

Effektanalyse

## VM floorball, kvinder, 2007

*Den 12. – 19. maj 2007  
i Arena Nord, Frederikshavn*



Sport Event Danmark

December 2007



Den 30. november 2007

## **Effektanalyse af VM floorball kvinder 12. – 19. maj 2007 i Arena Nord/Frederikshavn**

Frederikshavn var i maj 2007 samlingssted for verdens bedste floorballkvinder, hvor det lykkedes Danmark at opnå sin hidtil bedste VM-placering som nr. 6. Og så på hjemme-bane! Jublen var stor, men det var ærgelsen også over, at semifinalen glippede. Hvad kunne det ikke have betydet af flere danske tilskuere, hvis de danske kvinder for første gang nogensinde havde skullet spille en VM-semifinale?

Til gengæld kan arrangørerne, Dansk Floorball Union og Frederikshavn glæde sig over de pæne skudsmål, de jfr. vedlagte effektmåling får fra aktørerne ved VM'et. Det være sig fra spillere, ledere, tilskuere og andre med tilknytning til VM'et.

Derudover bidrog mesterskabet til samfundsøkonomien med bl.a. en øget turismeomsætning på knap 11 mio. kr., heraf hele 10,5 mio. kr. baseret på udenlandske aktører. Begivenheden genererede desuden indkomstskatter, moms og afgifter til det offentlige Danmark på i alt 4,4 mio. kr.

Nærværende effektmåling viser i øvrigt følgende kendetegn ift., hvad vi normalt ser i vores målinger ved større internationale sportsevents i Danmark:

- en relativt høj grad af shopping
- en relativt høj grad af ferietilkobling
- ikke en relativt højere grad af udflugter blandt tilskuere ift. atleter
- en høj grad af kommercielle udflugter blandt samtlige udflugter
- Skagen er det foretrukne udflugtsmål
- især udenlandske spillere og ledere tilbringer mange døgn i Danmark ifm. VM'et (14,5)
- en relativt lav grad af overnatning blandt danske tilskuere, der ikke bor i Region Nord
- en smule overvægt af kvindelige tilskuere
- relativt flere unge tilskuere
- relativt flere tilskuere var i selskab med venner (frem for ægtefælle/børn)
- knap halvdelen af tilskuerne kom fra Sverige og Norge
- udenlandske spillere/ledere er stort set lige så tilfredse med VM'et som tilskuerne
- danske tilskuere har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug af samtlige aktører

Dette og meget mere afslører vedlagte effektanalyserapport, der er udarbejdet af Sport Event Danmark.

Evt. spørgsmål til rapporten kan rettes til undertegnede på e-mail: [bs@ifdk.dk](mailto:bs@ifdk.dk), tlf. 4326 2102. God læselyst.

Med venlig hilsen

**Sport Event Danmark** (tidligere Idrætsfonden Danmark)

Birgitte Schultz  
Analysekonsulent

Bilag : Effektanalyse VM floorball (k)



# INDHOLDSFORTEGNELSE

## Effektanalyse af VM floorball (kvinder) d. 12. – 19. maj 2007 i Frederikshavn

Introduktion og metode .....	1
Kap. 1. Effektanalyse.....	2
1.1 Rationale .....	2
1.2 Afgrænsning.....	2
1.3 Diskussion af afgrænsning.....	5
1.4 Arrangørerne og selve VM'et.....	5
1.5 Introduktion og metode .....	6
1.6 Modelapparat .....	7
1.7 Forudsætninger .....	9
1.8 Analysegrundlag .....	9
1.9 Detaljeret indhold .....	9
1.9.1. Bløde data .....	9
1.9.2. Hårde data .....	12
1.10 Resultater – bløde data .....	12
1.10.1 Danske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl. ....	12
1.10.1.a. Køn og alder.....	13
1.10.1.b. Geografi.....	13
1.10.1.c. Forhåndskendskab til Frederikshavn.....	13
1.10.1.d. Associationer til værtsregionen.....	13
1.10.1.e. Billetkøbsmønster.....	13
1.10.1.f. Overnatningsmønster .....	14
1.10.1.g. Repræsentativt dags-/døgnforbrug? .....	15
1.10.1.h. Udflugtsfrekvens .....	15
1.10.1.i. Tilkøbling af ferie .....	16
1.10.1.j. Rejsegruppens størrelse.....	16
1.10.1.k. Bekendtskabskanaler .....	16
1.10.1.l. Tidshorisont for kendskab til VM'et.....	17
1.10.1.m Billetkøbsbeslutning.....	17
1.10.1.n. Tilhørsforhold til floorballsporten .....	18
1.10.1.o. Foreløbige indtryk af Arena Nord .....	18
1.10.1.p. Foreløbige indtryk af selve VM'et .....	19
1.10.1.q. Indtryk af Frederikshavn som værtsby .....	19
1.10.1.r. Hvad kunne gøre Frederikshavn til en endnu bedre værtsby .....	20
1.10.1.s. Lever VM'et op til forventningerne? .....	20
1.10.1.t. Sandsynlighed for at vende tilbage til værtsbyen.....	20
1.10.2 Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl. ....	21
1.10.2.a. Køn og alder.....	21
1.10.2.b. Geografi.....	21
1.10.2.c. Førstegangsbesøg.....	21
1.10.2.d. Hovedårsag til førstegangsbesøg .....	22
1.10.2.e. Associationer til Danmark .....	22
1.10.2.f. Associationer til Region Nord .....	23
1.10.2.g. Besøg(sintentioner) i Frederikshavn før VM'et.....	23
1.10.2.h. Besøg(sintentioner) i Danmark før VM'et .....	23
1.10.2.i. Evt. ændrede holdning til Danmark og danskerne .....	24

1.10.2.j. Biletkøbsmønster .....	24
1.10.2.k. Overnatningsmønster .....	24
1.10.2.l. Repræsentativt dags-/døgnforbrug? .....	25
1.10.2.m. Udflugtsfrekvens .....	25
1.10.2.n. Evt. tilkobling af ferie.....	26
1.10.2.o. Rejsegruppens størrelse .....	27
1.10.2.p. Bekendtskabskanaler .....	27
1.10.2.q. Tidshorizont for kendskab til VM'et .....	27
1.10.2.r. Tidshorizont for beslutning om billetkøb .....	27
1.10.2.s. Tilhørsforhold til floorballsporten.....	28
1.10.2.t. Foreløbige indtryk af Arena Nord.....	28
1.10.2.u. Foreløbige indtryk af selve VM'et .....	29
1.10.2.v. Indtryk af Frederikshavn som værtsby .....	29
1.10.2.x. Hvad kunne gøre Frederikshavn til en endnu bedre værtsby .....	30
1.10.2.y. Lever VM'et op til forventningerne? .....	30
1.10.2.x. Sandsynlighed for at vende tilbage? .....	31
1.10.3 Danske atleter/ledere .....	32
1.10.4 Udenlandske atleter/ledere.....	32
1.10.4.a. Køn og alder.....	32
1.10.4.b. Geografi .....	32
1.10.4.c. Førstegangsbesøg.....	32
1.10.4.d. Hovedårsag til førstegangsbesøg .....	32
1.10.4.e. Associationer til Danmark .....	32
1.10.4.f. Associationer til Region Nord .....	33
1.10.4.g. Besøg(sintentioner) i Frederikshavn før VM'et.....	34
1.10.4.h. Besøg(sintentioner) i Danmark før VM'et .....	34
1.10.4.i. Evt. ændrede holdning til Danmark og danskerne .....	34
1.10.4.j. Overnatningsmønster .....	34
1.10.4.k. Repræsentativt dags-/døgnforbrug? .....	34
1.10.4.l. Udflugtsfrekvens .....	35
1.10.4.m Evt. tilkobling af ferie.....	36
1.10.4.n. Rejsegruppens størrelse.....	36
1.10.4.o. Foreløbige indtryk af Arena Nord .....	37
1.10.4.p. Foreløbige indtryk af selve VM'et .....	38
1.10.4.q. Indtryk af Frederikshavn som værtsby .....	38
1.10.4.r. Hvad kunne gøre Frederikshavn til en endnu bedre værtsby .....	38
1.10.4.s. Lever VM'et op til forventningerne? .....	39
1.10.4.t. Sandsynlighed for at vende tilbage? .....	39
1.11 Resultater – hårde data.....	39
1.11.1 Samfundsøkonomiske effekter .....	40
Kap. 2. Resumé .....	47

Bilag:

1. Line-modellen og multiplikator kredsløbet
2. Stikprøve vs. totalpopulation
3. Danske tilskueres køn og alder
4. Danske tilskueres geografiske fordeling
5. Udenlandske tilskueres køn og alder
6. Udenlandske tilskueres geografiske fordeling
7. Udenlandske tilskueres årsag til førstegangsbesøg i Danmark
8. Udenlandske atleter og leders geografiske fordeling
9. Udenlandske atleter og leders årsag til førstegangsbesøg i Danmark

# Effektanalyse af VM floorball (k) den 12. – 19. maj 2007 i Frederikshavn



## **Introduktion og metode**

Sport Event Danmark (tidligere Idrætsfonden Danmark) har på eget initiativ, som en uvildig instans og for egen regning iværksat og gennemført såvel den tilbundsiggende spørgeskemaundersøgelse som den efterfølgende effektanalyse i denne rapport. Undersøgelsen er sket med arrangørernes fulde opbakning, herunder også den lokale eventorganisation, Frederikshavn Event.

Effektmålingen baserer sig på 200 personlige interviews af et repræsentativt udsnit af de besøgende spillere, ledere, tilskuere m.fl. ved Dansk Floorball Unions VM for kvinder 2007, der fandt sted i Arena Nord i Frederikshavn. Nærværende rapport belyser både de samfundsøkonomiske og de mere kvalitative effekter, der er forbundet med værtskabet.

Spørgsmålene har været centreret omkring 3 hovedsøjler:

- 1) *turismeadfærd*
- 2) *forbrug*
- 3) *evaluering af værter og værtsregion.*

Det er kun de udenlandske og interregionale gæster (dvs. gæster uden for Region Nord), der er blevet spurgt om deres turisme-/forbrugsadfærd. Denne af-/begrænsning er foretaget ud fra antagelsen om, at lokale gæster - også uden den pågældende event - ville have haft et lignende forbrug i værtsregionen i eventsperioden, og at det ingen mening giver at spørge til deres turismeadfærd i deres egen region.

Efter indsamling og indtastning af de indhentede svar i en dertil indrettet database har Sport Event Danmark videresendt de forbrugsmæssige data til VisitDenmarks analyseafdeling til beregning af de overordnede samfundsøkonomiske effekter.

Beregningerne baserer sig på den regionaløkonomiske LINE-model (se bilag 1) og omfatter nøgletal som turismeomsætning, beskæftigelse, værditilvækst og provenu til det offentlige.

Sport Event Danmark har selv behandlet alle de kvalitative data såsom VM-gæsternes evaluering af værtsbyen, deres forhåndskendskab til værtsregionen og til Danmark mv.

Effektanalysen kaldes også populært for en Støbbe-analyse, idet Støbbe står for: Sports Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning, analogt med VisitDenmarks Tøbbe-analyser af Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning. Nærværende Støbbeundersøgelse er den 25. i rækken i regi af Sport Event Danmark, tidligere Idrætsfonden Danmark.

## **Kap. 1. – Effektanalyse:**

Kilde til alle figurer og tabeller i nærværende rapport er, hvor intet andet er nævnt, Sport Event Danmark.

### **1.1. Rationale**

Det overordnede formål med nærværende effektanalyse er:

1)  
*dels at dokumentere de samfundsøkonomiske gevinster for det danske samfund og i særdeleshed for Region Nord, som skabes qua de ude fra kommende VM-gæsters forbrug<sup>1</sup>, og som kan tilskrives værtskabet af VM floorball (k) i Frederiks-havn*

2)  
*dels at dokumentere de mere kvalitative effekter af værtskabet såsom de besøgendes bedømmelse af arrangør, værtsby mv.*

I ovennævnte formulering ligger, at kun de VM-gæster, hvor VM'et jfr. interviewundersøgelsen var hovedårsagen til deres besøg i Frederikshavn, er medregnet. Og at effekterne vurderes i forhold til en 0-situation (dvs. en ganske almindelig uge 20 i Frederikshavn).

### **1.2. Afgrænsning**

Effektanalysen dokumenterer gevinsterne ved VM'et ift. en 0-situation.

Det er vigtigt at sondre mellem gevinsterne set fra et *nationalt* vs. et *regionalt* synspunkt, hvilket effektanalyser som denne med al tydelighed belyser.

Ud fra et nationalt synspunkt er det kun omsætningen fra *udenlandske* VM-gæster, der er interessant, idet der for interregionale VM-gæsters vedkommende blot er tale om en omfordeling af forbrug og ikke et merforbrug.

Med gevinster menes bruttoværditilvæksten af den turismeomsætning, som de ude fra kommende VM-gæster skaber via deres forbrug. Bruttoværditilvæksten er det beløb, der bliver tilbage til aflønning af arbejdskraft og til forretning.

Effektanalysen inddrager (i modsætning til en cost benefit analyse) *ikke* udgiftssiden af VM'et.

---

<sup>1</sup> målt som turismeomsætning, herunder dog også VM-gæsters forbrug, som dækkes via evt. arrangørforpligtelser, altså er for arrangørernes regning. De økonomisk ansvarlige arrangører, Dansk Floorball Union, har til huse uden for Region Nord og tilfører derfor Region Nord midler ude fra.



Er de lokale borgeres forbrug inkluderet?

Nej, jfr. forklaring under introduktion og metode.

Den regionaløkonomiske model, LINE, der bruges til beregningerne i nærværende analyse, har fra før Strukturreformen pr. 1.1.2007 haft "amt" som afgrænsning. Med amternes bortfald pr. 1. januar 2007 er en lokal borger i nærværende rapport her- efter at regne som én, der er bosiddende i det tidligere Nordjyllands amt, nu Region Nord.

Som følge heraf medregnes ikke det forbrug en gæst fra en anden by i værtsregi- onen, f.eks. Aalborg, har i værtsbyen som følge af VM'et, uagtet at det set fra Frede- rikshavns side kan være lige så interessant at få besøg af en regional VM-gæst som af en interregional og international VM-gæst.

Er alle VM-relaterede gæsters forbrug inkluderet i øvrigt?

Nej, kun de gæster, hvor VM'et er "*main reason to go*", dvs. at VM'et er hovedår- sagen til deres besøg i Frederikshavn.

Derudover er kun medregnet den del af VM-gæsternes dagsforbrug på forplejning, shopping osv., som af gæsterne selv vurderes at være repræsentativt for "en gen- nemsnitsdag" i Frederikshavn i arrangementsperioden.

Er entréforbrug inkluderet i turismeomsætningen/døgnforbruget?

Nej, men entréen udgør i gennemsnit kr. 100 pr. pers. pr. dag. Der kan argu- menteres både for og imod at inddrage entréen, der dog her er beskeden. Et er imid- lertid sikkert, at vælger vi at inddrage udgiften, skal lokale tilskueres entréforbrug ikke medtælles. Disse formodes pr. definition at ville have anvendt pengene i værts- regionen under alle omstændigheder.

Hvad med fortrængning af andre gæster i værtsregionen i VM-perioden?

Dette aspekt inddrages, og viser det sig i praksis, at det er aktuelt i tilfældet VM floorball for kvinder, fremstilles turismeomsætningen således, at resultatet kan af- læses både med og uden hensyntagen til fortrængningen af andre gæster på hotel- lerne i værtsregionen. Gæster, der ellers ville have beslaglagt hotelsengene, helt eller delvist.

Dette muliggør en sammenligning mellem tidligere målinger, hvor aspektet ikke har været modregnet i den skabte bruttoturismeomsætning.

Hvad med de danske arrangørers udgifter (=forbrug) i værtsregionen?

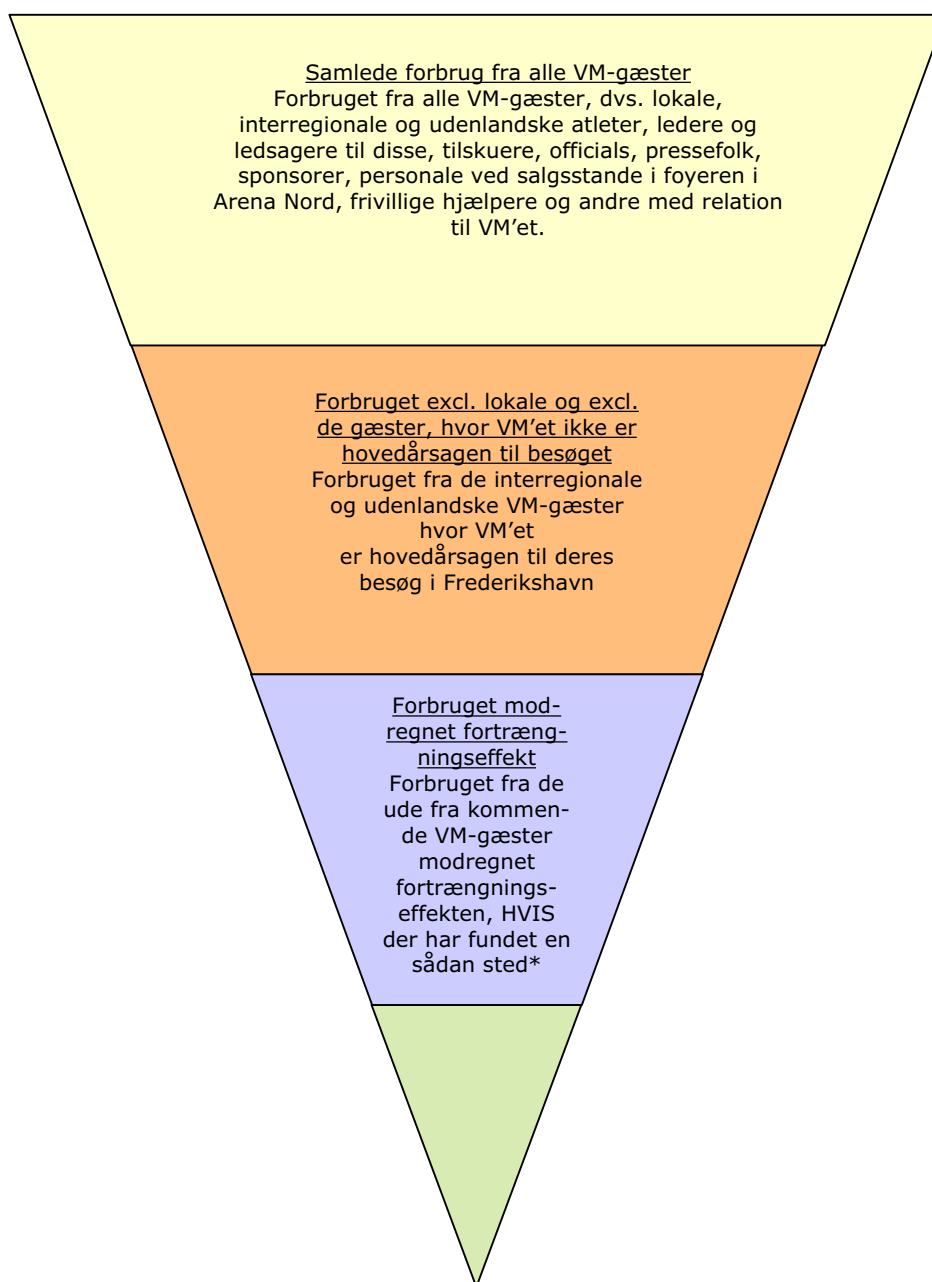
Arrangørernes forbrug (arrangementsudgifter) ifm. værtskabet indgår pr. definition ikke i LINE-beregningerne, *medmindre* der er tale om poster som billetkøb og over- natninger, der indgår i eventgæsternes forbrug og således dækkes heraf.

Forudsætningen under Rationale pkt. 1.1. om, at der skal være tale om ude fra kom- mende tilførte midler holder, da arrangørerne har til huse i Brøndby i Storkøbenhavn.

### Inkluderer effektanalysen kvalitative aspekter af VM'et?

Analysen dokumenterer ud over de samfundsøkonomiske nøgletal fra LINE-modellen en lang række mere kvalitative fakta som f.eks. hvilke associationer respondenterne har til værtsregionen/Danmark på forhånd, og hvordan de vurderer selve stævneafviklingen og Frederikshavn som værtsby. Disse detailldata er af Sport Event Danmark lagt ind i en dertil udviklet database.

Fig 1: "Afgrænsningstragt" **effektanalyse** – regionalt synspunkt



\* ved at VM-gæsterne fortrænger andre gæster på indkvarteringsstederne. Se endvidere afsnit 1.11.

Figur 1 illustrerer efter tragtprincippet, hvordan effekterne af VM'et snævres ind for sluttelig at ende med de reelle *mereffekter* af at huse VM'et i Frederikshavn.

Fortrængningseffekten ved at VM-gæsterne i et vist omfang fortrænger "almindelige turister" på indkvarteringsstederne behandles under pkt. 1.11. Resultater – Hårde data. Beregningen har været vanskeliggjort ved, at den tidligere Frederikshavn Kommune pr. 1. januar 2007 også omfatter Sæby og Skagen. En direkte sammenligning mellem uge 20 i 2006 i Frederikshavn Kommune og tilsvarende i 2007 er derfor umulig.

### **1.3. Diskussion af afgrænsning**

Et filter i spørgeskemaet sikrer, at kun de respondenter, der har VM'et som deres primære formål med opholdet, inkluderes.

Ret beset kunne man argumentere for, at kun forbruget fra de aktører, som i spørgeskemaet *ikke* ville have overvejet Frederikshavn 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 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 sandsynligt, at VM-opholdet er et ekstra besøg i værtsregionen, der ikke erstatter et evt. andet og fremtidigt besøg i regionen og/eller i Danmark.

Desuden er alle aktører med VM'et som reason to go medregnet for at gøre effektanalysen sammenlignelig med fondens tidligere effektanalyser og med de fleste andre effektanalyser fra ind- og udland.

### **1.4. Arrangørerne og selve VM'et:**

Værtskabet af VM'et blev udbudt af det internationale floorballforbund og vundet af Dansk Floorball Union og Frederikshavn Kommune/Frederikshavn Event i april 2005.

Det er imidlertid alene Dansk Floorball Union, der står med det økonomiske ansvar for VM'et. Dansk Floorball Union har til huse i Idrættens Hus i Brøndby (Hovedstadsregionen).

Der er tale om et officielt VM i floorball for seniorer (kvinder) med 20 deltagernationer, her i blandt Danmark, der opnåede sit hidtil bedste internationale resultat på kvindesiden nogensinde med en flot 6. plads.

Floorball er en lille sportsgren i Danmark med godt 4.000 aktive og 80 medlemsforeninger. Til sammenligning er det den næststørste idrætsgren i Sverige, hvilket afspejles i de svenske tilskueres andel af publikum ved VM'et.

VM 2007 fandt sted i uge 20 i perioden 12. – 19. maj, og de store tilskuerdage var fredag d. 18. og lørdag d. 19. maj. Om fredagen blev B-finalen, de 2 A-semifinaler og kampen om 13. pladsen spillet, mens lørdagen havde A-finalen, kampen om bronze-medaljer samt kampen om 5. pladsen på programmet.

Det samlede arrangørregnskab beløb sig til små 2 mio. kr. Offentlige direkte og indirekte tilskud (naturalier) fra værtskommunen Frederikshavn og Region Nord beløb sig til godt 500.000 kr.

De regionale direkte og indirekte offentlige tilskud udgjorde således 25% af arrangørregnskabet og knap 5% af turismeomsætningen i Region Nord, der var på 10,8 mio. kr. (Læs mere om turismeomsætning og afledte effekter under afsnit 1.11.1.).

Desuden bidrog Sport Event Danmark som en national støtteorganisation med et administrationstilskud på kr. 225.000, et gennemførelsestilskud på kr. 125.000 og et markedsføringsstilskud på kr. 75.000, i alt kr. 425.000.

Lægges det nationale offentlige tilskud fra Sport Event Danmark til værtsregionens regionale offentlige tilskud, udgør det samlede offentlige tilskud til VM'et således 46% af stævnerregnskabet og knap 9% af den skabte turismeomsætning.

### **1.5. Introduktion og metode**

Spørgeskemaet, som blev brugt til interviewtagning af respondenter, er udarbejdet af Sport Event Danmark på dansk og engelsk og er godkendt af Dansk Floorball Union og Frederikshavn Event, der har fået et par egne spørgsmål med på skemaet.

Effektanalysen er udarbejdet af Sport Event Danmark på baggrund af en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse bestående af personlige interviews fredag d. 18. og lørdag d. 19. maj i og omkring Arena Nord. Der var ingen hviledage i stævneperioden at tage særligt hensyn til mhp. afdækning af et evt. anderledes forbrug blandt især atleter og ledere på sådanne konkurrencefri dage.

Valg af interviewdage og -steder er foretaget i samråd med arrangørerne. Interviewene blev gennemført af lokale studerende fra Aalborg Universitet, alle trænet til formålet og superviseret af Sport Event Danmarks analysekonsulent, Birgitte Schultz.

På interviewdagene blev der udtaget en stratificeret stikprøve på i alt 200 svar, og alle indhentede svar var brugbare! Dvs. at ved stikprøvetagningen blev der taget højde for de enkelte aktørgruppers indbyrdes repræsentation i totalpopulationen også mht. nationalitet (dansk vs. udenlandsk). Se endvidere bilag 2.

Den *primære målgruppe* for interviewene var de to store aktørgrupper: *atleter-/ledere og tilskuere/ledsagere*, der udgør 81% (=162) af de indhentede og brugbare 200 svar i effektanalysen.

Den sekundære målgruppe var pressen, officials, sponsorer, sælgere ved stande i foyeren, dommere og andre med relation til VM'et samt frivillige hjælpere. Turismeomsætningen fra denne målgruppe er så beskeden, at den af praktiske årsager er inkluderet i målingerne for tilskuere.

De frivillige hjælpere og officials var rekrutteret fra hele landet (samt 5% fra udlandet) og var derfor ikke udelukkende fra lokalområdet, som det ofte ses ved internationale idrætsarrangementer i Danmark.

Som følge heraf tæller visse af de frivillige hjælpere og officials' forbrug med i denne effektanalyse, nemlig de interregionale, dvs. dem uden for Region Nord og dem fra udlandet.

De akkumulerede effekter er beregnet ud fra den antagelse, at de respondenter, der optræder i stikprøverne, er repræsentative for hele totalpopulationen. Stikprøvens sammensætning af respondenter/aktører (dansk vs. udenlandske hhv. tilskuere, atleter m.fl. er i øvrigt vægtet i forhold til totalpopulationen.

Det har været Sport Event Danmark magtpåliggende, som ansvarlig for spørgeskemaundersøgelsen at undgå en uhensigtsmæssig overvurdering af den økonomiske effekt af VM'et.

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

### **1.6. Modelapparat**

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.

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 nuværende 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 underleverancer af varer, tjenesteydelser og arbejdskraft. I hvor stort omfang effekten forbliver i værtsregionen, afhænger derfor af værtsregionens selvforsyningsevne.

Der medregnes både direkte, indirekte og afledte (inducerede) effekter af VM-turisternes forbrug, da disse indgår i den benyttede makroøkonomiske model LINE i et økonomisk kredsløb, kaldet en multiplikatorproces, kickstartet af VM-gæsternes 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. VM'et 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.

Arrangørernes forbrug (arrangementsudgifter) ifm. værtskabet indgår ikke i LINE-beregningerne, medmindre der er tale om poster som billetløb og overnatninger, der indgår i eventgæsternes forbrug og således dækkes heraf. Og da kun fordi arrangørerne, Dansk Floorball Union, ikke har til huse i Region Nord. Altså er der tale om en ude fra kommende tilførsel af penge til værtsregionen, der pr. definition gavner denne men derimod ikke samfundsøkonomien set fra et nationalt synspunkt, jfr. pkt. 1.2. afgrænsning.

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 events som VM i floorball (k) et langt stykke ad vejen drives af frivillig, ulønnet arbejdskraft.

Provenueeffekten betegner de bidrag til stat og kommune, som afledes af den begivenhedsskabte turismeomsætning i form af moms og afgifter fra omsætningen af varer og tjenesteydelser, selskabsskatter fra virksomhederne og indkomstskatter (stat, kirke, kommuneskat) fra de beskæftigede. Provenuerne til kommunerne er bruttoberegninger, hvor der ikke er taget højde for den kommunale udligning<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> For Hovedstadskommuner kan udligningen for en vækst i udskrivningsgrundlaget være 85 pct., mens den i øvrige kommuner kan være 58 pct.

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

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

For yderligere beskrivelse af LINE se "Opbygning af turismedatabank og regional-økonomisk modellering af turisme", AKF (1997).

*Bemærk* at en direkte sammenligning mellem dette stævnes samfundsøkonomiske resultater og de stævner tilbage i 1998-2001, som Sport Event Danmark (dengang Idrætsfonden Danmark) har målt på, ikke er hensigtsmæssig. Årsagen er, at skatteprovenu til stat, amt og kommuner i de tidligste beregninger baserede sig på en anden model, nemlig den makroøkonomiske AIDA-model.

### **1.7. Forudsætninger**

Det forudsættes, at individer i totalpopulationen agerer som individerne i stikprøven (=respondenterne) inden for hver af aktørgrupperne.

Med aktørgrupper menes de enkelte respondentgrupper med hovedvægten lagt på grupperne: tilskuere/ledsagere og atleter/ledere.

Det forudsættes almindeligvis i Støbbe-beregningerne, at alle kommercielle overnatninger i eventperioden (eller tilnærmelsesvis alle) finder sted i værtsregionen. En forudsætning, der holder fint ifm. VM floorball, som vi vil se senere i rapporten.

Dertil kommer naturligvis de overnatninger, som VM-gæsterne specifikt har oplyst, at de holder i form af ferie andetsteds i Danmark i tilknytning til VM'et.

### **1.8. Analysegrundlag (stikprøve vs. totalpopulation)**

Se bilag 2.

### **1.9. Detaljeret indhold**

Effektanalysen indbefatter både bløde og hårde data og er yderligere opdelt på hhv. atleter/ledere og tilskuere/ledsagere samt øvrige VM-gæster, idet der er spørgsmål, som i sagens natur ikke er relevante for atleter/ledere (og til dels vice versa). F.eks. "hvordan blev du bekendt med VM'et?".

#### **1.9.1. Bløde data**

##### **A)**

Andelen af danske hhv. udenlandske VM-gæster incl. billetsalgsfordeling

##### **B)**

Andelen af danske VM-gæster bosiddende i Frederikshavn hhv. Region Nord samt i øvrige landsdele

C)

Andelen af tilskuere, som er ledsagere til deltagere/ledere i VM'et (i et forsøg på at afdække det gennemsnitlige antal ledsagere pr. deltager/leder)

D)

Andelen af VM-gæster, bortset fra de lokale, som er dagsturister, dvs. ikke har overnatninger ifm. VM'et uden for eget hjem

E)

Om det er de udenlandske VM-gæsters første besøg i Danmark

F)

Hvis nej til E), hvad der lå bag de udenlandske VM-gæsters beslutning om at besøge Danmark første gang

G)

Hvis ja til E), havde de udenlandske VM-gæster nogensinde overvejet at besøge Frederikshavn og/eller Danmark før VM'et?

H)

Hvilket forhåndsindtryk de udenlandske VM-gæster havde af Frederikshavn/Danmark, med andre ord; hvad de forbandt værtsregionen/-nationen med, før de kom dertil

I)

Om de udenlandske VM-gæster har skiftet syn på Danmark og danskerne ifm. VM'et

J)

Andelen af interregionale VM-gæsters besøg i Frederikshavn før VM'et

K)

De interregionale VM-gæsters forhåndskendskab til Frederikshavn

L)

Hvilken overnatningsform VM-gæsterne benyttede sig af

M)

I hvilke(n) by(er) VM-gæsterne overnattede ifm. VM'et

N)

Hvor mange nætter VM-gæsterne tilbragte ifm. VM'et uden for eget hjem

O)

Hvor mange penge VM-gæsterne brugte på overnatning ifm. VM'et

P)

Kombinerer VM-gæsterne VM-opholdet med ferie i Danmark, og i så fald hvor og hvor længe



Q)

Andelen af VM-gæster, der kobler udflugter på deres ophold, herunder de valgte udflugtsdestinationer og hvor mange penge, de forventer at bruge på formålet

R)

VM-gæsternes dagsforbrug på interviewtidspunktet samt om dette adskiller sig fra det forbrug, de har på en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20 (i så fald vægtes svaret for at undgå skævvridning)

S)

Hvordan og hvornår VM-gæsterne blev bekendt med VM'et (excl. atleter og ledere)

T)

Hvornår blev beslutningen om at følge VM'et "live" truffet? (excl. atleter og ledere)

U)

VM-gæsternes tilhørsforhold til floorballsporten (excl. atleter og ledere)

V)

VM-gæsternes indtryk af konkurrencestedet, Arena Nord

X)

VM-gæsternes indtryk af VM-afviklingen

Y)

VM-gæsternes indtryk af Frederikshavn som værtsby og om de mener, der er noget, Frederikshavn mangler for at blive en bedre værtsby

Z)

Om VM-gæsterne oplevede at få "value for money", dvs. om VM-arrangementet levede op til deres forventninger

Æ)

om VM-gæsterne rejste alene eller i gruppe (og i så fald med hvem og hvor mange)

Ø)

Om VM-gæsterne har lyst til at vende tilbage til Danmark og/eller Region Nord ved en senere lejlighed

Å)

VM-gæsternes demografi, dvs. køn og alder (excl. atleter/ledere)

ÅÅ)

Hvilke dage VM-tilskuerne har løst billet til (excl. atleter/ledere) . (Bruges bl.a. til at nå frem til et forholdstal for "antal døgn tilbragt i værtsregionen ift. antal konkurrence dage.")

ÅÅÅ)

Om VM i floorball (k) er hovedformålet med besøget i Frederikshavn? (excl. atleter-/ledere)

### 1.9.2. Hårde data

1. Turismeomsætning modregnet fortrængning
2. Værditilvækst
3. Beskæftigelse
4. Provenu til det offentlige Danmark (stat hhv. regioner/kommuner)
5. Døgnforbrug fordelt på VM-aktørgrupper (tilskuere, atleter mv.)
6. Akkumuleret forbrug fordelt på VM-aktørgrupper (tilskuere, atleter mv.)
7. Akkumuleret forbrug fordelt på forbrugskategorier
8. De enkelte aktørgruppers andel af turismeomsætningen

### **1.10. Resultater - bløde data**

De mere bløde målinger fra stikprøven på i alt 200 brugbare svar, baseret på personlige interviews fredag d. 18. og lørdag d. 19. maj 2007 i Frederikshavn/Arena Nord, er opdelt på:

- A. Danske tilskuere/ledsagere, officials, mediefolk og andre (60 svar)
- B. Danske atleter/ledere (3 svar)
- C. Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, mediefolk og andre (87 svar)
- D. Udenlandske atleter/ledere (50 svar)

Den tilfældige stikprøveusikkerhed er 7,5% ud fra stikprøvens størrelse ift. totalpopulationen. Dvs. at hvis f.eks. en måling viser, at der er 68% lokale nordjyder i stikprøven, kan der reelt være mlm. godt 75% og 60% i totalpopulationen.

I det følgende er resultaterne delt op på hver af de 4 aktørgrupper for at gøre resultaterne overskuelige og indbyrdes sammenlignelige.

**1.10.1 Danske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.** (herefter omtalt som "tilskuere" under ét):

Stikprøvestørrelse:	41 lokale fra Region Nord (68%, 38% specifikt fra Frederikshavn) <u>19</u> interregionale (31%)
Danske tilskuere mfl.	<u>60</u> i alt
Stikprøveaktører:	25 tilskuere 9 ledsagere til atleter/ledere 12 andet (f.eks. personale ved salgsstande i foyeren) 10 officials <u>1</u> presserepræsentant <u>60</u> i alt

Fordelingen oven for viser, at 57% af svarene i stikprøven hidrører fra én af de aktørgrupper, vi har været mest interesseret i at måle på, nemlig danske tilskuere og ledsagere.

På basis af stikprøven er mere end hver tredje (36%) af de danske tilskuere i og omkring Arena Nord tilsyneladende ledsager til en atlet eller leder.

Detaljeringsgraden på nedenstående målinger er bestemt ud fra et væsentligheds-kriterium og ud fra stikprøvernes størrelse.

Alle svarprocenter er generelt så høje, at svarene er at betragte som tilstrækkeligt underbyggede og repræsentative. Hvor dette ikke er tilfældet, er der gjort opmærksom på det.

#### **1.10.1.a. Danske tilskueres køn og alder**

Køn- og alderssammensætningen fremgår af bilag 3, hvor den hyppigste observation i stikprøven var kvinder under 25 år (39%).

#### **1.10.1.b. Danske tilskueres geografiske fordeling**

Det fremgår af bilag 4, at der er 68% lokale respondenter, dvs. fra Region Nord i stikprøven, og specifikt 38% fra selve Frederikshavn.

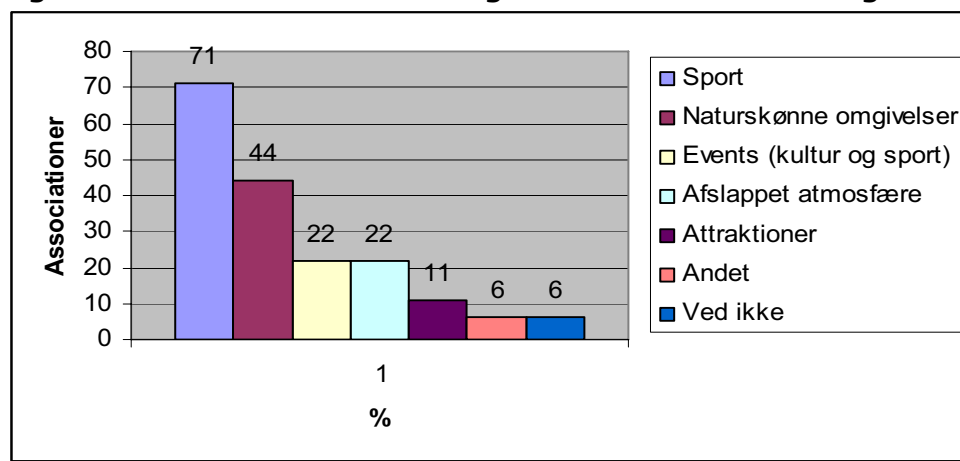
#### **1.10.1.c. Danske tilskueres forhåndskendskab til Frederikshavn (excl. lokale)**

Altså, om de danske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. havde overvejet eller allerede har besøgt Frederikshavn før VM'et. Dette svarer 78% bekræftende på, heraf har 2 ud af 3 interregionale tilskuere konkret været i Frederikshavn før.

#### **1.10.1.d. Danske tilskueres associationer til værtsregionen (excl. lokale)**

Det ses af figur 2, at "sport" er det hyppigst forekommende svar, nemlig 71%, på, hvad de danske tilskuere/ledsagere m.fl. forbinder værtsregionen med,.

**Fig. 2. Hvad forbinder de interregionale tilskuere værtsregionen med? (%)\***



\*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet der er afgivet godt 1,8 svar i gennemsnit pr. respondent.

#### **1.10.1.e. Danske tilskueres billetkøbsmønster**

Det samlede billetsalg til danske og udenlandske tilskuere blev på 2.000 billetter, når salget af partoutkort til den indledende runde er omregnet til "enkelt-dagsbilletter".

Arrangørerne har ikke specifikke oplysninger om andelen af danske/udenlandske aftagere af billetter, men skønner, at en fordeling 40/60% er et realistisk bud. Altså en overvægt af udenlandsk billetsalg, hvilket ikke er det samme som, at antallet af udenlandske unikke tilskuere ift. danske nødvendigvis er 60:40 (de fleste tilskuere køber erfaringsmæssigt mere end én billet til sig selv, og de udenlandske sædvanligvis flere end de danske).

Blandt de danske respondenter i stikprøven var der flest, nemlig 23% i stikprøven, som havde indløst billet til lørdag d. 19. maj, hvor Danmark som en positiv overraskelse spillede om 5. pladsen.

De danske VM-tilskuere/ledsagere i stikprøven har i gennemsnit indløst billet til 3,06 konkurrencedage. Heraf har de lokale tilskuere indløst billet til 3,45 dage, mens interregionale tilskuere har indløst til 2,1 dage i gennemsnit .

#### **1.10.1.f. Danske tilskueres overnatningsmønster (excl. lokale) :**

**A.** Hele 83% af de danske tilskuere/ledsagere med bopæl uden for Region Nord er dagsturister, dvs. at de kører til og fra VM'et samme dag. Dette hænger naturligt sammen med, at næst efter lokale tilskuere, er der flest fra Region Midtjylland.

**B.** Der er flest, som har 2 overnatninger i Region Nord ifm. VM'et, nemlig 36% af de overnattende interregionale VM-gæster.

**C.** VM'et genererer 60 interregionale overnatninger og 221 dagsbesøg i Region Nord .

Bemærk, at de 221 dagsbesøg er et resultat af 69 pers., der hver i gennemsnit har 3,2 dagsbesøg. De 60 overnatninger er et resultat af 14 personer med gennemsnitligt 4,3 døgn ifm. VM'et.

**D.** Alle danske VM-gæster, der overnatter uden for eget hjem ifm. VM'et, overnatter tilsyneladende i værtsregionen, heraf halvdelen i Frederikshavn, resten i Aalborg og Sæby.

**E.** De interregionale VM-gæster, som overnatter i værtsregionen ifm. VM'et, har hver i gennemsnit 4,3 overnatninger incl. ferienætter. Medregnes også interregionale dagsturister, bliver det gennemsnitligt 3,4 "overnatninger" pr. interregional tilskuer-/ledsager mv.

Dette tal (3,4) indgår i beregningen af forholdet mellem "antal overnatninger + dagsbesøg i VM-perioden" og "antal konkurrencedage, der er købt billet til".

Ud fra billetsalgsstatistikken sammenholdt med pkt. E. ovenfor kan det beregnes, at  $3,4/2,1 = 1,62$  nætter pr. konkurrencedag tilbringer de interregionale VM-tilskuere og -ledsagere generelt i gennemsnit i værtsregionen i uge 20, når der ikke skeles til, om der er tale om dagsturister (med mere end ét dagsbesøg) eller overnattende VM-gæster.

Det er klart, at jo højere andel af overnattende VM-gæster, og jo flere overnatninger disse har, jo højere vil forholdstallet imellem antal nætter og billetter blive.

### **1.10.1.g. Er danske tilskuers dagsforbrugsmønster repræsentativt?**

VM-respondenterne blev spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen adskiller sig fra det, de har på en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20/2007. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det de ville have, hvis de var blevet interviewet en anden dag i VM-perioden.

Som det fremgår, svarer næsten hver tredje interregionale tilskuer, at han/hun vurderer dagsforbruget til at være højere på interviewdagen end på en gennemsnitlig dag i uge 20/2007 i Frederikshavn.

Der er efterfølgende vægtet herfor, således at den beregnede turismeomsætning ikke overvurderes.

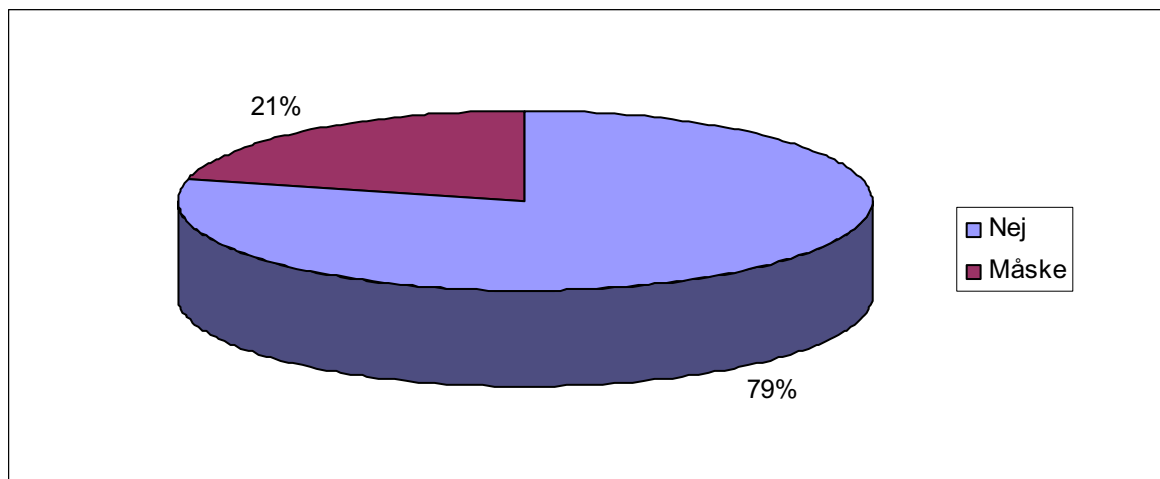
*Interregionale VM-gæsters evt. merforbrug (eller det modsatte) ift. en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 2/2007:*

Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	6%
Ja, det er lidt højere ...	25%
Ja, det er nok noget lavere ...	6%
Ja, det er nok lidt lavere ..	6%
Nej	19%
Ved ikke	38%
I alt	100%

### **1.10.1.h. Danske tilskuers udflugtsfrekvens (excl. lokale)**

Det fremgår af figur 3 nedenfor, at kun 21%, eller godt hver femte interregionale VM-tilskuer overvejer at foretage en eller flere udflugter. Ingen svarer "ja", mens 79% svarer "nej". Denne lave udflugtsfrekvens hænger formentlig sammen med den lave andel af overnattende interregionale VM-tilskuere (17%).

**Figur 3. Danske tilskuers udflugtsfrekvens (excl. lokale)**

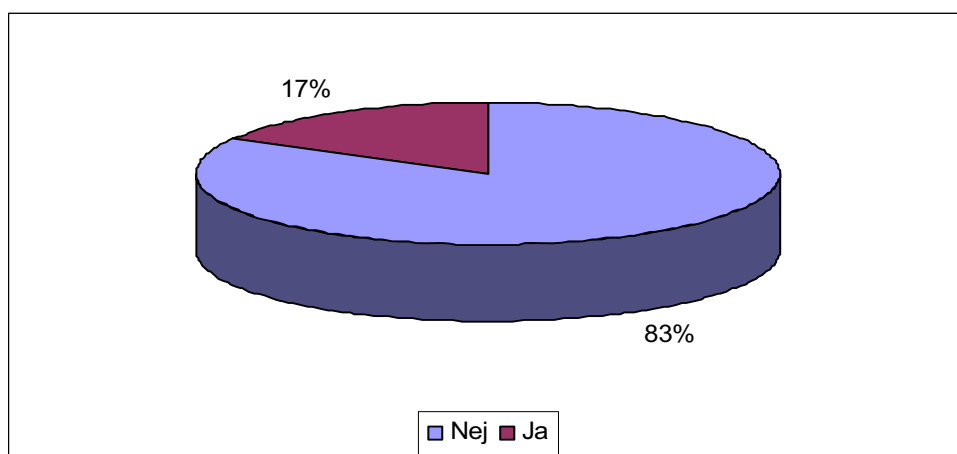


Respondenterne har ikke uddybet, hvilke destinationer de i givet fald har til hensigt at besøge, og om der er tale om kommercielle udflugter.

#### **1.10.1.i. Danske tilskueres evt. tilkobling af ferie på VM-opholdet**

17% af de interregionale VM-tilskuere/ledsagere m.fl. tilkobler ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Frederikshavn, jfr. figur 4 nedenfor. Bemærk, at der er tale om en lille stikprøve, hvorved der er usikkerhed behæftet med målingen.

**Fig. 4 Danske tilskueres tilkobling af ferie på VM-opholdet**



De 17%, der tilkobler ferie, tilbringer i gennemsnit 3 feriedøgn i Region Nord enten lige før eller efter VM'et. Ingen tilbringer til syneladende ferie uden for værtsregionen.

#### **1.10.1.j. Rejsegruppens størrelse – danske tilskuere**

63%, eller næsten 3 ud af 4 af danske VM-tilskuere tager til Arena Nord sammen med venner. 10% tager alene til VM'et.

Hver respondent har i gennemsnit afgivet knap 1,1 svar, f.eks. kan en VM-gæst godt svare ja til både at rejse med venner og med familie.

#### **1.10.1.k. Danske tilskueres bekendtskabskanaler ifm. VM'et**

Med andre ord gennem hvilke kanaler blev de danske VM-gæster bekendt med VM'et i Frederikshavn. Der er tale om en vis dobbeltdækning, idet hver respondent i gennemsnit har afgivet 1,5 svar. Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet.

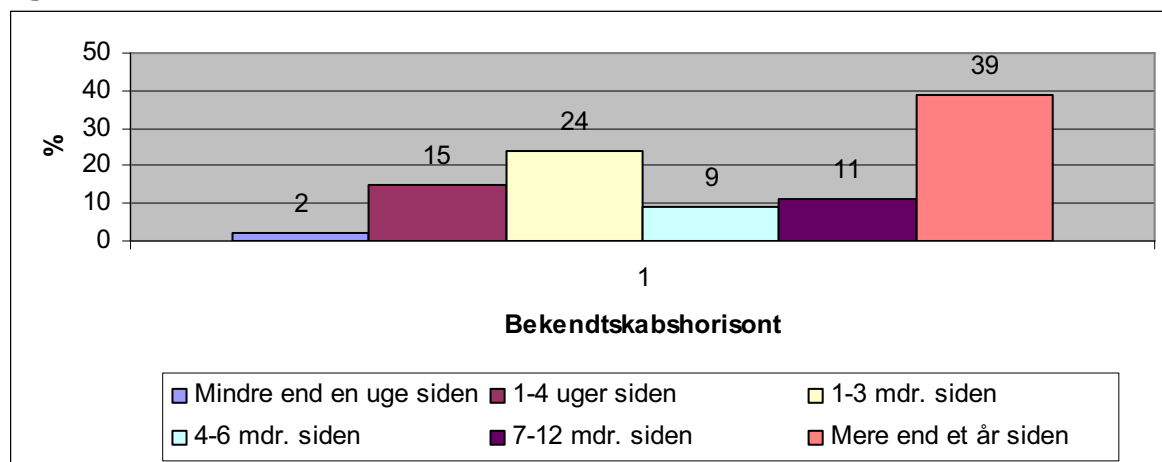
Familie, venner og kolleger	44% af respondenterne
Lokal floorballforening	36% -
Dansk Floorball Union	33% -
<a href="http://www.wfc2007.org">www.wfc2007.org</a> (vm-website)	15% -
Plakater	6% -
Frederikshavn Events	5% -
Lokale trykte medier	3% -
Lokal-tv	3% -
Lokalradio	3% -
VisitDenmark	2% -
Sum	150%

Det fremgår, at flest danske VM-tilskuere blev bekendt med VM'et qua venner, kolleger og familie (44%). Hvis man imidlertid betragter lokal floorballforening og Dansk Floorball Union som én bekendtskabskanal, hvilket giver god mening, blev flest, nemlig 7 ud af 10, bekendt med VM'et ad denne vej.

#### **1.10.1.l. Tidshorisont for hvornår de danske tilskuere blev bekendt med VM'et**

Det hyppigste svar var "for mere end et år siden", som 39% af de danske VM-gæster jfr. fig. 5 svarede.

**Fig. 5. Hvornår blev de danske tilskuere bekendt med VM'et?**



#### **1.10.1.m. Hvornår traf de danske tilskuere beslutning om at følge VM'et?**

Det ses af nedenstående, at flest respondenter (29%) traf beslutning om at indløse billet til VM'et 1-3 mdr. i forvejen.

En næsten lige så stor andel (23%) traf købsbeslutningen minimum 1 år i forvejen.

Blandt de 18%, der traf købsbeslutningen for mindre end 1 uge før interview-tidspunktet gemmer sig givetvis flere, der er blevet ansporet af Danmarks overraskende gode resultater i turneringens indledende runde, og som var tæt på at bringe de danske kvinder til semifinalen.

<1 uge siden	18%
For 1-4 uger siden	20%
For 1-3 mdr. siden	29%
For 4-6 mdr. siden	9%
For 7-12 mdr. siden	2%
>1 år siden	23%
Sum	100%

#### **1.10.1.n. Danske tilskueres tilhørsforhold til floorballsporten**

Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet.

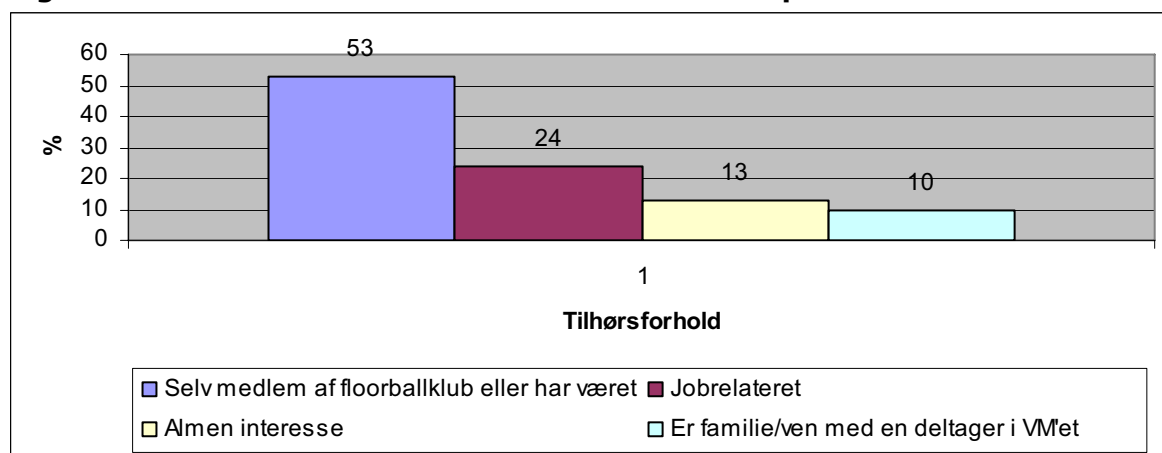
Respondenterne har kunnet afgive mere end ét svar, men har ikke benyttet sig af det. De har tilsyneladende kun angivet deres primære tilhørsforhold. F.eks. angiver kun 10%, at de "er familie/ven med en deltager i VM'et", hvilket skal ses ift. den andel af stikprøven, som aktørgruppen "ledsager til en atlet/leder" udgør på 36%. Måske skyldes forskellen, at hovedårsagen er en anden end "er familie/ven med en deltager i VM'et", f.eks. eget medlemskab af en floorballforening.

Det ses af figur 6, at flest respondenter (53%) indikerer et naturligt tilhørsforhold til floorballsporten i kraft af eget medlemskab (eller tidligere medlemskab).

De 24%, der angiver "jobrelateret" som årsag, afspejler det faktum, at der i stikprøven er relativt mange officials og personale ved salgsstande i foyeren af Arena Nord.

"Almen interesse" er kun angivet som årsag for 13% vedkommende, hvilket er noget under, hvad vi normalt ser i tilsvarende effektmålinger.

**Fig. 6. Danske tilskueres tilhørsforhold til floorballsporten**



#### **1.10.1.o. Hvad er de danske tilskueres indtryk af Arena Nord?**

Svarmulighederne nedenfor var forhåndsdefinerede, og målingerne viser, at 95% af respondenterne var enten meget godt eller godt tilfreds med Arena Nord som stævne-centrum.

Meget godt	64%
Godt	31%
På det jævne	5%
Sum	100%

*Her følger kvalitative udsagn fra de danske tilskuere. i forlængelse af evalueringen (de hyppigst forekommende udsagn er med kursiv):*

- savner mere floorballudstyr (unihoc) og aktiviteter mellem kampene (speedshooting)
- Idrættens Hus i Vejle er bedre
- flot hal, god til sådanne arrangementer
- for dyr mad
- mangler armbånd
- svært at finde p-plads

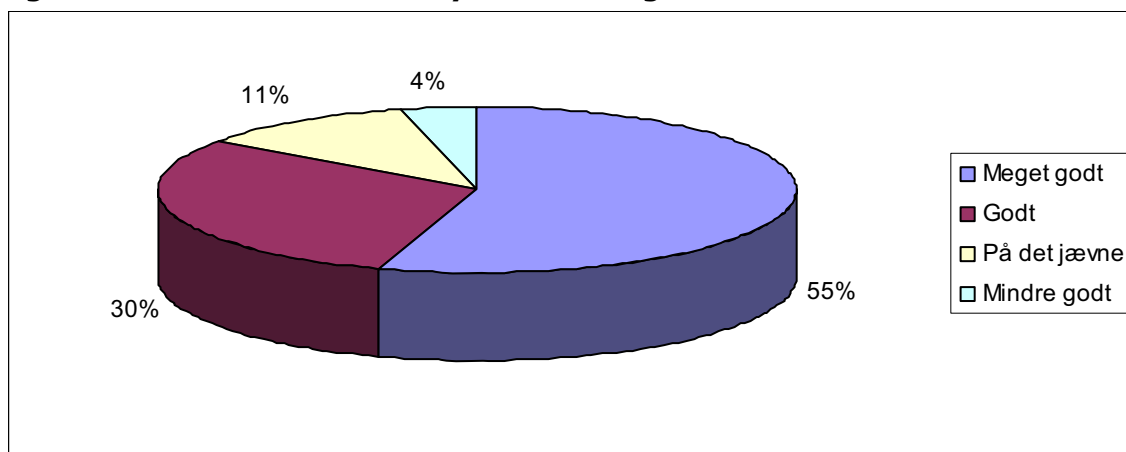


- ønsker andet og sundere madudvalg (dårligt at man kun kan få pølser)
- for dårlige forbindelser fra stationen med offentlige transportmidler

#### **1.10.1.p. Hvad er de danske tilskueres indtryk af selve VM'et?**

Det fremgår af figur 7 nedenfor, at 85% af de danske VM-gæster er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet.

**Fig. 7. Danske tilskueres indtryk af afviklingen af VM'et**



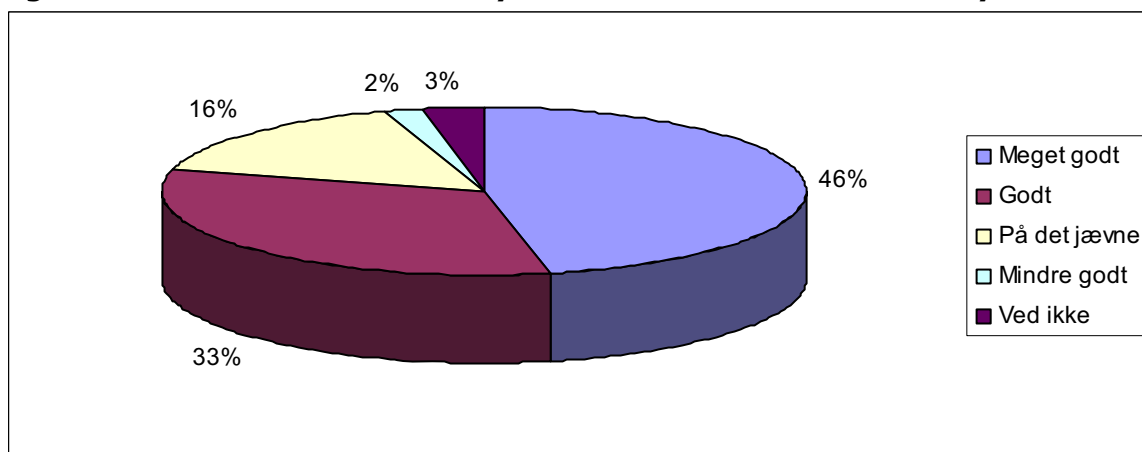
Her følger kvalitative udsagn fra de danske tilskuere i forlængelse af evalueringen (de hyppigst forekommende udsagn er med kursiv):

- der kunne godt have været mere planlægning
- *der er ikke så mange mennesker her*
- der var lidt forvirring i informationen i starten
- det virker godt organiseret

#### **1.10.1.q Hvad er de danske tilskueres indtryk af Frederikshavn som værtsby?**

Det fremgår af figur 8, at knap 80% af de danske VM-gæster er meget godt eller godt tilfredse med Frederikshavn som værtsby.

**Fig. 8. De danske tilskueres indtryk af Frederikshavn som værtsby**



Her følger kvalitative udsagn fra danske tilskuere m.fl. i forlængelse af evalueringen (de hyppigst forekommende udsagn er med kursiv):

- ikke nok gang i den
- for sjældne busforbindelser fra station til arena
- hyggeligt
- for få folk og muligheder for fest
- måske for langt væk
- de kan magte opgaven og gør det flot
- byen er oplagt, da Frederikshavn er en stor floorballby

#### **1.10.1.r. Hvad kunne ifg. de danske tilskuere gøre Frederikshavn til en (endnu) bedre værtsby**

Frederikshavn Event har ønsket at få evt. forslag til, hvad Frederikshavn mangler i VM-gæsternes øjne for at gøre byen til en endnu bedre værtsby.

Dette havde 26% af de adspurgte respondenter et bud på, og de bud som er fremsat mere end én gang, er markeret med kursiv. 49% svarede "nej" og 25% "ved ikke."

- bedre åbningstider og mere liv (caféer osv.)
- mere oplysning om VM'et i byen (hos de handlende)
- bedre udvalg i grillen tak
- for langt væk
- geografisk placering måske ikke hensigtsmæssig men jo ikke til at ændre på!
- større interesse og opbakning
- flere diskoteker og barer
- flere arrangementer om aftenen tak
- billigere priser
- der er hvad man kan forvente af en by med Frederikshavns størrelse
- byen har et rigtigt godt ishockeyhold

#### **1.10.1.s. Lever VM'et op til de danske tilskueres forventninger?**

72% af de danske VM-tilskuere svarer "ja" til, at VM'et lever op til deres forventninger. 14% svarer "ved ikke" og ligeledes 14% svarer nej.

Uddybet med udsagn som<sup>3</sup>,: havde forventet flere tilskuere i dag lørdag som jo er finaledag, der kunne godt have været mere opbakning til vores danske piger, manglende reklame, har aldrig set indebandy før, der kunne være mere info om VM, og det skulle komme tidligere. *Der mangler tilskuere.*

#### **1.10.1.t. Er der sandsynlighed for, at de interregionale tilskuere kommer tilbage til Frederikshavn?**

74% af de interregionale VM-tilskuere vurderer det som sandsynligt, at de kommer tilbage til Frederikshavn ved en senere lejlighed. Dette skal sammenholdes med, at 2 ud af 3 allerede har besøgt byen før.

<sup>3</sup> (hvor udsagn der forekommer mere end én gang er markeret med kursiv)

Det er ikke målt, om den høje sandsynlighed for at vende tilbage skyldes "lyst til at lære byen nærmere at kende" eller om respondenterne har f.eks. familie og venner i regionen.

### **1.10.2. Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.:**

Stikprøvestørrelse:	<u>87 brugbare svar</u>
Stikprøveaktører:	28 tilskuere 50 ledsagere til atleter/ledere 1 mediefolk 0 officials 1 på salgsstand i foyeren i Arena Nord 1 sponsor <u>6 øvrige</u> <u>87 i alt</u>

Dvs., at 90% af svarene i stikprøven her hidrører fra én af de aktørgrupper, vi har været mest interesseret i at måle på, nemlig udenlandske tilskuere og ledsagere til atleter/ledere.

På basis af stikprøven er næsten 2 ud af 3 udenlandske tilskuere (65%) i og omkring Arena Nord tilsyneladende ledsager til en atlet eller leder. I virkeligheden er andelen af udenlandske tilskuere, som er ledsager til en atlet eller leder *måske* endnu højere, idet tidligere undersøgelser viser, at især udenlandske ledsagere sjældent er på konkurrencestedet i hele arrangementsperioden, men ofte foretager shopping og sight-seeing indimellem i værtsregionen.

Detaljeringsgraden på nedenstående målinger er bestemt ud fra et væsentligheds-kriterie og ud fra stikprøvernes størrelse.

Alle svarprocenter er så høje, at svarene er at betragte som tilstrækkeligt underbyggede og repræsentative. Hvor dette ikke er tilfældet, er der gjort opmærksom på det.

Der er respondenter fra 13 nationer i stikprøven ud af 19 mulige (+ Danmark), dvs. at tilskuere fra 68% af de udenlandske deltagernationer er repræsenteret i stikprøven.

#### **1.10.2.a. De udenlandske tilskueres køn og alder**

Køn- og alderssammensætningen fremgår af bilag 5, hvor den hyppigste observation (ud af 6) i stikprøven var mænd mlm. 25-49 år (43%). Dette afskiller sig fra danske tilskuere, der overvejende var yngre kvinder under 25 år (39%).

#### **1.10.2.b. De udenlandske tilskueres geografiske fordeling**

Det fremgår af bilag 6, at der er klart flest tilskuere m.fl. (43%) fra Sverige, men også som nævnt ovenfor, at 13 nationer ud af 19 udenlandske er repræsenteret i stikprøven (=68%).

### **1.10.2.c. De udenlandske tilskueres førstegangsbesøg**

Hver tredje udenlandske tilskuer har tilsyneladende været i Danmark før. Dette skal ses i lyset af, at lige knap halvdelen af tilskuerne (49%) kommer fra nærmarkederne Sverige og Norge.

### **1.10.2.d De udenlandske tilskueres hovedårsag til førstegangsbesøg (de der har været her før)**

44% af svarene faldt på "explore the country as a leisure/holiday tourist", tæt fulgt af 20% svar på "to participate in or watch a major international sports event". Se endvidere bilag 7.

### **1.10.2.e. De udenlandske tilskueres associationer til Danmark**

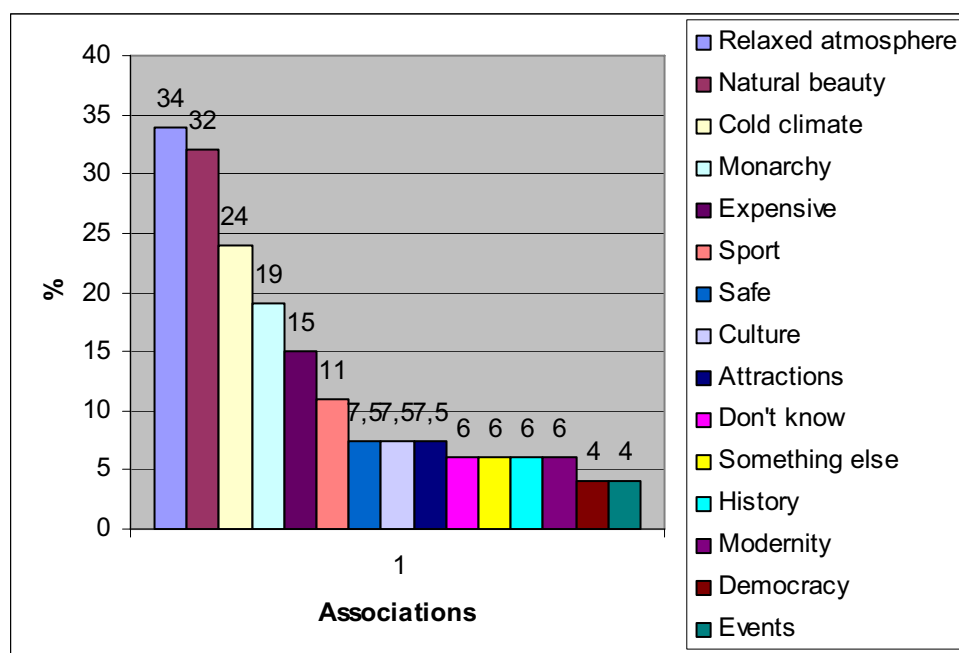
Respondenterne blev spurgt "what did you associate Denmark with before you came?" Og her tæller kun svarene fra de, der *ikke* har været i Danmark før.

Her svarer flest respondenter, jfr. figur 9, nemlig 34% "relaxed atmosphere". Næstfleste (32%) svarer "natural beauty".

Ud over de skitserede forhåndsdefinerede svar er der afgivet følgende: "beer", "H.C. Andersen" og "windmills".

Der er afgivet ca. 1,9 svar pr. respondent.

**Fig. 9. Hvad forbinder de udenlandske tilskuere Danmark med (% respondenter)\***



\*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

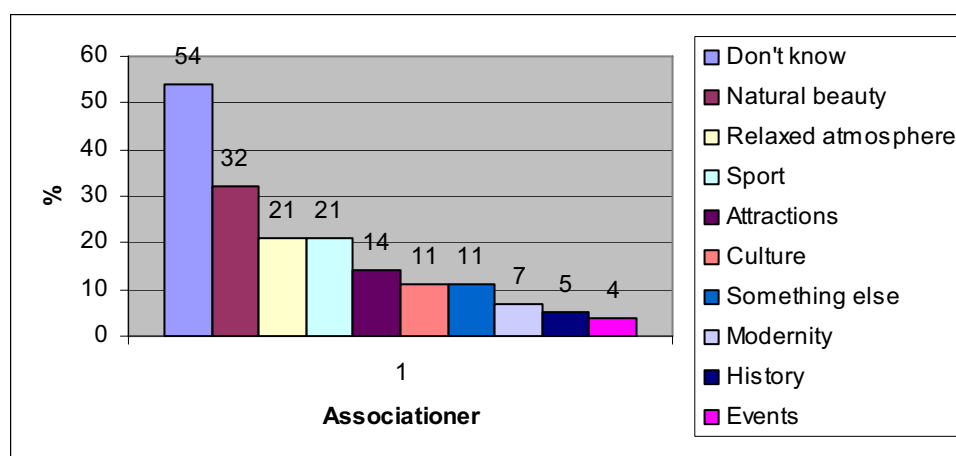
### **1.10.2.f. De udenlandske tilskueres associationer til Region Nord**

Kun svarene fra de, der *ikke* har været i Danmark før, tæller.

Det ses af figur 10, at hele 54% af respondenterne svarer "don't know", mens næstflest (32%) svarer "natural beauty".

Ud over de skitserede forhåndsdefinerede svar er der afgivet følgende: "North Sea beach", "badhotellet" og "golf".

**Fig. 10. Hvad forbinder de udenlandske tilskuere værtsregionen med (% respondenter)\***



\*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

Der er afgivet 1,8 svar i gennemsnit pr. respondent.

Blandt de udenlandske tilskuere, der ikke har været i Danmark før, forbinder flest både værtsregion og -nation med "relaxed atmosphere" og "natural beauty", bortset fra de 54%, der svarede "ved ikke" specifikt til Region Nord.

### **1.10.2.g. De udenlandske tilskueres besøg(sintentioner) i værtsbyen før VM**

Altså, om de udenlandske tilskuere/ledsagere allerede har haft Frederikshavn inde i overvejelserne som besøgsmaal eller turistdestination (eller allerede har besøgt byen), før VM'et bragte dem dertil .

Dette svarer 40% bekræftende på, 5% måske og 55% nej. 28% har været i Frederikshavn før.

### **1.10.2.h. De udenlandske tilskueres besøg(sintentioner) i Danmark før VM**

Altså, om de udenlandske tilskuere/ledsagere, der ikke har været i Danmark før (=67%), har overvejet at besøge Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

Dette svarer 36% bekræftende på, 18% måske og 45% nej.

### **1.10.2.i. Udenlandske tilskueres ændrede holdning til Danmark/-danskerne**

Respondenterne, for hvem besøget til VM var et 1. gangsbesøg i Danmark, blev spurgt "do you see Denmark and the Danes in a different light now that you're here?".

Hertil svarer et flertal, nemlig 63% "nej", kun 14% eller godt hver 7. svarer "ja", medens knap hver 4., nemlig 24%, svarer "ved ikke".

Af de 14%, der svarer ja til spørgsmålet, angives følgende årsager: "Danes are very helpful and friendly", "Danes are very relaxed and laid back", "Danes are quite unpolite" and "architecture is beautiful (different than I thought)".

### **1.10.2.j. De udenlandske tilskueres billetkøbsmønster**

Arrangørerne har ikke specifikke oplysninger om andelen af danske/udenlandske af-tagere af billetter, men skønner, at en fordeling 40%/60% er et realistisk bud. Der blev afsat i alt 2.000 billetter.

Flest, nemlig 24%, havde indløst billet til lørdag d. 19. maj. Næstflest, nemlig 21%, havde indløst billet til fredag d. 18. maj.

Hver udenlandsk billetkøber har i gennemsnit indløst billet til knap 4 konkurrencedage (3,9) imod danskernes gennemsnitlige 3,06.

### **1.10.2.k. De udenlandske tilskueres overnatningsmønster**

**A.** Der er 14% udenlandske tilskuere i stikprøven, som er dagsturister. Dvs. at de kører til og fra VM'et hver dag. Det gør de til gengæld i gennemsnit 3,8 gange.

**B.** Der er flest udenlandske VM-gæster, som har 3 overnatninger i Region Nord ifm. VM'et, nemlig 21%.

**C.** VM'et genererer 3.197 overnatninger i Region Nord fra udenlandske VM-tilskuere-/ledsagere m.fl. incl. ferienætter. Alle udenlandske overnatninger er kommercielle. Dertil kommer 206 dagsbesøg fordelt på 58 udenlandske tilskuere.

**D.** Alle udenlandske VM-tilskuere i stikprøven overnatter i værtsregionen, medens 78% overnatter i selve Frederikshavn.

**E.** De udenlandske overnattende VM-tilskuere har hver i gennemsnit 9,8 overnatninger i værtsregionen incl. ferienætter. Medregnes også udenlandske dagsgæster, bliver det gennemsnitligt til 8,8 overnatninger incl. ferienætter.

Tallet 8,8 indgår nedenfor i beregningen af forholdet mellem "antal overnatninger i VM-perioden" og "antal konkurrencedage, der er købt billet til".

Ud fra billetsalgsstatistikken sammenholdt med pkt. E. ovenfor kan det beregnes, at de udenlandske VM-tilskuere og -ledsagere generelt tilbringer i gennemsnit  $8,8/3,9 = 2,25$  nat pr. konkurrencedag i værtsregionen i uge 20.

Det er klart, at jo højere andel af overnattende VM-gæster og jo flere overnatninger disse har, jo højere vil forholdstallet imellem antal nætter og billetter blive.

**F.** Flest, nemlig 65%, af de overnattende udenlandske tilskuere valgte hotel efterfulgt af 22%, der overnattede i lejet sommerhus.

Hotelindkvartering er således klart den mest foretrukne indkvarteringsform blandt de udenlandske tilskuere.

#### **1.10.2.l. Er de udenlandske tilskueres dagsforbrugsmønster repræsentativt?**

VM-respondenterne er blevet spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen er repræsentativt for det, de har en gennemsnitlig dag i uge 20/2007 i Frederikshavn. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det de ville have, hvis de var blevet interviewet en anden dag i VM-perioden.

Det viser sig, jfr. nedenstående, at 38% af de udenlandske VM-gæster skønner, at deres dagsforbrug på interviewdagen ligger over "almindeligt niveau", mens kun 10% mener, at det ligger under.

Hver fjerde udenlandsk tilskuer mener, at dagsforbruget på interviewdagen er repræsentativt for deres dagsforbrug en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20/2007.

29% svarer "ved ikke".

Da andelen, der mener, at forbruget på interviewdagen nok er højere end en gennemsnitsdag i Frederikshavn, 38%, er noget større end andelen, der mener, at deres forbrug er lavere, 10%, er der vægtet herfor i de indløbne svar fra udenlandske VM-gæster.

*Udenlandske VM-gæsters evt. merforbrug ift. en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20/2007:*

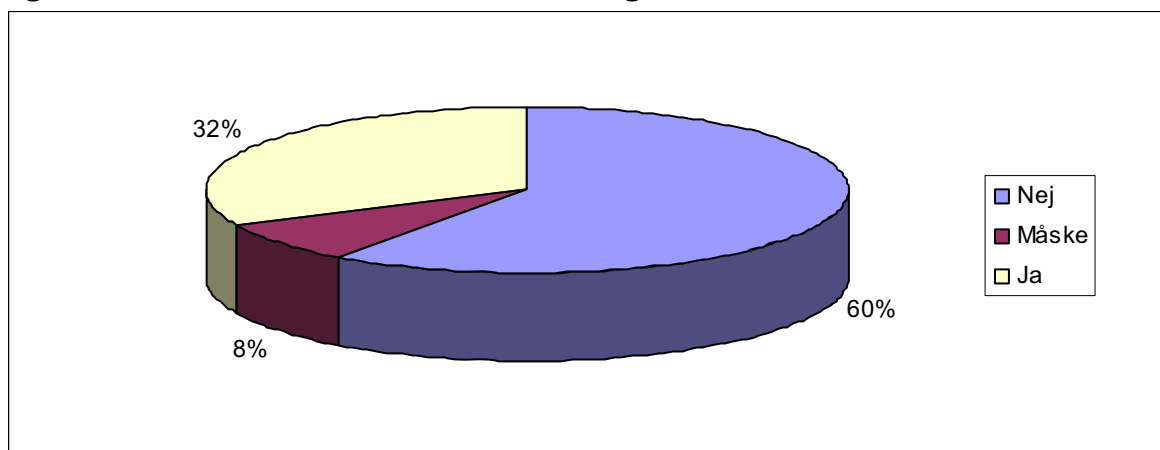
Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	23%
Ja, det lidt højere ...	15%
Ja, det er nok noget lavere ...	3%
Ja, det er nok lidt lavere ..	7%
Nej	24%
Ved ikke	28%
I alt	100%

#### **1.10.2.m. De udenlandske tilskueres udflugtsfrekvens**

Det fremgår af figur 11, at ca. hver tredje udenlandsk VM-tilskuer, 32%, med sikkerhed foretager udflugter, og hvis "måske"-svarene medregnes så 4 ud af 10.

Går man bag om tallene, vil man se, at et flertal af udflugterne, nemlig 78%, er kommercielle. Rent faktisk udtaler de, der foretager kommercielle udflugter, at de forventer at bruge i gennemsnit 398 kr. på det.

**Figur 11. De udenlandske tilskueres udflugtsfrekvens**



**Foretrukne udflugtsdestinationer – Top-3:**

Skagen	67% af ja-sigerne
Andet	22% -
Hjørring/shopping	19%

Det ses, at Skagen ligger klart højest (67%) på udflugtslisten.

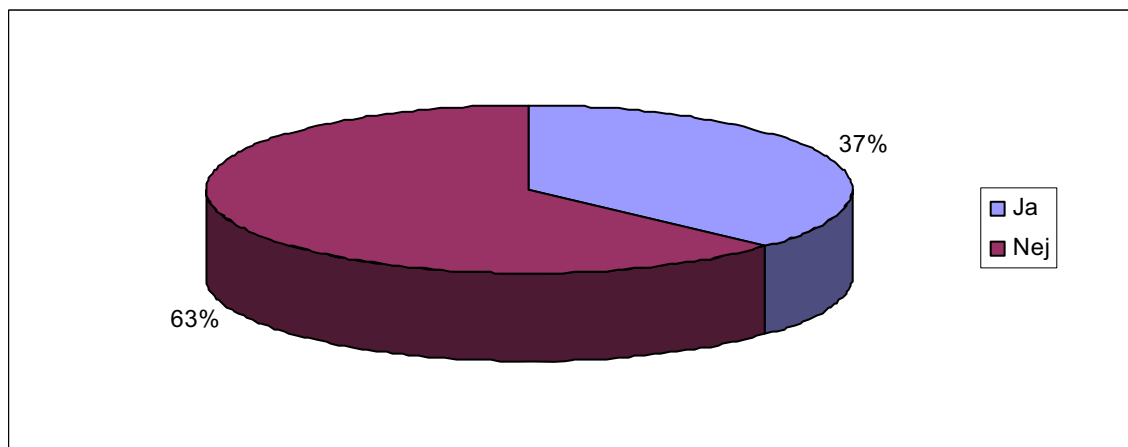
Øvrige svar fordeler sig imellem Aalborg Zoo, Nordsømuseum, Aalborg/shopping, Løkken, Sindal, Bangsbo Museum, kirker, Frederikshavn/shopping, Læsø og Knivholt. Altså et relativt bredt spektrum af besøgsmaal.

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet de, der foretager sightseeing, gør det i gennemsnit 1,37 gange.

**1.10.2.n. De udenlandske tilskueres evt. tilkobling af ferie på VM-opholdet**

37% af de udenlandske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. tilkobler ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Frederikshavn. Se figur 12.

**Fig. 12. Udenlandske tilskueres tilkobling af ferie på VM-opholdet**





#### **1.10.2.o. Rejsegruppens størrelse – udenlandske tilskuere**

De udenlandske VM-tilskuere har – i lighed med de danske – overvejende følgeskab af venner (38%), medens 9% rejser alene til VM'et.

11% svarer, at de rejser som del af en VM-delegation.

#### **1.10.2.p. De udenlandske tilskueres bekendtskabskanaler ifm. VM'et**

Altså gennem hvilke kanaler blev de udenlandske VM-tilskuere bekendt med VM 2007. Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,01 svar, og svarene var forhånds-defineret.

Nationalt floorballforbund/lokalforening	44% af respondenterne
Venner, kolleger, familie	39% -
Andet*	12% -
Arrangementswebsite www.wfc2007.org	2% -
Trykte medier	2% -
Dansk Floorball Union	1% -
Turistbureau e.lign. i hjemland	1% -
Sum	<u>101%</u>

\* I know it anyway, Internet, job

Det fremgår heraf, at – i lighed med danske tilskuere – blev flest udenlandske VM-tilskuere bekendt med VM'et qua deres respektive nationale floorballforbund-/lokalforening (44%), og næstflest (39%) qua venner, kolleger og familie.

#### **1.10.2.q. Tidshorisont for hvornår udenlandske tilskuere blev bekendt med VM**

<1 uge siden	2%
For 1-4 uger siden	5%
For 1-3 mdr. siden	14%
For 4-6 mdr. siden	15%
For 7-12 mdr. siden	13%
>1 år siden	<u>51%</u>
Sum	<u>100%</u>

Et flertal af de udenlandske VM-tilskuere, nemlig hele 64%, blev således bekendt med, at VM'et skulle afholdes, minimum 7 måneder i forvejen, og over halvdelen af alle udenlandske VM-tilskuere (51%) blev bekendt med VM'et mere end 1 år i forvejen.

#### **1.10.2.r. Hvornår traf de udenlandske tilskuere beslutning om billetkøb?**

Dette spørgsmål er interessant, ikke mindst i lyset af svarene på pkt. 1.10.2.q.

<1 uge siden	1%
For 1-4 uger siden	15%
For 1-3 mdr. siden	33%
For 4-6 mdr. siden	32%
For 7-12 mdr. siden	4%
>1 år siden	<u>15%</u>
Sum	<u>100%</u>

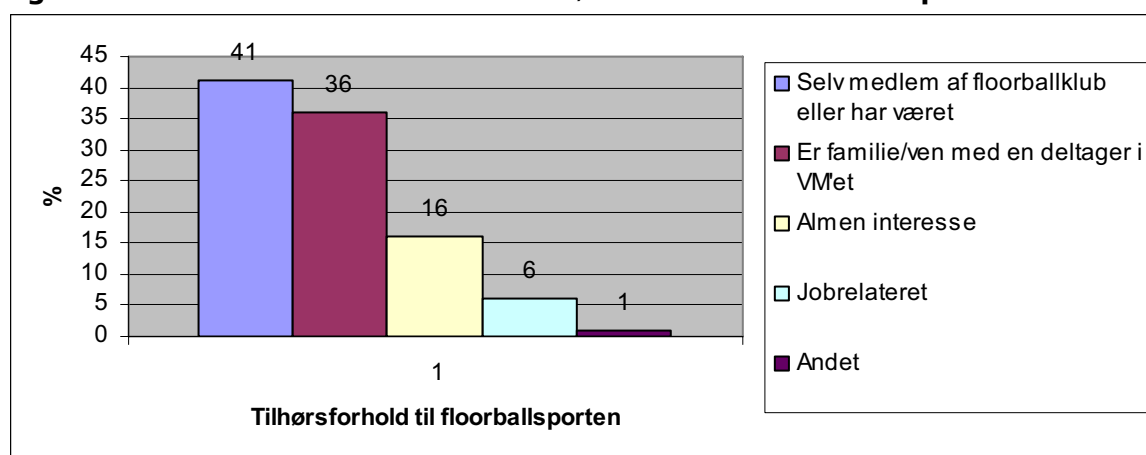
Det fremgår, at hver tredje udenlandske VM-tilskuere besluttede at overvære VM'et i Frederikshavn 1-3 mdr. i forvejen. Omtrent lige så mange (32%) traf beslutningen 4-6 mdr. i forvejen.

Sammenlignes udenlandske tilskuere med danske tilskuere var der relativt flere danske, som besluttede at indløse billet til VM'et i god tid, dvs. 1 år eller mere i forvejen, men også relativt flere, som besluttede sig med kort varsel, dvs. <1 md. før VM'et.

### **1.10.2.s. De udenlandske tilskueres tilhørsforhold til floorballsporten**

Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet. Her følger svarene i fig. 13:

**Fig. 13. De udenlandske tilskueres tilhørsforhold til floorballsporten**

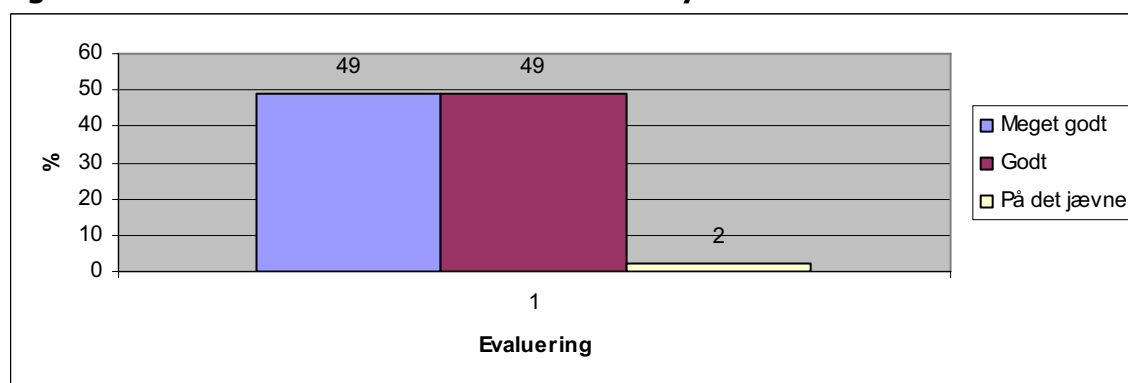


Det fremgår af fig.13, at – i lighed med danske tilskuere – har flest udenlandske tilskuere, nemlig 41%, et naturligt tilhørsforhold til floorballsporten i kraft af eget (eller tidligere) medlemskab af en floorballforening, tæt efterfulgt af at de har familie og/eller venner, som deltager i VM'et.

### **1.10.2.t. Hvad er de udenlandske tilskueres indtryk af Arena Nord ?**

Det fremgår af fig. 14, at hele 98% af de udenlandske VM-tilskuere er meget godt eller godt tilfredse med Arena Nord som VM-konkurrencested, altså relativt set en smule flere end tilfældet er for de danske tilskueres vedkommende (95%).

**Figur 14. De udenlandske VM-tilskueres indtryk af Arena Nord**



Her følger kvalitative udsagn fra udenlandske tilskuere i forlængelse af evalueringen:

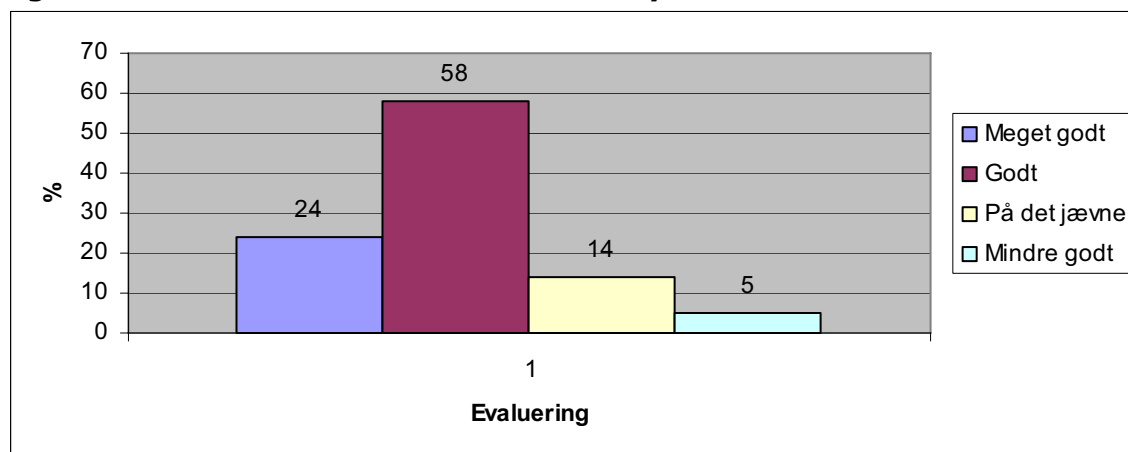
- but would be better with toilets in event area

Det er et bevidst valg at gengive udsagnene på det sprog, de er fremsagt i, så arrangører m.fl. har mulighed for at spore, nogenlunde fra hvilken kant udtalelserne kom.

#### **1.10.2.u. Hvad er de udenlandske tilskueres indtryk af selve VM'et**

Det fremgår af figur 15 nedenfor, at 82% af de udenlandske VM-tilskuere er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet, altså relativt set en smule færre end tilfældet er for danske tilskuere (85%).

**Fig.15. De udenlandske VM-tilskueres indtryk af selve VM'et**



Her følger kvalitative udsagn fra de udenlandske tilskuere i forlængelse af evalueringen (de hyppigst forekommende udsagn er med kursiv):

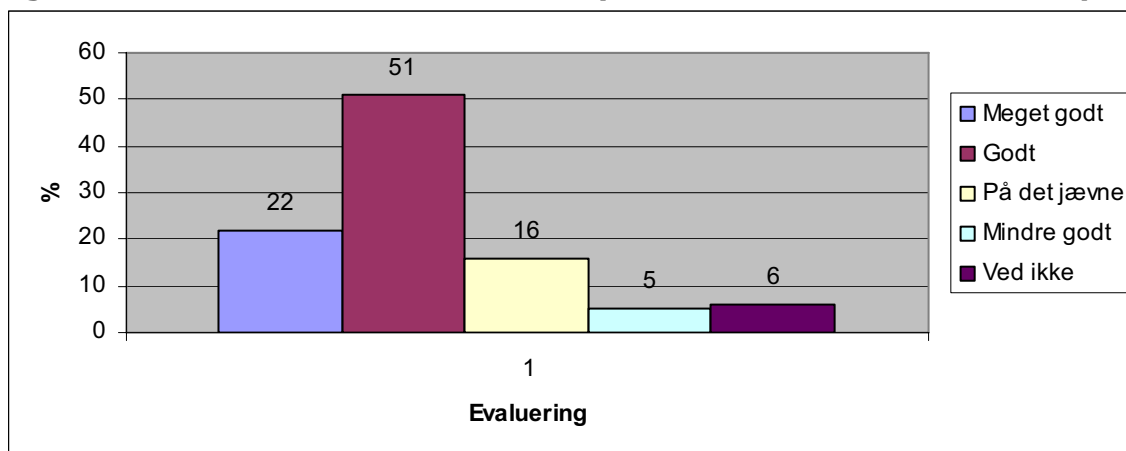
- ticket service could be better
- no checking of tickets dollar price changes
- *have to walk outside to get to arena B*
- ticket price too high
- referee not good. The first matches the shots on goal were not counted

Det er et bevidst valg at gengive udsagnene på det sprog, de er fremsagt i, så arrangører m.fl. har mulighed for at spore, nogenlunde fra hvilken kant udtalelserne kom.

#### **1.10.2.v Hvad er de udenlandske tilskueres indtryk af Frederikshavn som værtsby?**

Det fremgår af figur 16 nedenfor, at 73% af de udenlandske VM-tilskuere er meget godt eller godt tilfredse med Frederikshavn som værtsby for VM'et. Altså relativt set en smule lavere end tilfældet er for danske tilskueres vedkommende (80%). Den høje danske tilfredshedsgrad afspejler formentlig, at der er så mange som 68% entusiastiske lokale tilskuere fra værtsregionen.

**Fig. 16. De udenlandske tilskueres indtryk af Frederikshavn som værtsby**



**1.10.2.x Hvad kunne ifg. de udenlandske tilskuere gøre Frederikshavn til en (endnu) bedre værtsby?**

Frederikshavn Events har ønsket at få evt. forslag til, hvad Frederikshavn mangler i VM-gæsternes øjne for at gøre byen til en endnu bedre værtsby.

Dette havde 24% af de adspurgte respondenter et bud på, og de bud som er fremsat mere end én gang er markeret med *kursiv*. 30% svarede "nej" og 46% "ved ikke":

- maybe more transports for elderly women
- maybe more parties
- *more spectators* in the arenas
- bedre skiltning til arenaen og til VM'et
- more bars and discos please
- need more info for English speaking tourists
- the weather is bad, miss sauna in hotel Hermann Bang
- would have been better in Copenhagen
- more attractive things
- *bedre vejr*
- rebuild the town
- more spectators over the week
- *bedre åbningstider*
- small town with little else to do

**1.10.2.y. Lever VM'et op til de udenlandske tilskueres forventninger?**

De udenlandske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. svarer for 81% vedkommende, at "ja", VM'et lever op til deres forventninger. 5% svarer "nej" og 14% "både/og".

Der er relativt færre danske tilskuere end udenlandske, som føler, at VM-arrangementet lever op til deres forventninger (72%). Den høje andel af lokale tilskuere (68%) synes således ikke at påvirke de danske tilskueres objektivitet, når de bliver bedt om at vurdere VM-oplevelsen. Og deres uddybning af besvarelsenerne går vel at mærke ikke på skuffelse over, at det glippede for de danske floorballkvinder at komme i semifinalen.

Uddybet med udsagn som nedenstående<sup>4</sup>

- good playing (venue)
- not so many spectators
- *more spectators please*
- miss sauna because of the coldness here
- tourist info woman didn't speak English!

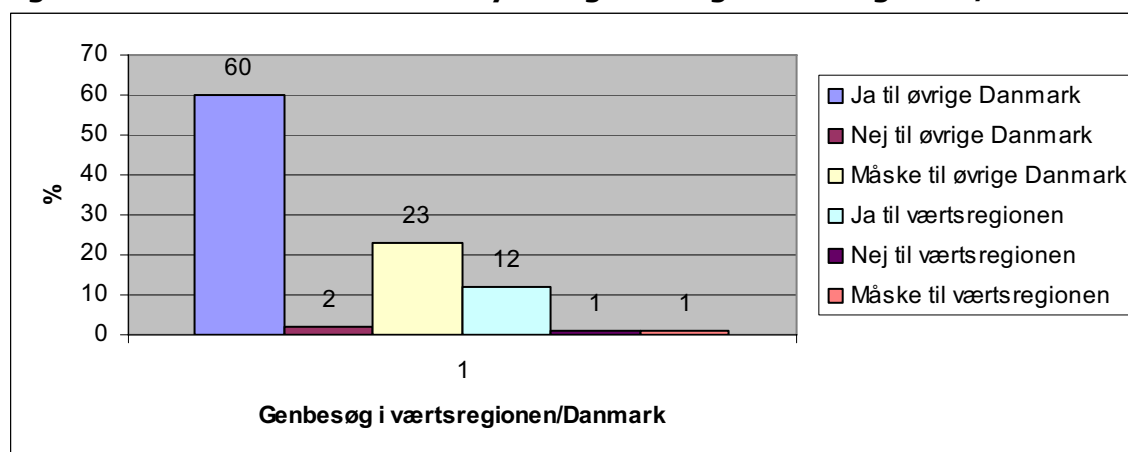
#### **1.10.2.z. Kunne de udenlandske tilskuere tænke sig at komme tilbage?**

12% af de udenlandske VM-gæster kunne jfr. fig. 17 godt tænke sig at komme tilbage til værtsregionen. 28% har været i Frederikshavn før, jfr. pkt. 1.10.2.g.

60% kunne godt tænke sig at komme tilbage til øvrige Danmark.

Der er kun afgivet 1 svar pr. respondent.

**Fig. 17. Udenlandske tilskueres lyst til genbesøg i værtsregionen/Danmark**



<sup>4</sup> hvor udsagn, der forekommer mere end én gang er markeret med *kursiv*

### **1.10.3. Danske atleter/ledere**

Der er kun indhentet 3 svar i stikprøven fra denne aktørgruppe. Der er derfor ikke kørt statistik separat på danske atleter/ledere, men turismeomsætningen fra de interregionale af disse er medregnet i turismeomsætning og afledte effekter og indgår med 9,7 overnatninger pr. pers.

### **1.10.4. Udenlandske atleter/ledere**

Stikprøvestørrelse: 50 brugbare svar

Detaljeringsgraden på nedenstående målinger er bestemt ud fra et væsentligheds-kriterie og ud fra stikprøvernes størrelse.

Alle svarprocenter er generelt så høje, at svarene er at betragte som tilstrækkeligt underbyggede og repræsentative. Hvor dette ikke er tilfældet, er der gjort opmærksom på det.

Der er respondenter fra 14 nationer i stikprøven ud af 19 mulige (+ Danmark), dvs. at hele 74% af de udenlandske deltagernationer er repræsenteret i stikprøven.

#### **1.10.4.a. Udenlandske atleter og lederes køn og alder**

Ikke målt for denne aktørgruppe.

#### **1.10.4.b. Udenlandske atleter og lederes geografiske fordeling**

Der er flest atleter/ledere i stikprøven fra Japan (18%). Se desuden bilag 8.

#### **1.10.4.c. Udenlandske atleter og lederes førstegangsbesøg**

For 68% vedkommende er det deres første besøg i Danmark. Knap hver tredje udenlandsk atlet/leder har været i landet før, ligesom tilfældet var for udenlandske tilskuere.

#### **1.10.4.d. Udenlandske atleter og lederes hovedårsag til førstegangsbesøg (de der har været her før)**

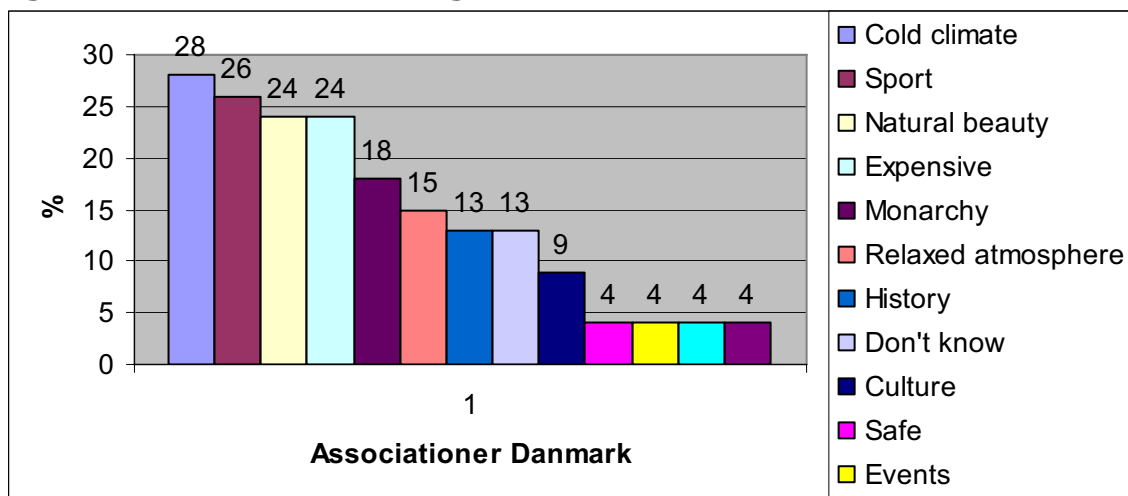
For de udenlandske atleter og lederes vedkommende, som havde besøgt Danmark før VM-besøget, begrundede 45% det med "to participate in or watch a major international sports event" efterfulgt af 30% med begrundelsen "explore the country as a leisure tourist". Se desuden bilag 9.

Der er afgivet 1,25 svar pr. respondent i gennemsnit.

#### **1.10.4.e. Udenlandske atleter/lederens associationer til Danmark**

Respondenterne blev spurgt "what did you associate Denmark with before you came?"

**Fig. 18. Udenlandske atleter og leders associationer til Danmark\***



\* svarmulighederne var forhåndsdefinerede

Her er der jfr. fig. 18, flest respondenter, nemlig 28%, der svarer "cold climate", tæt fulgt af "sport" med 26% af respondenterne. Under "andet" er der afgivet svar som "tall blond individuals" og "Princess Mary".

Der er afgivet 1,85 svar pr. respondent i gennemsnit.

Denne atlet-/ledermåling afskiller sig fra målingen af de udenlandske tilskuere, der havde "relaxed atmosphere" og "natural beauty" øverst på listen.

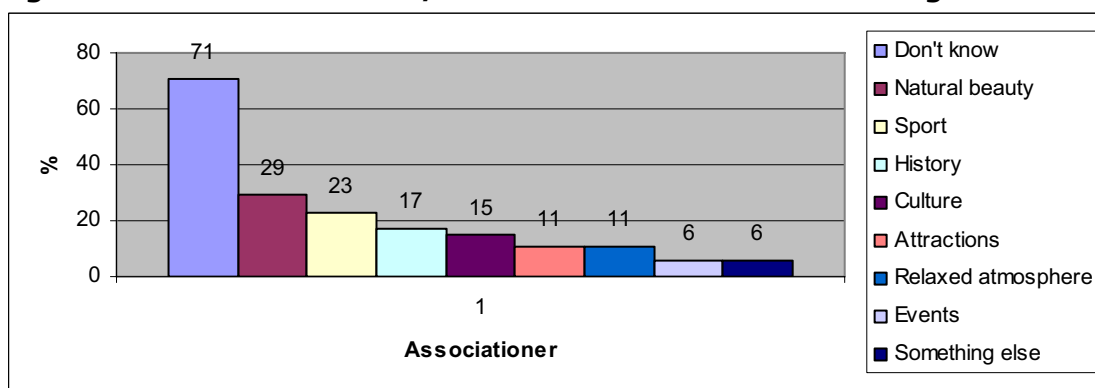
#### **1.10.4.f. Udenlandske atleter og leders associationer til værtsregionen**

Det ses af figur 19, at flest, nemlig hele 71% af respondenterne, ikke ved, hvad de skal svare. Næstflest forbinder værtsregionen med "natural beauty", nemlig 29% af respondenterne, hvilket er et svar, der går igen fra de udenlandske tilskueres associationer (32%).

Under "andet" er der afgivet svar som "cold weather" og "neighbour to Sweden".

Der er afgivet 1,91 svar i gennemsnit pr. respondent.

**Fig. 19. Udenlandske atleter/leders associationer til værtsregionen**



\* svarmulighederne var forhåndsdefinerede

#### **1.10.4.g. Udenlandske atleter/lederes besøg(sintentioner) i Frederikshavn før VM**

Altså, om de udenlandske atleter/ledere allerede havde haft Frederikshavn inde i overvejelserne som besøgsmaal eller turistdestination (eller allerede har besøgt byen), før VM'et bragte dem dertil.

Dette svarer 14% bekræftende på, 4% måske og 81% nej. Kun 10% har konkret været i Frederikshavn før.

#### **1.10.4.h. Udenlandske atleter/lederes besøg(sintentioner) i Danmark før VM**

Altså, om de udenlandske atleter/ledere, der ikke havde været her før, havde overvejet at besøge Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

Dette svarer 24% bekræftende på, 17% måske og 59% nej.

#### **1.10.4.i. Udenlandske atleter/lederes holdning til Danmark/danskere**

Respondenterne for hvem besøget til VM var et 1. gangsbesøg i Danmark blev spurgt "do you see Denmark and the Danes in a different light now that you're here?".

Svarene herpå er nogenlunde ligeligt fordelt med 38% nej, 32% svarer ja, og 30% ved ikke.

Af de 32%, dvs. knap hver tredje respondent, der svarer ja til spørgsmålet, er årsagerne: "friendly and accepting" og "high spirited happy", "colder climate than expected", "very cultural", "food more expensive", "culture is very quaint", "more open and friendly", "warm". Vi danskere opfattes altså generelt mere venlige end forventet af de udenlandske atleter og ledere, der ikke har været her før, se også pkt. 1.10.2.i., hvor det samme forhold gør sig gældende for udenlandske tilskueres vedkommende.

#### **1.10.4.j. Udenlandske atleter og lederes overnatningsmønster**

**A.** Der er 9% af de udenlandske respondenter i stikprøven, som er dagsturister.

**B.** Hver overnattende udenlandsk atlet/leder har i gennemsnit 14,5 overnatninger incl. tilkøbt ferie.

**C.** VM'et genererer 7.104 overnatninger i Region Nord fra udenlandske VM-atleter-/ledere incl. tilkoblede feriedøgn i værtsregionen. Alle disse overnatninger er kommercielle .

**D.** Alle overnattende udenlandske atleter/ledere overnatter i værtsregionen; 72% i selve Frederikshavn. Resten overnatter i Aalborg, Sæby og Bratten.

**E.** Det er ikke målt, hvor mange udenlandske atleter og ledere, der benyttede hotel, men det skønnes i samråd med arrangørerne at være størstedelen.

#### **1.10.4.k. Er de udenlandske atleter og lederes dagsforbrug repræsentativt?**

VM-respondenterne er blevet spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen er repræsentativt for en gennemsnitlig dag i uge 20/2007 i Frederikshavn. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det de ville have, hvis de var blevet interviewet en anden dag i VM-perioden.



Det viser sig jfr. nedenstående, at 22% af de udenlandske VM-atleter/ledere skønner, at deres dagsforbrug på interviewdagen ligger over "almindeligt niveau", mens kun 12% mener, at det ligger under.

25% eller kun hver fjerde mener, at dagsforbruget på interviewdagen er repræsentativt for deres dagsforbrug en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20/2007.

41% svarer "ved ikke".

Da andelen, der mener, at forbruget på interviewdagen nok er højere end en gennemsnitsdag i Frederikshavn, er noget højere end andelen, der mener, at deres forbrug er lavere, er der vægtet herfor i de indløbne svar fra udenlandske VM-atleter/ledere.

*Udenlandske VM-atleter/lederes evt. merforbrug (eller det modsatte!) ift. en gennemsnitsdag i Frederikshavn i uge 20/2007:*

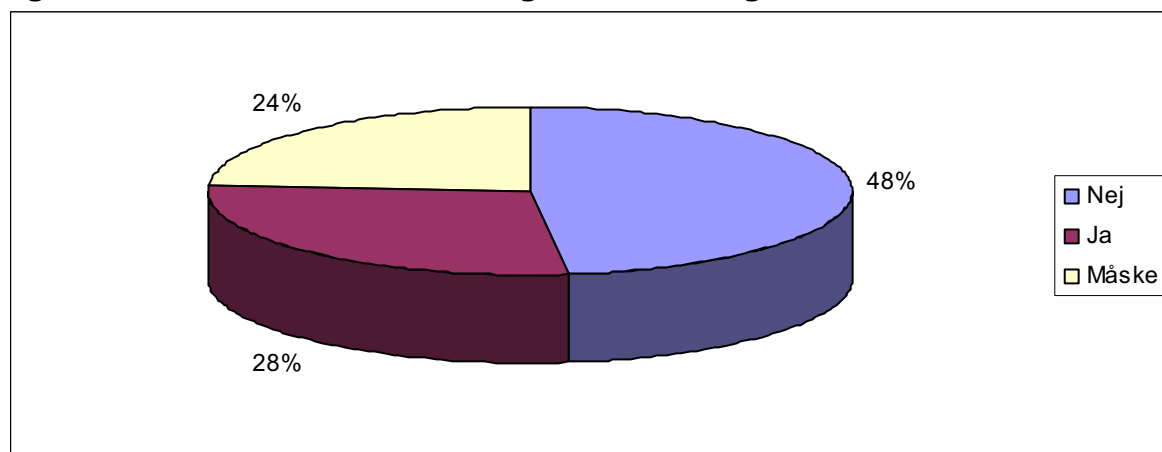
Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	14%
Ja, det er lidt højere ...	8%
Ja, det er nok noget lavere ...	6%
Ja, det er nok lidt lavere ..	6%
Nej	25%
Ved ikke	41%
I alt	100%

#### **1.10.4.I. De udenlandske atleter og leders udflugtsfrekvens**

Det fremgår af figur 20, at 28% af de udenlandske VM-atleter/ledere med sikkerhed foretager udflugter, og hvis "måske"-svarene medregnes så godt halvdelen (52%). 48% af de udenlandske VM-gæster svarer nej til sightseeing.

Går man bag om tallene, ses det imidlertid, at hele 86% af udflugterne er kommercielle. De, der foretager kommercielle udflugter svarer, at de forventer at bruge i gennemsnit 242 kr. på det, altså noget mindre end de udenlandske tilskuere (398 kr.).

**Figur 20. De udenlandske atleter og leders udflugtsfrekvens**



**Foretrukne udflugtsdestinationer – Top-3:**

Skagen	64% af ja-sigerne
Aalborg/shopping	57% -
Andet	36% -

Skagen ligger klart højest (64%) på udflugtslisten, hvilket vi også gælder for de udenlandske VM-tilskuers vedkommende.

Øvrige svar fordeler sig imellem: Nordsømuseum og unavngivne "cultural and artistic destinations", altså et begrænset antal destinationer.

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet de, der foretager sightseeing, gør det i gennemsnit 1,64 gange imod de udenlandske tilskuere med 1,37 gange.

Der er generelt tale om en højere kommerciel udflugtsstilbøjelighed blandt udenlandske atleter og ledere end sædvanligvis i Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks effektmålinger.

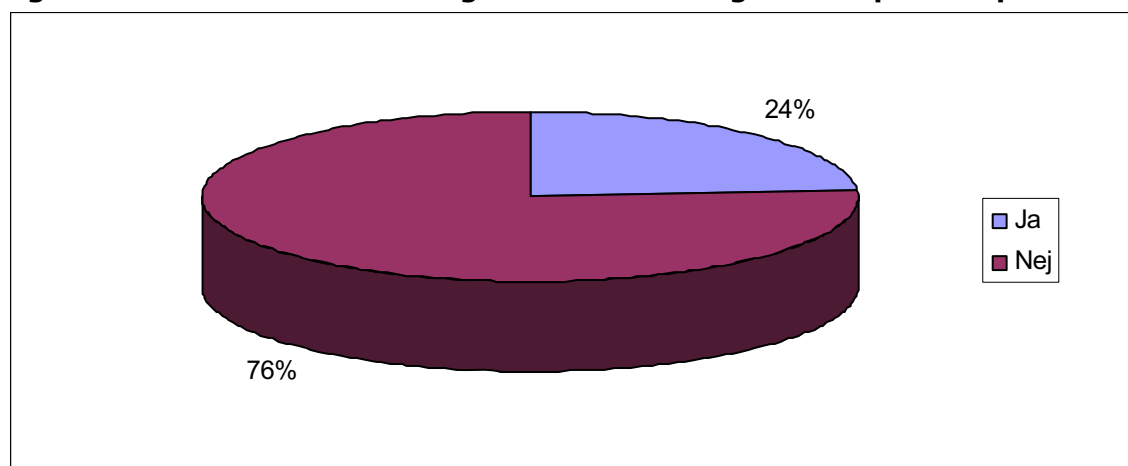
**1.10.4.m. De udenlandske atleter/lederes tilkobling af ferie på VM-opholdet**

24% af de udenlandske VM-atleter/ledere m.fl. tilkobler jfr. fig. 21 ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Frederikshavn imod 37% blandt de udenlandske tilskuere. Godt halvdelen heraf (=53%) tilbringer feriedagene andre steder end i værtsregionen, flest i København.

Der er stor spredning på, hvor mange feriedøgn, der tilkobles, lige fra 2 til 16 døgn.

Selv om man går bagom tallene, kan man ikke se noget mønster i, hvem der bliver længst, dvs. om det som forventet (og som målt i visse af fondens tidlige effektanalyser) er gæster, som kommer langvejs fra, der tilbringer flest (ferie)døgn i Danmark.

**Fig. 21. Udenlandske atleter og lederes tilkobling af ferie på VM-opholdet**



**1.10.4.n. Rejsegruppens størrelse – udenlandske atleter og ledere**

De udenlandske VM-atleter og -ledere rejser ikke overraskende langt overvejende som medlem af en delegation (96%).

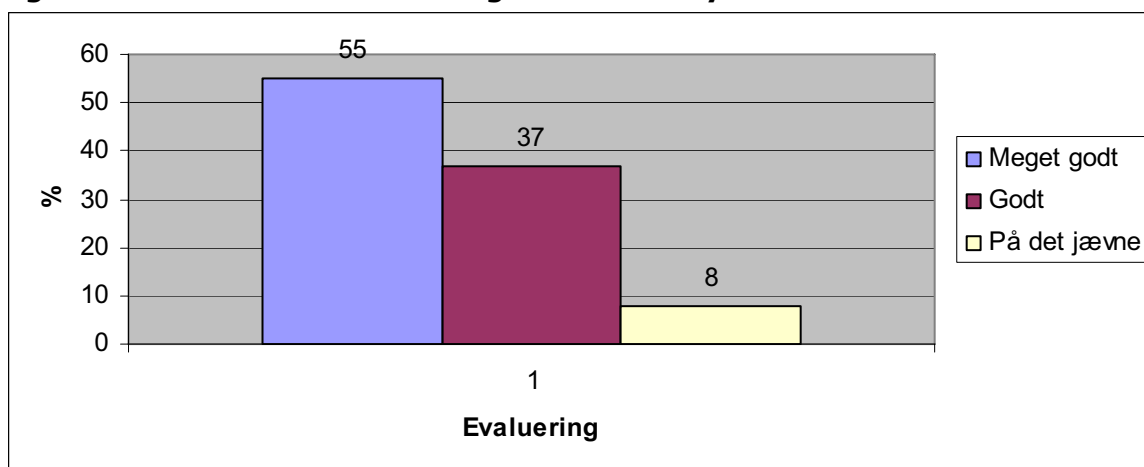
5% rejser tilsyneladende alene til VM'et, andre 5% rejser med ægtefælle, 2% rejser med venner og 2% med andre familiemedlemmer end ægtefælle.

Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,12 svar, f.eks. kan en VM-gæst godt svare ja til både at rejse med venner og/eller familie og som del af en VM-delegation.

#### **1.10.4.o. Hvad er udenlandske atleter/lederes indtryk af Arena Nord ?**

Det fremgår af fig. 22, at hele 92% af de udenlandske VM-atleter og -ledere er meget godt eller godt tilfredse med Arena Nord som VM-konkurrencested imod 98% af de udenlandske tilskuere.

**Fig.22. De udenlandske atleter og lederes indtryk af Arena Nord**

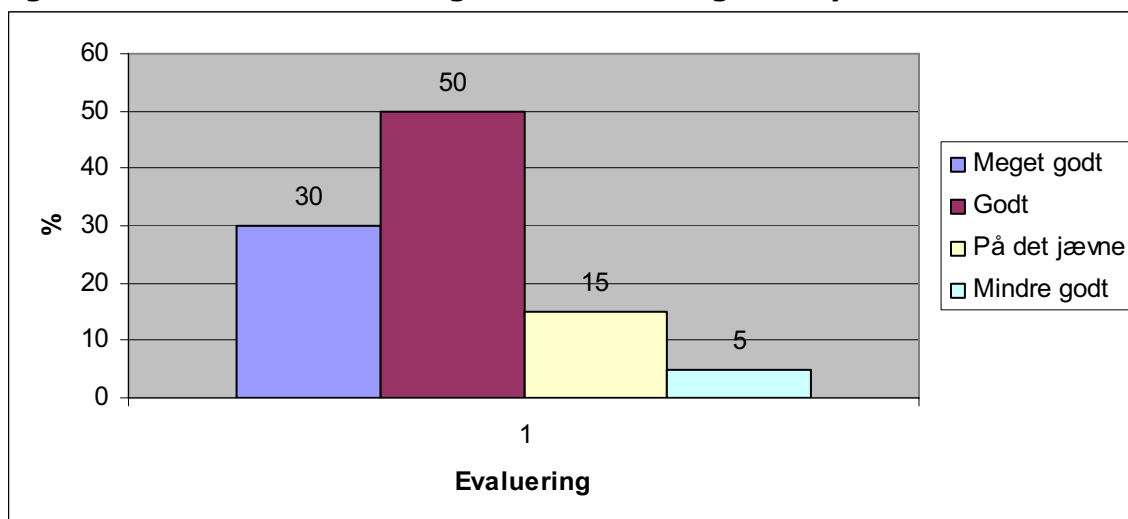


Der er ingen kvalitative udsagn fra de udenlandske atleter og ledere i forlængelse af evalueringen.

#### **1.10.4.p. Hvad er de udenlandske atleter/lederes foreløbige indtryk af VM'et?**

Det fremgår af figur 23 nedenfor, at 80% af de udenlandske atleter/ledere er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet imod 82% af de udenlandske tilskuere,

**Fig. 23. Udenlandske atleter og lederes foreløbige indtryk af VM'et**



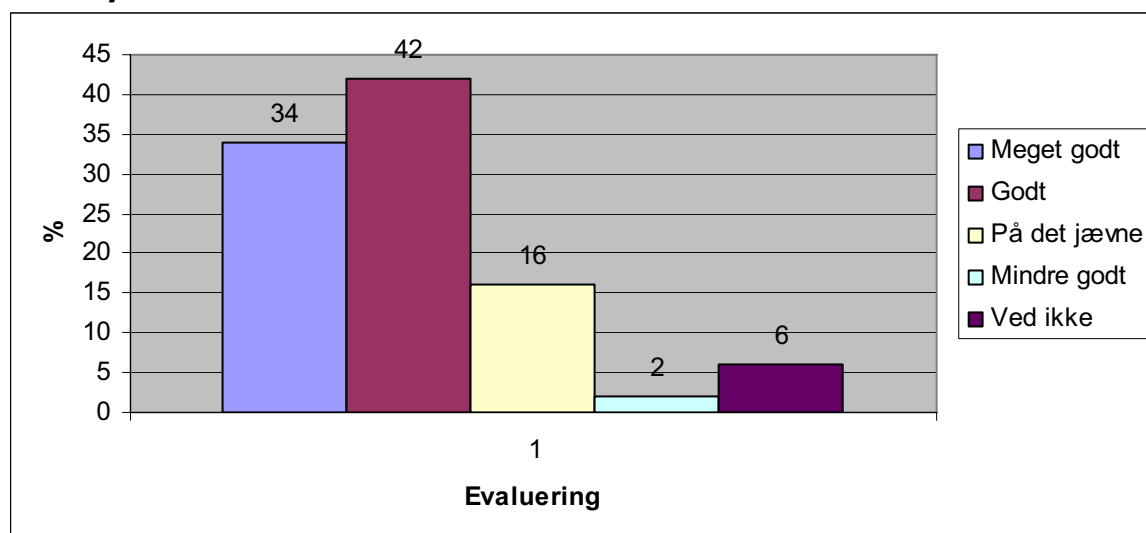
*Kvalitative udsagn fra respondenterne i forlængelse af evalueringen (gentagne udtalelser er markeret med kursiv):*

- *bad we must pay for watching finals*
- bad referees during 2 important games

#### **1.10.4.g Hvad er de udenlandske atleter/lederes indtryk af Frederikshavn som værtsby for VM'et?**

Det fremgår af figur 24 nedenfor, at 76% af de udenlandske VM-atleter/ledere er meget godt eller godt tilfredse med Frederikshavn som værtsby imod 73% af de udenlandske tilskuere.

**Fig. 24 De udenlandske atleter/lederes indtryk af Frederikshavn som VM-værtsby**



#### **1.10.4.r Hvad kunne ifg. de udenlandske atleter/ledere gøre Frederikshavn til en (endnu) bedre værtsby?**

Frederikshavn Events har ønsket at få evt. forslag til, hvad Frederikshavn mangler i VM-gæsternes øjne for at gøre byen til en endnu bedre værtsby.

Dette havde 27% af de adspurgte respondenter et bud på, og de bud som er fremsat mere end én gang er markeret med *kursiv*. 29% svarede "nej" og 45% "ved ikke":

- *more floorball gear for sale please*
- *there are no souvenir shops around*
- ok but boring
- more shops, restaurants open
- the smell of manure is not that sweet..
- closer accommodations
- meals for players provided at the arena
- more advertisements for the event
- a hospital
- more connections through public transportation and attending taxi phone in English!

#### **1.10.4.s. Lever VM'et op til de udenlandske atleter og leders forventninger?**

De udenlandske VM-atleter/ledere svarer for 80% vedkommende, "ja", (overfor 81% ja blandt de udenlandske tilskuere). 9% svarer nej og 11% både/og.

Begrundelserne er: too far away, bad we must pay for watching finals after already paying so much just to get here.

#### **1.10.4.t. Kunne de udenlandske atleter/ledere tænke sig at komme tilbage?**

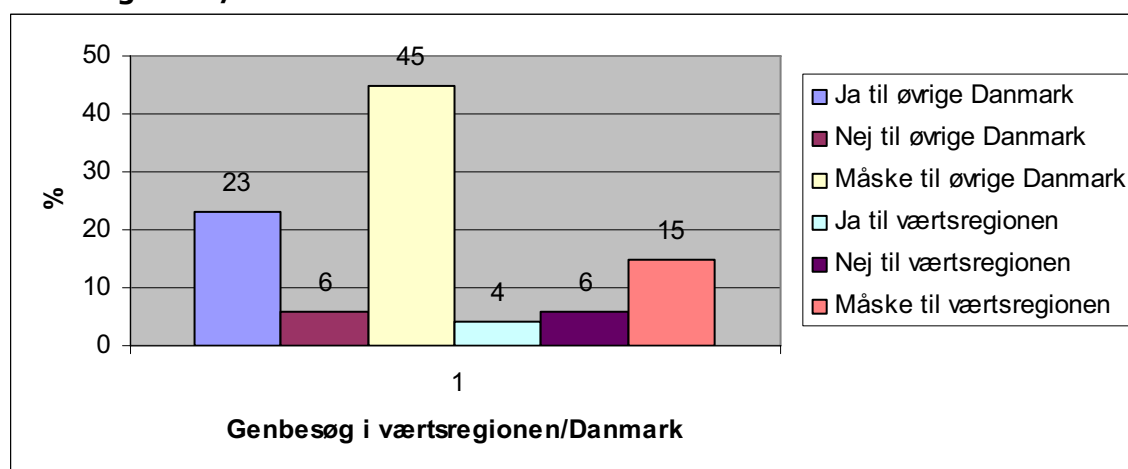
Som det ses af nedenstående fig. 25, svarer 4% af de udenlandske VM-atleter og -ledere, at de godt kunne tænke sig at komme tilbage til værtsregionen. Kun 10% har jfr. pkt. 1.10.4.g været i Frederikshavn før.

23% godt kunne tænke sig at komme tilbage til øvrige Danmark.

6% svarer decideret nej til at komme tilbage til værtsregionen, medens nej-andelen til øvrige Danmark ligeledes er 6%. Der er kun afgivet 1 svar pr. respondent.

Disse målinger ligger noget under udenlandske tilskueres, men det er set før, at atleter og ledere mest rejser efter de(n) event(s), de deltager i og rykker rundt i verden efter den/dem.

**Fig. 25. Kunne de udenlandske atleter/ledere tænke sig at komme tilbage til værtsregionen/Danmark?**



#### **1.11. Resultater - hårde data**

Efter gennemgangen af de bløde data kan de hårde data i form af *samfundsøkonomiske nøgletal* gøres op.

Der er i nøgletallene taget højde for den manglende repræsentativitet i dagsforbrugs-målingerne, beskrevet i afsnit .10.1.g., 1.10.2.l og 1.10.4.k. Der har vist sig ikke at være nogen fortrængningseffekt på hoteller at tage hensyn til, jfr. omtale på side 43.

De samfundsøkonomiske nøgletal neden for inkluderer tilkoblede ferieovernatninger.

Kun døgnforbruget i selve VM-perioden er nedbrudt på aktører (tilskuere, atleter/ledere og øvrige), forbrugskategorier mv. Dvs. at tilkoblede ferienætter ikke er analyseret nærmere.

### **1.11.1. Samfundsøkonomiske effekter**

Nedenfor følger de beregninger, som VisitDenmarks analyseafdeling har foretaget for Sport Event Danmark ud fra den interviewundersøgelse, der ligger til grund.

**Tabel 1a: Samfundsøkonomiske effekter for Frederikshavn/Danmark**  
(excl. lokale gæsters forbrug)

<b>Samfundsøkonomiske nøgletal *</b>	<b>Region Nord (incl. TO fra ferienætter)**</b>
Turismeomsætning	<b>10,8 mio. kr.</b> (97% udenlandsk)

\*excl. entré på kr. ca. 200.000 \*\*der blev kun skabt en yderst begrænset TO i øvrige Danmark som følge af ferienætter, hvorfor denne er inkluderet i TO Region Nord

Denne turismeomsætning skaber via multiplikatoreffekten i LINE-modellen (se bilag 1) følgende afledte effekter<sup>5</sup> :

<b>Effekter</b>	<b>I alt</b>	<b>Staten</b>	<b>Summen af kommunale provenuer i Region Nord &amp; BVT</b>	<b>Summen af kommunale provenuer i øvrige Danmark *&amp; BVT</b>
<b>Bruttoværditilvækst</b>	7,3 mio. kr.		5 mio. kr.	2,3 mio. kr.
<b>Provenu* staten</b>	4,4 mio. kr.	3,7 mio.kr.		
<b>Provenu** kommuner/regioner</b>			0,4 mio. kr	0,3 mio.kr
<b>Årsværk</b>	22		18	4

\*primært moms og afgifter \*\* primært indkomstskat, incl. det tilbageløb til regionerne, der kommer fra staten (svarende til 8/11 af den tidligere amtsskat). Værtsregionen Region Nord vil således nyde godt af (nogle af) de regionsmidler, der tilbageføres til regionsmyndighederne af staten.

<sup>5</sup> det er dog kun den udenlandske turismeomsætning, der pr. definition tæller med, når de afledte effekter beregnes, idet der ved den interregionale turismeomsætning blot er tale om omfordeling af midler fra øvrige Danmark til værtsregionen

### Bemærkninger til resultaterne i tabel 1:

#### *Bemærkninger specifikt til "turismeomsætning":*

Det ses af tabel 1 ovenfor, at den samlede turismeomsætning i Region Nord pga. VM'et blev på knap 11 mio. kr. incl. ferietilkoblet forbrug (ca. 1 mio. kr.).

Beløbet er en smule overvurderet, idet der blev lagt et (begrænset) antal ferienætter i andre regioner, primært i København. Værdien heraf burde rettelig tilfalde Region Hovedstaden, men da beløbet er begrænset (<0,5 mio. kr.), er der valgt at se bort herfra.

Udenlandske aktørers forbrug (=eksportandelen af turismeomsætningen) tegner sig for hele 97%, nemlig 10,5 mio. kr. Denne andel skal ses ift. den andel af samtlige aktører excl. lokale, de udgør, nemlig 79%. Dvs. at deres forbrug er mere end ligefrem proportionalt med den andel af totalpopulationen, de udgør.

Set fra et nationalt synspunkt er det som nævnt tidligere kun den udenlandske turismeomsætning, som er interessant. Den interregionale turismeomsætning, dvs. fra VM-gæster uden for værtsregionen, ses udelukkende som en omfordeling af midler mellem regionerne i Danmark. I lyset heraf, er VM floorball (k) et særdeles interessant værtskab. At vi ydermere er i et randområde, gør ikke arrangementet mindre interessant.

#### *Bemærkninger specifikt til "offentligt provenu" (indkomstskatter, moms og afgifter):*

Som det ses, tilfalder langt størstedelen, nemlig 84%, at det samlede offentlige provenu staten, primært i kraft af moms og afgifter.

Det øvrige offentlige provenu (kr. 700.000) tilfalder for størstedelens vedkommende værtsregionen (kr. 400.000). Dette sker som følge af den skabte turismeomsætning i værtsregionen og den deraf afledte indkomst- og selskabsskat. De kr. 400.000 i offentligt provenu til værtsregionen skal ses i lyset af den værtsregionale offentlige investering i VM'et i form af direkte tilskud og naturalier på i alt kr. 500.000.

Øvrige kommuner i Danmark henter et beskedent offentligt provenu qua deres rolle som underleverandør af nogle af de varer og tjenesteydelser, der indgår i den skabte turismeomsætning.

Både værtsregionen og øvrige Danmark får endvidere indkomstskatteindtægter fra det merforbrug, arbejdsstyrken antages at have, netop fordi de i kraft af merbeskæftigelsen får et større rådighedsbeløb. Se også nedenfor. Det er denne multiplikatorproces, der skaber de afledte effekter af turismeomsætningen.

#### *Bemærkninger specifikt til "årsværk":*

Den beskæftigelse, både direkte, indirekte og afledt i Region Nord, der er afledt af turismeomsætningen i regionen, udgør i alt 18 årsværk og i øvrige Danmark 4 årsværk, i alt 22 årsværk.

Årsværk, beskæftigelse mv. i øvrige Danmark er et resultat af de indirekte effekter, der opstår qua import-/eksportmønstrene mellem regionerne i Danmark og de berørte beskæftigedes pendling mv. En beskæftiget kan således udmærket have arbejdsplads i én region og være bosiddende i en anden. Dette pendlingforhold tager LINE højde for.

Med 22 genererede årsværk i Danmark skabes der således for hver 1 mio. kr. i turismeomsætning 2 årsværk i Danmark som følge af VM'et (=22 ÅV/knap 11 mio. kr). Disse 2 er indirekte udtryk for størrelsen af den beskæftigelsesmultiplikator, VM'et medfører. For yderligere forklaring, se bilag 1.

Det skal bemærkes, at den genererede arbejdskraft, er omregnet til fuldtidsårsværk. Dvs. at de arbejdstimer, der blev lagt *som følge af turismeomsætningen* ifm. VM'et, som tidligere nævnt alle er omregnet til hele årsværk, både i de direkte, indirekte og inducerede led (f.eks. i hotel- og restaurationsbranchen og hos underleverandører), i såvel det offentlige som det private erhvervsliv.

Der er umiddelbart en risiko for, at de beregnede beskæftigelsestal er en smule overvurderede. Det for holder sig nemlig sådan, at VM floorball 2007 og andre stævner i Danmark for en stor del er båret oppe af frivillig arbejdskraft *i det direkte led*, dvs. bespisning, deltagerregistrering, akkreditering mv.

For størstedelen af de frivillige hjælpere er der tale om en intensiv og koncentreret arbejdsindsats i en relativt begrænset periode (afhængig af stævnets længde og planlægningshorisont). Det er således ikke ualmindeligt, at de frivillige hjælpere bruger et par ugers ferie på at servicere sportseventsturisterne.

Under alle omstændigheder skabes der dog arbejdspladser/øget arbejdsmængde hos hovedleverandører til VM'et (f.eks. i hotel- og restaurationsbranchen) og hos underleverandører (f.eks. råvarer til forplejning) samt i detailhandelen via det merforbrug, som de personer, der kommer i arbejde (eller på overarbejde), formodes at have, udover hvad de ellers ville have haft.

Der er imidlertid noget nær fuld beskæftigelse i Danmark p.t., hvorfor arbejdskraft i visse tilfælde må hentes fra udlandet eller slet ikke kan skaffes.

Den direkte beskæftigelsesmæssige effekt som følge af den genererede turismeomsætning udgør pr. definition størstedelen af de beregnede årsværker, nemlig 2/3. Øvrige effekter op til bruttoantal "årsværk" er de, der er afledt af det kredsløb, som er beskrevet ovenfor. *Således får også øvrige Danmark glæde af VM'et ved at være underleverandør af varer og tjenester.*

Det skal som tidligere nævnt bemærkes, at indenlandsk skabt turismeomsætning nok øger beskæftigelsen i værtsregionen, men i sagens natur medfører fald i beskæftigelsen andre steder.

Generelt er turismesektoren et relativt arbejdskraftintensivt erhverv. Dette kan forklare den relativt høje beskæftigelsesfaktor på 2 og betyder i praksis, at et forbrug på hotel i form af overnatning slår kraftigere igennem end et tilsvarende forbrug på shopping i detailhandelen.

*Bemærkninger specifikt til værditilvæksten:*

Bruttoværditilvæksten i værtsregionen på knap 7,2 mio. kr. svarende til 67% af turismeomsætningen (eller knap 69% ift. den udenlandske turismeomsætning) er et udtryk for det beløb, der er tilbage til aflønning af arbejdskraft og til forrentning, når de faste omkostninger er afregnet.



*Bemærkninger specifikt til fortrængningseffekt (i hotelsektoren):*

Vi ved, at VM'et skabte 10.623 overnatninger i Frederikshavn (heraf 10.301 = 97% udenlandske). Vi ved, at Frederikshavn ifg. turismesamarbejdet Toppen af Danmark og Frederikshavn Event råder over 1.600 hotelsenge, og at belægningsprocenten i maj 2006 (dvs. maj året før VM'et) var på 30%, hvad værelser angår og 42% hvad senge angår.

Der skete en stigning i antallet af overnatninger i Frederikshavn fra 2005 til 2006 på +4%, men pga. Strukturreformen pr. 1. januar 2007 med nye kommunegrænser er en sammenligning af overnatningstallene for 2006 ift. 2007 for Frederikshavn - og kun Frederikshavn - ikke mulig i skrivende stund. Der foreligger således kun overnatningstal efter 1.1.2007 for Frederikshavns Kommune, som også omfatter Skagen og Sæby.

Det antages derfor, at maj 2006 er som en maj 2007 i hotelsektoren i Frederikshavn, havde det ikke været for VM floorball (k).

Ifg. Merete Grønlund fra Toppen af Danmark må der, alt andet lige, antages at have været tilstrækkelig ledig hotelkapacitet til VM-gæsterne i værtsbyen i lyset af den lave belægningsprocent "en almindelig uge 20 i maj i Frederikshavn", dvs. uden et VM.

Kilde til tabel 2 - 9 er VisitDenmarks analyseafdeling.

**Tabel 2: Uvejte døgnforbrugstal i kr\*. - DAGSTURISTER excl. lokale**

Aktører/Døgnforbrug*	Danske/kr.	Udenlandske/kr.
Deltagere/ledere	ingen	ingen
Tilskuere/ledsagere	**40	443

\*døgnforbruget er excl. entré til VM'et \*\* begrænset stikprøve og behæftet med usikkerhed

Tabel 2 viser, at de danske tilskuere og ledsagere, der kørte til og fra mesterskabet på én og samme dag havde et relativt lavt dagsforbrug, nemlig kr. 40 i gennemsnit. De udenlandske dagsturister havde et noget højere gennemsnitligt dagsforbrug, nemlig kr. 443.

**Tabel 3: Uvejte døgnforbrugstal i kr\* - overnattende VM-gæster**

Aktører/Døgnforbrug*	Danske	Udenlandske/kr.
Deltagere/ledere	**682	972
Tilskuere/ledsagere	**1.385	1.108

\*døgnforbruget er excl. entré til VM'et \*\* begrænset stikprøve og behæftet med usikkerhed

Tabel 3 bekræfter tendensen fra tidligere effektmålinger af større internationale idrætsbegivenheder i Danmark, nemlig at tilskuerne er den aktørgruppe, der har det højeste døgnforbrug. I tilfældet VM floorball (k) har interregionale tilskuere et højere gennemsnitligt forbrug end deres udenlandske lidelsesfæller. Dette er ikke helt så sædvanligt. Bemærk i den forbindelse, at der er en vis usikkerhed forbundet med denne konstatering, idet stikprøven på overnattende interregionale tilskuere er begrænset.

Tilskuernes gennemsnitlige døgnforbrug, kr. 1.385 og kr. 1.108, er begge i den højere ende af skalaen for tilskuerdøgnforbrug ved de sportsevents, Sport Event Danmark (tidl. Idrætsfonden Danmark) har målt igennem årene. Ikke mindst fordi tallene er excl. entré til VM'et (i størrelsesordenen kr. 100 pr. dag).

**Tabel 4: Uvejlet døgnforbrugstal i kr - alle VM-gæster under ét excl. lokale**

Aktører/Døgnforbrug*	ALLE under ét/kr.
Alle VM-gæster under ét	977

\*døgnforbruget er excl. entré til VM'et

Tabel 4 viser, at det gennemsnitlige døgnforbrug for alle VM gæster (excl. lokale) under ét er kr. 977, dvs. uafhængig af nationalitet, opholdslængde og aktørtype.

**Tabel 5: Forbrugskategoriopdelt døgnforbrugstal\* pr. overnattende VM-tilskuere, gnst**

Forbrugskategori	Danske/kr.**	Udenlandske/kr.
Overnatning	289	355
Forplejning	265	265
Indenlandsk transport	298	19
Shopping	200	264
Udflugter & entré	0	22
Øvrige varer&tjenesteydelser	333	183
<b>I alt</b>	<b>1.385</b>	<b>1.108</b>

\* døgnforbruget er excl. entré til VM'et \*\* begrænset stikprøve og behæftet med usikkerhed

En nedbrydning af det gennemsnitlige døgnforbrug på forbrugskategorier for aktørgruppen tilskuere viser ikke overraskende, at overnattingsandelen af døgnforbruget er større for udenlandske tilskuere vedkommende end for danskernes, nemlig 32% ift. 21%. Jfr. tabel 5.

Udenlandske VM-tilskueres forbrug på "kost og logi" er på i alt 56% af disses samlede døgnforbrug imod danskernes 40%. Det skal i den forbindelse tilføjes, at en relativt større del af de udenlandske VM-gæsters forplejning tilsyneladende finder sted på restauranter frem for i detailhandelen.

Udenlandske VM-tilskueres forbrug på shopping er 24% af disses døgnforbrug imod danskernes 14%. Begge shoppingandele er relativt høje ift. fondens tidligere effekt-målinger.

Danske overnattende VM-gæster har et overraskende højt forbrug af "øvrige varer og tjenesteydelser", både i al almindelighed og i forhold til udenlandske tilskuere, nemlig 24% af gruppens døgnforbrug.

Afgrænsningen imellem shopping og øvrige varer og tjenesteydelser kan være svær at gennemskue i en interviewsituation. Derfor giver det mere mening at se på de to kategorier tilsammen ift. det samlede døgnforbrug for hhv. udenlandske og danske overnattende tilskuere.

Dette giver hhv. 40% og 38%, altså et resultat meget tæt på hinanden.

**Tabel 6: Forbrugskategoriopdelt døgnforbrugstal\* pr. ikke-overnattende VM-tilskuere (excl. lokale), gnst**

Forbrugskategori	Danske/kr.	**Udenlandske/kr.
Overnatning	0	0
Forplejning	23	272
Indenlandsk transport	7	11
Shopping	0	108
Udflugter & entré	0	6
Øvrige varer&tjenesteydelser	10	46
<b>I alt</b>	<b>40</b>	<b>443</b>

\* døgnforbruget er excl. entré til VM'et \*\* begrænset stikprøve og behæftet med usikkerhed

Som tilføjelse til tabel 6 kan nævnes, at en relativt større del af de udenlandske VM-tilskueres forplejning tilsyneladende finder sted på restauranter frem for i detailhandelen, hvilket forklarer en del af den store forskel i forplejningsforbrug. Det synes endvidere oplagt, at de danske VM-tilskuere på dagsbesøg medbringer egen forplejning.

Tabel 6 afslører, at dagsbesøgende udenlandske VM-tilskuere finder tid og lyst til shopping, hvorimod de danske dagstilskuere ikke har noget shoppingforbrug overhovedet.

**Tabel 7: Forbrugskategoriopdelt døgnforbrugstal\* pr. overnattende VM-atlet/leder, gnst**

Forbrugskategori	Danske/kr.**	Udenlandske/kr.
Overnatning	462	295
Forplejning	18	169
Indenlandsk transport	0	62
Shopping	168	262
Udflugter & entré	0	24
Øvrige varer&tjenesteydelser	34	160
<b>I alt</b>	<b>682</b>	<b>972</b>

\* døgnforbruget er excl. entré til VM'et \*\* begrænset stikprøve og behæftet med usikkerhed

Figur 7 afslører, at de udenlandske atleter og ledere generelt ikke er indkvarteret så dyrt som deres danske konkurrenter.

Til gengæld har de udenlandske deltagere og ledere et højere forplejningsforbrug, primært fordi de i modsætning til deres danske konkurrenter forsyner sig på restauranter.

De udenlandske hhv. danske atleter og ledere shoppingforbrug ligger relativt set på nogenlunde samme niveau, nemlig hhv. 25% og 27% af døgnforbruget. Både i absolute tal (kr. hhv. 168 og kr. 262) og målt på shoppingandel ift. døgnforbrug, er der tale om et højt shoppingforbrug blandt atleter og ledere ift. fondens tidligere effekt-målinger.

Afgrænsningen imellem shopping og øvrige varer og tjenesteydelser kan være svær at gennemskue i en interviewsituation. Derfor giver det mere mening at se på de to kategorier tilsammen ift. det samlede døgnforbrug for hhv. udenlandske og danske overnattende tilskuere.

Dette giver hhv. 43% og 30%.

**Tabel 8: Akkumuleret turismeomsætning i kr. og % af TO, fordelt på forbrugskategorier (incl. tilkoblet ferie)**

Kategori akkumuleret	Danske gæster	Udenl. gæster	I alt kr./% af TO
Overnatning	155.249	3.232.070	3.387.319 (31%)
Forplejning	22.503	2.103.570	2.126.073 (20%)
Shopping (tøj, sko mv)	60.840	2.734.594	2.795.434 (26%)
Entré udflugter mv.	0	240.370	240.370 (2%)
Øvrige varer og tjenester	28.034	1.728.468	1.756.502 (16%)
Indenlandsk transport	15.045	504.026	519.071 (5%)
<b>I alt kr.</b>	<b>281.671</b>	<b>10.543.095</b>	<b>10.824.766 (100%)</b>

Tabel 8 viser, at 31% af den samlede turismeomsætning i værtsregionen blev lagt i overnatningssektoren, som den sektor, hvor det største forbrug fandt sted. Tilsammen blev 51% af den samlede turismeomsætning i værtsregionen lagt i "forplejnings- og overnatningssektoren".

Godt 6 ud af 10 kr. forbrugt på forplejning fandt sted på restaurationer o.lign. og knap 4 ud af 10 kr. på køb af mad og drikke i detailhandelen.

Med 26% af turismeomsætningen lagt på shopping (sko, tøj, radio, tv, kameraer, ure, smykker, tasker osv.) ligger forbruget på denne kategori højt ift. fondens tidligere effektmålinger. Det er primært inden for beklædningssektoren; sko og tøj, at der ses et højt forbrug.

**Tabel 9. De enkelte aktørgruppers andel af turismeomsætningen**

Aktørgruppe	% af samlet turismeomsætning (kr/øre)
Deltagere/Ledere	7.118.068 (66%)
Tilskuere/Ledsagere	3.706.698 (34%)

Det ses af tabel 9, at deltagere og ledere fra de konkurrerende nationer tegner sig for den største del af turismeomsætningen, nemlig 66% eller knap 2/3 af den samlede turismeomsætning. Stævnet er således samfundsøkonomisk set deltagerdrevet.

Dette skal ses lyset af, at deltagere og ledere udgør 65% af totalpopulationen ved stævnet.

Med andre ord; turismeomsætningen fra deltagere og ledere er ligefrem proportionel med den andel af totalpopulationen, som deltager og ledere udgør.

Det ses ellers ofte ved fondens effektmålinger, at stævnerne er tilskuerdrevne. Og at tilskuerne omsætter for mere end man ville tro, ud fra den andel af de tilstedeværende ved stævnerne, som de udgør.

At dette ikke er tilfældet ved VM floorball (k) hænger sammen med, at de mange overnattende udenlandske atleter og ledere i gennemsnit tilbringer hele 14,5 dage i Danmark ifm. mesterskabet med et pænt gennemsnitligt døgnforbrug på kr. 972.

## **Kap. 2. - Resumé:**

Effektanalysen dokumenterer følgende hhv. bløde og hårde værdier:

### *Sammenfatning af bløde værdier:*

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

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

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

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

### Tilskuere generelt

Ud fra stikprøven var der samlet set nogenlunde lige mange kvinder og mænd blandt tilskuerne ved VM'et med en smule overvægt af kvinder. Aldersmæssigt var der set under ét flest tilskuere imellem 25-49 år, nemlig 43%. 22% var mellem 18-24 år og kun 7% over 50 år. Der var således relativt flere unge tilskuere <25 år end ved hovedparten af Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks tidligere effektmålinger.

Flest tilskuere var i følgeskab med venner til VM'et, i højere grad end sædvanligvis ved Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks tidligere effektmålinger, hvor det generelt er mest almindeligt at ankomme i familiegruppe med ægtefælle og børn.

Det samlede billetsalg til tilskuere var på 2.000 stk. (partoutkort til indledende runde omregnet til dagsbilletter), og disse billetter blev aftaget af 570 unikke tilskuere, dvs. "forskellige hoveder". Dvs. at én tilskuer i gennemsnit købte billet til 3,5 konurrencer/dage.

De fleste tilskuere indløste billet til VM'et 1-3 mdr. i forvejen, men blev bekendt med VM'et minimum 7 mdr. før stævneperioden.

Den mest udbredte bekendtskabskanal var "eget medlemskab (eller tidligere) af en floorballforening", hvilket også var det hyppigst forekommende svar på, hvilket tilhørsforhold tilskuerne havde til floorballsporten.

De tilskuere, der overnattede uden for eget hjem ifm. VM'et, overnattede alle i værtsregionen og flest i Frederikshavn (næstflest i Aalborg).

Der var blandt tilskuerne en relativt høj andel af ferietilkoblede nætter i Danmark i tilknytning til VM'et.

Til gengæld foretog flertallet af tilskuere *ikke* udflugter ifm. deres VM-ophold, men de der gjorde, valgte kommercielle udflugtsmål og i gennemsnit mere end én pr. person.

Tilskuerne udtrykte stor tilfredshed med både Arena Nord, selve VM-afviklingen og med Frederikshavn som værtsby, hvilket havde en afsmittende effekt på deres oplevelse af om VM'et levede op til deres forventninger.

De tilskuere, der havde forslag til, hvad der kunne gøre Frederikshavn til en (endnu) bedre værtsby påpegede generelt forhold som: bedre åbningstider, bedre vejr, flere tilskuere, mere liv (caféer o.lign.), mere oplysning om VM'et i byen, bedre udvalg i grillen tak, for langt værk.

#### Danske tilskuere/ledsagere (=samlebegreb for lokale og interregionale tilskuere)

78% af de interregionale tilskuere har "overvejet eller har allerede besøgt" Frederikshavn, før VM'et bragte dem til byen, og 2 ud af 3 af disse har konkret været i Frederikshavn før.

Hele 83% af de interregionale tilskuere er dagsturister, dvs. at de kører til og fra VM'et og ingen overnatninger har uden for eget hjem pga. VM'et.

Alle overnattende interregionale tilskuere bliver i værtsregionen ifm. VM'et, og størstedelen i selve Frederikshavn.

VM'et genererede 60 overnatninger og 221 dagsbesøg fra interregionale tilskuere incl. ferienætter.

De interregionale tilskuere, der overnattede i værtsregionen ifm. VM'et, havde hver i gennemsnit 3,2 overnatninger i værtsregionen inkl. tilkoblede feriedøgn.

21% af de interregionale tilskuere overvejer at foretage udflugter ifm. VM'et (ingen svarer ja).

Hovedparten af de interregionale tilskuere, der har associationer til værtsregionen på forhånd, forbinder Region Nord med sport.

20% af de interregionale tilskuere kobler ferienætter på VM-opholdet.

De danske tilskuere ankommer overvejende til VM'et sammen med venner.

De mest udbredte bekendtskabskanal af de danske tilskuere er "via nationalt forbund-/lokal floorballforening" efterfulgt af "via familie og venner".

Flest, nemlig godt 50%, af de danske tilskuere blev bekendt med VM'et minimum 7 måneder i forvejen.

Flest blandt de danske VM-tilskuere besluttede at købe billet til VM'et i Frederikshavn 1-3 mdr. i forvejen. Dvs. at købsbeslutningen for størstepartens vedkommende ikke fulgte umiddelbart efter det tidspunkt, hvorpå VM-tilskuerne blev bekendt med VM'et.

Flest danske tilskueres tilhørsforhold til floorballsporten skyldes "eget medlemskab eller tidligere medlemskab af en floorballforening" (nemlig 53%).

Mht. evalueringen af Arena Nord som konkurrencested er 95% af de danske tilskuere meget godt eller godt tilfredse. Det tilsvarende tal mht. selve afviklingen af VM'et er 85%. De kvalitative uddybninger af svarene er ikke gengivet her, idet mange af dem er sammenfaldende med nedenstående uddybning af Frederikshavn som værtsby.

80% af de danske tilskuere er enten meget godt eller godt tilfreds med Frederikshavn som værtsby.

Hovedtrækkene i de kvalitative udsagn om Frederikshavns forbedringspotentiale er:

- *bedre åbningstider og mere liv (caféer osv.)*
- *mere oplysning om VM'et i byen (hos de handlende)*
- *bedre udvalg i grillen tak*
- *for langt væk*
- *geografisk placering måske ikke hensigtsmæssig men jo ikke til at ændre på!*
- *større interesse og opbakning*
- *flere diskoteker og barer*
- *flere arrangementer om aftenen tak*
- *billigere priser*
- *der er hvad man kan forvente af en by med Frederikshavns størrelse*
- *et rigtigt godt ishockeyhold*

På spørgsmålet om hvorvidt tilskuerne oplevede at få "value for money" er ja-svarprocenten for de interregionale tilskueres vedkommende 72%.

#### Udenlandske tilskuere/ledsagere

Hver tredje udenlandske tilskuer har været i Danmark før. Dette skal ses i lyset af, at lige knap halvdelen af tilskuerne kommer fra nærmarkederne Sverige og Norge, heraf kommer alene de 43% fra Sverige.

De udenlandske tilskuere, der har været i Danmark før, kom for 44% vedkommende hertil "to explore the country as a leisure tourist", efterfulgt af 20% der kom hertil "to participate in or watch a major international sports event". Øvrige svar findes i bilag 7.

Mht. de udenlandske tilskuere, der ikke har været i Danmark før, svarer flest (34%), at de forbinder Danmark med "relaxed atmosphere", næstflest (32%) "natural beauty".

Et flertal blandt de udenlandske tilskuere har ikke nogle forhåndsassociationer til værtsregionen (54%). De relativt få udenlandske tilskuere, der føler sig i stand til at besvare spørgsmålet om hvilke associationer, de har på forhånd til værtsregionen, svarer primært "natural beauty" og "relaxed atmosphere".

Mht. besøgsintentioner, svarer 36% af de udenlandske tilskuere, der ikke har været i Danmark før, at de har overvejet at besøge Danmark og 5% måske, før VM'et bragte dem hertil. Det tilsvarende tal for Frederikshavn er hhv. 12% og 18%.

De udenlandske tilskuere, for hvem VM-besøget var et førstegangsbesøg i Danmark blev spurgt, om de så anderledes på Danmark og danskerne efter således nu at have stiftet bekendtskab med landet og befolkningen. Dette svarede kun 14% eller godt hver 7. udenlandske tilskuer ja til. Begrundet med "Danes are very helpful and friendly", "Danes are very relaxed and laid back", "architecture is beautiful" mv.

Kun 14% af de udenlandske tilskuere er dagsturister.

Alle overnattende udenlandske tilskuere overnatter i værtsregionen ifm. VM'et, og størstedelen i selve Frederikshavn.

Flest udenlandske tilskuere overnatter på hotel (65%) og næstflest i lejet sommerhus (25%).

32% eller ca. hver tredje udenlandsk tilskuer svarer ja til spørgsmålet om, at de har foretaget eller vil foretage udflugter ifm. VM-opholdet. Skagen er helt klar lokomotivet, idet 2 ud af 3 udenlandske tilskuere, som foretager udflugter ifm. VM-opholdet, vælger Skagen. De udenlandske tilskuere, der foretager sightseeing, bruger i gennemsnit 398 kr. på det, og blandt alle foretagne udflugter er 78% kommercielle.

37% af de udenlandske VM-tilskuere kobede ferie på opholdet i Danmark. Til sammenligning kobede 16% af tilskuerne ved VM fodbold 2006 i Tyskland ferie på deres fodboldophold.

De udenlandske tilskuere ankommer overvejende til VM'et sammen med venner.

De mest udbredte bekendtskabskanal er "via nationalt forbund/lokal floorballforening" (44%) efterfulgt af "via familie og venner" (39%).

Et flertal af de udenlandske VM-tilskuere, nemlig hele 64%, blev bekendt med, at VM'et skulle afholdes, minimum 7 måneder i forvejen.

Flest blandt de udenlandske VM-tilskuere besluttede at købe billet til VM'et i Frederikshavn 1-3 mdr. i forvejen. Dvs. at købsbeslutningen for størstepartens vedkommende ikke fulgte umiddelbart efter det tidspunkt, hvorpå VM-tilskuerne blev bekendt med VM'et.

41% angiver "eget medlemskab eller tidligere medlemskab af en floorballforening" som det hyppigst angivne svar på tilhørsforhold til floorballsporten.

Mht. evalueringen af Arena Nord som konkurrencested er 98% af de udenlandske tilskuere meget godt eller godt tilfredse. Det tilsvarende tal mht. selve afviklingen af VM'et er 82%. De kvalitative uddybninger af svarene er ikke gengivet her, idet mange af dem er sammenfaldende med nedenstående uddybning af Frederikshavn som værtsby.



73% er enten meget godt eller godt tilfreds med Frederikshavn som værtsby men nævner følgende forbedringspotentiale.

- maybe more transports for elderly women
- maybe more parties
- *more spectators* in the arenas
- bedre skiltning til arenaen og til VM'et
- more bars and discos please
- need more info for English speaking tourists
- the weather is bad, miss sauna in hotel Hermann Bang
- would have been better in Copenhagen
- more attractive things
- *bedre vej*
- rebuild the town
- more spectators over the week
- *bedre åbningstider*
- small town with little else to do

På spørgsmålet om hvorvidt de udenlandske tilskuere oplevede at få "value for money?" er ja-svar-procenten 81%.

12% af de udenlandske tilskuere kunne godt tænke sig at komme tilbage til værtsregionen, 60% kunne godt tænke sig at komme tilbage til Danmark som sådan.

VM'et genererede 3.197 overnatninger og 206 dagsbesøg i værtsregionen fra udenlandske tilskuere incl. ferienætter.

De udenlandske tilskuere, der overnattede i værtsregionen ifm. VM'et, havde hver i gennemsnit 9,8 overnatninger i værtsregionen inkl. tilkoblede feriedøgn.

#### Danske atleter/ledere

Der er ikke målt på danske atleter og ledere, idet stikprøven var for lille, men der blev skabt 262 overnatninger fra danske atleter/ledere.

#### Udenlandske atleter/ledere

68% eller 2 ud af 3 af de udenlandske atleter/ledere havde ikke været i Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

96% rejser som del af en delegation, 5% med ægtefælle, 2% med venner og 2% med andre familiemedlemmer end ægtefælle. 5% rejser alene. Der er afgivet 1,12 svar pr. respondent.

45% af de udenlandske atleter/ledere, der har været i Danmark før, begrundet det med "to participate in or watch a major international sports event" efterfulgt af 30% med "to explore the country as a leisure tourist" som bevæggrund.

Mht. hvilke associationer de udenlandske atleter og ledere får, når talen falder på Danmark, er der flest respondenter, nemlig 28%, der svarer "cold climate", tæt fulgt af "sport" med 26%. Denne atlet-/ledermåling afskiller sig fra målingen af de udenlandske tilskuere, der havde "relaxed atmosphere" og "natural beauty" øverst på listen.

De tilsvarende målinger for værtsregionen viser, at hele 71% af svarene falder på "don't know". Disse udenlandske atleter og ledere får altså ingen associationer, når de hører ordet "Frederikshavn". De fleste af de, der får associationer, nævner "natural beauty" (29%).

14% af de udenlandske atleter/ledere har allerede havde haft Frederikshavn inde i overvejelserne som muligt besøgsmaal (eller har allerede besøgt byen), før VM'et bragte dem dertil. Hver tiende udenlandske atlet/leder har allerede konkret besøgt Frederikshavn.

Mht. besøgsintentioner, svarer 24% af de udenlandske atleter/ledere, der ikke har været i Danmark før, at de havde overvejet at besøge Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

32% af de udenlandske atleter og ledere, for hvem VM-besøget var deres 1. gangsbesøg i Danmark, svarer ja til, at de havde ændret syn på Danmark og danskerne efter VM-besøget. Begrundet med: friendly and accepting, high spirited happy, colder climate than expected, very cultural, food more expensive, culture is very quaint, more open and friendly, warm.

Alle udenlandske atleter og ledere overnatter uden for eget hjem ifm. mesterskabet og alle i værtsregionen, Region Nord. Heraf overnatter 72% i Frederikshavn.

VM'et genererede 7.104 overnatninger i Region Nord fra udenlandske atleter/ledere incl. ferienætter.

Alle disse overnatninger er kommercielle og flest på hotel (om end hotelandelen ikke er specifikt målt, men ifg. arrangørerne er størst).

VM-atleter/lederne, der overnatter i værtsregionen ifm. VM'et, har hver i gennemsnit 14,5 overnatninger i værtsregionen inkl. tilkoblede feriedøgn.

24% af de udenlandske atleter og ledere tilkobler ferie på deres VM-ophold, flest i København (næst efter værtsregionen), hvilket er en relativt høj ferietilkoblingsgrad blandt udenlandske atleter og ledere ift. Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks tidligere effektmålinger.

Udflugtsfrekvensen for de udenlandske atleter og ledere var 28%, og Skagen topper listen over udflugtsmaal med 64% af ja-sigerne til udflugter, som også tilfældet var med udenlandske tilskuere valg af udflugtsdestination(er). Der er tale om en høj grad af kommercielle udflugter (86%) både ift. de udenlandske tilskuere (78%) og ift. Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks tidligere målinger. De, der foretager sightseeing, bruger i gennemsnit 242 kr. på det.

Mht. evalueringen af Arena Nord som konkurrencested er 92% af de udenlandske atleter/ledere meget godt eller godt tilfredse. Det tilsvarende tal mht. selve afviklingen af VM'et er 80%. De kvalitative uddybninger af svarene er ikke gengivet her, idet mange af dem er sammenfaldende med nedenstående uddybning af Frederikshavn som værtsby.

76% af de udenlandske VM-atleter/ledere er enten meget godt eller godt tilfreds med Frederikshavn som værtsby.

Hovedtrækkene i de kvalitative udsagn om Frederikshavns forbedringspotentiale er:

- *more floorball gear for sale please*
- *there are no souvenir shops around*
- ok but boring
- more shops, restaurants open
- the smell of manure is not that sweet..
- closer accommodations
- meals for players provided at the arena
- more advertisements for the event
- a hospital
- more connections through public transportation and attending taxi phone in English!

Mht. "value for money" svarer 80% af de udenlandske atleter og ledere ja. En rød tråd i de 9% nej-svar er at respondenterne finder det for dårligt, at de skal betale for at se finalerne!

Kun 4% af de udenlandske atleter og ledere kunne godt tænke sig at komme tilbage til værtsregionen, 23% kunne godt tænke sig at komme tilbage til Danmark som sådan.

Denne undersøgelse adskiller sig fra de fleste af fondens tidligere ved det, at atleter og ledere i nogen grad giver sig tid til at "lege turister" ifm. deres deltagelse i VM'et. Dette ses bl.a. af den relativt høje andel, der tilkobler ferie (24%) samt af den relative pæne shoppingandel af disses døgnforbrug (27%).

#### Sammenfatning af hårde værdier:

VM floorball 2007 i Frederikshavn genererede en samlet turismeomsætning i Danmark på *godt 10,8 mio. kr.* Der var tilsyneladende ingen fortrængningseffekt at tage hensyn til (=at modregne).

Af de knap 11 mio. kr. er hele 97% udenlandsk. De knap 11 mio. kr. inkluderer tilkoblet ferie til VM-opholdet, der isoleret set beløber sig til ca. kr.1 mio. i alt.

Turismeomsætningen medførte qua multiplikatorprocessen en række afledte effekter på såvel værtsregionen som øvrige Danmark. Bl.a. en samlet bruttoværditilvækst på 7,3 mio. kr. og 22 årsværk. Samt et offentligt provenu på totalt set kr. 4,4 mio. kr., hvoraf alene 3,7 mio. kr. svarende til 84% tilkommer staten. Kommunerne i værtsregionen (og Region Nord) løb med kr. 400.000 kr. og øvrige Danmark med kr. 300.000.

*Overnatningssektoren og forplejningssektoren tegner sig for 51% af den samlede turismeomsætning, hvilket er i den lavere ende sammenholdt med fondens tidligere effektmålinger, hvorimod shoppingandelen på 26% er relativt høj.*

Atleter og ledere tegner sig for den største del af turismeomsætningen, nemlig 66%, hvorved man kan sige, at *VM'et var deltagerdrevet*.

Til sammenligning var fondens senest målte sportsevents ligeligt fordelt mellem hhv. "deltagerdrevet" (D) og "tilskuerdrevet" (T): EM orienteringsløb 2004 (D), EM atletik veteraner 2004 (D), EM bordtennis 2005 (T) og VM idrætsgymnastik 2006 (T).

Der blev i alt lagt 10.623 overnatninger i Danmark ifm. VM'et samt 428 dagsbesøg.

De interregionale overnattende VM-tilskuere havde det højeste gennemsnitlige døgnforbrug, nemlig 1.385 kr.

Gennemsnitsdøgnforbruget for *alle VM-gæster set under ét er kr. 977*, hvilket er på højde med niveauet ved Sport Event Danmarks/Idrætsfonden Danmarks seneste 2 undersøgelser fra hhv. EM bordtennis 2005 og VM idrætsgymnastik 2006.

## **Bilag 1 – Line-modellen og multiplikator kredsløbet**

LINE modellen beregner, på basis af en tilført turismeomsætning i en værtregion, de afledte direkte, indirekte og inducerede samfundsøkonomiske effekter for selve regionen, samt for det øvrige Danmark.

De direkte afledte effekter stammer således fra turisternes umiddelbare forbrug af varer og tjenesteydelser (fx overnatning, restaurant, shopping). De indirekte afledte effekter stammer fra turisternes indirekte forbrug hos underleverandører (fx engros, forretningsservice mv.). Mens den afledte inducerede effekt, er effekterne ved at den øgede beskæftigelse medfører et øget privatforbrug og dermed øget provenu, beskæftigelse etc.

Generelt gælder, at de direkte effekter udgør to tredjedele af de samlede afledte effekter på værditilvækst, beskæftigelse og provenu, mens de indirekte og inducerede effekter udgør den resterende tredjedel.

Der ud over gælder, at for begivenhedsskabt turismeomsætning fra indenlandske (danske) deltagere, er de afledte effekter for landet omtrent nul, mens der vil være en positiv effekt for værts- og forsyningsregionerne. Dette skyldes, at et øget indenlandsk forbrug i én region (som følge af en begivenhed), blot vil resultere i et tilsvarende lavere forbrug i et andet. Med andre ord flytter en koncert i Horsens forbrug fra København til Horsens, men den gør ikke landet Danmark rigere, hvis der ikke er udenlandske deltagere blandt publikum.

Stammer den begivenhedsskabte turismeomsætning derimod fra udenlandske deltagere, vil effekten være positiv for såvel værts- og forsyningsregionerne, som for resten af landet. Dette skyldes, at det udenlandske forbrug, havde det ikke været for begivenheden, ikke ville være havnet i Danmark. Dette er en rimelig antagelse, al den stund at kun deltagere, for hvem begivenheden er den primære til besøget i værtsregionen, medregnes.

For yderligere beskrivelse af LINE se "Opbygning af turismedatabank og regional-økonomisk modellering af turisme", AKF (1997).

## BILAG 2 – Stikprøve vs. totalpopulation

### Stikprøve

137 udenlandske svar (=69%)

63 danske svar (=31%)

200 svar i alt

<u>Aktørgruppe</u>	<u>DK</u>	<u>Udenlandske</u>	<u>Ialt</u>
Tilskuere/ledsagere	60	87	147 heraf 59% udenl.
Atleter/ledere	<u>3</u>	<u>50</u>	53, heraf 94% udenl.
	<u>63</u>	<u>137</u>	<u>200</u> heraf 69% udenl.

### Totalpopulation

Arrangørerne har ikke specifikke oplysninger om andelen af danske hhv. udenlandske aftagere af billetter, men skønner, at en fordeling 40 hhv. 60% er et realistisk bud. Altså en overvægt udenlandsk billetsalg, hvilket ikke er det samme som, at antallet af udenlandske unikke tilskuere ift. danske nødvendigvis er 60:40 (de fleste tilskuere køber mere end én billet til sig selv, og de udenlandske oftere flere end de danske).

<u>Aktørgruppe</u>	<u>DK</u>	<u>Udenlandske</u>	<u>Ialt</u>
Tilskuere/ledsagere	260*	310	570 heraf 54% udenl.
Atleter/ledere	27	539	566 heraf 95% udenl.
Friv. hj. og officials	315**	16	321 heraf 5% udenl.
Pressefolk	52	53	105 heraf 50% udenl.
Øvrige	<u>45</u>	<u>5</u>	50 heraf 10% udenl.
Ialt i totalpopulationen	<u>699</u>	<u>923</u>	<u>1622</u> heraf 57% udenl.

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

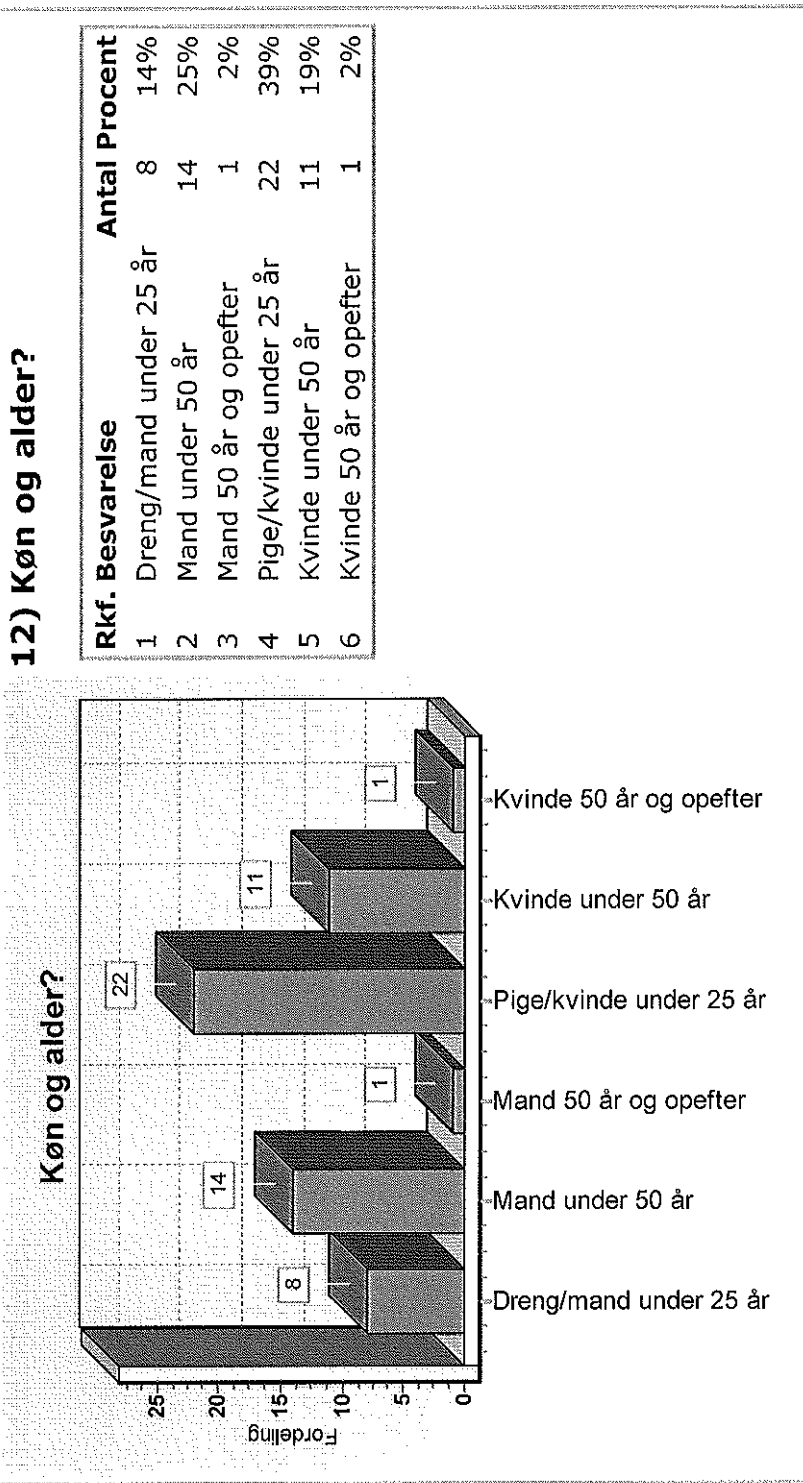
\*\* heraf 283 lokale, der *ikke* indgår i beregningerne i denne rapport

**BILAG 3. Køn/alder – personlige interviews**  
**Danske tilskuere**

Herunder vælges det/de spørgsmål og svar, som rapporterne skal filtreres på

12) Køn og alder?

 **BILAG 3**  



 Vis udskrift

 Eksporter

 2D/3D

 Luk



## **BILAG 4. Geografisk fordeling personlige interviews**

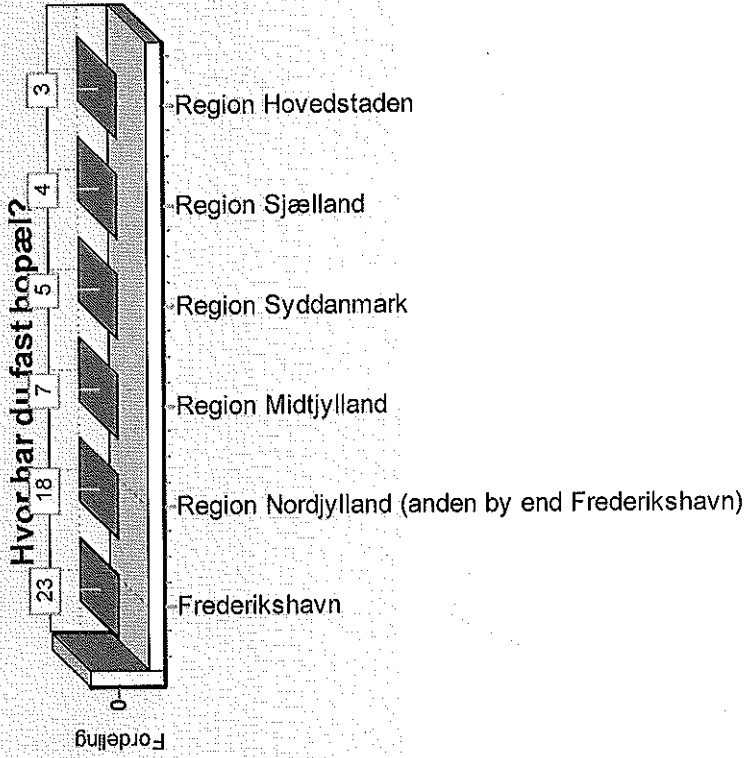
### **Danske tilskuere**

Herunder vælges det/de spørgsmål og svar, som rapporterne skal filtreres på

2) Hvor har du fast bopæl?

BILAGY

## 2) Hvor har du fast bopæl?



Rkf. Besvarelse	Antal	Procent
1 Frederikshavn	23	38%
2 Region Nordjylland (anden by end Frederikshavn)	18	30%
3 Region Midtjylland	7	12%
4 Region Syddanmark	5	8%
5 Region Sjælland	4	7%
6 Region Hovedstaden	3	5%

Vis udskrift

Eksporér

2D/3D

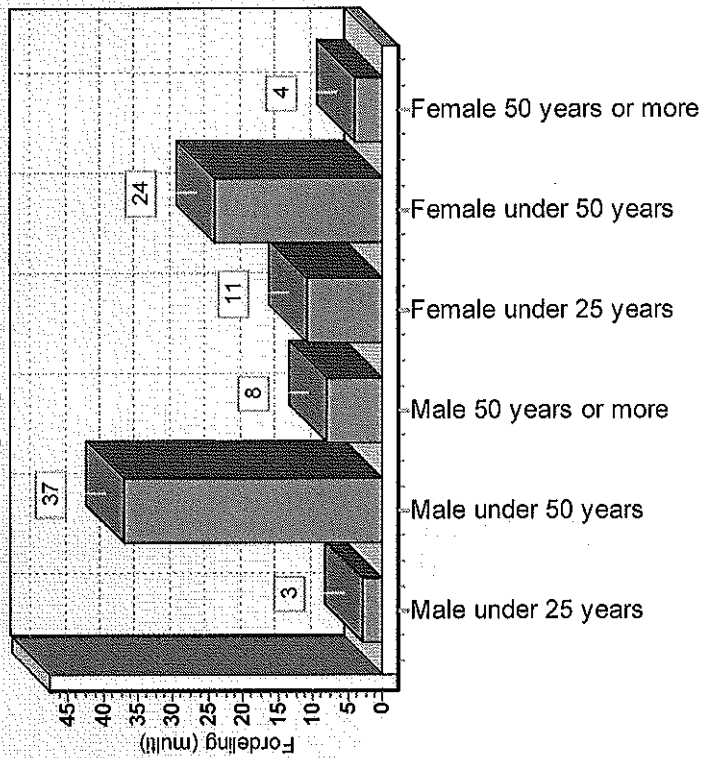
Luk

## **BILAG 5. Køn/alder – personlige interviews**

### **Udenlandske tilskuere**

54 Bilag 5

### 12) Age/gender



Rkf.	Besvarelse	Antal	Procent
1	Male under 25 years	3	3%
2	Male under 50 years	37	43%
3	Male 50 years or more	8	9%
4	Female under 25 years	11	13%
5	Female under 50 years	24	28%
6	Female 50 years or more	4	5%

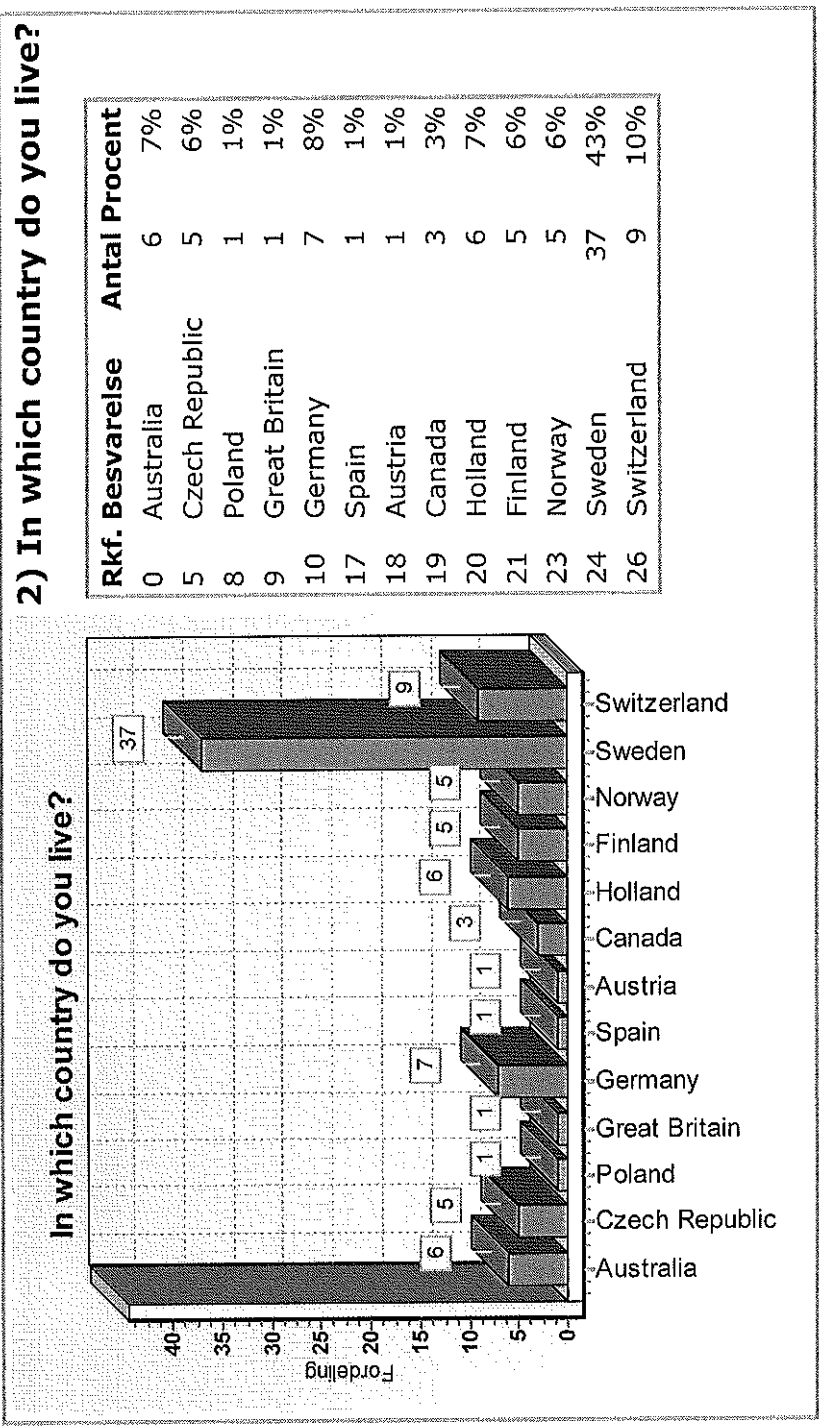
Vis udskrift Eksporter 2D/3D Luk

## **BILAG 6. Geografisk fordeling personlige interviews Udenlandske tilskuere**

Herunder vælges det/de spørgsmål og svar, som rapporterne skal filtreres på

2) In which country do you live? *BILAG 6*

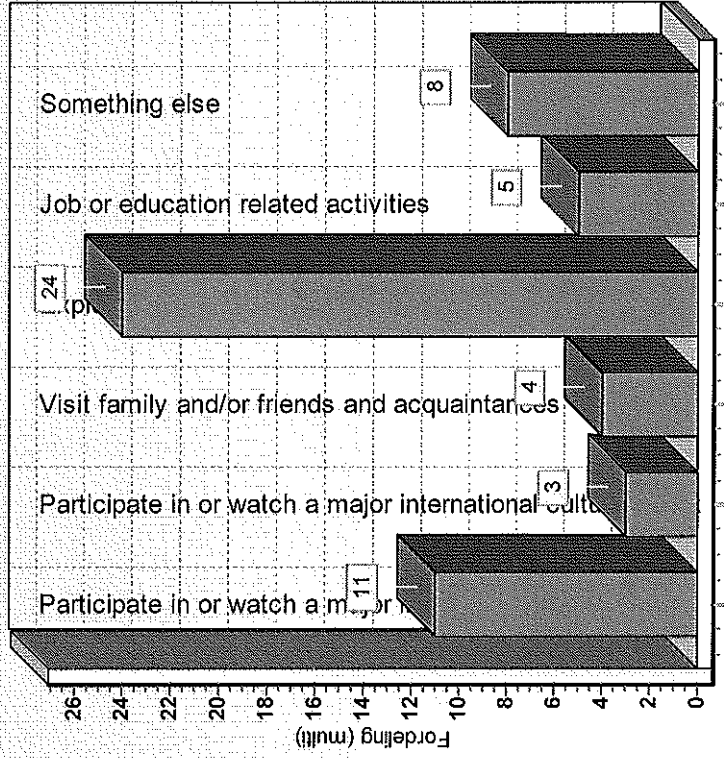
[Filter options]



## **BILAG 7. Udenlandske tilskueres årsag til 1.gangsbesøg i Danmark – personlige interviews**



**5) If not, what was the main reason for your first visit to Denmark then?**



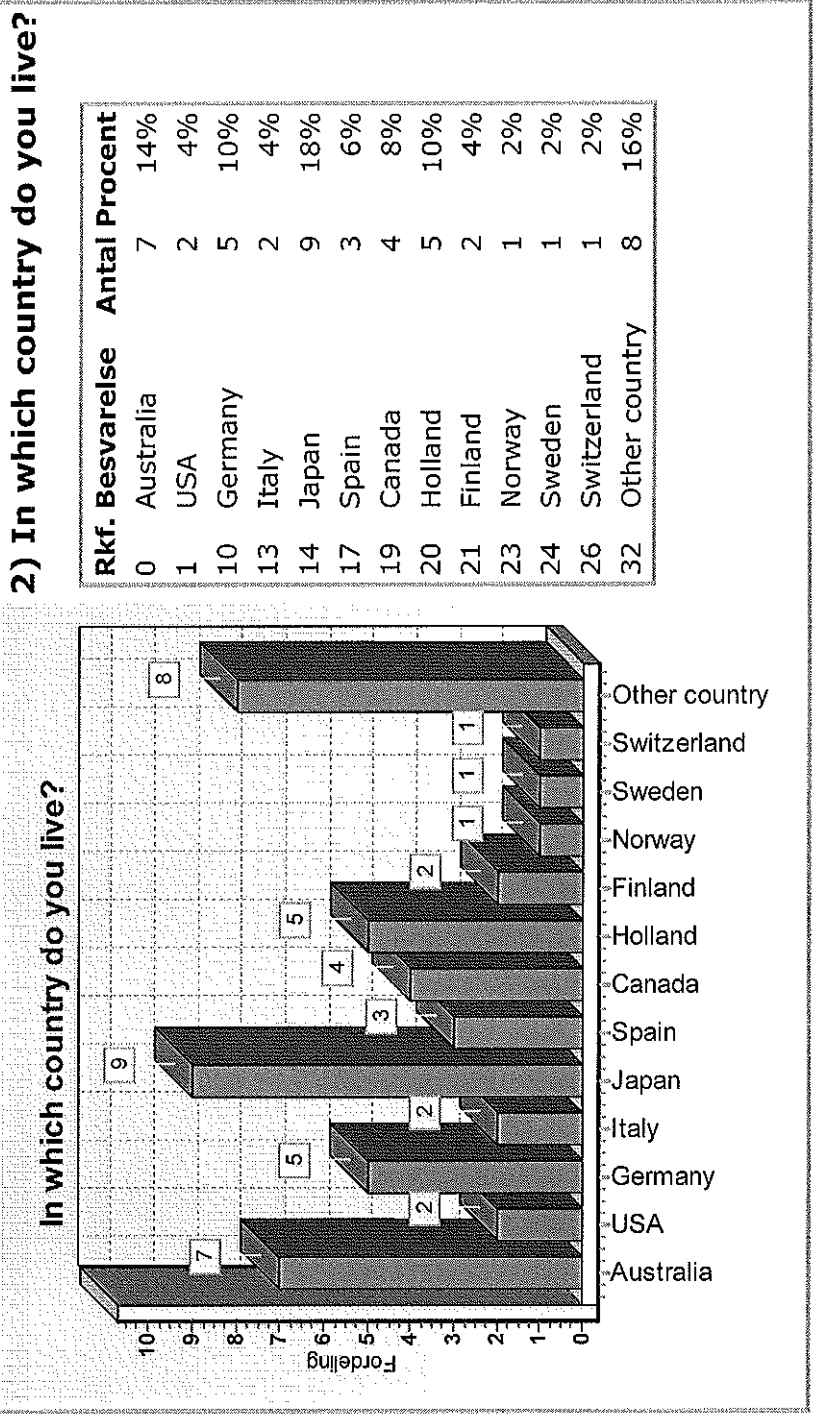
Rkf.	Besvarelse	Antal	Procent
1	Participate in or watch a major international sports event	11	20%
2	Participate in or watch a major international cultural event	3	5%
3	Visit family and/or friends and acquaintances	4	7%
4	Explore the country as a leisure tourist (holidays)	24	44%
5	Job or education related activities	5	9%
6	Something else	8	15%



## **BILAG 8. Geografisk fordeling personlige interviews Udenlandske atleter og ledere**

Herunder vælges det/de spørgsmål og svar, som rapporterne skal filtreres på

2) In which country do you live? *GI A 8*

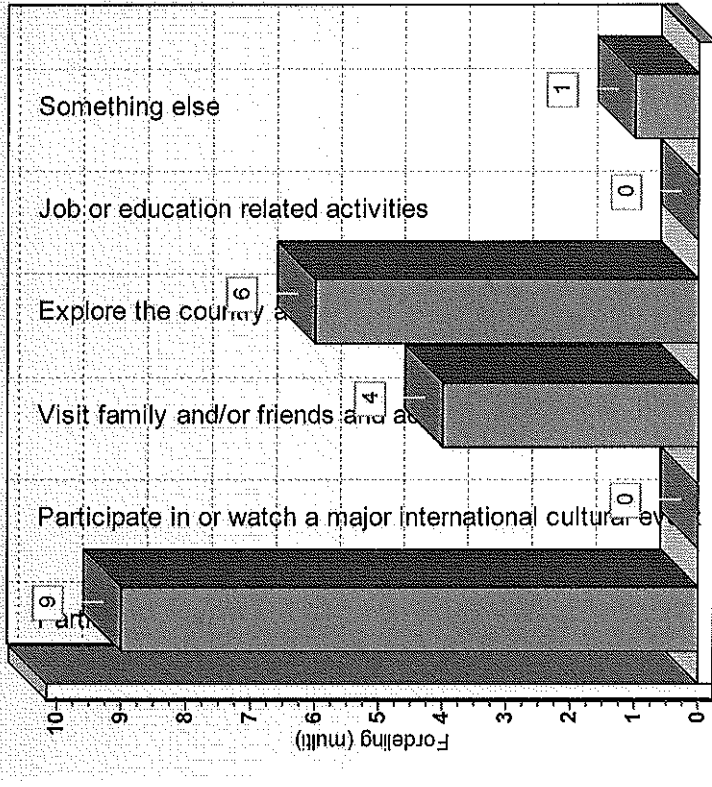


Vis udskrift Eksporter 2D/3D Luk

## **Bilag 9 Udenlandske atleter/lederes årsag til 1.gangsbesøg i Danmark – personlige interviews**



5) If not, what was the main reason for your first visit to Denmark then?



Rkf.	Besvarelse	Antal	Procent
1	Participate in or watch a major international sports event	9	45%
2	Participate in or watch a major international cultural event	0	0%
3	Visit family and/or friends and acquaintances	4	20%
4	Explore the country as a leisure tourist (holidays)	6	30%
5	Job or education related activities	0	0%
6	Something else	1	5%

Vis udskrift Eksporter 2D/3D Luk