TURISTEKONOMISK MÄTNING

EM i Bordtennis 2023, MALMÖ

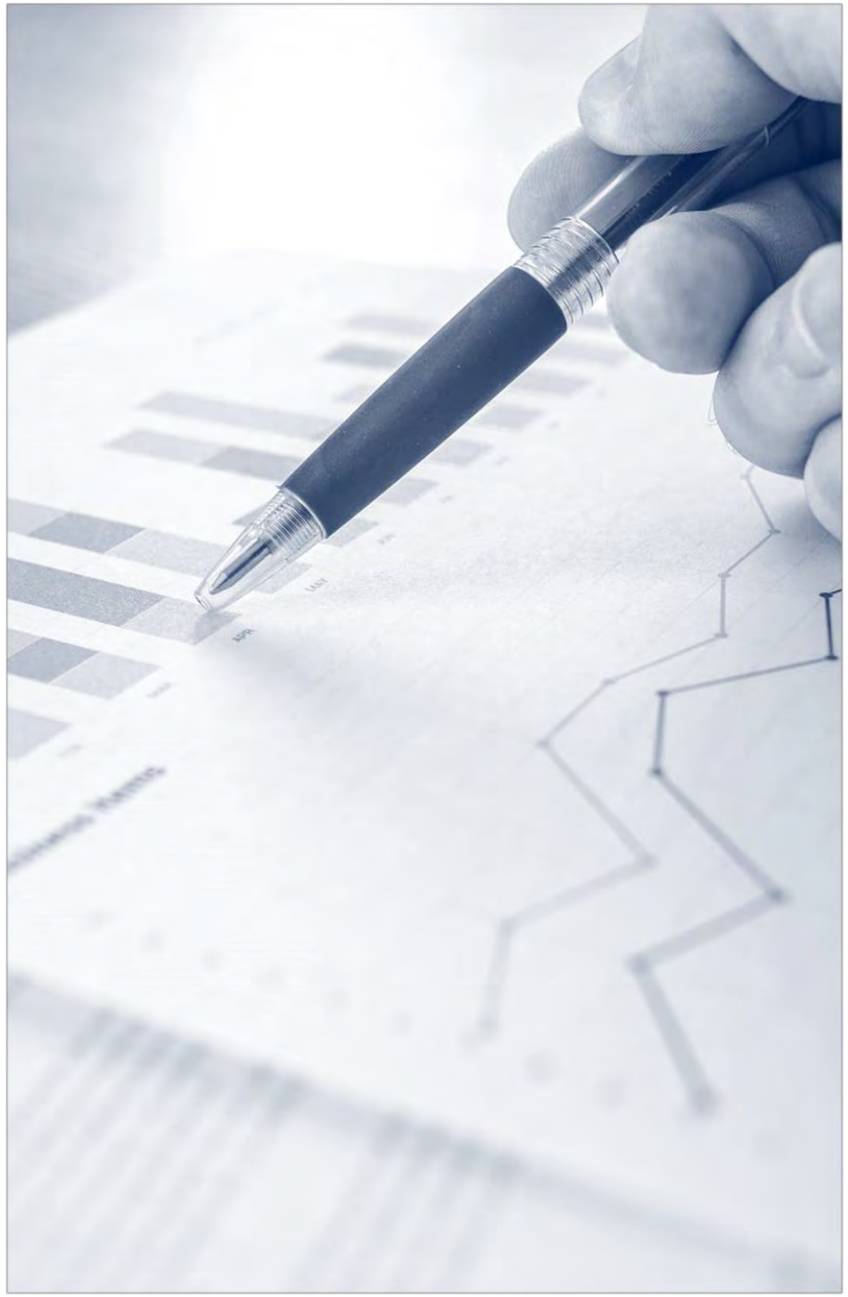
SYFTE & AVGRÄNSNINGAR

Studien är en utvärdering av de turistekonomiska effekter som tillförs Malmö kommun till följd av EM i Bordtennis. Studien tar sin utgångspunkt i det tillflöde av turister och den konsumtion som annars inte skulle ägt rum (om det ej vore för evenemanget).

Studien omfattas av följande avgränsningar:

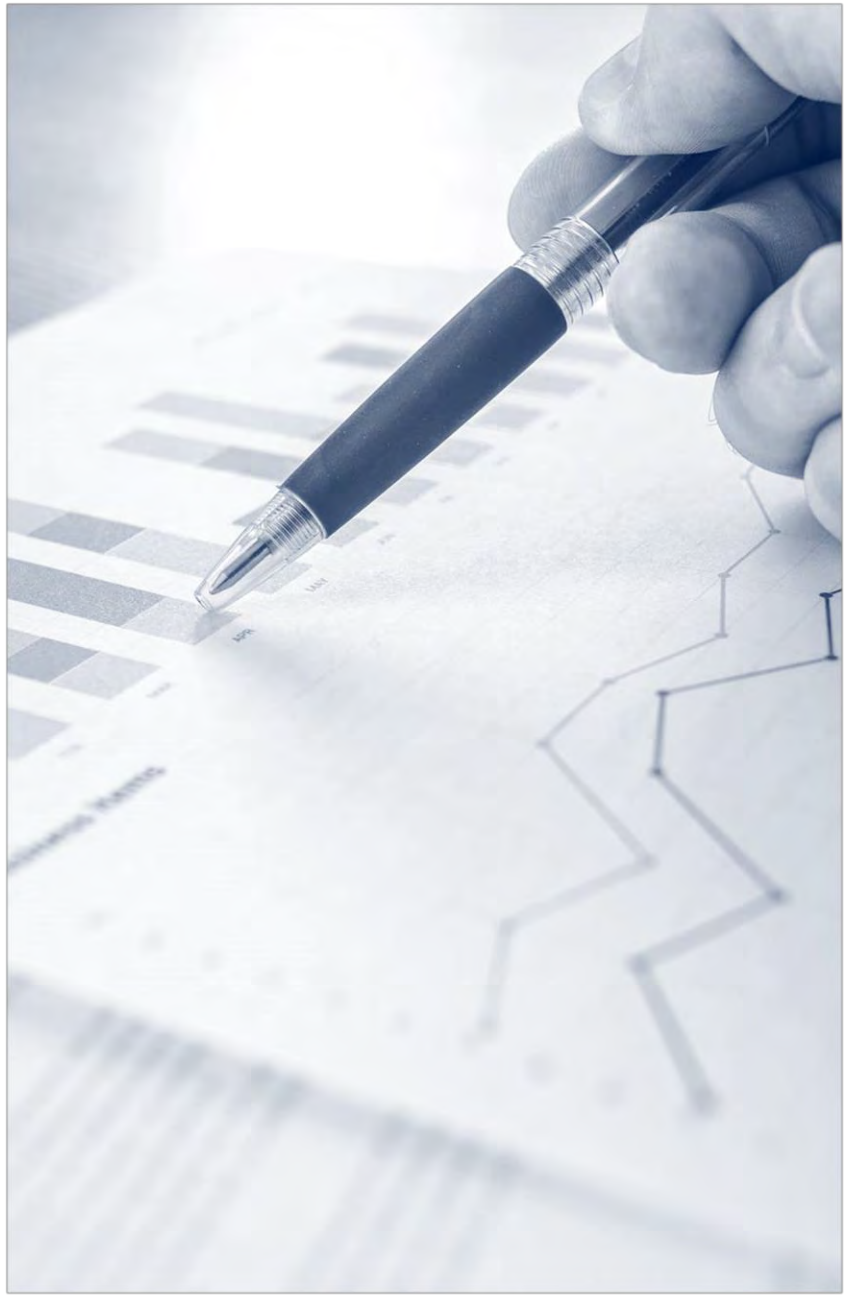
- Studien tar endast hänsyn till den del av den direkta konsumtionen som är att hänföra till turisternas konsumtion, och tar alltså inte hänsyn till lokal konsumtion eller regionens investeringar i infrastruktur, etc.
- Studien mäter enbart målgruppen publik, och omfattar tex inte spelare, ledare, press/media eller sponsorernas konsumtion kopplat till evenemanget.
- Studien redovisar en bruttokonsumtion, och tar ej hänsyn till skatteutjämningseffekter eller annan omfördelningspolitisk påverkan.
- Studien redovisar ej heller vad den ekonomiska konsumtionen motsvarar i termer av arbetstillfällen, då dessa normalt är av temporär karaktär (projekt/tim-anställning) och sällan ej är beständiga.
- Undersökningen genomförs på svenska och engelska, vilket kan exkludera vissa besökare från möjligheten att medverka i studien.

Kvantifiering av nyckeltal till hela populationen är väsentlig för beräkning av den turistekonomiska omsättningen. Uppdragsgivaren försåg Upplevelseinstitutet med uppgifter om antal sålda biljetter till evenemanget (redovisat per matchdag) samt med erforderligt urval (mejladresser) till utskicket av enkäten.



MÅLGRUPPER & METOD

Målgrupp:	Samtlig publik som besökte matcher i EM i Bordtennis i Malmö. Män och kvinnor från 15 år och äldre.
Urval:	Uppdragsgivaren tillhandahöll urval över biljettköpare via biljettbokningssystem som lämnat medgivande till att bli kontaktade.
Metod:	Det genomfördes en på-plats undersökning omfattande 611 intervjuer där besöksdata samlades in för att säkerställa viktiga nyckeltal om besöksgrupper. Därtill genomfördes en webbenkät omfattande 485 genomförda intervjuer med besökare där djupare information om vistelsen, konsumtion, mm samlades in. Det gjordes 1.877 utskick vilket ger en svarsfrekvens om 26%. Fältperiod 20/9-2/10, 2023.
Uppdragsgivare:	Uppdragsgivare är SBTF Event AB i samarbete med Malmö kommun.
Projektledare:	Fredrik Rubin, Upplevelseinstitutet i Sverige AB

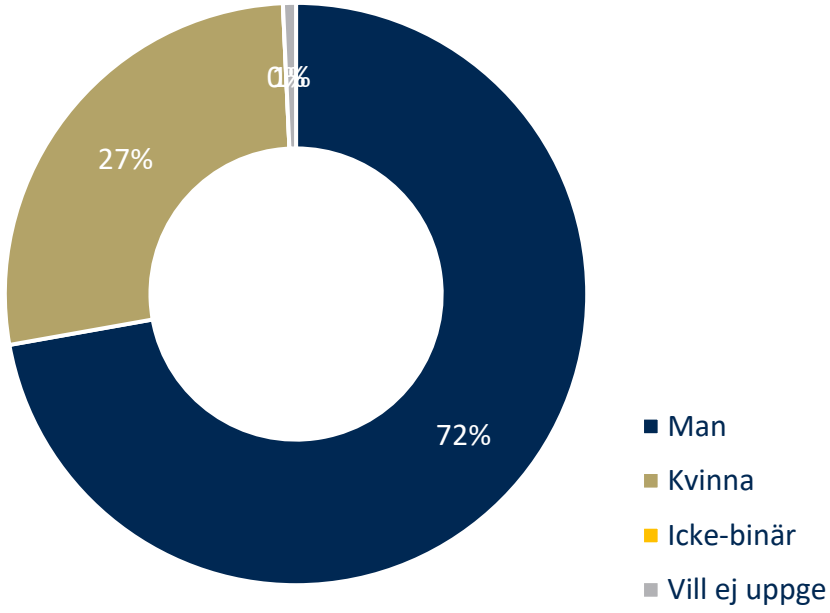


Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

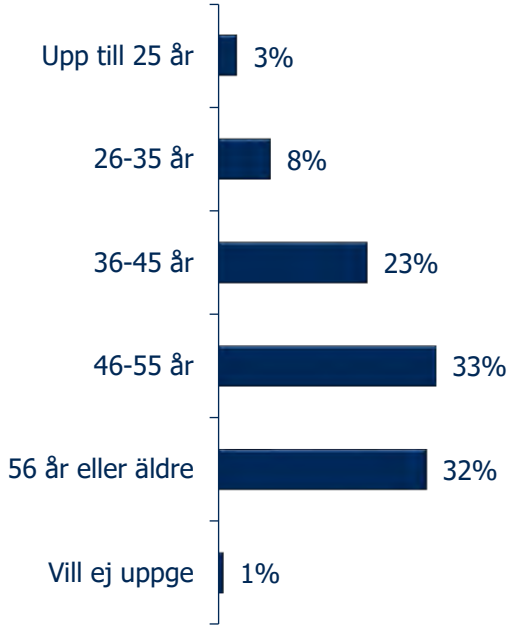
DEMOGRAFI – PUBLIK (WEBB)

BAS: SAMTLIGA

Kön



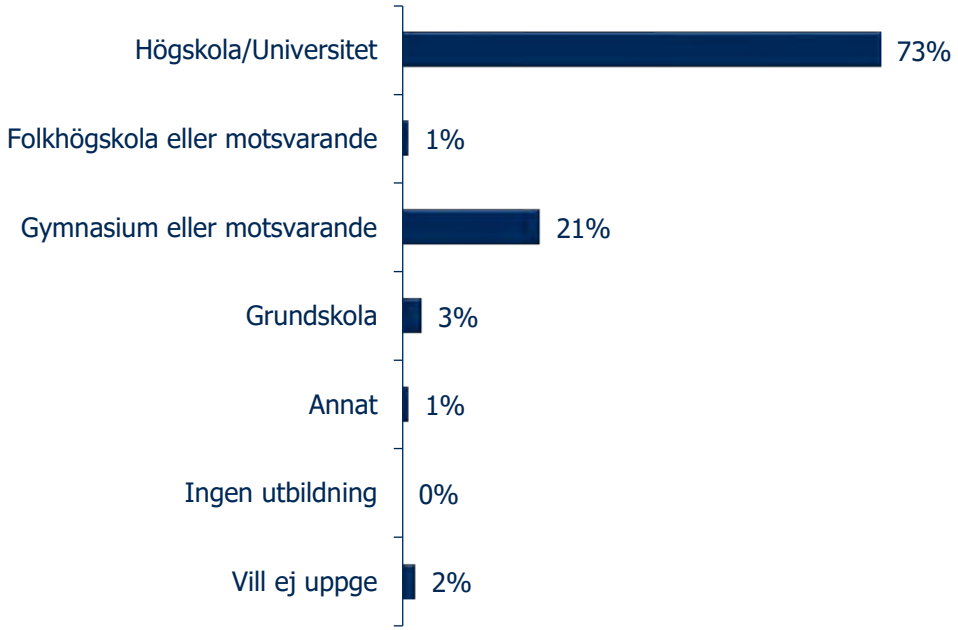
Ålder



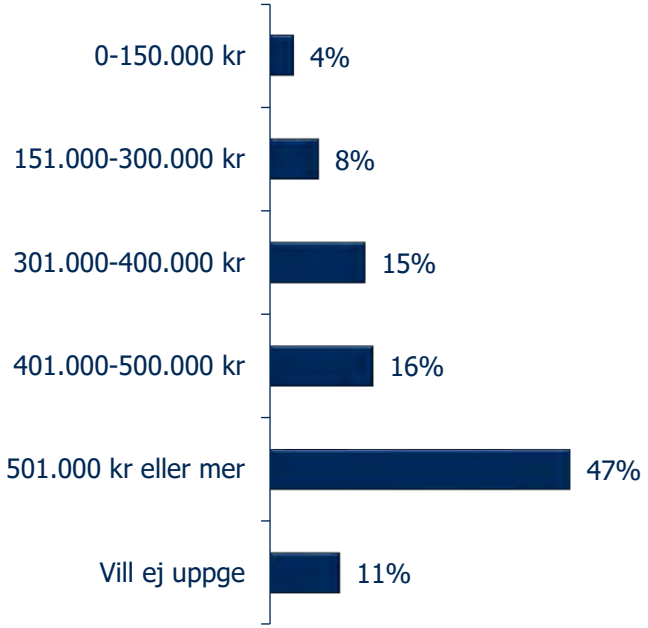
DEMOGRAFI – PUBLIK (WEBB)

BAS: SAMTLIGA

Utbildning



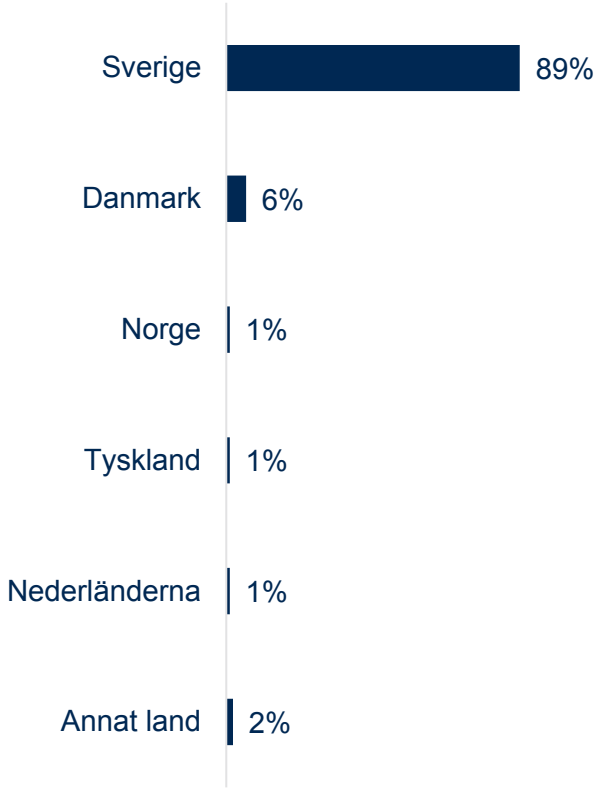
Personlig årsinkomst (brutto)



DEMOGRAFI – PUBLIK (WEBB)

BAS: SAMTLIGA

Land

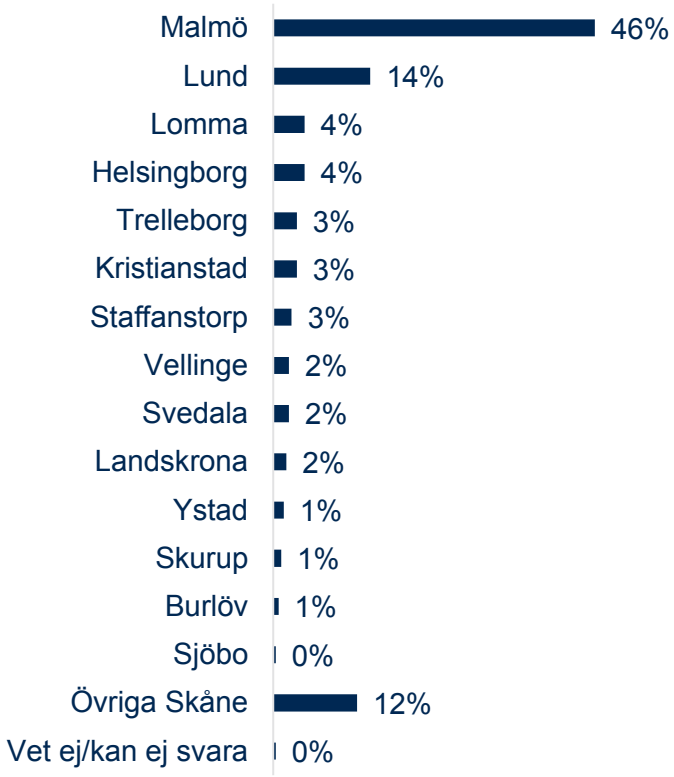


BAS: DE FRÅN SVERIGE

Län

BAS: DE FRÅN SKÅNE LÄN

Kommun



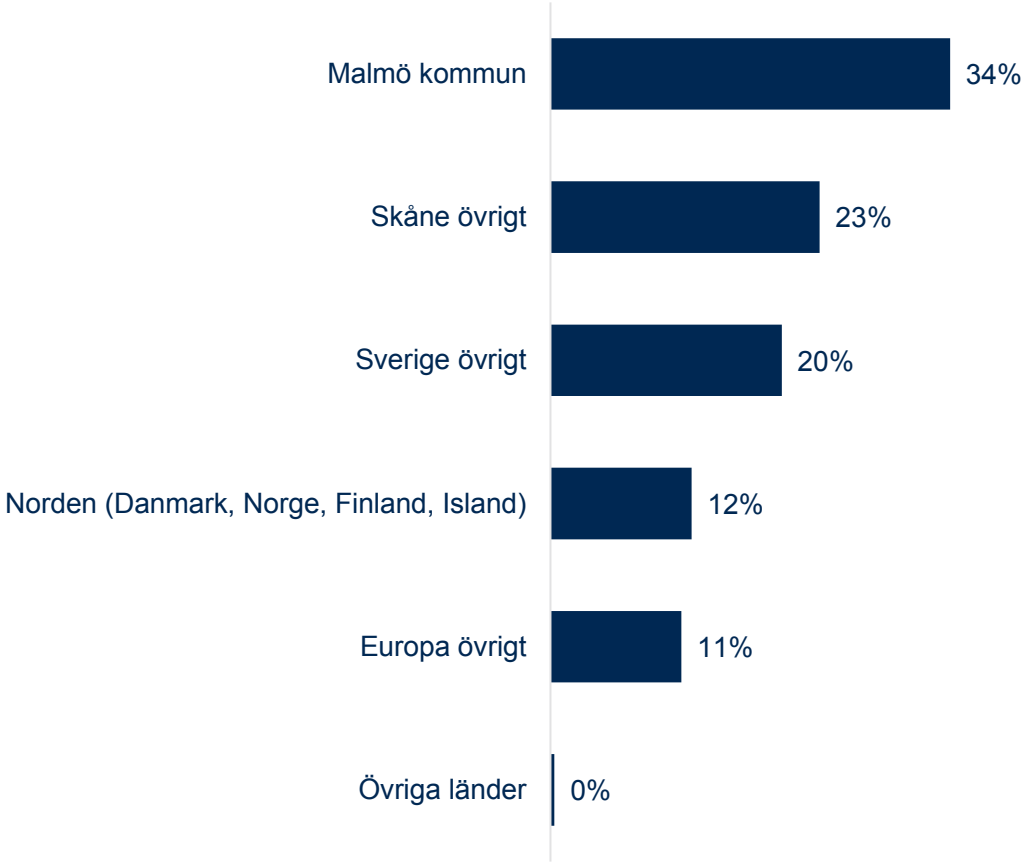
25% av respondenterna är lokalt boende i Malmö kommun, resterande 75% är turister

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA (PÅ-PLATS)

Var kommer du ifrån?



Fördelning per matchdag

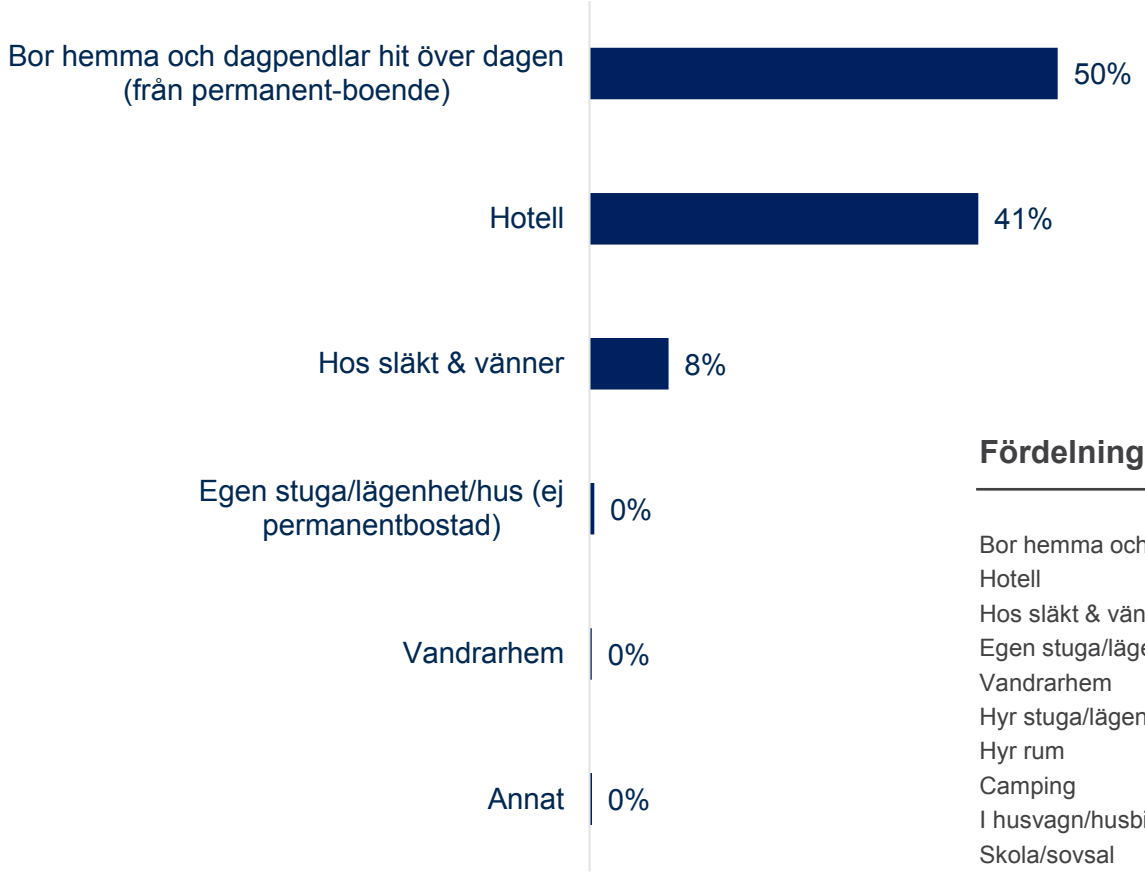
	10-sep	11-sep	14-sep	15-sep	16-sep	17-sep
Övriga länder	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Europa övrigt	10%	16%	8%	10%	18%	7%
Norden	3%	21%	16%	19%	5%	5%
Sverige övrigt	24%	20%	21%	18%	22%	12%
Skåne övrigt	26%	16%	18%	19%	26%	40%
Malmö kommun	36%	26%	37%	35%	29%	36%
Publik:	914	1098	1072	1673	2450	2763

Enligt den officiella statistiken så hade Malmö ca 10.617 publikbesök (därtill skall läggas ca 1.000 med ackreditering) under EM i Bordtennis. 34% av publiken kom lokalt från Malmö kommun, medan 23% kom från annan kommun i Skåne län, 20% från Sverige i övrigt, 12% från övriga nordiska länder och 11% från annat land i Europa. Turistandelen låg på 66% medan exportandelen låg på 23%. Notera att det ej genomfördes på-plats-intervjuer 13/9 men dessa besökare antas haft samma fördelning som övriga dagar.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA TURISTER (PÅ-PLATS)

Hur bor du i samband med besöket till Malmö?



Fördelning per matchdag

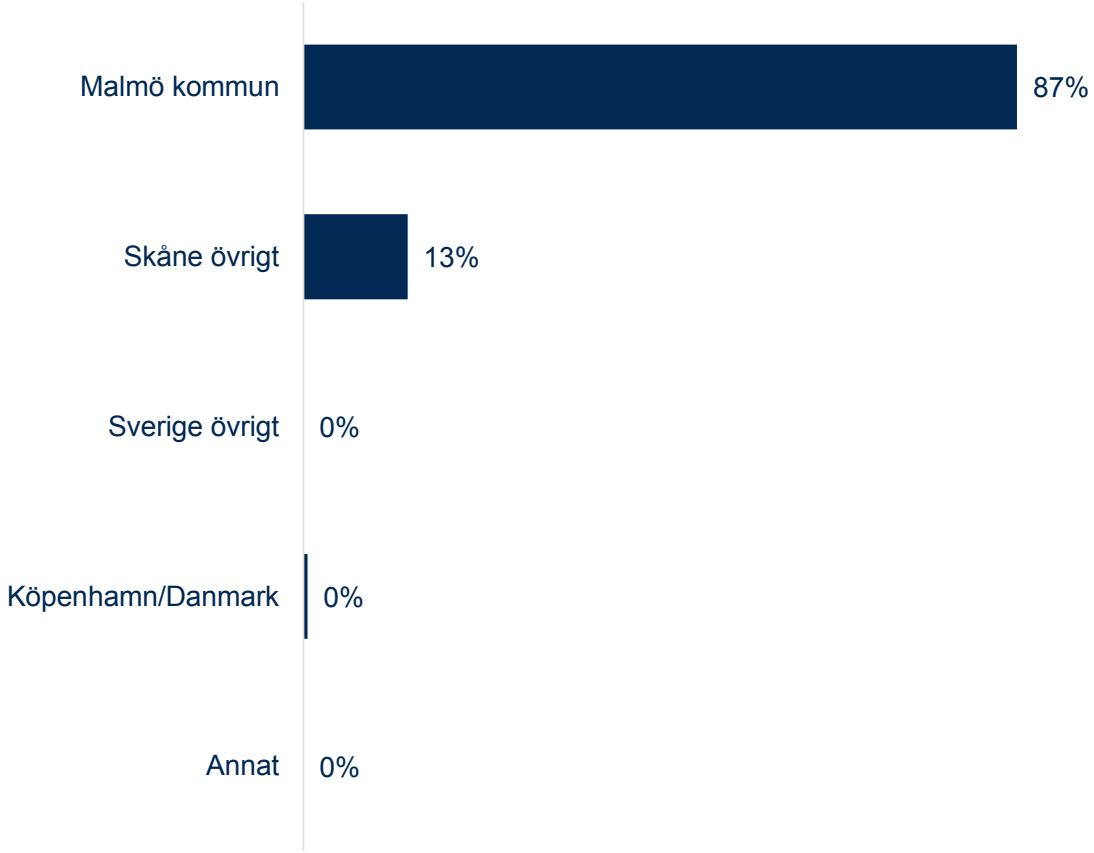
	10-sep	11-sep	14-sep	15-sep	16-sep	17-sep
Bor hemma och dagpendlar hit över dagen	48%	37%	51%	50%	39%	77%
Hotell	38%	50%	39%	42%	53%	21%
Hos släkt & vänner	14%	12%	8%	7%	9%	2%
Egen stuga/lägenhet/hus (ej permanentbostad)	0%	0%	2%	0%	0%	0%
Vandrarhem	0%	0%	0%	1%	0%	0%
Hyr stuga/lägenhet/hus	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Hyr rum	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Camping	0%	0%	0%	0%	0%	0%
I husvagn/husbil på parkering(i naturen	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Skola/sovsal	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Annat	0%	2%	0%	0%	0%	0%

50% av turisterna var dagpendlare, dvs de återvände hem till sin permanentbostad på kvällen. Resterande 50% övernattade i samband med besöket; vilka fördelas på 41% som övernattade kommersiellt och 8% som hade hittat icke-kommersiella alternativ.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: ÖVERNATTANDE TURISTER (PÅ-PLATS)

Var bor du i samband med besöket till Malmö?



Fördelning per matchdag

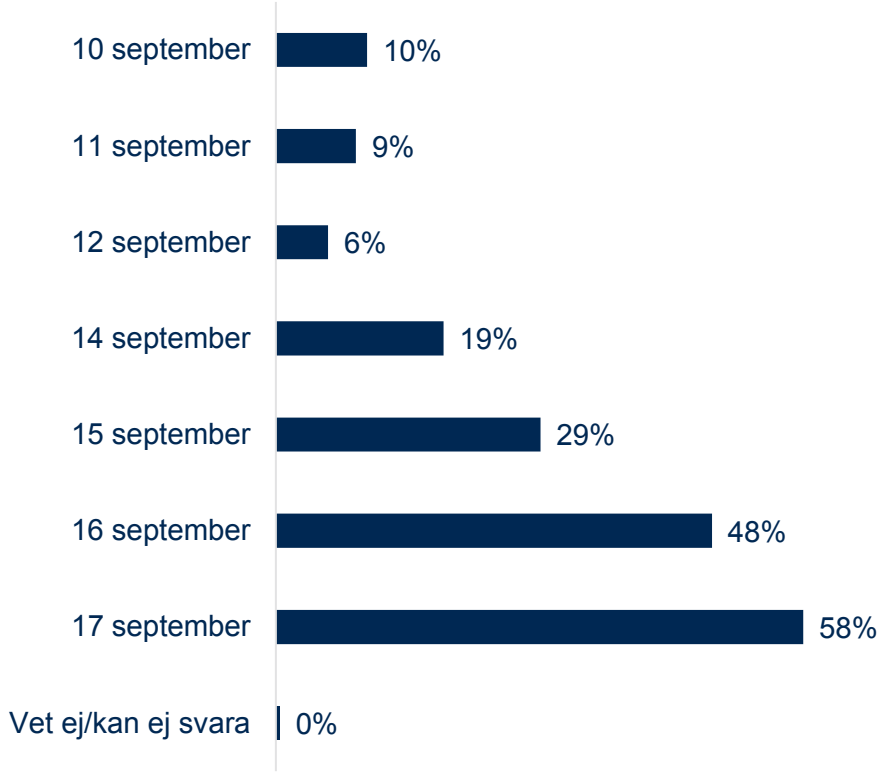
	10-sep	11-sep	14-sep	15-sep	16-sep	17-sep
Malmö kommun	83%	88%	87%	86%	86%	100%
Skåne övrigt	17%	12%	11%	14%	14%	0%
Sverige övrigt	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Köpenhamn/Danmark	0%	0%	2%	0%	0%	0%
Annat	0%	0%	0%	0%	0%	0%

87% av övernattarna övernattade i Malmö kommun medan 13% bodde i annan kommun inom Skåne län.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Vilka matchdagar i Malmö besökte du (dvs hade biljett och var på arenan) i samband med Bordtennis-EM?
(fyll i alla de matchdagar där du hade biljett)

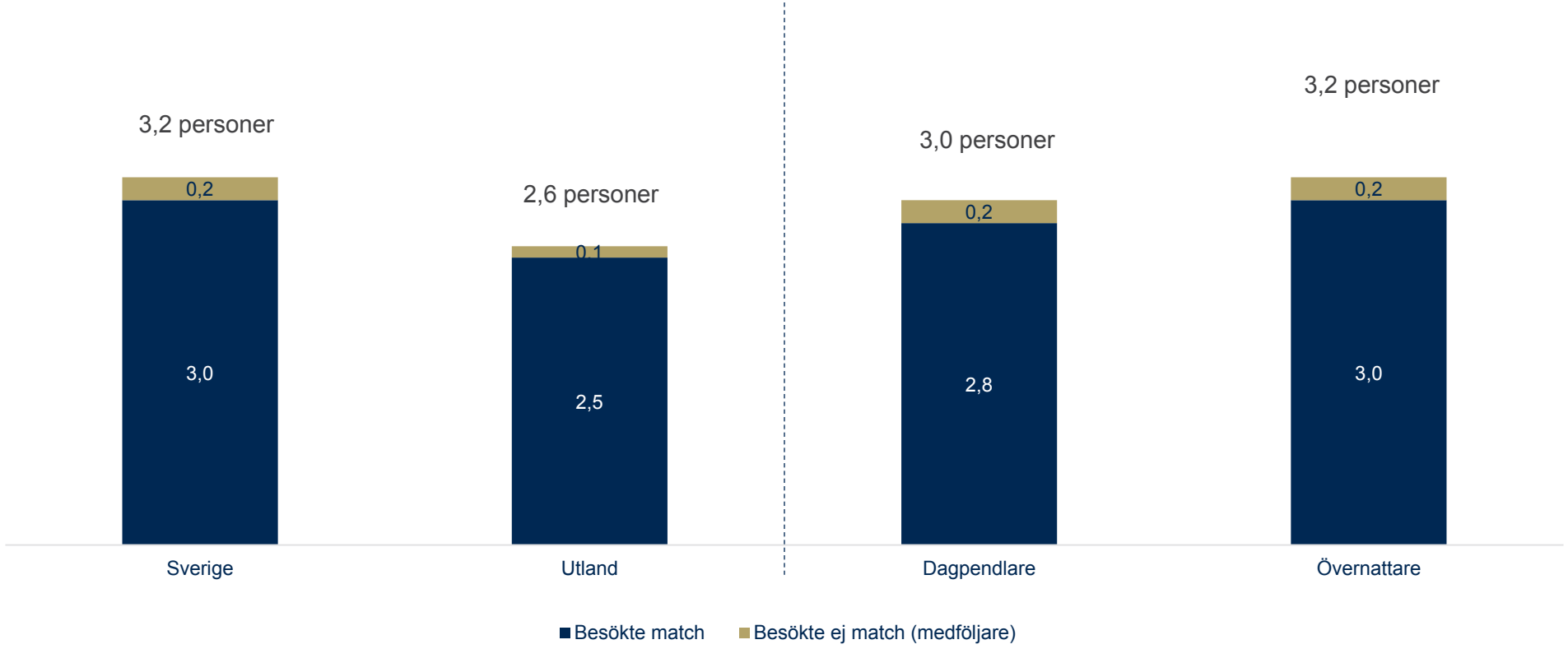


Den genomsnittlige besökaren besökte 1,8 dagar av Bordtennis-EM i Malmö. Dagpendlarna besökte i snitt 1,4 dagar medan övernattarna besökte 2,5 dagar.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Hur många personer var ni i ert resesällskap då du besökte Malmö i samband med Handbolls-VM? Med sällskap menas de personer med vilka du planerade och genomförde vistelsen i Malmö med.
(Glöm inte att räkna med dig själv)

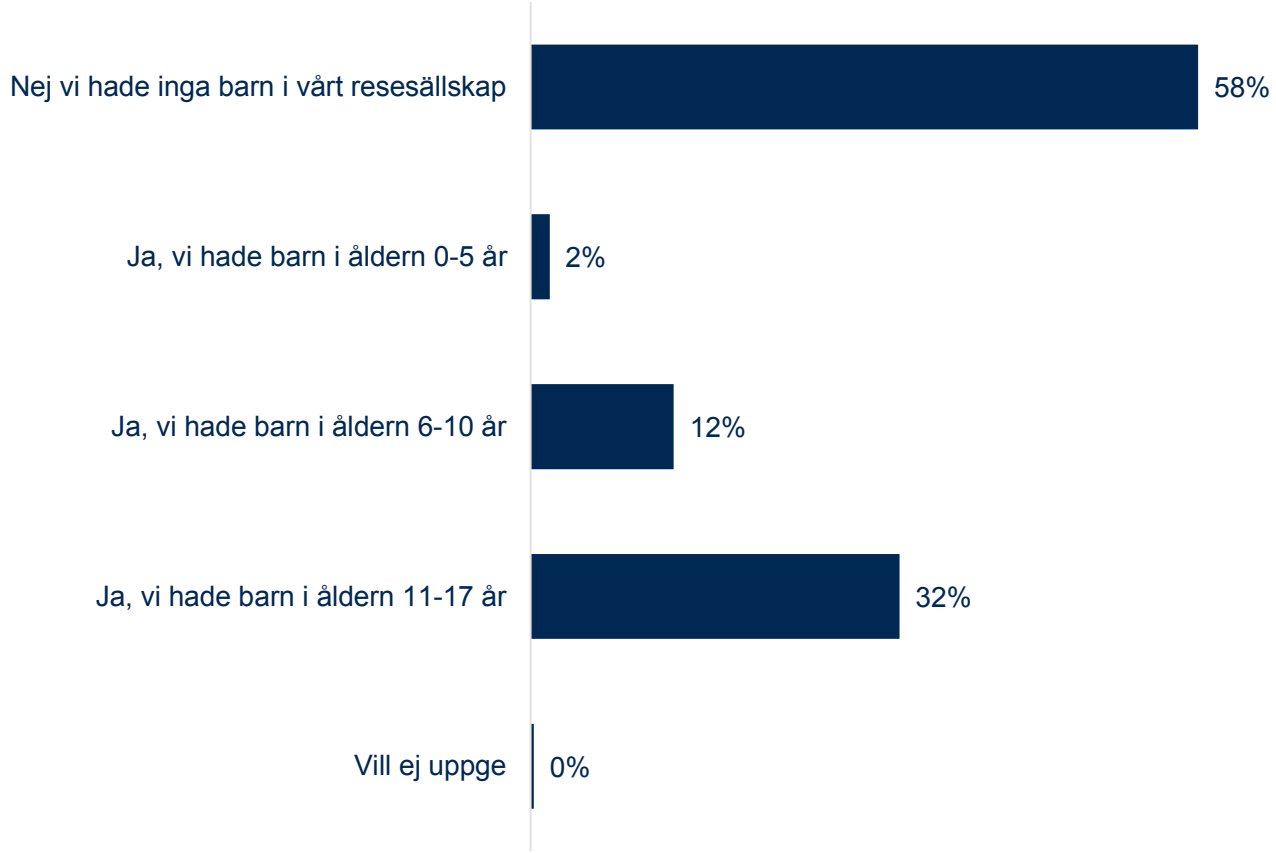


Den genomsnittlige dagpendlaren kom i sällskap om 3,0 personer av vilka 2,8 besökte match och 0,2 var medföljare till Malmö utan att besöka någon match. Övernattarna kom i något större sällskap där 3,0 personer besökte match och 0,2 var medföljare.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Hade ni barn i resesällskapet, och i så fall i vilka åldersgrupper är barn?
Som barn räknas personer som ej är fyllda 18 år. (du kan uppge flera svar)

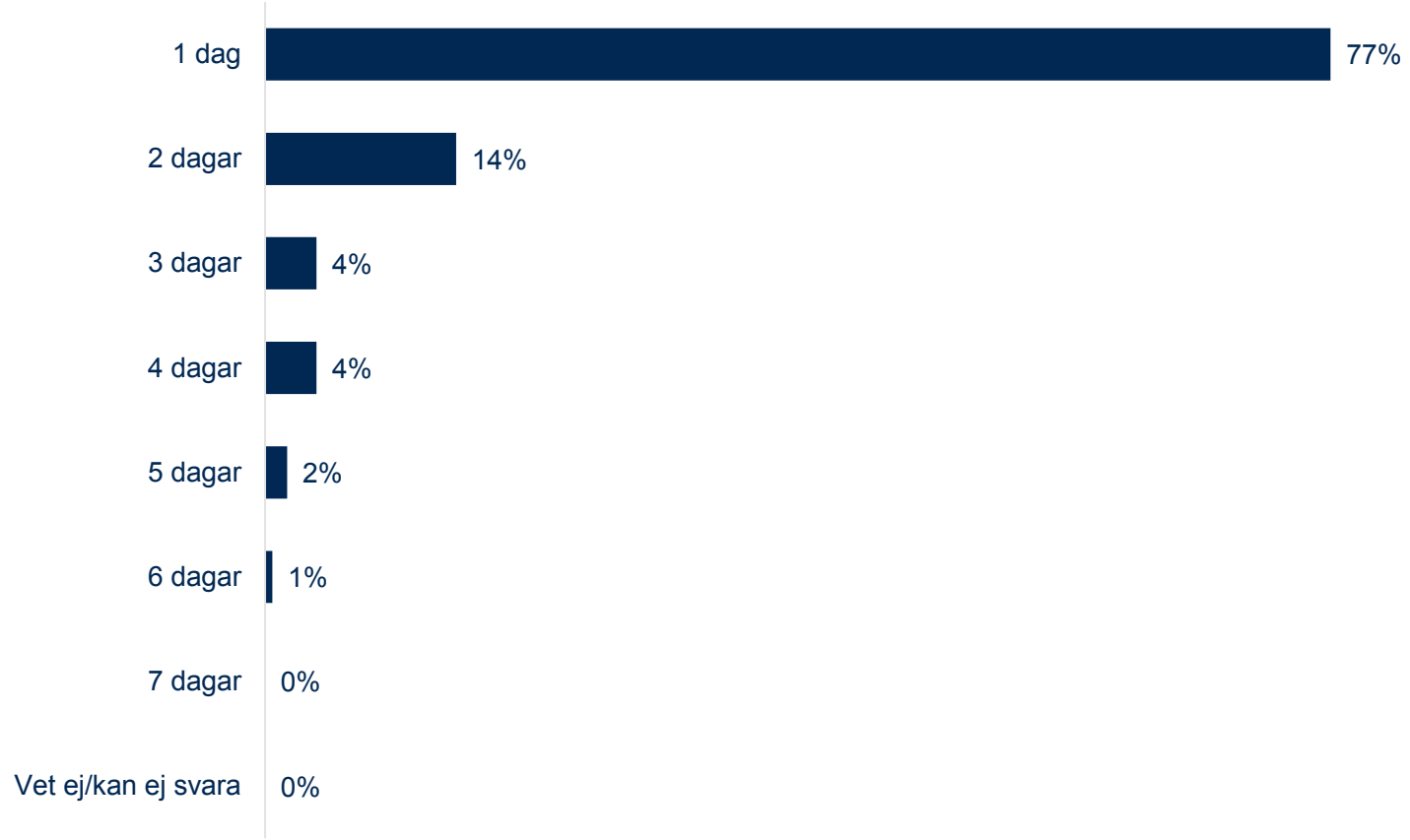


42% av turisterna hade ej med sig barn i samband med besöket till Malmö. De som hade barn med sig hade företrädesvis lite äldre barn.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA DAGPENDLANDE TURISTER (WEBB)

Hur många dagar besökte du Malmö och tittade på matcher i samband med Bordtennis-EM?

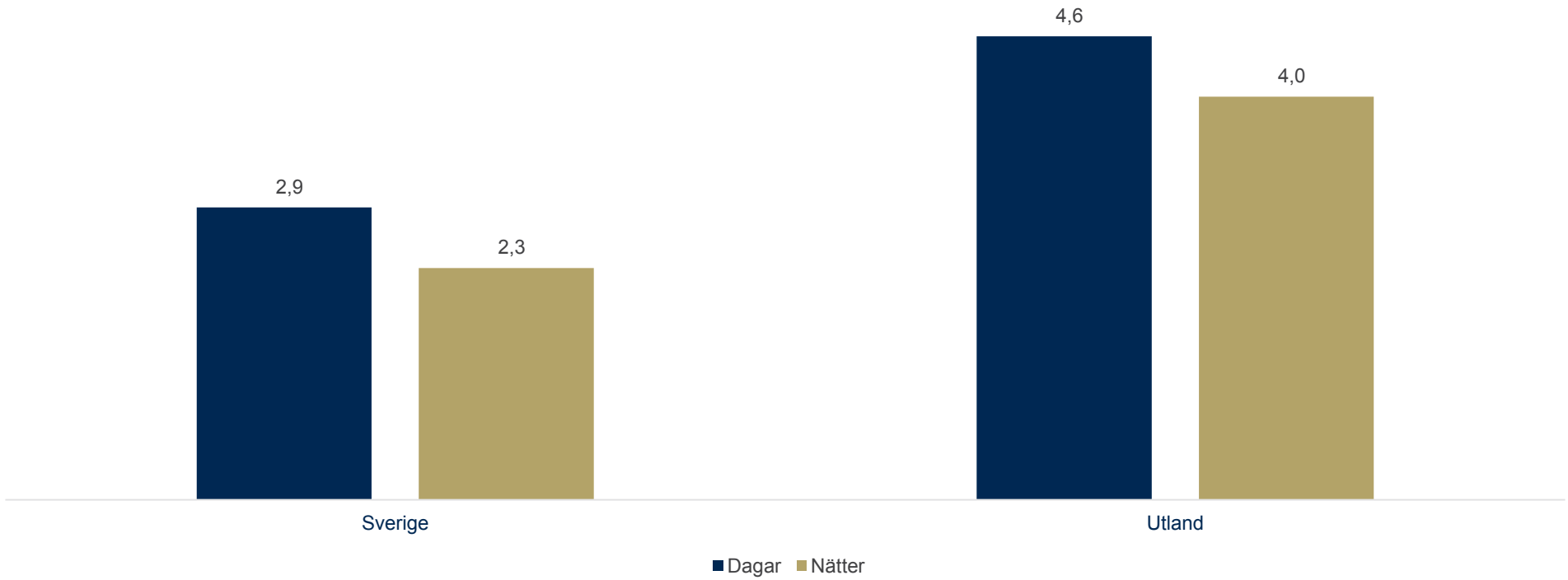


Den genomsnittlige dagpendlaren gjorde i snitt 1,4 dagsbesök till evenemanget.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA ÖVERNATTANDE TURISTER (WEBB)

Hur många dagar respektive nätter tillbringade du totalt sett i Malmö med omnejd (inkludera även tid före respektive efter evenemanget)?

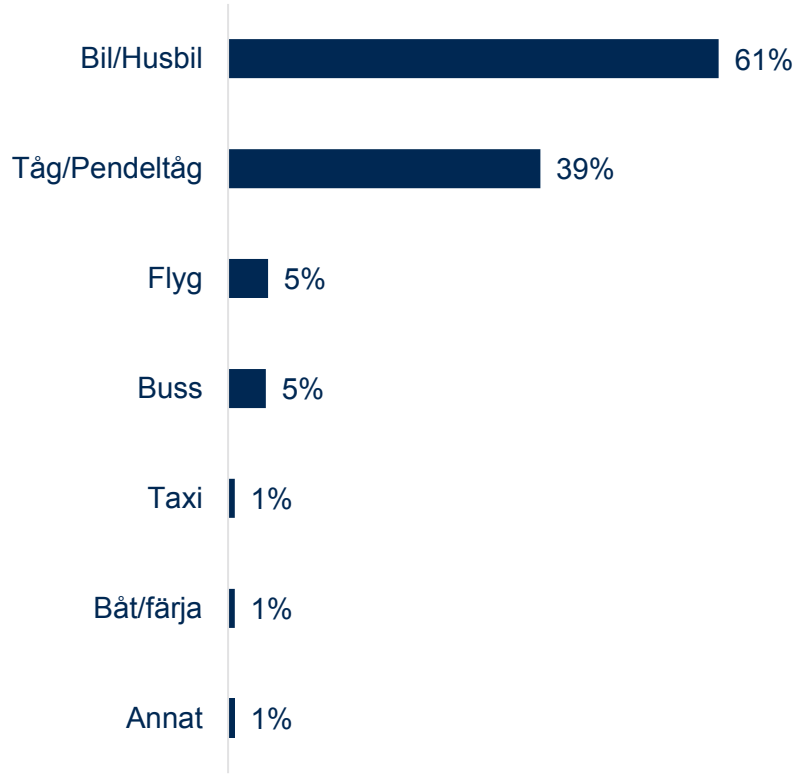


Den genomsnittlige svenske övernattaren tillbringade ca 2,9 dagar och 2,3 nätter i Malmöregionen. De utländska övernattarna tillbringade betydligt längre tid i Malmö jämfört med de svenska övernattarna.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

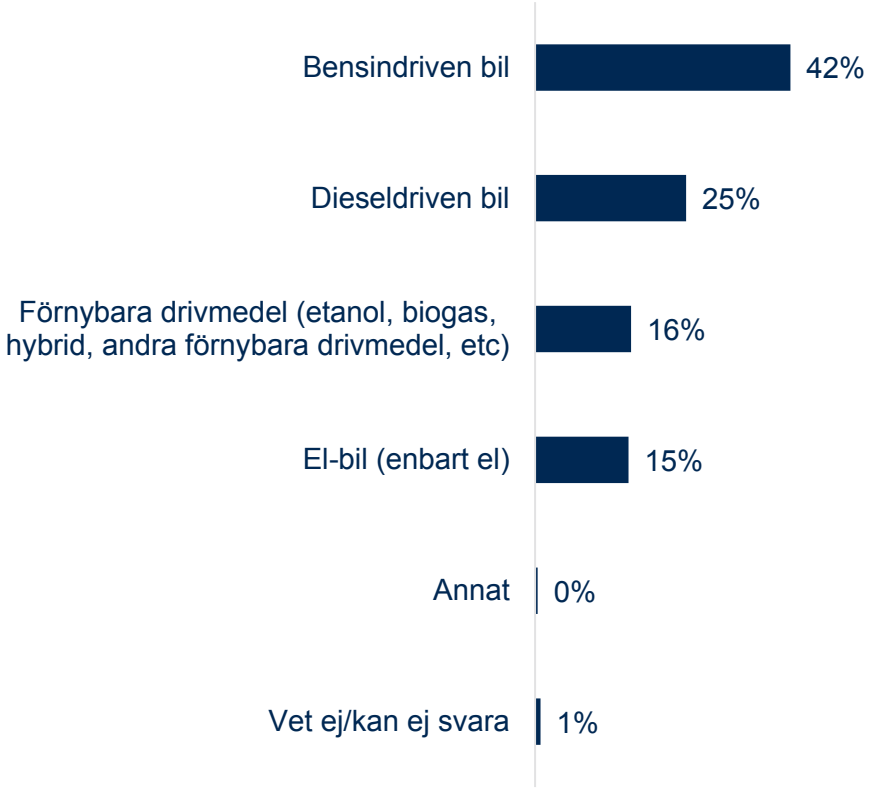
BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Hur tog du dig till Malmö, dvs resan från din bostadsort till Malmö? (du kan uppge flera svar)



BAS: DE SOM TOG BILEN TILL MALMÖ (WEBB)

Vad var det för typ av bil?

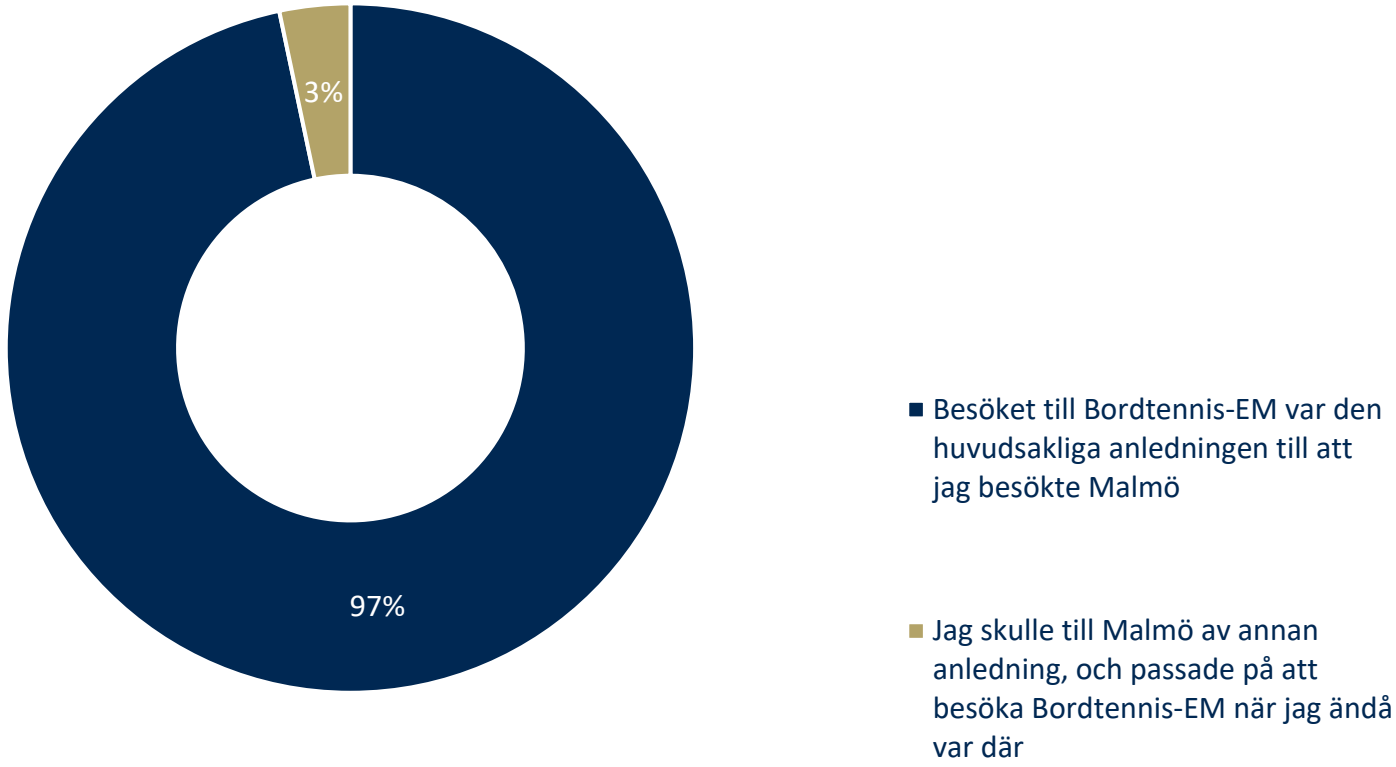


61% av turisterna tog bilen till och från Malmö medan 39% åkte tåg, 5% valde flyget och 5% åkte buss. Ca 12% åkte med mer än ett färdmedel.
De som tog bilen körde företrädesvis bensinbilar följt av dieselbilar, men ca 31% kunde klassificeras som miljöbilar.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Vilket av följande två alternativ stämmer bäst in på dig?

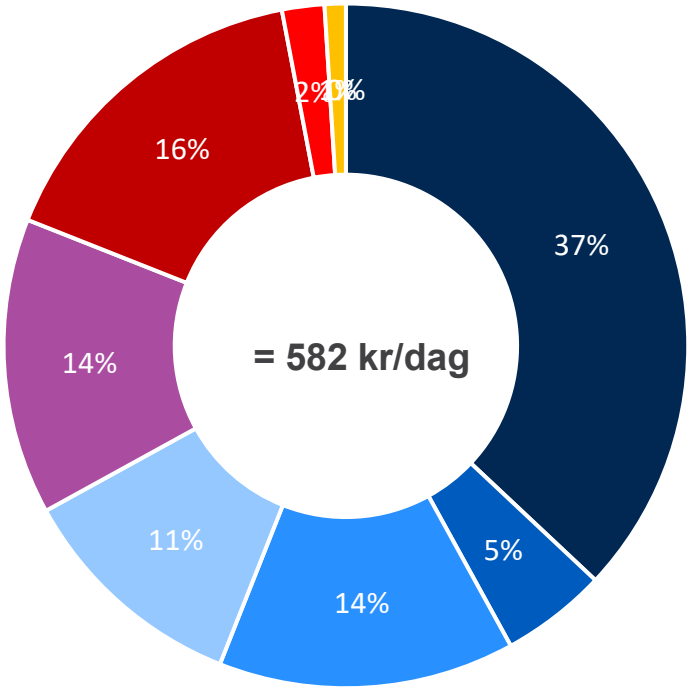


För 97% av turisterna var Bordtennis-EM den huvudsakliga reseanledningen, medan 3% svarade att de skulle till Malmö av annan anledning och passade på att besöka evenemanget när de ändå var där. När vi bryter på var man kommer ifrån visar det sig att 97% av de svenska turisterna hade evenemanget som huvudsaklig besöksanledning medan motsvarande siffra bland utländska turister var 92%.

PUBLIKENS SAMMANSÄTTNING & KONSUMTION

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

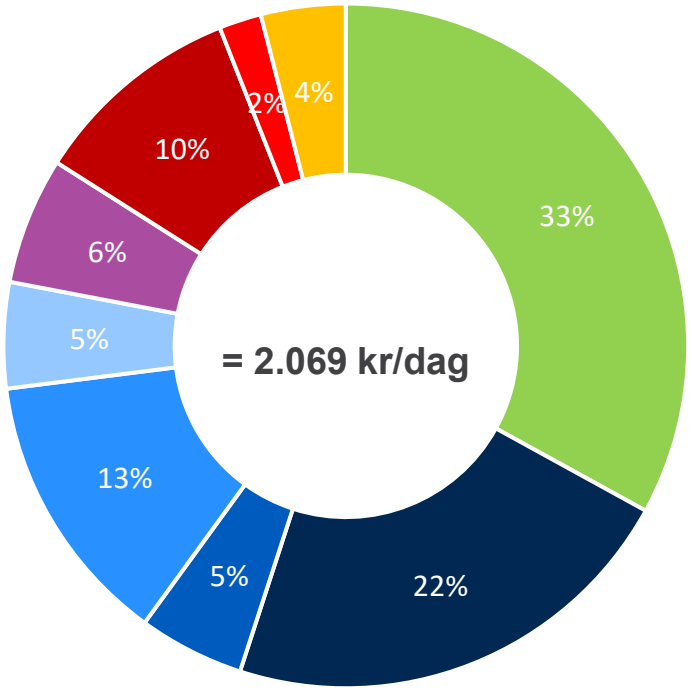
Turistkrona - dagpendlare



- Logi
- Restaurang & café
- Nöjen & uteliv
- Shopping & souvenirer
- Lokala transporter
- Livsmedel & kiosk
- Bensin & parkering i Malmö med omnejd
- Entreer & biljetter till andra evenemang i Malmö
- Övrigt

Logi	0
Restaurang & café	214
Nöjen & uteliv	28
Shopping & souvenirer	81
Lokala transporter	66
Livsmedel & kiosk	81
Bensin & parkering	95
Entréer & biljetter till andra evenemang	14
Övrigt	3

Turistkrona - övernattare



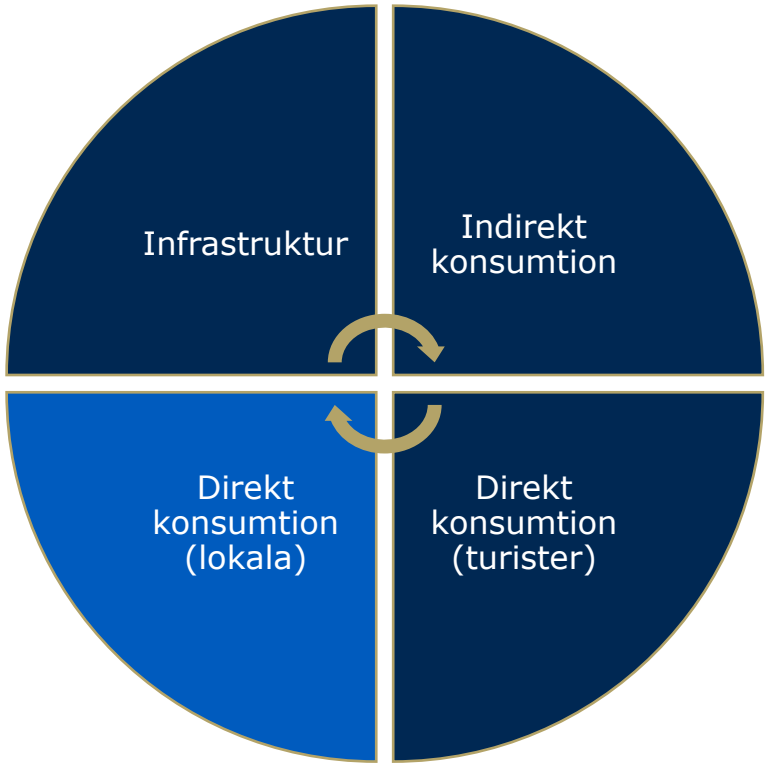
Logi	690
Restaurang & café	453
Nöjen & uteliv	109
Shopping & souvenirer	261
Lokala transporter	101
Livsmedel & kiosk	130
Bensin & parkering	201
Entréer & biljetter till andra evenemang	47
Övrigt	77

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

TURISTEKONOMISK BERÄKNING

Turistekonomiska effekter som tillförs en regionen till följd av ett evenemang

Regionens/arrangörens satsningar på infrastruktur för att möjliggöra evenemanget (t.ex. arenor, mm)



Sponsorers/arrangörers egen konsumtion i regionen, t.ex. egen personal, inbjudna gäster, mm

Lokal konsumtion i regionen. Den här konsumtionen antas ha ägt rum oavsett evenemanget

Turisternas konsumtion i regionen. Den här konsumtionen tillför ny omsättning i regionen som ej annars skulle ägt rum.

Beräknas i undersökningen

Utgångspunkten är det tillflöde av turister och den konsumtion som annars inte skulle ägt rum (om det ej vore för evenemanget)

TURISTEKONOMISK BERÄKNING

Beräkning turister

Det gjordes sammantaget 10.617 publikbesök (utöver de ca 1.000 personer som hade ackreditering och besökte arenan nära nog alla dagar) i samband med EM i Bordtennis i Malmö.

Den lokala publiken gjorde i snitt 1,4 dagsbesök till EM, medan turister från Sverige gjorde 1,8 dagsbesök och turister från utlandet gjorde 2,4 dagsbesök.

Vi får därmed fram att det var ca 6.900 unika besökare på matcherna i Malmö, av vilka 2.346 var lokala och 4.554 var turister. Turisterna hade i sin tur 242 medföljare med sig till Malmö, dvs personer som följde med i resesällskapet men som ej besökte någon match under vistelsen.

Sammantaget var det därmed 4.796 turister (3.146 från Sverige och 1.650 från utlandet) som kom till Malmö i samband med EM i Bordtennis.

= ca 17.000 publikbesök (räkna att ackrediterade besökt nästan varje dag)
- 6.900 unika besökare
- Varav 2.346 lokalt boende i Malmö kommun
- Varav 4.554 inresta turister

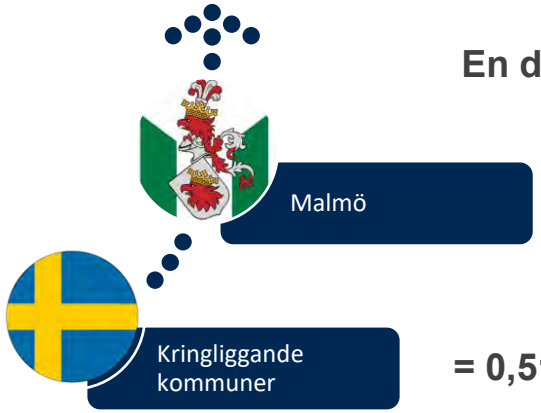
= 242 medföljare
- De svenska turisterna hade 178 medföljare med sig
- De utländska turisterna hade 64 medföljare med sig

= 4.796 unika turister
- Varav 3.146 kom från Sverige
- Varav 1.650 kom från utlandet

TURISTEKONOMISK BERÄKNING

Total turistekonomisk omsättning (generell) = 19,99 mkr

Turistgrupp	Logi & boende	Dagskonsumtion	Total konsumtion
Sverige	2.346.000 kr	7.269.000 kr	9.615.000 kr
Utlandet	3.006.000 kr	7.365.000 kr	10.371.000 kr
Summa:	5.352.000 kr	14.634.000 kr	**19.986.000 kr**



En del av logikostnaden omsattes i annan kommun än Malmö

= 19,48 mkr

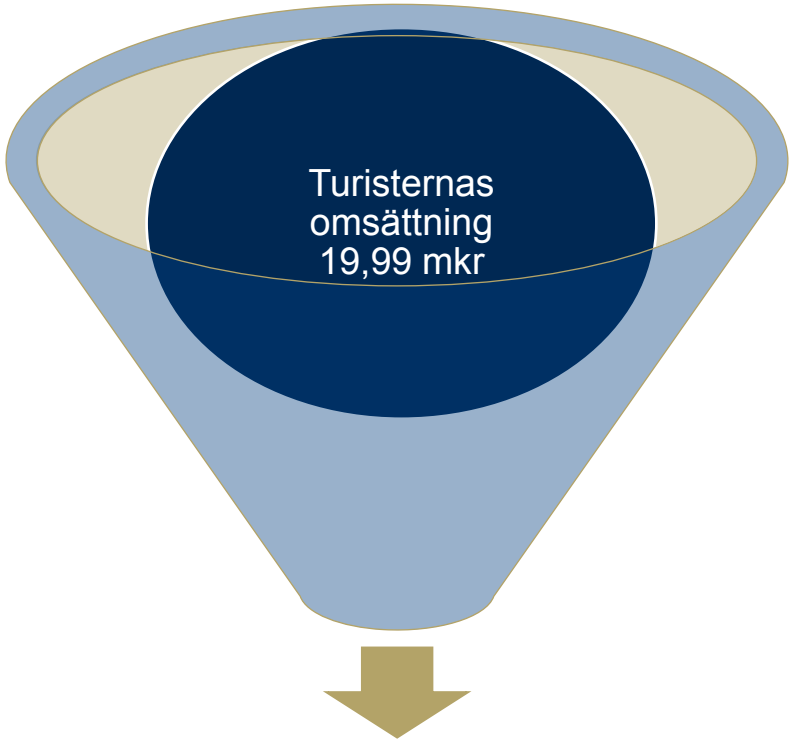
= 0,51 mkr

Specifik turistomsättning = 18,38 mkr

97% av de svenska turisterna uppgav att EM var deras huvudsakliga reseanledning. Bland de utländska turisterna var det 92% som primärt besökte Malmö pga EM.

TURISTEKONOMISK BERÄKNING

Av turisternas konsumtion om 19,99 mkr
äger 19,48 mkr (97%) rum i Malmö kommun



Total skatteeffekt ca 8,54 mkr

Skatt till samhället från Malmö

- Kommunal skatt Malmö kommun ca 4,1 mkr
- Regionskatt ca 1,3 mkr
- Statliga skatter & avgifter ca 2,9 mkr

= 8,3 mkr

Skatt till samhället från kringliggande kommuner

- Kommunal skatt övriga kommuner ca 0,1 mkr
- Regionskatt ca 0,06 mkr
- Statliga skatter & avgifter ca 0,08 mkr

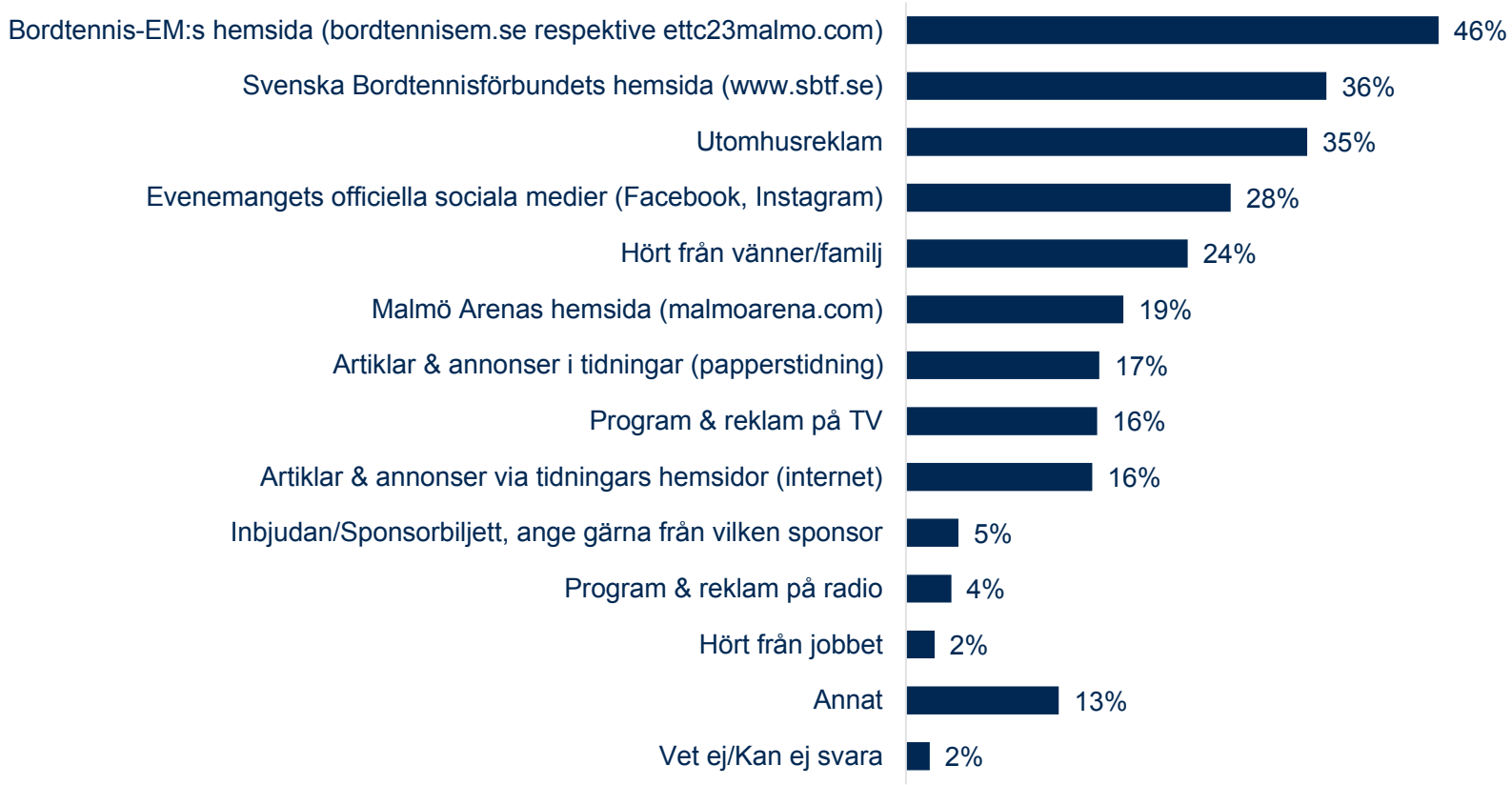
= 0,24 mkr

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

INTRYCK AV BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Via vilka av följande informationskanaler har du läst, hört, sett eller på annat sätt fått information om Bordtennis-EM?
(fyll i samtliga de kanaler/sätt där du fått information om evenemanget)



Topp 5 – lokala besökare

Utomhusreklam	69%
EM:s hemsida	37%
Vänner & familj	28%
Artiklar/annonser tidningar online	24%
Malmö Arena Hemsida	24%

Topp 5 – turister från Sverige

EM:s hemsida	47%
Sbtf.se	47%
EM:s SoMe	33%
Vänner & familj	26%
Utomhusreklam	24%

Topp 5 – turister från Utlandet

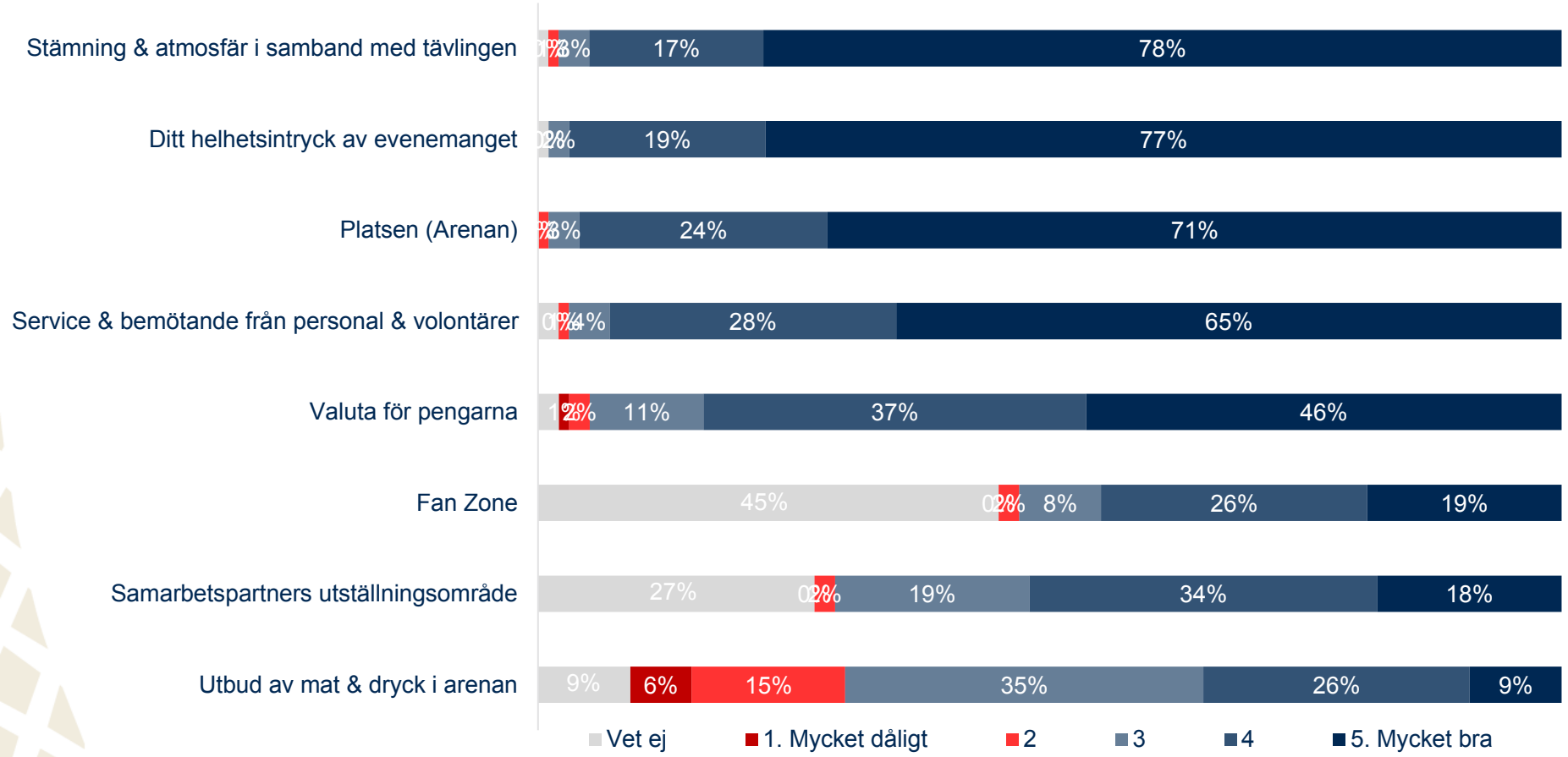
EM:s hemsida	60%
Sbtf.se	23%
EM:s SoMe	21%
Annat	21%
Malmö Arena Hemsida	15%

Respondenterna har tagit del av information om evenemanget via ett flertal olika kanaler och källor. De populäraste är via Bordtennis-EM:s hemsida (´46%) följt av Svenska Bordtennisförbundets hemsida (36%), utomhusreklam (35%) och evenemangets officiella sociala medier (28%), osv.

INTRYCK AV BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Vi ber dig fylla i hur du ser på din upplevelse av Bordtennis-EM när det gäller:



Medelvärde:

		LOK	TUR	M	K	<25	26-35	36-45	46-55	>56
Stämning & atmosfär i samband med tävlingen	**4,7**	4,6	4,8	4,7	4,8	4,9	4,8	4,8	4,7	4,7
Ditt helhetsintryck av evenemanget	**4,7**	4,6	4,8	4,7	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	4,7
Platsen (Arenan)	**4,7**	4,6	4,7	4,6	4,7	4,6	4,5	4,7	4,7	4,6
Service & bemötande från personal & volontärer	**4,6**	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,5	4,6	4,7	4,6
Valuta för pengarna	**4,3**	4,3	4,3	4,2	4,4	4,5	4,3	4,2	4,4	4,2
Fan Zone	**4,1**	4,1	4,1	4,1	4,2	4,4	3,8	4,2	4,2	4,0
Samarbetspartners utställningsområde	**3,9**	4,0	3,9	3,9	3,9	4,4	4,0	4,0	3,9	3,8
Utbud av mat & dryck i arenan	**3,2**	3,3	3,1	3,2	3,2	3,1	3,1	3,2	3,2	3,2

Bordtennis-EM får genomgående mycket höga betyg av besökarna. Det samlade ”helhetsintrycket” får mycket höga 4,7 i betyg samtidigt som den upplevda ”valutan för pengarna” ligger på fina 4,3. Två betyg som understryker ett mycket lyckat arrangemang. Bäst betyg för de underliggande parametrarna ger man ”stämning & atmosfär…” samt ”platsen (Arenan)” som båda får 4,7 tätt följt av ”service & bemötande…” som får 4,6. ”Utbud av mat & dryck…” kan inte matcha övriga delar och får 3,2 i betyg men det är ett fullt normalt/genomsnittligt betyg då vi jämför med andra evenemang.

INTRYCK AV BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Vilka var de främsta anledningarna till att du besökte evenemanget?
(fyll i alla de anledningar som stämmer in på dig)

Topp 5 – lokala besökare

Tillgänglighet	73%
Sportslig kvalitet	67%
Once in a liftetime	60%
Stämning & atmosfär	44%
Socialt	28%

Topp 5 – turister från Sverige

Sportslig kvalitet	87%
Stämning & atmosfär	53%
Once in a liftetime	53%
Tillgänglighet	42%
Socialt	25%

Topp 5 – turister från Utlandet

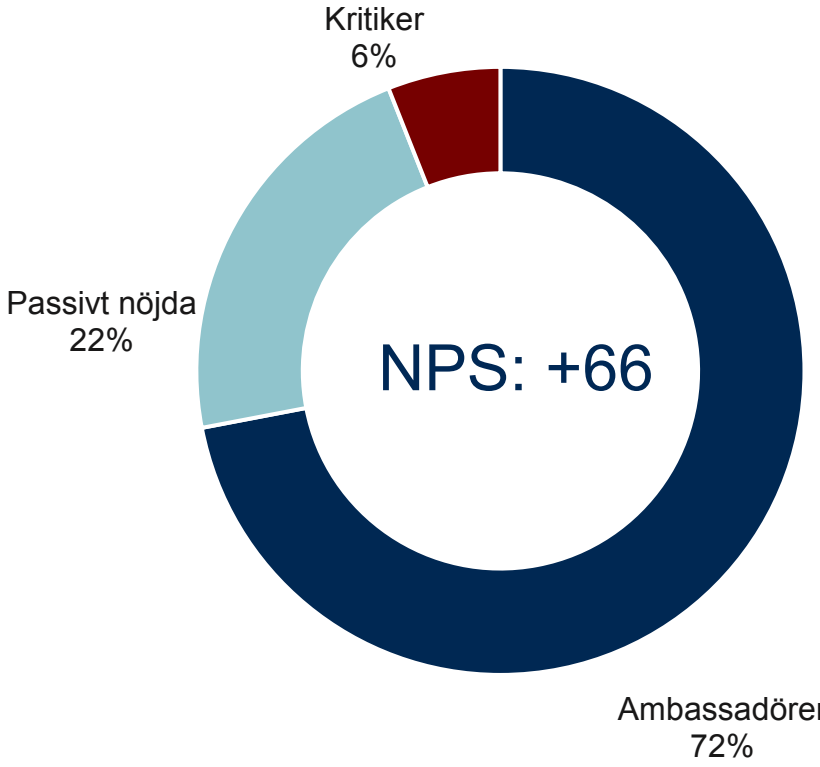
Sportslig kvalitet	77%
Once in a liftetime	34%
Tillgänglighet	34%
Stämning & atmosfär	30%
Tradition	25%

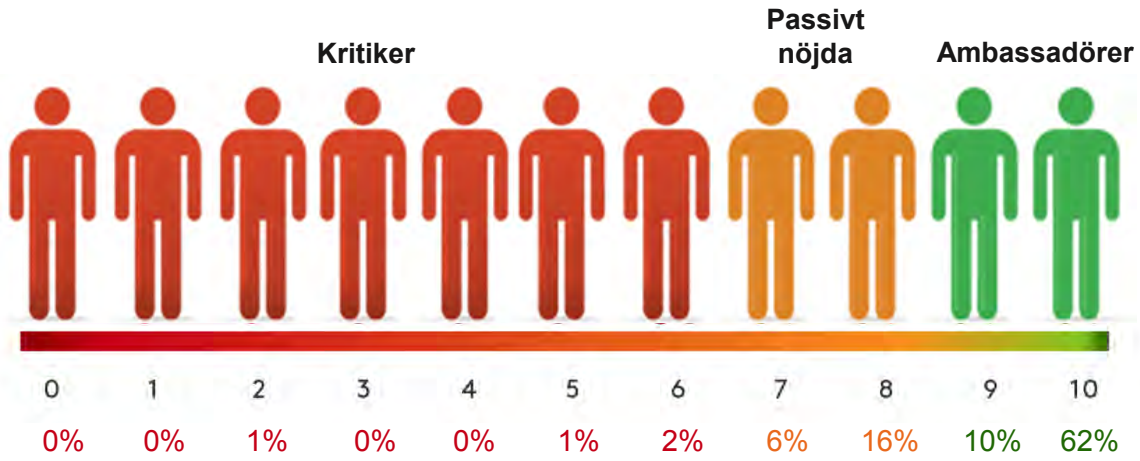
Den genomsnittlige besökaren anger i snitt 2,9 anledningar/drivkrafter som varit viktiga för deras beslut att besöka evenemanget. De viktigaste drivkrafterna är ”sportslig kvalitet” (81%) följt av ”once in a lifetime” (53%), ”tillgänglighet” (49%) och ”stämning & atmosfär” (48%), osv.

INTRYCK AV BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Anta att ett bordtennismästerskap kom tillbaka till Sverige igen inom de närmaste åren. Hur troligt är det att du skulle rekommendera ett besök till en vän eller kollega?





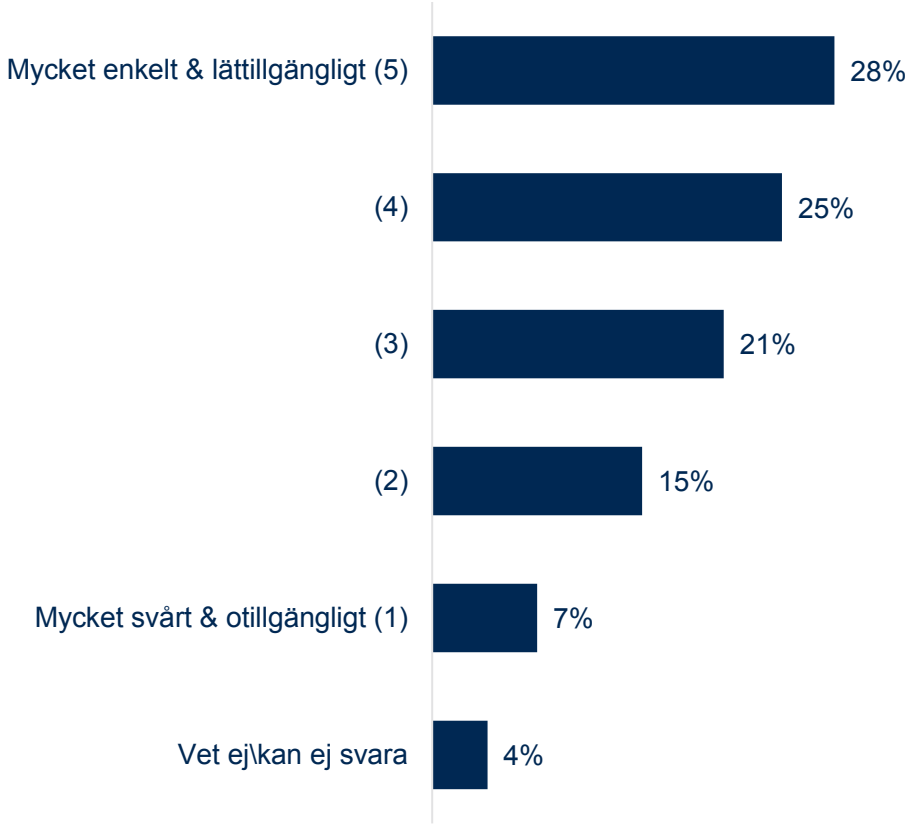
NPS 2023	
TOT	66
LOK	58
TUR	69
M	64
K	71
<25 år	50
26-35 år	49
36-45 år	77
46-55 år	67
>56 år	63

Bordtennis-EM har ca 72% som kan klassificeras som ambassadörer för evenemanget enligt NPS-modellen; samtidigt är 22% passivt nöjda medan 6% är kritiker. Det ger ett sammantaget NPS om + 66 vilket är ett mycket bra betyg och en styrka om/när evenemanget kommer tillbaka till Sverige igen

INTRYCK AV BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Hur enkelt eller svårt var det att följa mästerskapet med hänsyn till resultatrapportering, lottning, spelschema, etc?



Medelvärden

TOT	3,5
LOK	3,4
TUR	3,6
M	3,5
K	3,7
<25 år	3,1
26-35 år	3,6
36-45 år	3,1
46-55 år	3,5
>56 år	3,9

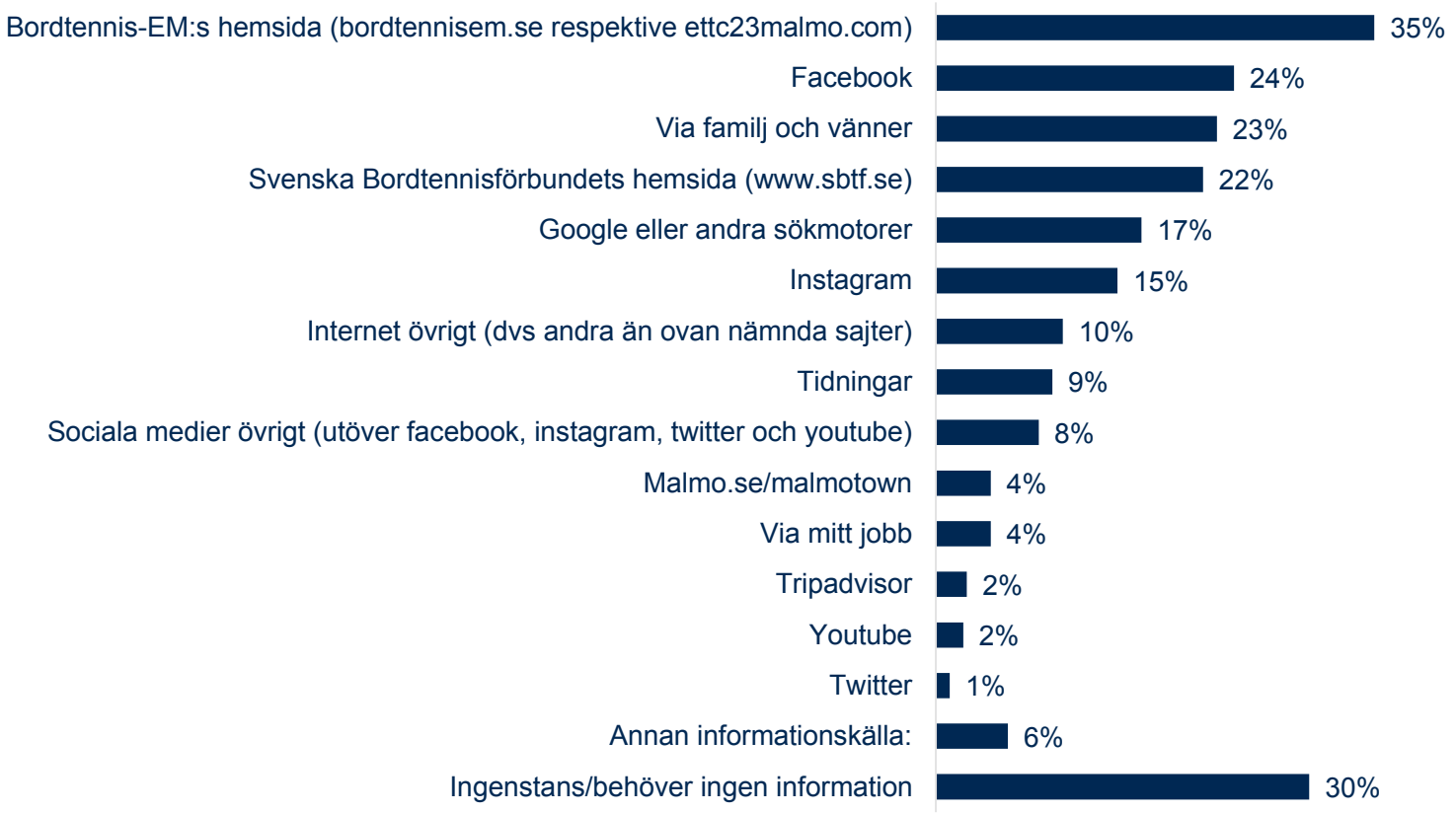
53% av tycker att det var antingen mycket enkelt eller ganska enkelt att följa mästerskapet (betyg 5 och 4), medan 21% förhåller sig neutrala (betyg 3) och 22% som tycker det var ganska svårt eller mycket svårt (betyg 2 och 1); sammantaget ger det ett medelvärde om 3,5.

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

TURISTERS UPPFATTNING AV MALMÖ

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Via vilka av följande informationskanaler har du läst, hört, sett eller på annat sätt fått information om Malmö inför ditt besök i samband med Bordtennis-EM? (fyll i samtliga de kanaler/sätt där du fått information om Malmö)



Topp 5 – turister från Sverige

EM:s hemsida	34%
Familj & vänner	25%
Facebook	23%
Sbtf.se	22%
Google & sökmotorer	16%
Ingenstans	32%

Topp 5 – turister från Utlandet

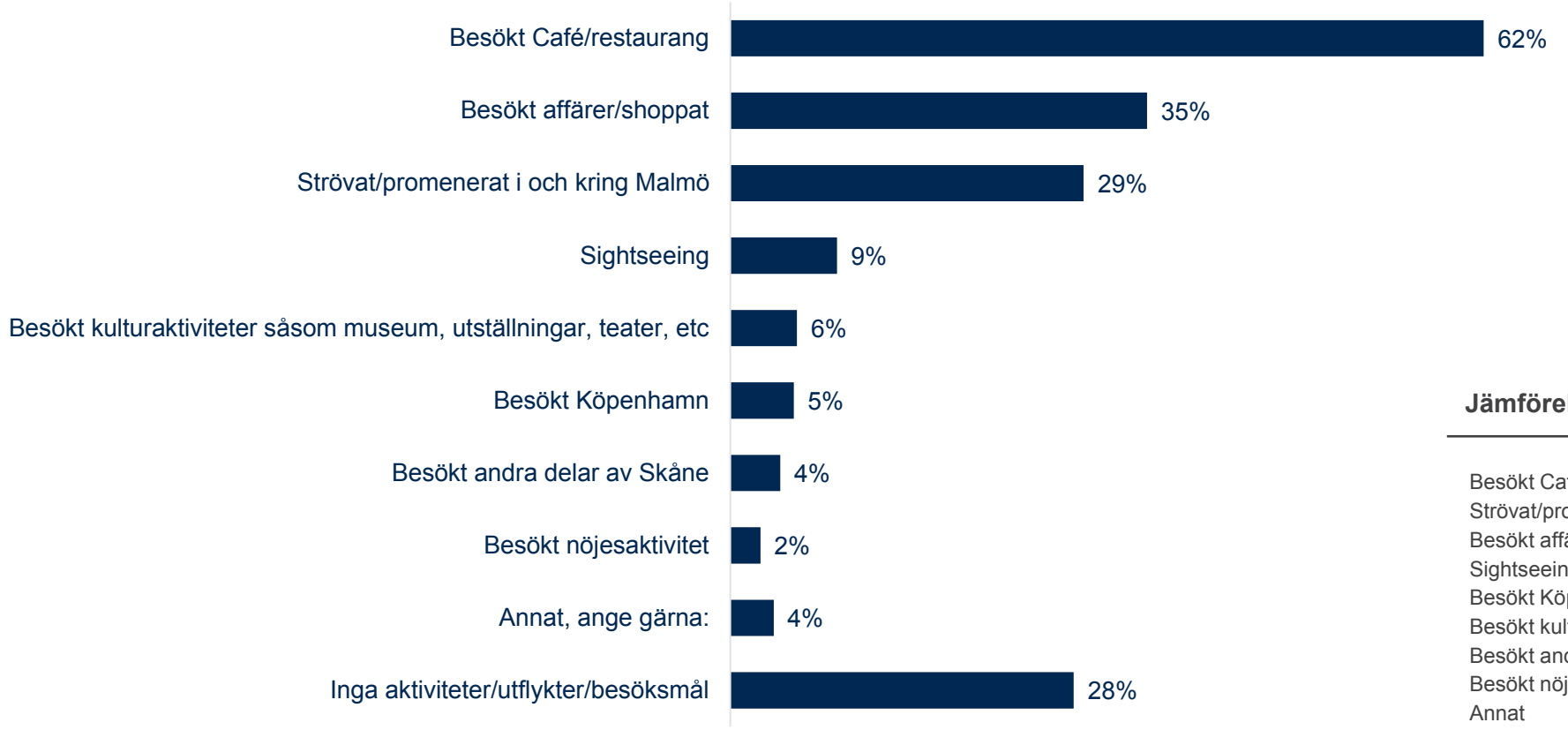
EM:s hemsida	42%
Facebook	28%
Google & sökmotorer	19%
Sbtf.se	17%
Internet övrigt	15%
Ingenstans	21%

Turisterna har fått information om Malmö via ett flertal olika kanaler och källor. De populäraste är ”Bordtennis-EM:s hemsida” (35%), följt av ”Facebook” (24%), ”Via familj & vänner” (23%) och ”Svenska Bordtennisförbundets hemsida (22%), osv.

TURISTERS UPPFATTNING AV MALMÖ

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Vilka aktiviteter – utöver ditt besök på Bordtennis-EM – har du ägnat dig åt under vistelsen i Malmö?
(fyll i de saker/aktiviteter som ni gjort/besökt)



Jämförelse mellan dagpendlare och övernattare

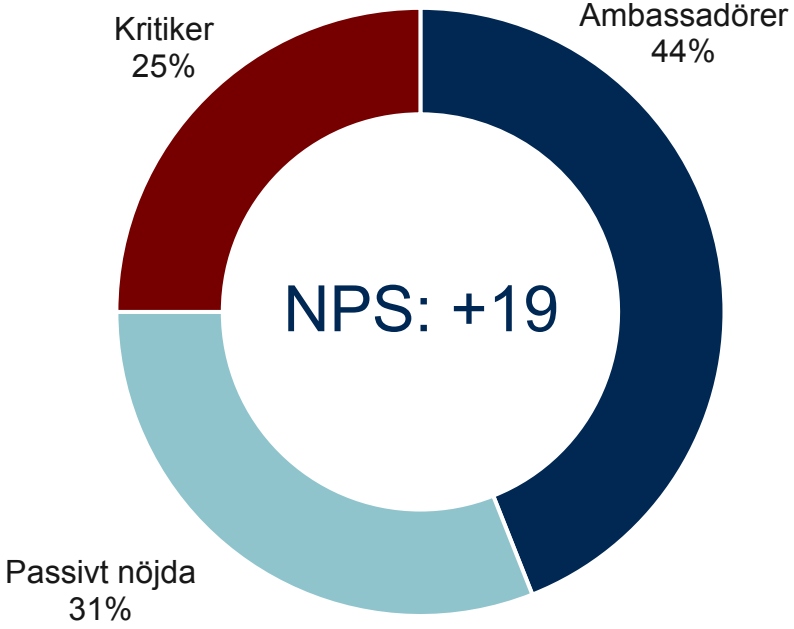
	Dagpendlare	Övernattare
Besökt Café/restaurang	47%	79%
Strövat/promenerat i och kring Malmö	8%	52%
Besökt affärer/shoppat	22%	48%
Sightseeing	2%	16%
Besökt Köpenhamn	0%	11%
Besökt kulturaktiviteter	3%	9%
Besökt andra delar av Skåne	1%	8%
Besökt nöjesaktivitet	1%	4%
Annat	3%	5%
Inga aktiviteter/utflykter/besöksmål	44%	12%

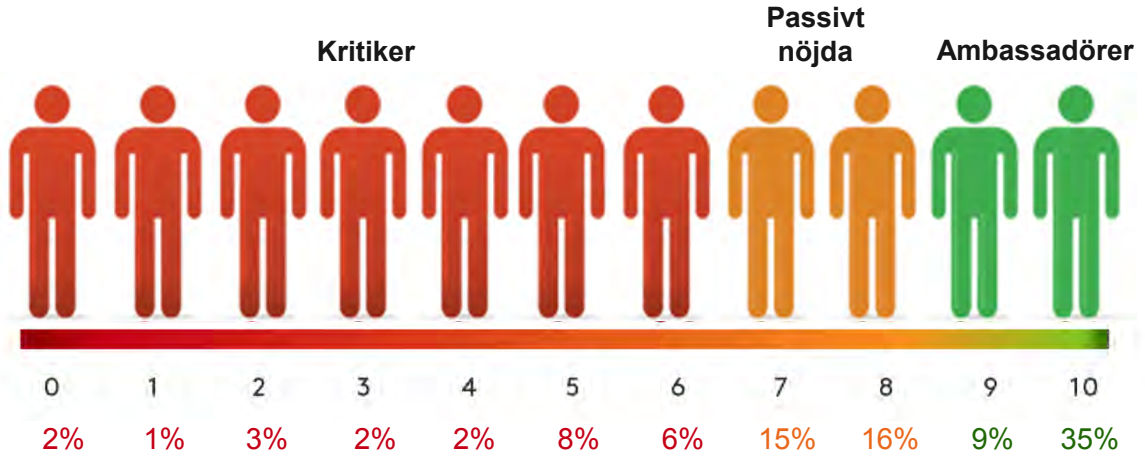
72% av turisterna hann med att ägna sig åt andra aktiviteter utöver bordtennisen när de besökte Malmö; populärast var att besöka café/restaurang (62%), shoppat (35%) och promenerat i och kring Malmö (29%), osv. Övernattarna ägnade sig åt aktiviteter i betydligt större utsträckning än dagpendlarna.

TURISTERS UPPFATTNING AV MALMÖ

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Baserat på ditt nuvarande besök, hur troligt är det att du vill återkomma till Malmö på nöjesresa?





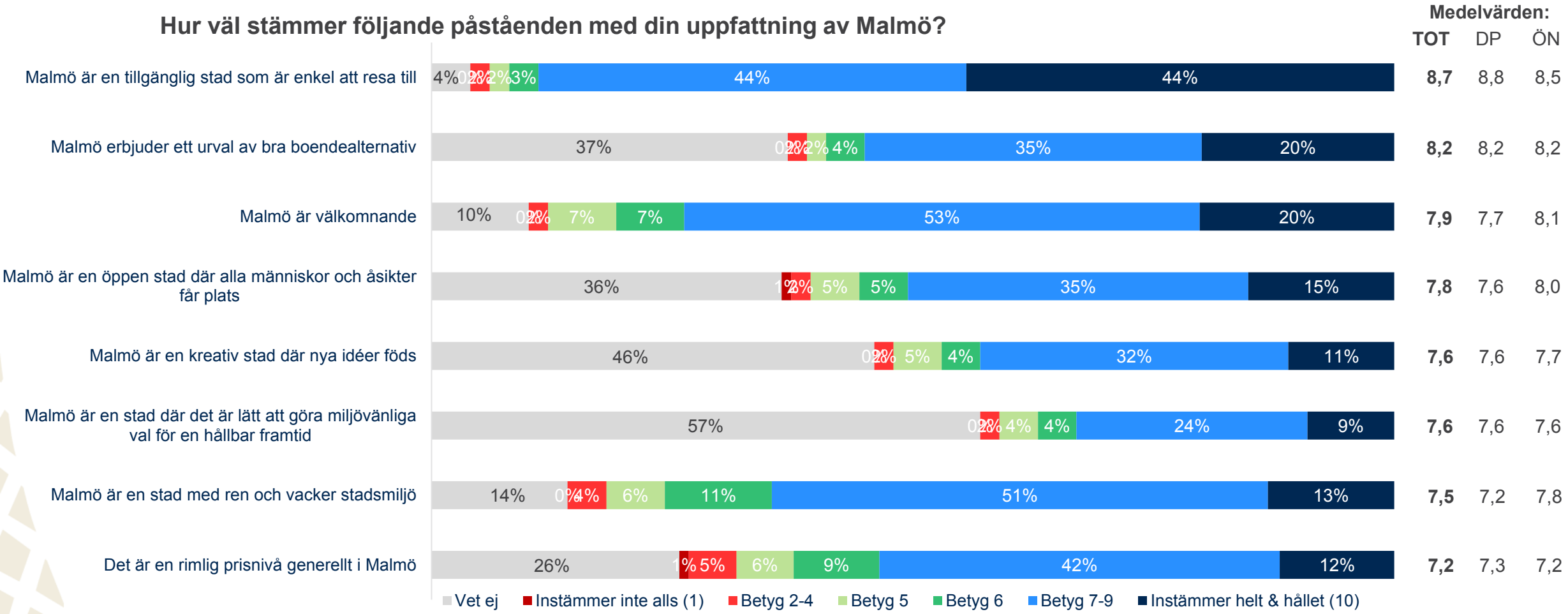
Nästan hälften av turisterna (44%) kan klassificeras som ambassadörer för Malmö efter att ha besökt staden under Bordtennis-EM. Samtidigt är 31% passivt nöjda och 25% kritiker i någon mån. En stor del av kritikerna är s.k ”milda kritiker” med betyg om 5 eller 6. NPS ligger därmed på +19.

NPS 2023	
TOT	19
M	19
K	20
<25 år	-8
26-35 år	-37
36-45 år	16
46-55 år	25
>56 år	28

TURISTERS UPPFATTNING AV MALMÖ

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Hur väl stämmer följande påståenden med din uppfattning av Malmö?

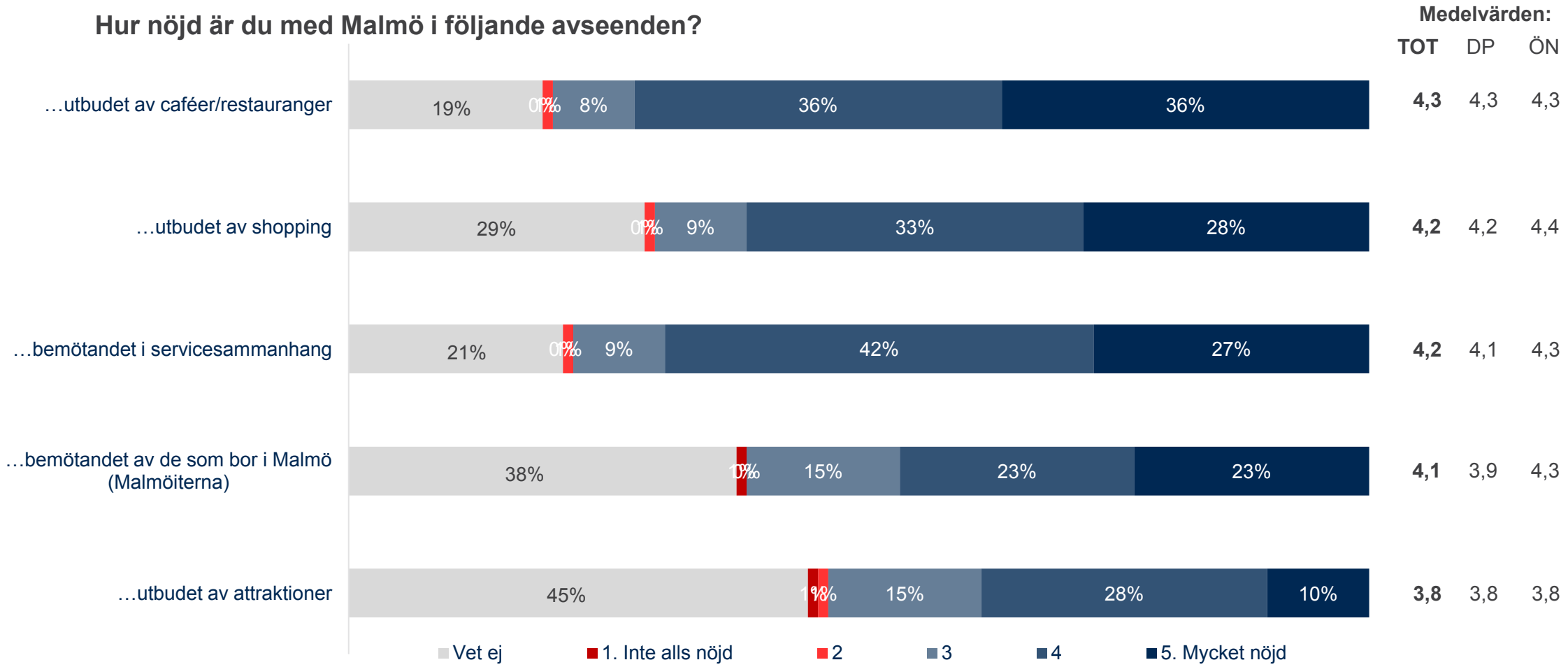


Turisternas intryck av Malmö är genomgående positiva. De delar som får bäst betyg är ”Malmö är en tillgänglig stad…” (8,7) följt av ”Malmö erbjuder ett urval av bra boendealternativ” (8,2), ”Malmö är välkomnande” (7,9) och ”Malmö är en öppen stad…” (7,8).

TURISTERS UPPFATTNING AV MALMÖ

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Hur nöjd är du med Malmö i följande avseenden?



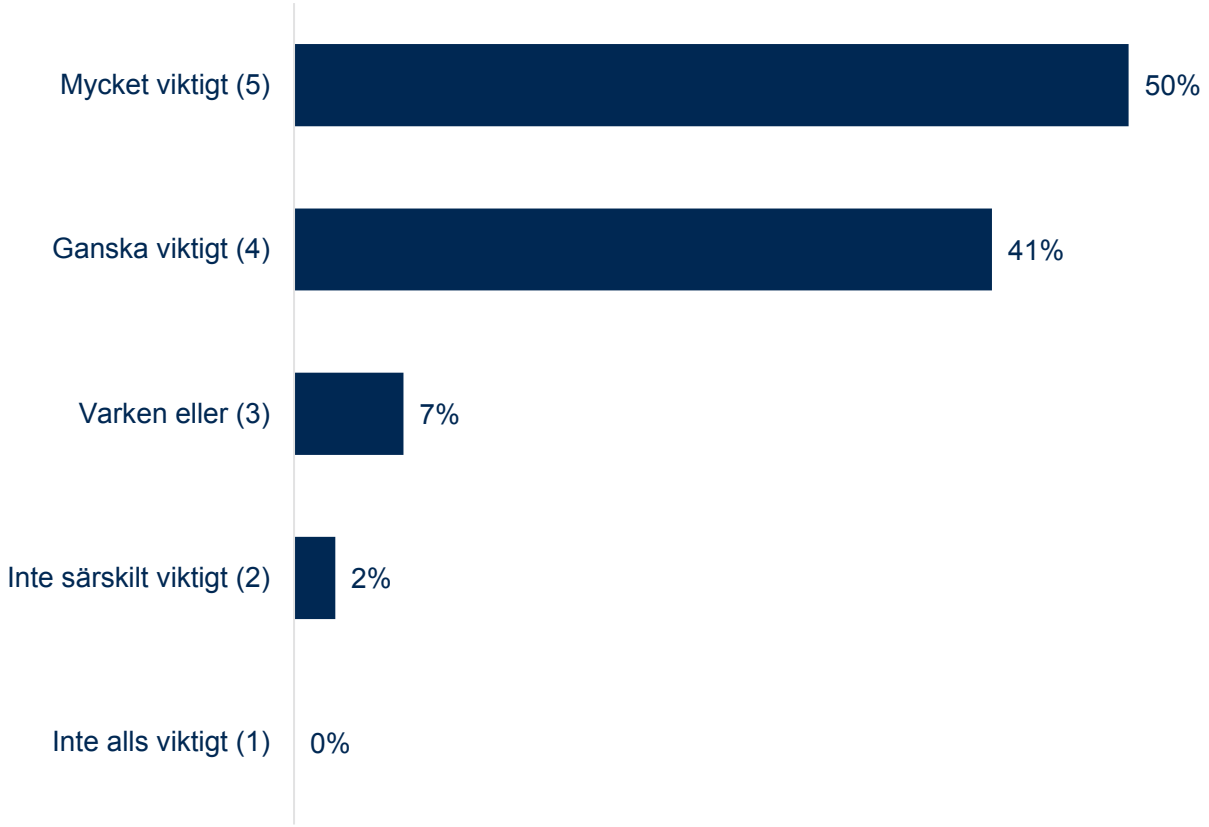
Turisternas upplevelse av Malmö och det staden har att erbjuda är positiv. De delar som får bäst betyg är ”utbudet av caféer/restauranger” (4,3) tätt följt av ”utbudet av shopping” (4,2), ”bemötandet i servicesammanhang” (4,2), ”bemötandet av de som bor i Malmö” (4,1) samt ”utbudet av attraktioner” (3,8).

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

INVÅNARNAS ATTITYD TILL EM

BAS: SAMTLIGA LOKALA (WEBB)

Hur viktigt är det för dig att stora publika evenemang arrangeras rent allmänt i Malmö?



Medelvärden

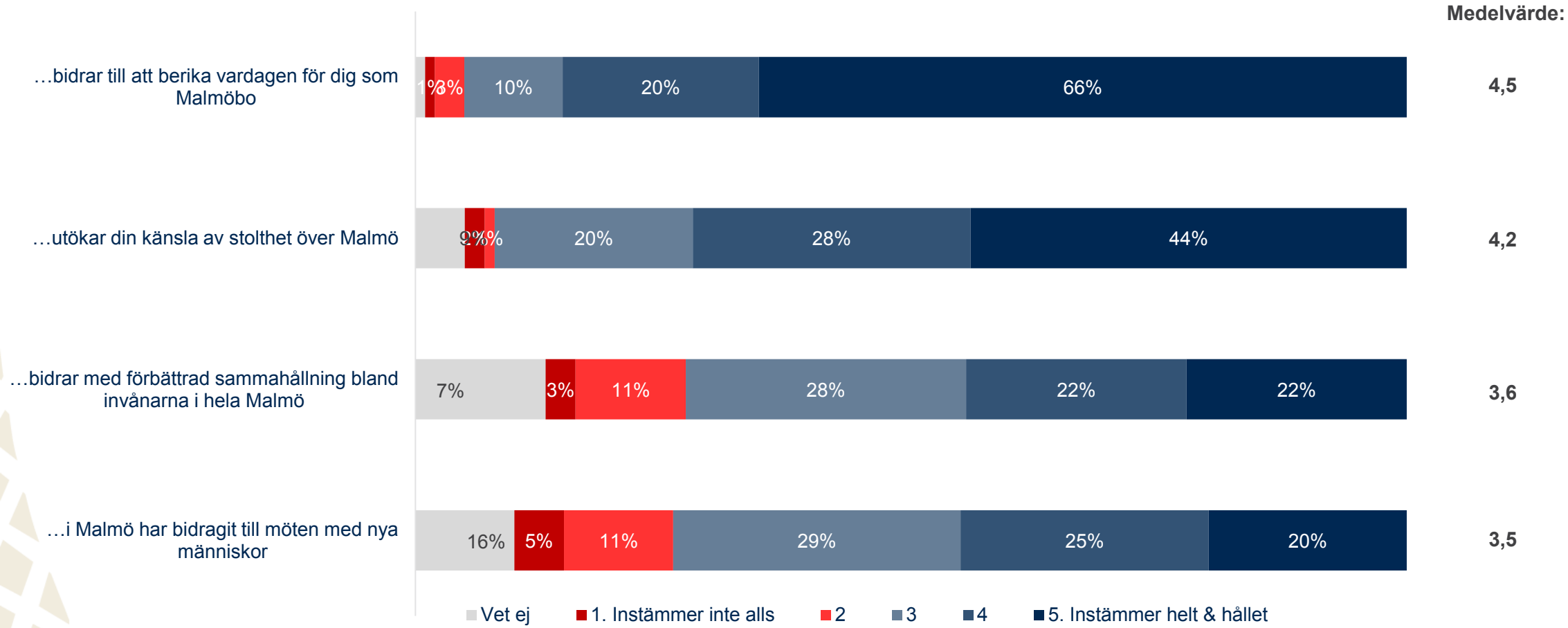
TOT	4,4
M	4,4
K	4,3
<25 år	3,5
26-35 år	4,2
36-45 år	4,4
46-55 år	4,5
>56 år	4,4

De lokala invånarna i Malmö kommun anser att det är viktigt att stora publika evenemang arrangeras i Malmö. 91% svarar att det är antingen ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt” (betyg 5 eller 4), medan 7% förhåller sig mer neutrala (betyg 3) och 2% som inte anser det vara särskilt viktigt. Sammantaget ligger medelvärdet på 4,4.

INVÅNARNAS ATTITYD TILL EM

BAS: SAMTLIGA LOKALA (WEBB)

Upplever du att evenemanget…



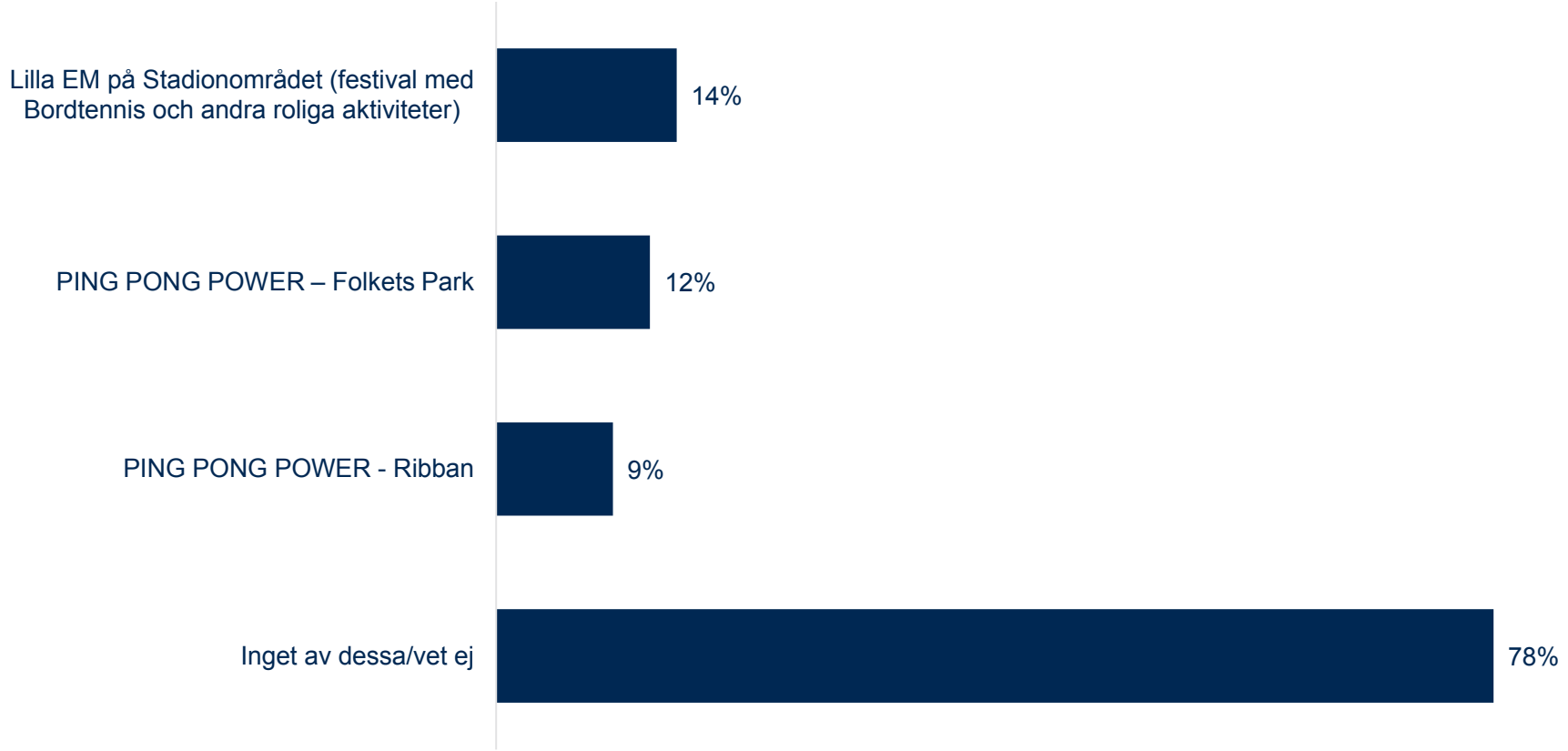
Bordtennis-EM har absolut bidragit med värden till den lokala befolkningen. Den del som får högst instämmande är ”bidrar till att berika vardagen för dig som Malmöbo” (4,5), följt av ”utökat din känsla av stolthet över Malmö” (4,2), ”bidrar med förbättrad sammanhållning bland invånarna i hela Malmö” (3,6) och ”har bidragit till möten med nya människor” (3,5).

Demografi
Publikens sammansättning & konsumtion
Turistekonomisk beräkning
Intryck av Bordtennis-EM
Turisters uppfattning om Malmö
Invånarnas attityd till EM
Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

LOKALA PROJEKT I SAMBAND MED BORDTENNIS-EM

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

I samband med Bordtennis-EM så genomfördes det ett antal andra projekt som har koppling till EM och vi undrar vilka av dessa du uppmärksammat/hört talas om? (du kan uppge flera svar)



Uppmärksamhet för projekt

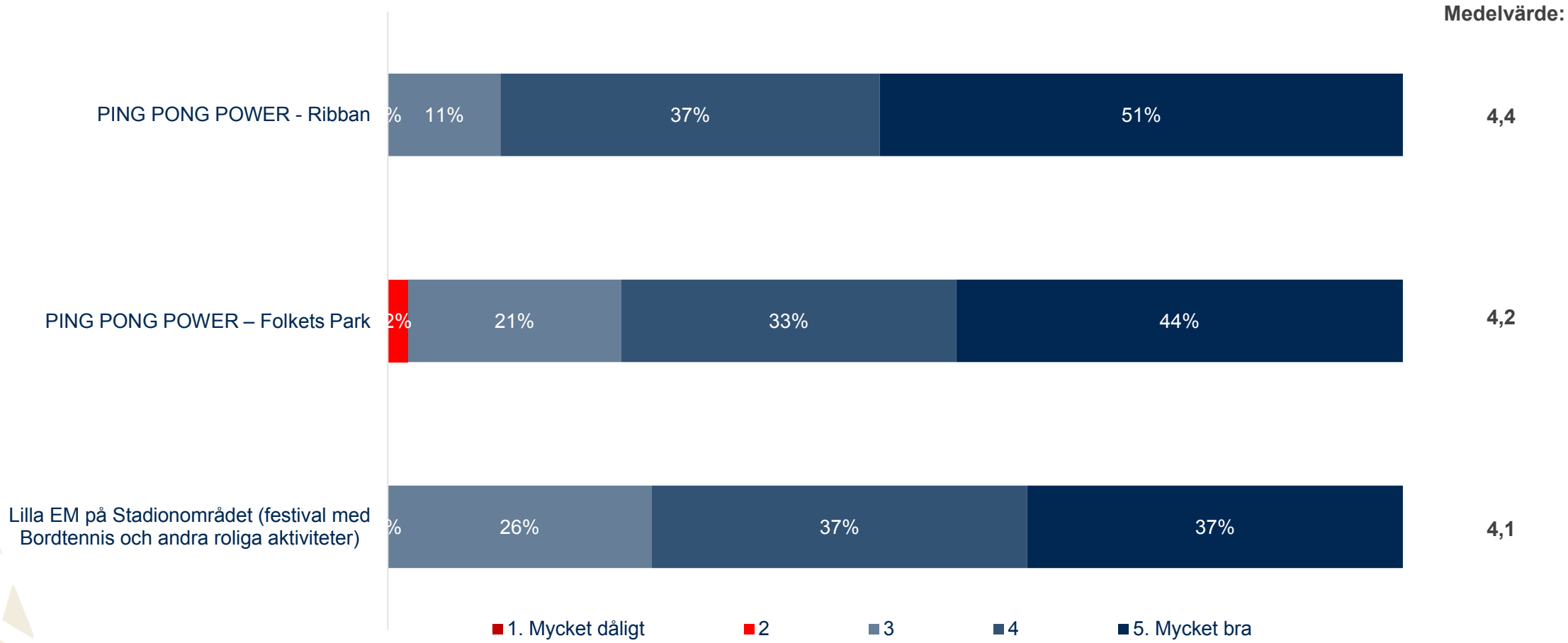
	Lokala	Turister
Lilla EM	22%	11%
PPP – Folkets Park	11%	12%
PPP - Ribban	11%	8%
Inget av dessa	69%	80%

22% av respondenterna uppmärksammade åtminstone något av de olika projekt med koppling till EM som genomfördes parallellt till Bordtennis-EM. Lilla-EM uppmärksammades i störst utsträckning med 14% följt av PING-PONG-POWER i Folkets Park med 12% och PING-PONG-POWER vid Ribban med 9%.

LOKALA PROJEKT I SAMBAND MED BORDTENNIS-EM

BAS: DE SOM KÄNNER TILL RESPEKTIVE PROJEKT (WEBB)

Vad tycker du om följande projekt & evenemang?



Samtliga tre projekt får väldigt fina betyg av de som känner till projekten. Bäst betyg får ”PING PONG POWER på Ribban med 4,4 tätt följt av PING PONG POWER i Folkets Park med 4,2. Även Lilla EM på Stadionområdet får fina 4,1 i betyg.

SAMMANFATTNING

Intryck av bordtennis-EM

- Bordtennis-EM får genomgående mycket höga betyg av besökarna. Det samlade ”helhetsintrycket” får mycket höga 4,7 i betyg samtidigt som den upplevda ”valutan för pengarna” ligger på fina 4,3. Två betyg som understryker ett mycket lyckat arrangemang. Bäst betyg för de underliggande parametrarna ger man ”stämning & atmosfär…” samt ”platsen (Arenan)” som båda får 4,7 tätt följt av ”service & bemötande…” som får 4,6. ”Utbud av mat & dryck…” kan inte matcha övriga delar och får 3,2 i betyg men det är ett fullt normalt/genomsnittligt betyg då vi jämför med andra evenemang.
- Respondenterna har tagit del av information om evenemanget via ett flertal olika kanaler och källor. De populäraste är via Bordtennis-EM:s hemsida (´46%) följt av Svenska Bordtennisförbundets hemsida (36%), utomhusreklam (35%) och evenemangets officiella sociala medier (28%), osv.
- Den genomsnittlige besökaren anger i snitt 2,9 anledningar/drivkrafter som varit viktiga för deras beslut att besöka evenemanget. De viktigaste drivkrafterna är ”sportslig kvalitet” (81%) följt av ”once in a lifetime” (53%), ”tillgänglighet” (49%) och ”stämning & atmosfär” (48%), osv.
- Bordtennis-EM har ca 72% som kan klassificeras som ambassadörer för evenemanget enligt NPS-modellen; samtidigt är 22% passivt nöjda medan 6% är kritiker. Det ger ett sammantaget NPS om + 66 vilket är ett mycket bra betyg och en styrka om/när evenemanget kommer tillbaka till Sverige igen
- 53% av tycker att det var antingen mycket enkelt eller ganska enkelt att följa mästerskapet (betyg 5 och 4), medan 21% förhåller sig neutrala (betyg 3) och 22% som tycker det var ganska svårt eller mycket svårt (betyg 2 och 1); sammantaget ger det ett medelvärde om 3,5.

Turistekonomisk omsättning

- Det gjordes sammantaget 10.617 publikbesök (utöver de ca 1.000 personer som hade ackreditering och besökte arenan nära nog alla dagar) i samband med EM i Bordtennis i Malmö. Den lokala publiken gjorde i snitt 1,4 dagsbesök till EM, medan turister från Sverige gjorde 1,8 dagsbesök och turister från utlandet gjorde 2,4 dagsbesök. Vi får därmed fram att det var ca 6.900 unika besökare på matcherna i Malmö, av vilka 2.346 var lokala och 4.554 var turister. Turisterna hade i sin tur 242 medföljare med sig till Malmö, dvs personer som följde med i resesällskapet men som ej besökte någon match under vistelsen. Sammantaget var det därmed 4.796 turister (3.146 från Sverige och 1.650 från utlandet) som kom till Malmö i samband med EM i Bordtennis.
- 34% av publiken kom lokalt från Malmö kommun, medan 23% kom från annan kommun i Skåne län, 20% från Sverige i övrigt, 12% från övriga nordiska länder och 11% från annat land i Europa. Turistandelen låg på 66% medan exportandelen låg på 23%.

SAMMANFATTNING

Turistekonomisk omsättning

- 50% av turisterna var dagpendlare, dvs de återvände hem till sin permanentbostad på kvällen. Resterande 50% övernattade i samband med besöket; vilka fördelas på 41% som övernattade kommersiellt och 8% som hade hittat icke-kommersiella alternativ. Dagpendlarna uppgav att de i snitt gjorde 1,4 dagsbesök till Bordtennis-EM, medan övernattarna tillbringade 3,2 dagar och 2,6 nätter i Malmöregionen i snitt (svenska 2,9 dgr & 2,3 ntr samt utländska 4,6 dgr & 4,0 ntr).
- En majoritet (87%) av de övernattande turisterna bodde i Malmö kommun under vistelsen, samtidigt som 13% bodde i annan kommun inom Skåne län.
- Dagpendlarna spenderade i snitt ca 582 kr per dagsbesök medan övernattarna spenderade 2.069 kr per dag (inkluderat logi).
- 61% av turisterna tog bilen till och från Malmö medan 39% åkte tåg, 5% valde flyget och 5% åkte buss. Ca 12% åkte med mer än ett färdmedel. De som tog bilen körde företrädesvis bensinbilar följt av dieselbilar, men ca 31% kunde klassificeras som miljöbilar.
- De ca 4.796 turisterna spenderade sammantaget ca 19,99 mkr under vistelsen (generell turistomsättning). Ca 9,62 mkr kom från svenska turister medan 10,37 mkr kom från utländska turister. Ca 19,48 mkr konsumerades inom Malmö kommun medan ca 0,51 mkr tillföll omkringliggande kommuner (endast logi-kostnader kan härledas). Den specifika turistomsättningen beräknades till ca 18,38 mkr (den del av turistomsättningen där Bordtennis-EM var huvudsaklig reseanledning).
- Den sammanlagda skatteeffekten på de 19,99 mkr som omsattes kopplat till Bordtennis-EM i Malmö låg på 8,54 mkr. Tittar vi enbart på den del som omsattes i Malmö kommun (19,48 mkr) låg den på 8,3 mkr och fördelas på 2,9 mkr till staten (huvudsakligen moms), 1,3 mkr i regionskatt samt 4,1 mkr i kommunalskatt.

Turisternas uppfattning om Malmö

- Turisterna har fått information om Malmö via ett flertal olika kanaler och källor. De populäraste är ”Bordtennis-EM:s hemsida” (35%), följt av ”Facebook” (24%), ”Via familj & vänner” (23%) och ”Svenska Bordtennisförbundets hemsida (22%), osv.
- 72% av turisterna hann med att ägna sig åt andra aktiviteter utöver bordtennisen när de besökte Malmö; populärast var att besöka café/restaurang (62%), shoppat (35%) och promenerat i och kring Malmö (29%), osv. Övernattarna ägnade sig åt aktiviteter i betydligt större utsträckning än dagpendlarna.
- Nästan hälften av turisterna (44%) kan klassificeras som ambassadörer för Malmö efter att ha besökt staden under Bordtennis-EM. Samtidigt är 31% passivt nöjda och 25% kritiker i någon mån. En stor del av kritikerna är s.k ”milda kritiker” med betyg om 5 eller 6. NPS ligger därmed på +19.

SAMMANFATTNING

Turisternas uppfattning om Malmö

- Turisternas intryck av Malmö är genomgående positiva. De delar som får bäst betyg (10-gradig skala) är ”Malmö är en tillgänglig stad…” (8,7) följt av ”Malmö erbjuder ett urval av bra boendealternativ” (8,2), ”Malmö är välkomnande” (7,9) och ”Malmö är en öppen stad…” (7,8).
- Turisternas upplevelse av Malmö och det staden har att erbjuda är positiv. De delar som får bäst betyg (5-gradig skala) är ”utbudet av caféer/restauranger” (4,3) tätt följt av ”utbudet av shopping” (4,2), ”bemötandet i servicesammanhang” (4,2), ”bemötandet av de som bor i Malmö” (4,1) samt ”utbudet av attraktioner” (3,8).

Invånarnas attityd till Bordtennis-EM

- De lokala invånarna i Malmö kommun anser att det är viktigt att stora publika evenemang arrangeras i Malmö. 91% svarar att det är antingen ”mycket viktigt” eller ”ganska viktigt” (betyg 5 eller 4), medan 7% förhåller sig mer neutrala (betyg 3) och 2% som inte anser det vara särskilt viktigt. Sammantaget ligger medelvärdet på 4,4.
- Bordtennis-EM har absolut bidragit med värden till den lokala befolkningen. Den del som får högst instämmande (5-gradig skala) är ”bidrar till att berika vardagen för dig som Malmöbo” (4,5), följt av ”utökat din känsla av stolthet över Malmö” (4,2), ”bidrar med förbättrad sammanhållning bland invånarna i hela Malmö” (3,6) och ”har bidragit till möten med nya människor” (3,5).

Lokala projekt i samband med Bordtennis-EM

- 22% av respondenterna uppmärksammade åtminstone något av de olika projekt med koppling till EM som genomfördes parallellt till Bordtennis-EM. Lilla-EM uppmärksammades i störst utsträckning med 14% följt av PING-PONG-POWER i Folkets Park med 12% och PING-PONG-POWER vid Ribban med 9%.
- Samtliga tre projekt får väldigt fina betyg av de som känner till projekten. Bäst betyg får ”PING PONG POWER på Ribban med 4,4 tätt följt av PING PONG POWER i Folkets Park med 4,2. Även Lilla EM på Stadionområdet får fina 4,1 i betyg.