. eventen	X	

¹⁰⁶ Mest almindeligt 1-2 tidligere events og >10

Kombinerer eventbesøget med shopping og udflugter		X
Kombinerer eventbesøget med besøg andre steder ¹⁰⁷	X	
Deltager i en eller flere af sideaktiviteterne	X	
Synes "meget godt/godt" om København som by	X	
Synes "meget godt" om København som værtsby		X
Reason to go ¹⁰⁸ "Don't know"!		X
Reason to go "Challenge Copenhagen itself"	X	
Reason to go "visit friends/family"	X	
Anså København for "hyggelig" før eventbesøget	X	
Anså København for "innovative" før eventbesøget	X	
Anså København for "safe" før eventbesøget		X
Anså København for "open minded" før eventbesøget		X
Anså København for "miljøbevidst" før eventbesøget		X
Anså København for "flexible" før eventbesøget	X	
Anså København for "afslappet" før eventbesøget	X	
Anså København for et sted, der "cares about human rights" før besøget	X	
Anser København for "miljøbevidst" efter eventbesøget		X

¹⁰⁷ I Region Hovedstaden

¹⁰⁸ Reason to go målingerne i det følgende dækker ledsagere til deltager i eventen

Anser København for "open minded" efter eventbesøget	X	
Anser København for "afslappet" efter eventbesøget	X	
Anser København for "hyggelig" efter eventbesøget	X	
Anser København for "innovative" efter besøg	X	
Anså København for et sted, der "cares about human rights" før besøget	X	
Anser København for "cosmopolitan" efter besøg		X
Reason to go ¹⁰⁹ "to support a participant in the race"		X
Reason to go "pga. selve Challenge Copenhagen"	X	
Bedømmer overnattingsstedet "godt"/"meget godt"	X	
Synes meget godt om København som by	X	
Synes meget godt om København som værtsby for eventen		X
Husker en eller flere eventsponsorer	X	
Eventen har i høj grad/en vis grad levet op til forventninger		X
Interessen for/fascinationen af triatlon er blevet styrket	X	
Vil anbefale eventen til andre, som tilskuer eller deltager		X
Har forbedringsforslag til eventen fra et tilskuersynspunkt	X	
Kunne tænke mig at overvære eventen igen i 2011	X	

¹⁰⁹ Reason to go målingerne i det følgende dækker ledsagere til deltager i eventen

BILAG 10.

TILSKUERUNDERSØGELSEN - grafisk fremstilling af kvalitative resultater

Udenlandske tilskuere

Table 1: Are you here as a companion to one of the participants in Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Yes	71 %
No	29 %
Total	100 %

Table 2: If you are not here as a companion to one of the participants in Challenge Copenhagen, why are you here in the event area today?

	Procentandel
I am interested in the triathlon sport	28 %
I want to show the organisers my respect	11 %
I want to back up the host city of Copenhagen	11 %
I happened to pass by	33 %
Other, please note:	28 %
Total	111 %

Table 3: Your age please?

	Procentandel
Under 25 years	18 %
25 years up to and including 49 years	60 %
50 years or older	23 %
Total	100 %

Table 4: Gender?

	Procentandel
Female	57 %
Male	44 %
Total	100 %

Table 5: What is your place of residence (where do you live)?

	Procentandel
Australia	8 %
Austria	2 %
Bahamas	2 %
Spain	3 %
Estonia	8 %
Finland	3 %
France	3 %
Great Britain	19 %
Germany	18 %

Hungary	2 %
Italy	2 %
Moldova	2 %
Norway	3 %
Sweden	7 %
Other, please note:	20 %
Total	100 %

Table 6: Have you joined any other triathlon events as a companion (not a participant)?

	Procentandel
Yes, 1-2	19 %
Yes, 3-4	7 %
Yes, 5-6	7 %
Yes, 7-8	2 %
Yes, 9-10	2 %
Yes, more than 10	13 %
No	52 %
Total	100 %

Table 7: Do you practise triathlon yourself (or did so earlier)?

	Procentandel
Yes	21 %
No	79 %
Total	100 %

Table 8: How did you get to Copenhagen?

	Procentandel
By plane	52 %
By car	36 %
By train	8 %
By bus	0 %
Other means of transportation, please note:	10 %
Total	105 %

Table 9: How did you become aware of Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Through newspapers	7 %
Through www.challengecopenhagen.com	16 %
Through Tri247	2 %
Through Triathlon Magazine	3 %
Through Challenge-family.com	3 %
Through Challenge Roth	8 %
Through a friend and/or family member	61 %
Other, please note:	15 %
Total	115 %

Table 10: And WHEN did you become aware of Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Less than one week ago	16 %
1-4 weeks ago	11 %
1-3 months ago	19 %
4-6 months ago	10 %
7-12 months ago	29 %
More than one year ago	15 %
Total	100 %

Table 11: Are you a day tourist (i.e. you go to and from this event today)?

	Procentandel
Yes	21 %
No	79 %
Total	100 %

Table 12: If you are not a day tourist, where do you spend the night in Copenhagen?

	Procentandel
Bed and Breakfast	4 %
Rented apartments	10 %
Hotel Cab Inn København	12 %
Hotel Radisson Blue Scandinavia Copenhagen	2 %
Hotel Scandic Copenhagen	2 %
Day tourist, i.e. do not stay overnight	2 %
Private, i.e. with family/friends	16 %
Youth hostel	2 %
Other, please note:	49 %
Total	100 %

Table 13: How many overnight stays?

	Procentandel
1 night	26 %
2 nights	8 %
3 nights	11 %
4 nights	27 %
5 nights	13 %
6 nights	5 %
7 nights	2 %
More than 7 nights	8 %
Total	100 %

Table 14: Do you go shopping or sightseeing in Copenhagen during your stay?

	Procentandel
Yes	66 %
No	24 %
Maybe	10 %
Total	100 %

Table 15: Do you visit other places in Denmark than Copenhagen these days?

	Procentandel
Yes	16 %
No	76 %
Maybe	8 %
Total	100 %

Table 16: Do you participate in any of the side-activities at the Challenge Copenhagen?

	Procentandel
4:18:4 tri	2 %
Junior Challenge Cop	2 %
Pasta Party	13 %
Expo exhibition	8 %
Award ceremony	8 %
Other, please note:	0 %
Did not know about them	10 %
No	68 %
Total	110 %

Table 17: How do you find Copenhagen as a city?

	Procentandel
Very good	63 %
Good	26 %
Average	8 %
Other, please elaborate:	2 %
No opinion	2 %
Total	100 %

Table 18: How do you find Copenhagen as host city of this event?

	Procentandel
Very good	57 %
Good	26 %
Average	8 %
Less good	2 %
Other, please elaborate:	2 %
No opinion	7 %
Total	100 %

Table 19: If you accompany a participant to Challenge Copenhagen, what made you join him/her to Copenhagen?

	Procentandel
Challenge Copenhagen itself.	10 %
The host city, Copenhagen	11 %
The host country, Denmark	0 %
The Danes	2 %
The Challenge Series reputation	2 %
To support him/her	57 %
To visit friends and/or family in Copenhagen	5 %
Other, please elaborate:	2 %
Don't know	13 %
I'm not accompanying a participant	21 %
Total	121 %

Table 20: What was your attitude towards Copenhagen and the Danes before the race?

	Procentandel
Cosmopolitan/international	32 %
Cozy	13 %
Traditional	11 %
Innovative	11 %
Safe	21 %
Care(s) about the environment	16 %
Care(s) about human rights	8 %
Flexible	7 %
Relaxed	37 %
Beautiful	29 %
Open minded	23 %
Other, please elaborate:	8 %
Don't know	16 %
Total	232 %

Table 21: What is your attitude towards Copenhagen and the Danes today/after Challenge Cop.?

	Procentandel
Cosmopolitan/international	40 %
Cozy	21 %
Traditional	7 %
Innovative	16 %
Safe	21 %
Care(s) about the environment	18 %
Care(s) about human rights	8 %
Flexible	10 %
Relaxed	37 %
Beautiful	36 %
Open minded	18 %
Other, please elaborate:	7 %
Don't know	21 %
Total	258 %

Table 22: How do you evaluate the quality of the place you stay overnight?

	Procentandel
Very good	29 %
Good	32 %
Average	20 %
Less good	5 %
No opinion	15 %
Total	100 %

Table 23: Do you remember one or more of the sponsors at Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Yes	29 %
No	61 %
Maybe	10 % (6)
Total	100 %

Table 24: Did Challenge Copenhagen live up to your overall expectations?

	Procentandel
Yes, to a great extent.	37 %
Yes, to a certain extent	27 %
No, some rookie mistakes	7 %
Yes and no	8 %
Don't know	18 %
Other, please elaborate:	3 %
Total	100 %

Table 25: Has your interest in and/or fascination for triathlon changed after today?

	Procentandel
Yes, in a positive sense	65 %
No	36 %
Total	100 %

Table 26: Would you recommend Challenge Copenhagen to others, either as a spectator or as a participant?

	Procentandel
Yes	86 %
No	3 %
Maybe	11 %
Total	100 %

Table 27: Would you like to come to Challenge Copenhagen again, either as a spectator or participant?

	Procentandel
Yes	68 %
No	8 %
Maybe	24 %
Total	100 %

Danske tilskuere

Tabel 28: Er du ledsager til en eller flere af deltagerne i Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Ja	48 %
Nej	52 %
Total	100 %

Tabel 29: Hvis det ikke er fordi, du er ledsager til en deltager i eventen, hvorfor er du her ved triatlonsruten lige nu?

	Procentandel
Jeg interesserer mig for triatlonsporten	56 %
Jeg vil gerne vise min respekt for arrangørerne	18 %
Jeg vil gerne give værtsbyen København min opbakning	28 %
Jeg kom tilfældigt forbi	10 %
Andet, noter venligst:	28 %
Total	140 %

Tabel 30: Alder

	Procentandel
Under 25 år	17 %
26 år til og med 49 år	63 %
50 år eller derover	20 %
Total	100 %

Tabel31: Køn

	Procentandel
Kvinde	46 %
Mand	54 %
Total	100 %

Tabel 5:Hvor langt herfra har du fast bopæl?

	Procentandel
1-9 km	44 %
10-25 km	20 %
26-40 km	12 %
41-55 km	2 %
>70 km	21 %
Total	100 %

Tabel 32: Har du været med som ledsager ved tidligere tri-events?

	Procentandel
Ja, ved 1-2 tidligere tri-events	16 %
Ja, ved 3-4 tidligere tri-events	6 %
Ja, ved 5-6 tidligere tri-events	5 %
Ja, ved 7-8 tidligere tri-events	1 %
Ja, ved 9-10 tidligere tri-events	0 %
Ja, ved mere end 10 tidligere tri-events	4 %
Nej	67 %
Total	100 %

Tabel 7: Dyrker du selv triatlon (eller har gjort)?

	Procentandel
Ja	25 %
Nej	75 %
Total	100 %

Tabel 8: Hvordan er du kommet til stævneområdet i København?

	Procentandel
Med bil	34 %
Med tog/metro	25 %
Med bus	3 %
På cykel	40 %
På gåben	12 %
På anden vis, noter venligst:	1 %
Total	115 %

Tabel 9: Hvordan blev du bekendt med Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Avis(er)	22 %
www.challengecopenhagen.com	17 %
Tri247	1 %
Triatlon magasin	3 %
Challenge-family.com	1 %
Via Challenge Roth	2 %
Via ven og/eller familiemedlem	61 %
Andet, noter venligst:	21 %
Total	128 %

Tabel 330: Hvornår blev du bekendt med Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Mindre end en uge siden	12 %
1-4 uger siden	10 %
1-3 mdr. siden	11 %
4-6 mdr. siden	16 %
7-12 mdr. siden	28 %
Mere end et år siden	22 %
Total	100 %

Tabel 341: Er du dagsgæst, dvs. tager til og fra eventen på samme dag?

	Procentandel
Ja	63 %
Nej	37 %
Total	100 %

Tabel 352: Hvis du IKKE er dagsgæst, hvordan overnatter du så ifm. dit eventbesøg i København?

	Procentandel
Bed and Breakfast	5 %
Campingplads	3 %
Feriecenter	0 %
Hotel Cab Inn København	3 %
Hotel Lautrup Park	0 %
Hotel Plaza København	0 %
Hotel Radisson Blue Scandinavia København	3 %
Hotel Royal København	0 %
Hotel Scandic København	5 %
Hotel Zleep In, Ballerup	0 %
Lejet sommerhus	0 %
Vandrerhjem	5 %
Privat, f.eks. hos venner/familie (dvs. IKKE kommercielt)	50 %
Andet, noter venligst:	26 %
Total	100 %

Tabel 363: Hvor mange døgn opholder du dig i København ifm. Challenge Copenhagen?

	Procentandel
1 døgn	66 %
2 døgn	17 %
3 døgn	8 %
4 døgn	7 %
5 døgn	1 %
Mere en 7 døgn	2 %
Total	100 %

Tabel 374: Kombinerer du Challenge Copenhagen med udflugter, shopping og den slags i København?

	Procentandel
Ja	28 %
Nej	60 %
Måske	12 %
Total	100 %

Tabel 15: Kombinerer du dit ophold i København med besøg andre steder i Region Hovedstaden?

	Procentandel
Ja	16 %
Nej	78 %
Måske	6 %
Total	100 %

Tabel 386: Hvad tænkte du om København som by før triatlon eventen?

	Procentandel
Kosmopolitisk/international	25 %
Hyggelig	37 %
Traditionel	10 %
Innovativ	6 %
Sikker	6 %
Miljøbevidst	7 %
En by der værner om menneskerettighederne (eks. ytrings- og religionsfrihed)	8 %
Fleksibel og omstillingsparat	5 %
Moderne	25 %
Afslappet atmosfære	21 %
Tolerant og openminded	6 %
Smuk	25 %
Andet, uddyb gerne:	5 %
Ved ikke	35 %
Total	220 %

Tabel 17: Hvad tænker du så i dag om København som by her efter triatlon eventen?

	Procentandel
Kosmopolitisk/international	28 %
Hyggelig	29 %
Traditionel	8 %
Innovativ	5 %
Sikker	6 %
Miljøbevidst	8 %
En by der værner om menneskerettighederne (eks. ytrings- og religionsfrihed)	8 %
Fleksibel og omstillingsparat	12 %
Moderne	25 %
Afslappet atmosfære	20 %
Tolerant og openminded	9 %
Smuk	23 %
Andet, uddyb gerne:	5 %

Tabel 18: Hvis du er ledsager til en deltager i Challenge Copenhagen, hvorfor valgte du at følge med til København?

	Procentandel
Pga. Challenge Copenhagen	33 %
For at opleve København	1 %
For at opleve andre regioner i Danmark	1 %
For at opleve danskerne	1 %
For at besøge venner og familie e.lign. i København	6 %
For at støtte ham/hende	30 %
Pga. det ry Challenge Series har	2 %
Andet, uddyb gerne:	6 %
Ved ikke	32 %
Er ikke ledsager til en deltager	8 %
Total	121 %

Tabel 19: Hvad synes du om din indkvartering, hvis du overnatter på hotel ell. lign. i København?

	Procentandel
Meget godt	16 %
Godt	6 %
På det jævne	2 %
Ved ikke	76 %
Total	100 %

Tabel 20: Hvad synes du om København som værtsby for Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Meget godt	65 %
Godt	17 %
På det jævne	1 %
Mindre godt	1 %
Ved ikke	17 %
Total	100 %

Tabel 21: Deltager du i nogen af sideaktiviteterne til Challenge Copenhagen?

	Procentandel
4:18:4 tri.	3 %
Junior Challenge Cop.	1 %
Pasta party	3 %
Expo udstilling	11 %
Præmieoverrækkelse	9 %
Vidste ikke, der var sideaktiviteter	18 %
Nej	61 %
Total	107 %

Tabel 22: Husker du en eller flere af sponsorerne ved Challenge Copenhagen?

	Procentandel
Ja	47 %
Nej	44 %
Måske	9 %
Total	100 %

Tabel 23: Har din oplevelse af Challenge Copenhagen levet op til forventningerne?

	Procentandel
Ja, i allerhøjeste grad	53 %
Ja, i en vis grad	24 %
Nej, der var visse begynderproblemer	4 %
Nej, slet ikke	1 %
Ja og nej, både/og	2 %
Ved ikke	16 %
Total	100 %

Tabel 24: Har din interesse for og/eller fascination af triatlon ændret sig efter i dag?

	Procentandel
Ja i positiv forstand.	62 %
Ja i negativ forstand	1 %
Nej	27 %
Ved ikke:	10 %
Total	100 %

Tabel 25: Vil du anbefale Challenge Copenhagen til andre, enten som tilskuer eller deltager?

	Procentandel
Ja	84 %
Nej	2 %
Måske	13 %
Total	100 %

Tabel 26: Har du forslag til, hvordan vi kan forbedre eventen fra et tilskuersynspunkt?

	Procentandel
Ja	29 %
Nej	71 %
Total	100 %

BILAG 11

TILSKUERUNDERSØGELSEN – uddybninger af kvalitative resultater¹¹⁰

If you are not here as a companion, why are you here in the event area today?

- My boyfriend is working at Craft, a sponsor
- Motorcycle driver
- TK escort
- tourism

Table 5. What is your place of residence?

- Benin
- Iceland
- Iceland

Table 6. Have you joined any other tri-events as a companion?

- Kalmar, Sveriges mästerskap 2008; Nokia, Finlands mästerskap 2009
- Austria
- Zürich
- Gold coast old post
- Challenge Kraidrgau, Challenge Roth, Challenge Barcelona, Geradmér. etc

Table 8. How did you get to Cph?

- Bicycle
- motorcycle
- ferry
- MC
- ferry

Table 9. How did you become aware of Chall. Cop. 2010?

- no idea
- triathlon.hu
- MC club
- not aware till now

¹¹⁰ Her er kun vist de udenlandske, da de danske uddybninger er stort set sammenfaldende

- Triathlon.scene.de
- Ostseeman
- Facebook
- Visitors Website. rpadside adversity
- random occurrence

Table 14. Do you go shopping or sightseeing in Cph during your stay?

- nature+shopping
- Christiania, Old Guildings, Parliament
- Nyhavn, Fort, Marble Palace, Queen"s House, Open top bus
- Amalia Slot
- everywhere in Copenhagen
- Fields, Christiania
- Center
- Town Center, Viking Ship museum
- Strøget

Table 15. Do you visit other places in Denmark than Cph these days?

- Hornbæk
- Around Hornbæk, Sweden
- Køge
- Bornholm
- undecided

Table 17. How do you find Copenhagen as a city?

- too wet

Table 20: What was your attitude towards Copenhagen and the Danes before the race?

- not very friendly?
- friendly, smiling, windy, helpful
- Good people
- helpful
- girls

Table 21: What is your attitude towards Copenhagen and the Danes today/after Challenge Cop.?

- very helpful and friendly
- helpful
- same as before

Table 393: Do you remember one or more of the sponsors at Challenge Copenhagen?

- Garmin, High 5, BlueSeventy, Politiken
- Politiken
- Radisson
- High 5, Loreal
- Craft
- Craft, Blue Seventy
- Craft, High 5
- Craft
- Ecco, Craft
- High 5
- Ceepo, High 5, Craft, Ecco
- Politiken
- Shark
- craft
- craft
- High 5
- Politiken
- Loreal

Table 26: Would you recommend Challenge Copenhagen to others, either as a spectator or as a participant?

- Lovely city
- needs more space for audience
- Wonderful City
- good arrangement, easy to come to, very friendly and supportive people.

Table 27: How could we, in your opinion, improve the race from a spectator point of view?

- Parking and transport for those not near metro
- Organize the swim as there were a few collisions
- a bike course where you can follow the participants more closely
- Less rain
- provide special buses to transport to swim, bike and run
- More user friendly at Swim & Bike - too far & swetehed
- Switch off rain
- Close more roads, lower prices
- more space for audience
- Don't know yet, it's too early to say. The swim still going on...But the bridge here - good for spectators
- Coffee stalls

- turn of the rain
- *Better signposting/Hard to know where to go
- *Activities for spectators/spectators "village
- Catering for visitors
- Better atmosphere, more music, including the spectators more in the race
- Swimstart -Zmore & louder commands,(names, stories)
- Better maps pf the race, better information to the crowd
- Info about place at train station where to go, more maps
- More information, commercial in town
- buffet om morgenen, catering
- half-distance triathlon

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