

cosmecology  PARIS



**Undersökning bland evenemangsbesökarna vid EM i Konståkning
Ericsson Globe Arena, 26 januari - 1 februari 2015**

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

• OM UNDERSÖKNINGEN	S. 3
• KÖN OCH ÅLDER	S. 4
• SÄLLSKAP	S. 5
• HEMVIST	S. 6
• INFORMATION OM EVENEMANGET I FÖRSTA HAND	S. 7
• INFORMATIONSKÄLLOR INFÖR EVENEMANGSBESÖKET	S. 8
• BESLUTSTILLFÄLLE	S. 9
• RESAN TILL ERICSSON GLOBE ARENA	S. 10
• RESAN TILL STOCKHOLM	S. 11
• ANLEDNING TILL STOCKHOLMSVISTELSEN	S. 12
• BOENDE UNDER STOCKHOLMSVISTELSEN	S. 13
• ÖVRIGA AKTIVITETER	S. 14
• NÖJDHET MED STOCKHOLMSREGIONEN SOM EVENEMANGSDESTINATION	S. 15
• NÖJDHET MED ARRANGEMANG	S. 16
• ARRANGÖRER	S. 17
• SPONSORER	S. 18
• UTGIFTER	S. 19
• TURISTEKONOMISK OMSÄTTNING	S. 20
• SYSSELSÄTTNINGSEFFEKTER	S. 21

OM UNDERSÖKNINGEN

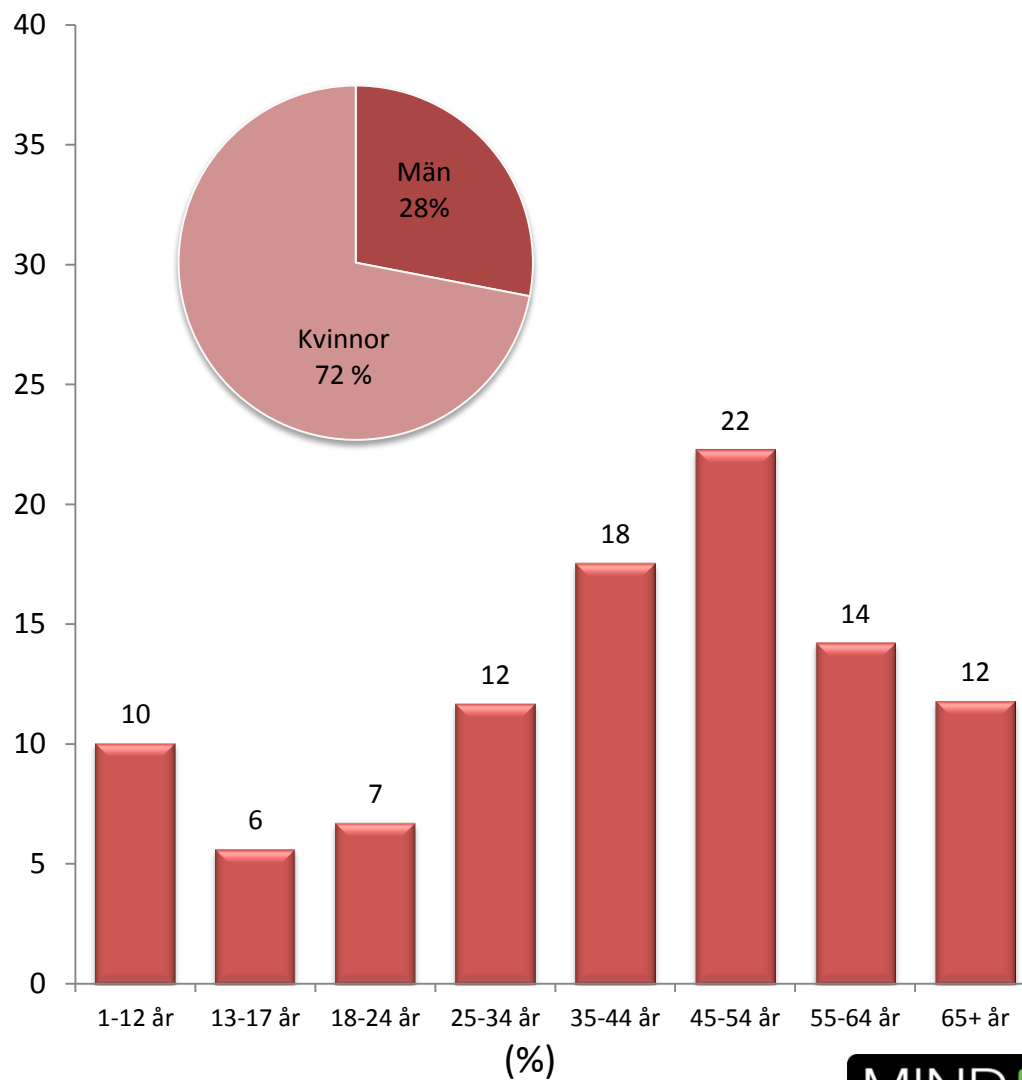
- Svenska Konståkningsförbundet och Stockholms stad stod värdar för Europamästerskapen i konståkning 2015 i Ericsson Globe Arena i Stockholm. Besökarna fick uppleva spänningen och dramatiken på isen när många av världens främsta konståkare tävlade om medaljerna.
- MIND Research har på uppdrag av Stockholm Visitors Board intervjuat besökare av arrangemanget EM i Konståkning i Stockholm som arrangerades den 26 januari - 1 februari 2015. Det var ett femdagarsevenemang, och samtliga intervjuer gjordes inne på arenaområdet.
- Syftet med undersökningen var dels att beskriva besökarnas sammansättning, hur de skaffat sig information om tävlingarna, hur de rest till och spenderat sin tid i Stockholmsregionen, men också hur nöjda de var med arrangemanget samt med Stockholmsregionen som evenemangsdestination. Dessutom att försöka göra en grov uppskattning kring det turistekonomiska inflödet till Stockholmsregionen med anledning av evenemanget.
- Både tillresta besökare och besökare boende i Stockholms län intervjuades, vissa frågor har endast ställts till tillresta besökare. Intervjuerna gjordes fördelat över olika dagar, samt på olika sektioner inne på arenan.
- Totalt genomfördes 413 intervjuer.

KÖN OCH ÅLDER

Uppgifter om kön och ålder noterades för den intervjuade och dennes sällskap, och det visade sig vara betydligt fler kvinnor än män, 72% mot 28%, som besökte EM i konståkning.

Evenemanget lockade besökare i alla åldrar, men med övervikt mot åldersgruppen 45-54 år.

Mer än hälften av besökarna var över 45 år, men det var också många under 12 år (medföljande barn).

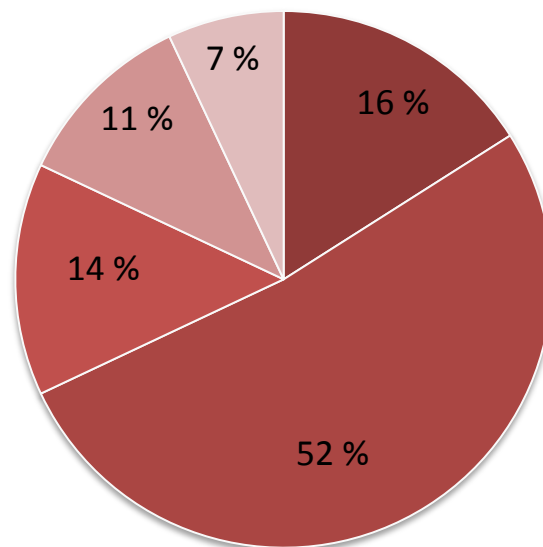


SÄLLSKAP

84% besökte EM 2015 i sällskap med någon, och vanligast var det två personer (52%). Men det var också många stora sällskap på plats. 18% var där i ett större sällskap med fyra eller fler personer, vilket är en relativt hög siffra.

16% procent av besökarna var där utan sällskap, det vill säga helt på egen hand.

Tilläggs bör att det var viss skillnad mellan tillresta besökare och stockholmare. En större andel stockholmare var där ensamma, medan stora sällskap med 4+ personer var betydligt vanligare bland de tillresta besökarna.



- En ensam besökare
- Sällskap med två personer
- Sällskap med tre personer
- Sällskap med fyra personer
- Sällskap med fem eller fler personer

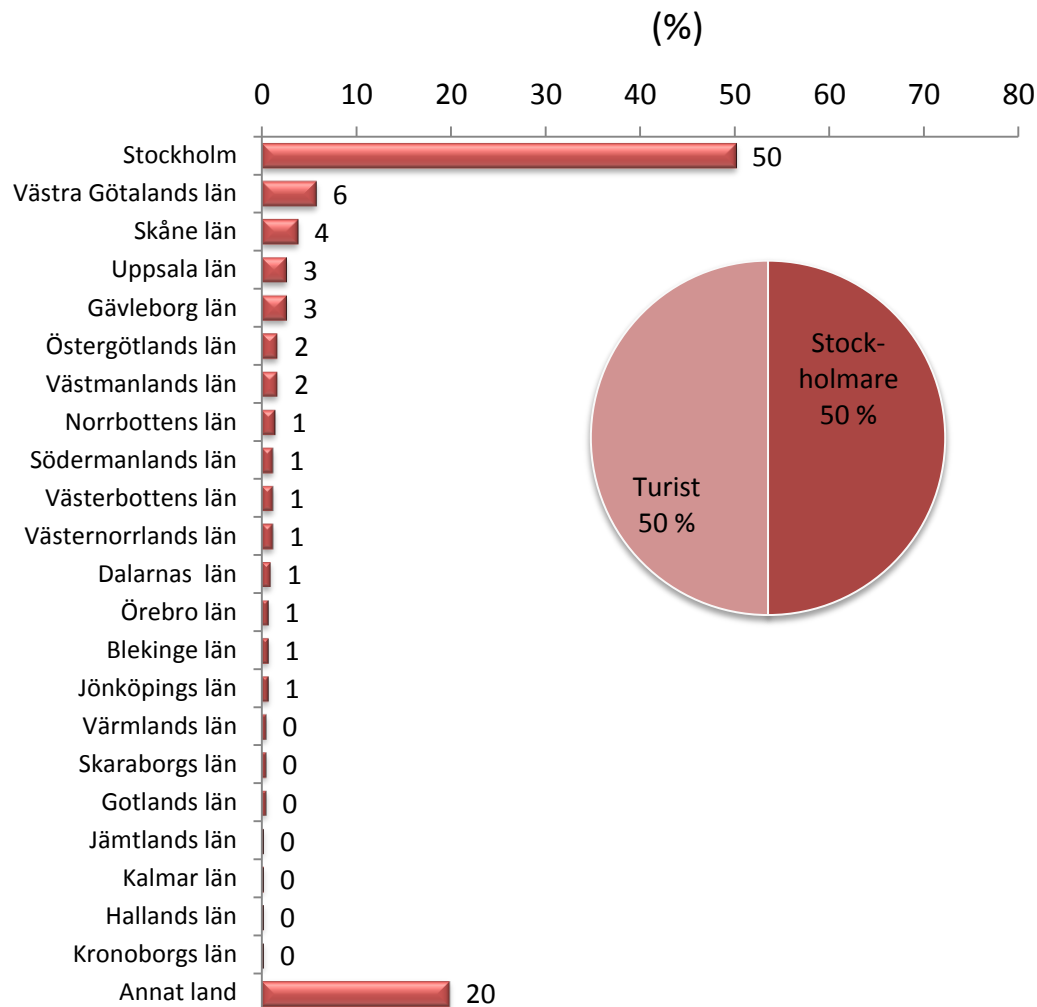
HEMVIST

Andelen tillresta besökare (turister) var 50%. Dessa är alltså boende i andra län än Stockholms län, eller så bor de i ett annat land.

Det var väldigt många utländska besökare, nästan 20% var från ett annat land än Sverige. Av de utländska besökarna var flest från Finland 4%, Ryssland 3%, Tyskland 3%, Norge 2% och UK 2%.

De svenska tillresta besökarna kom från i stort sett alla delar av landet, men besökare från Västra Götaland 6% och Skåne 4% var något mer vanligt förekommande än besökare från övriga län.

De som är boende i Stockholms län utgör således 50% av besökarna.



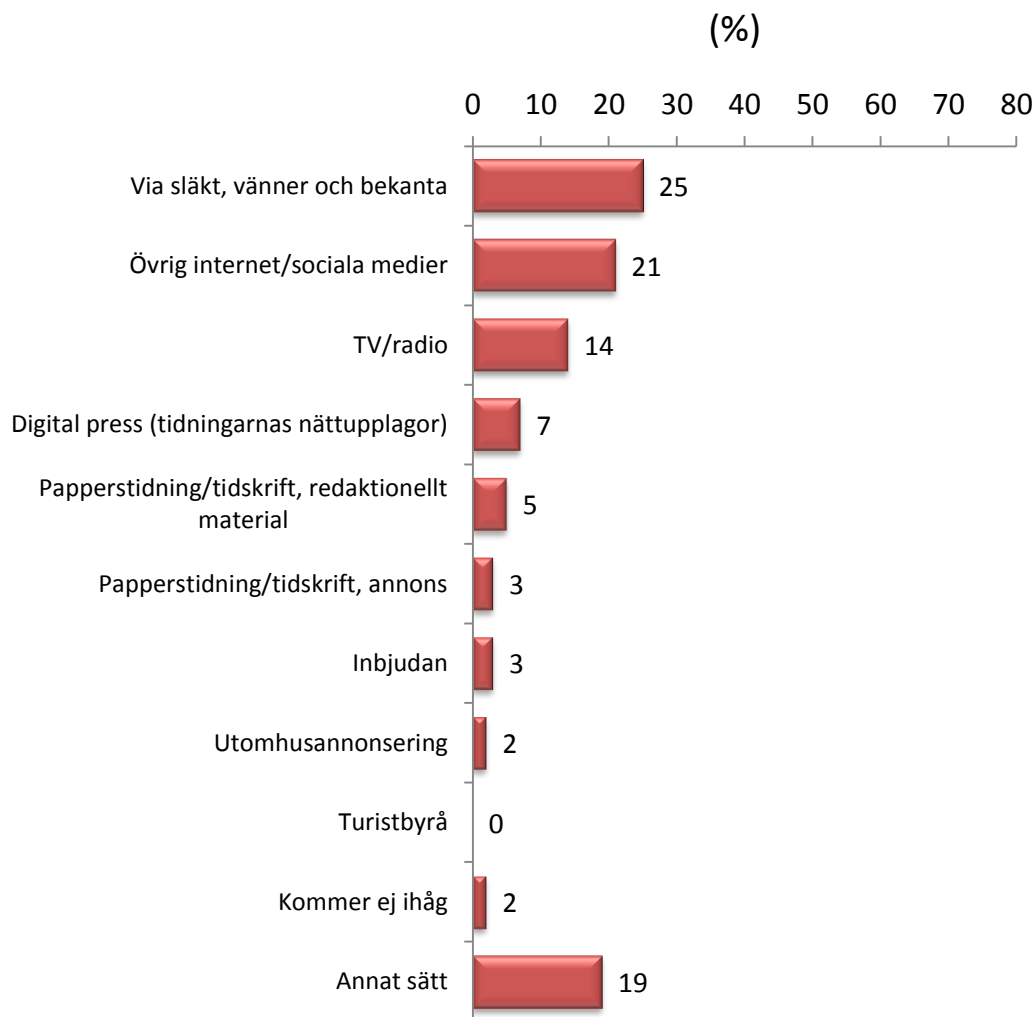
(Annat land = 20 olika nationer varav flest från Finland 4%, Ryssland 3%, Tyskland 3%, Norge 2%, UK 2%, Italien 1%)

INFORMATION

om evenemanget i första hand

25% av besökarna fick sin första information om EM från släkt, vänner och bekanta. 21% fick första informationen via internet och sociala medier.

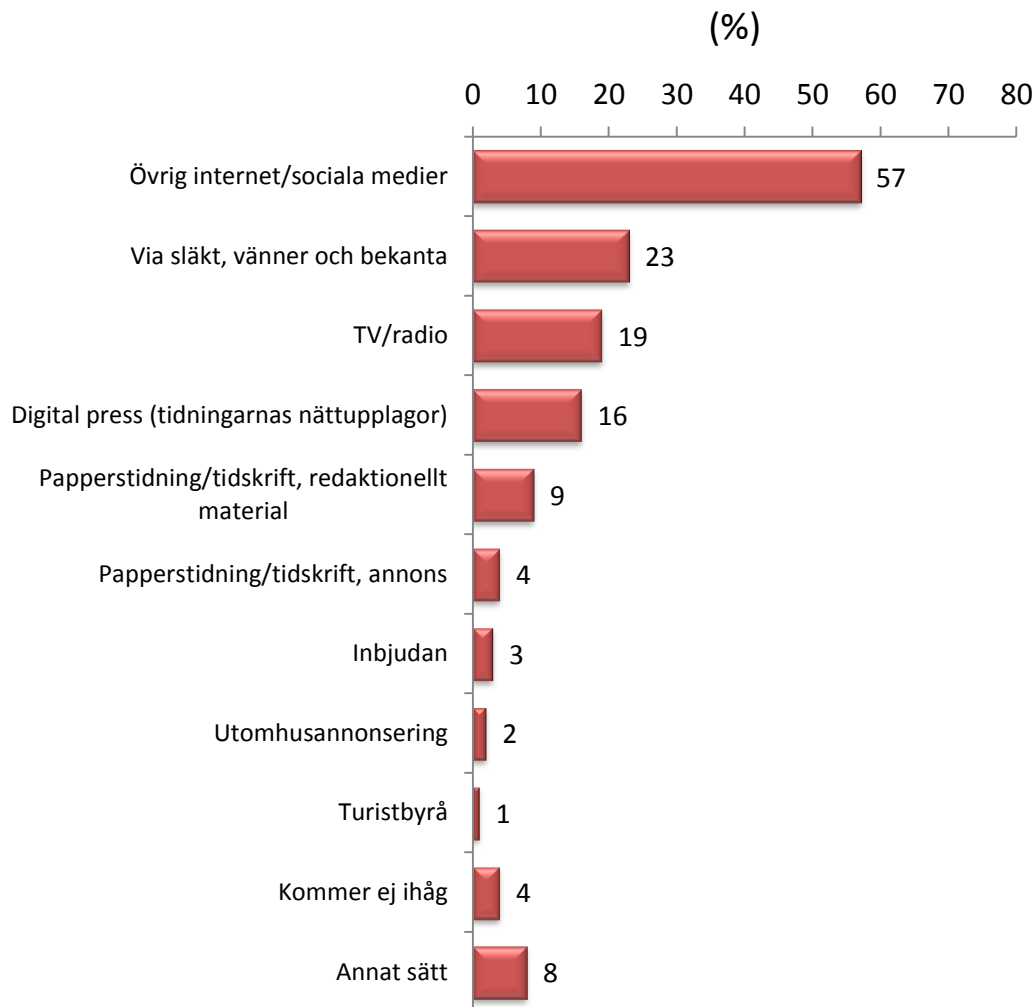
Annat sätt som var 19% innefattar exempelvis: "har varit på tidigare EM", "har alltid vetat om evenemanget eftersom jag är intresserad", eller "genom konståkningsklubben".



INFORMATIONSKÄLLOR inför evenemangsbesöket

Övrig internet/sociala medier var en mycket vanlig informationskälla inför besöket. Hela 57% hade sökt information där för att få veta mer om evenemanget.

Släkt, vänner och bekanta hade tillfrågats av 23% medan 19% hade använt sig av TV/radio. 16% hade fått information om evenemanget från digital press.



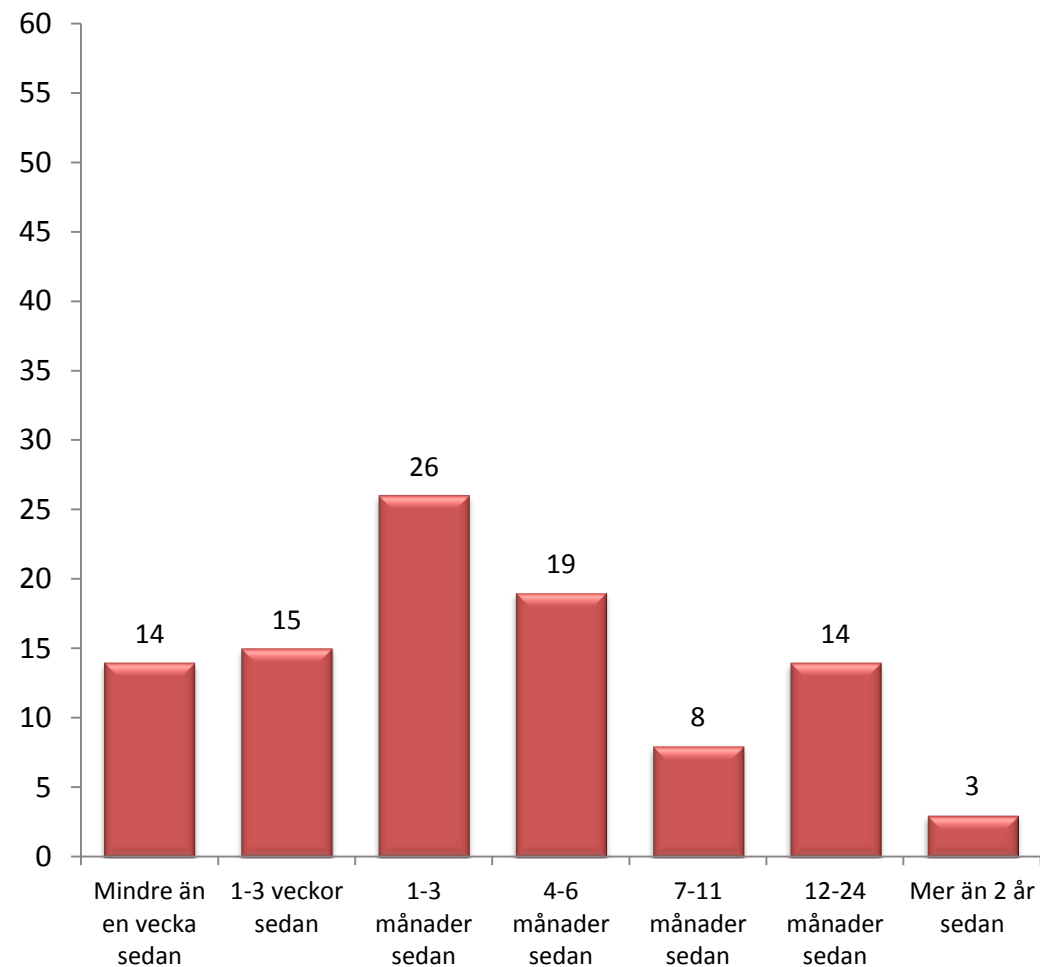
BESLUTSTILLFÄLLE

Beslutstillfället var genomgående i god tid innan evenemanget. Vanligast var att beslutet kom 1-3 månader innan EM 2015. 17% hade bestämt sig ett helt år i förväg, eller ännu tidigare.

14% var väldigt spontana och bestämde sig för mindre än en vecka sedan.

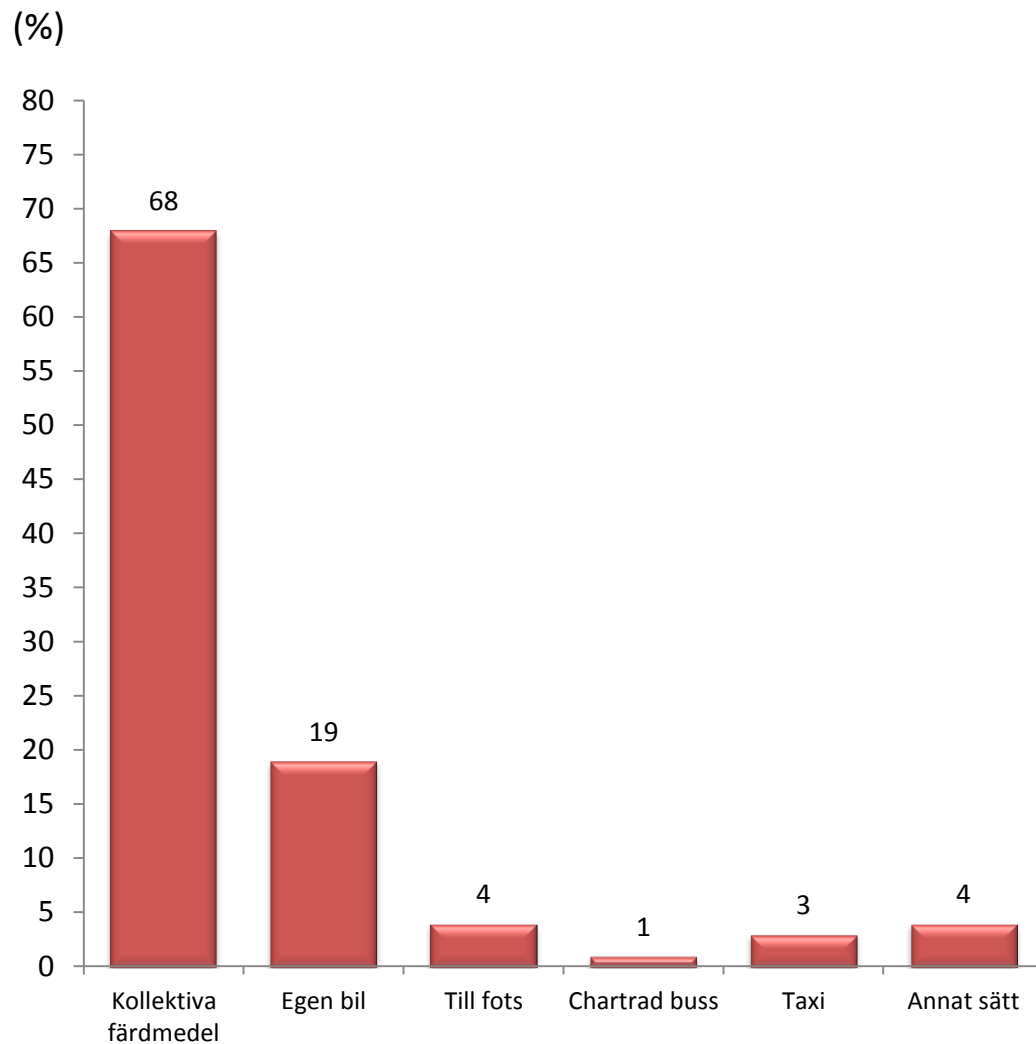
Ju längre från Stockholm besökaren bor, desto tidigare bestämde de sig för att besöka evenemanget.

(%)



RESAN TILL GLOBEN

De flesta åkte till Globen med kollektiva färdmedel (68%) men det var också en del som hade egen bil (19%).

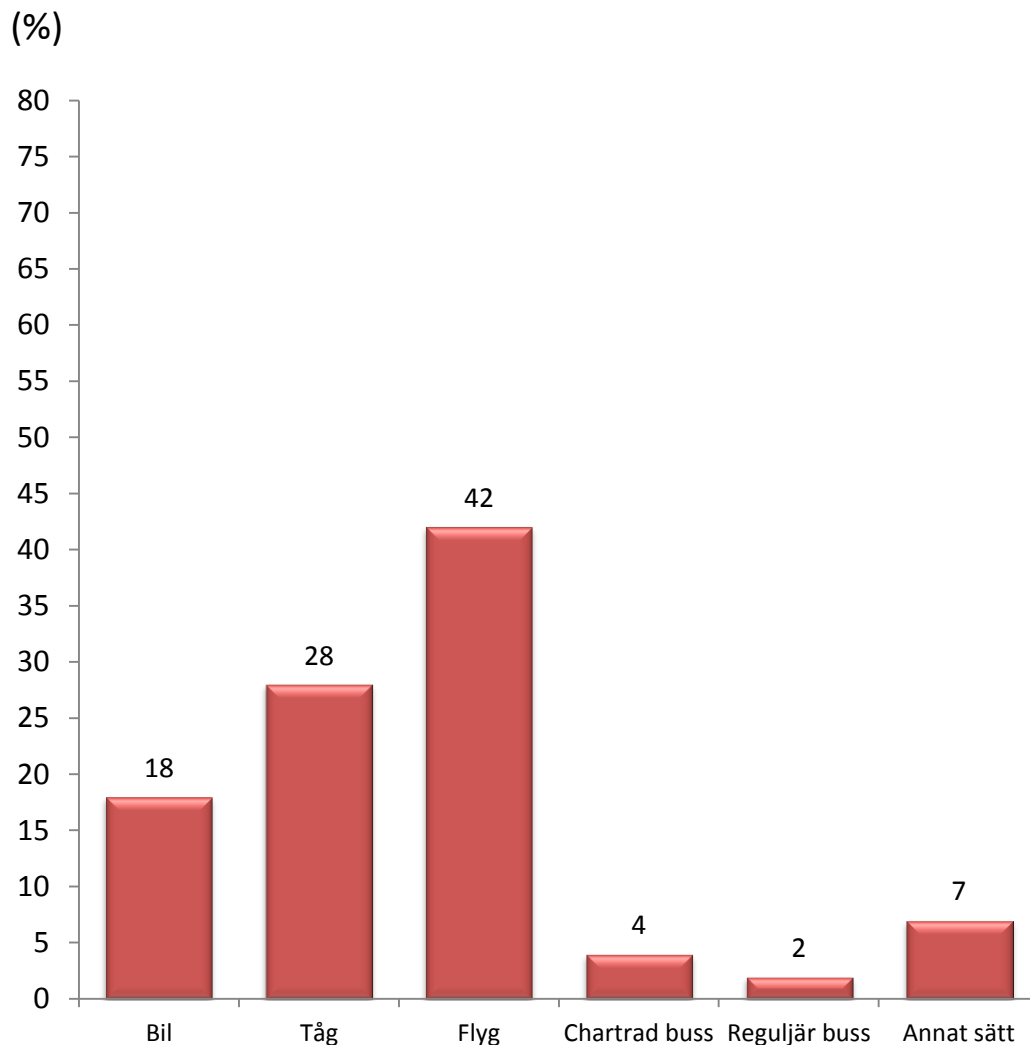


RESAN TILL STOCKHOLM

Endast tillresta besökare fick frågan.

De flesta av de som var bosatta utanför Stockholms län tog sig till Stockholm med flyg (42%), detta eftersom det var väldigt många utländska besökare på evenemanget. Det var ändå ganska många som kom med tåg, 28%.

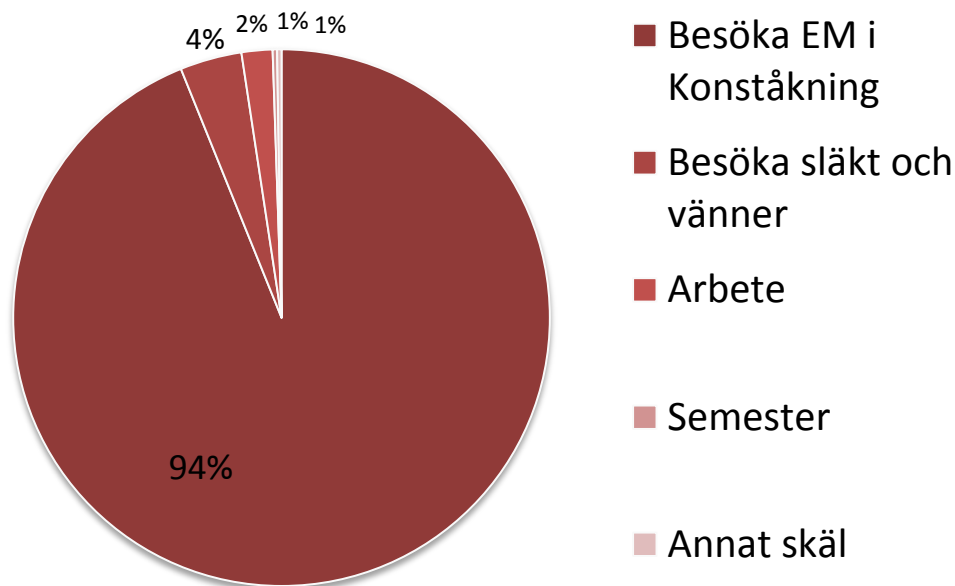
18% av de tillresta besökarna reste till Stockholm med bil, medan buss var det minst vanliga sättet att resa till Stockholm.



ANLEDNING TILL STOCKHOLMSVISTELSEN

Endast tillresta besökare fick frågan.

EM i Konståkning var naturligtvis den huvudsakliga anledningen till besöket i Stockholmsregionen (94%), men en del var i Stockholm främst för att besöka släkt/vänner (4%). Enbart 2% hade kommit till Stockholm i första hand för sitt arbetes skull.



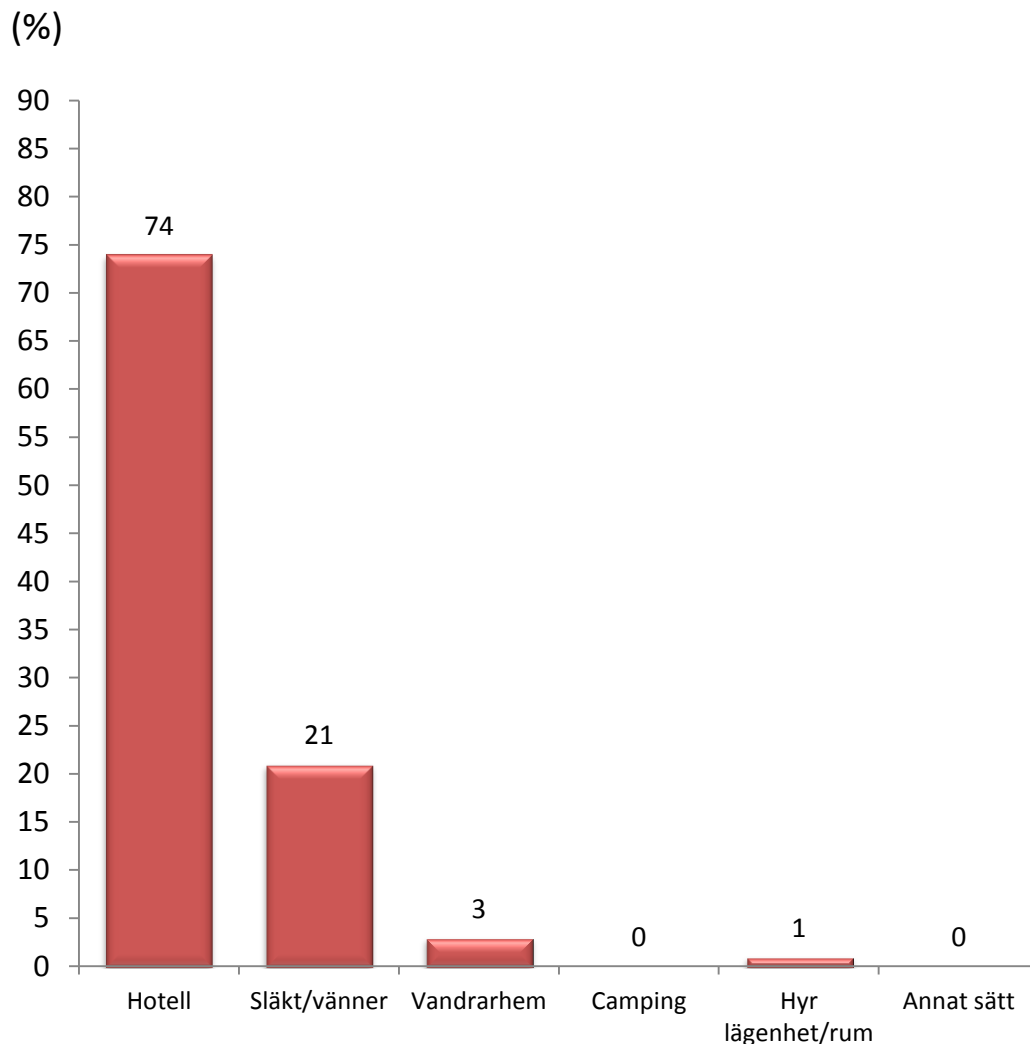
BOENDE UNDER STOCKHOLMSVISTELSEN

Endast tillresta besökare fick frågan.

74% av de tillresta besökare som övernattade valde att bo på hotell, medan 21% bodde hos släkt och vänner.

11% av turisterna övernattade en natt, medan 72% stannade två eller flera nätter.

Det var ovanligt många som stannade uppemot en hel vecka, eftersom det var ett femdagarsarrangemang. 17% övernattade inte alls utan åkte hem efter den dagens evenemang.

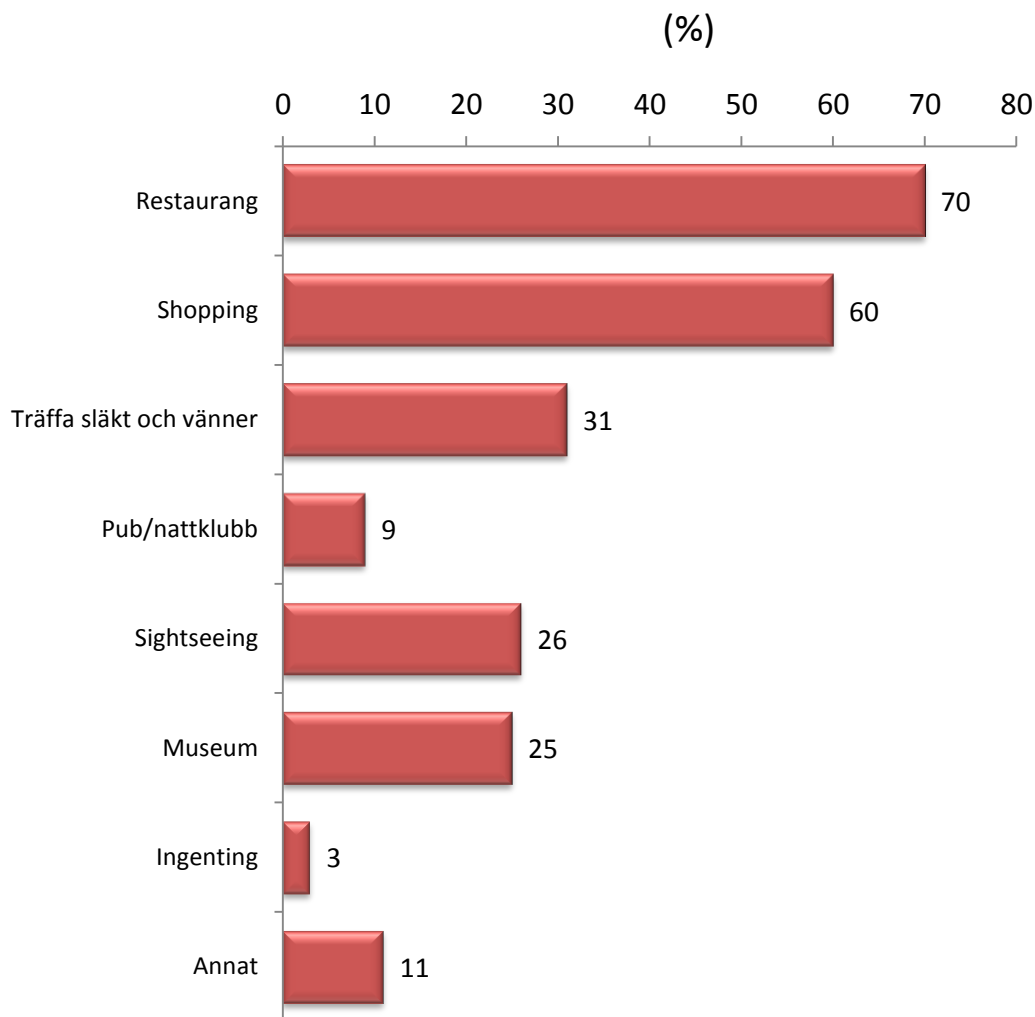


ÖVRIGA AKTIVITETER

Endast tillresta besökare fick frågan.

Utöver att besöka EM valde hela 70% av de tillresta besökarna på att gå på restaurang. 60% shoppade och 31% passade på att träffa släkt och vänner. 9% hann med att besöka pub/nattklubb.

3% gjorde ingenting annat under sitt besök än att se evenemanget.



NÖJDHET MED STOCKHOLM SOM EVENEMANGSDESTINATION

Den totala upplevelsen av Stockholm som evenemangsdestination får 4,5 i helhetsbetyg (5-gradig skala), vilket är mycket högt. Turisterna ger till och med betyget 4,6.

Det som besökarna ger allra högst betyg är utbudet av nöje och kultur, tillgängligheten, shopping, samt lokala kommunikationer (4,5). Det som besökarna ger lägst betyg är utbudet av boendeanläggningar (4,3), men detta betyg är ändå mycket högt.

Turisternas betyg skiljer sig en del från icke-turister. Turisterna är generellt något mer nöjda, men det är väldigt liten skillnad.

■ = Totalt
■ = Turist
■ = Ej turist



NÖJDHET MED EVENEMANGSOMRÅDET

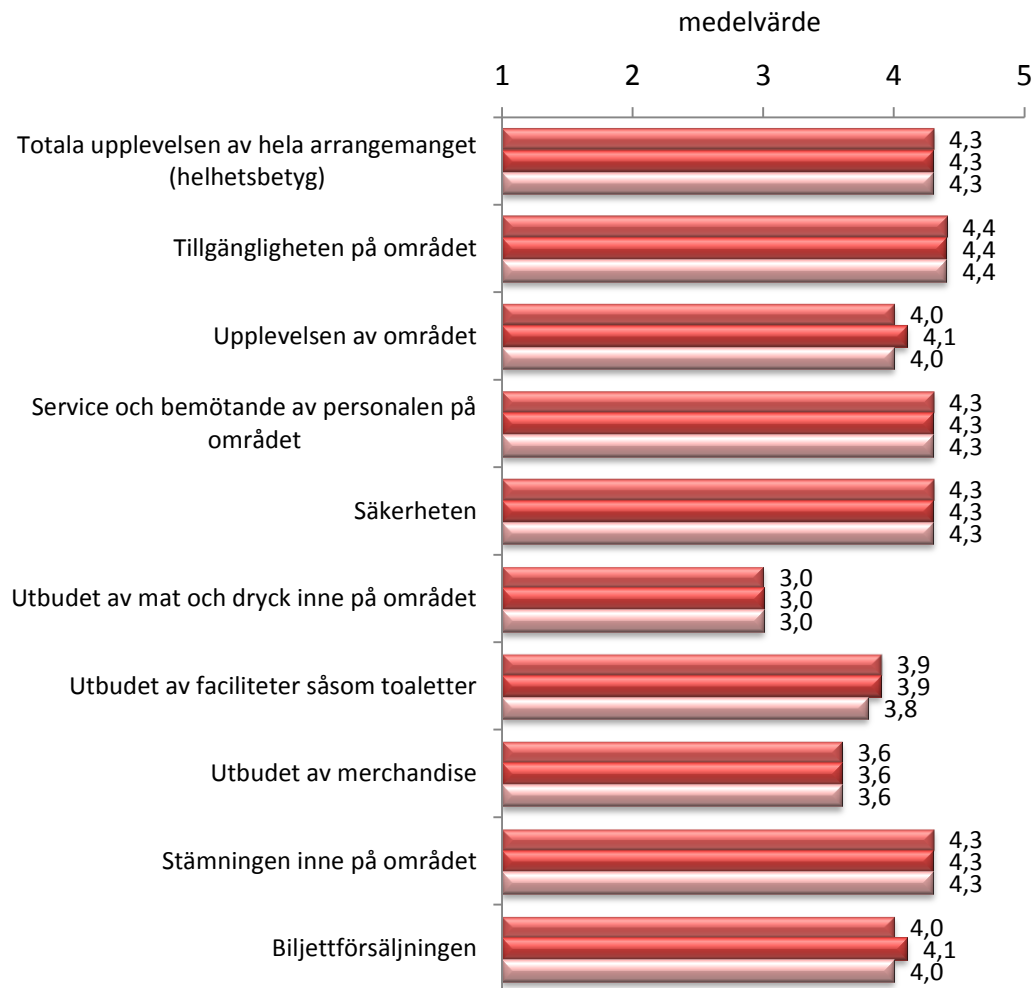
Den totala upplevelsen av hela arrangemanget på Globen får 4,3 i helhetsbetyg (5-gradig skala), vilket är högt.

Tillgängligheten till Globen får mycket bra betyg (4,4), speciellt i jämförelse med arrangemang på Friends Arena som oftast har ett betydligt lägre betyg på detta. De flesta betyg som rör evenemangsområdet är för övrigt väldigt höga och ligger över 4,0.

Utbudet av mat och dryck får däremot ett väldigt lågt betyg med 3,0. Det fanns ingen riktig mat på arenan mer än smal kokt korv. Ett annat lite lägre betyg får försäljningen av merchandise (3,6), samt toaletter (3,8).

Turisternas betyg skiljer sig inte från icke-turisterna.

■ = Totalt
■ = Turist
■ = Ej turist

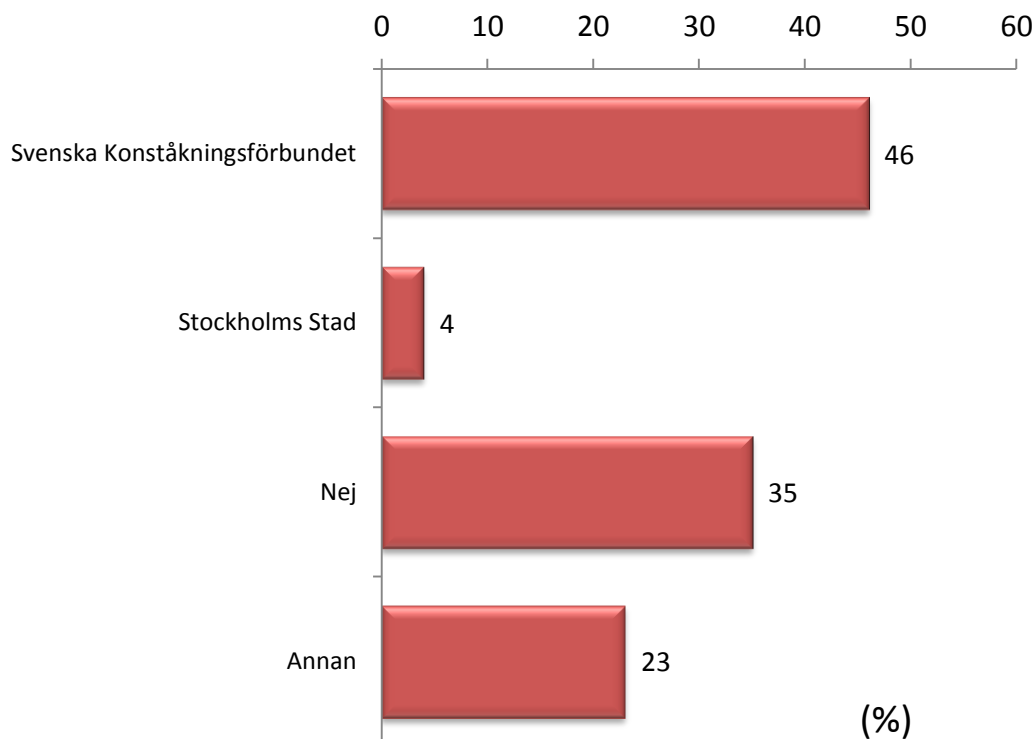


ARRANGÖRER

Svaren som gäller arrangörer är spontana, dvs svarsalternativen lästes inte upp för den intervjuade.

46% visste spontant att Svenska Konståkningsförbundet var arrangörer av EM i konståkning, medan 35% hade ingen aning och svarade "Nej" på den frågan. Bara 4% visste att Stockholms Stad var en av arrangörerna.

Vet du vem som är arrangör till EM i Konståkning? (spontant svar)



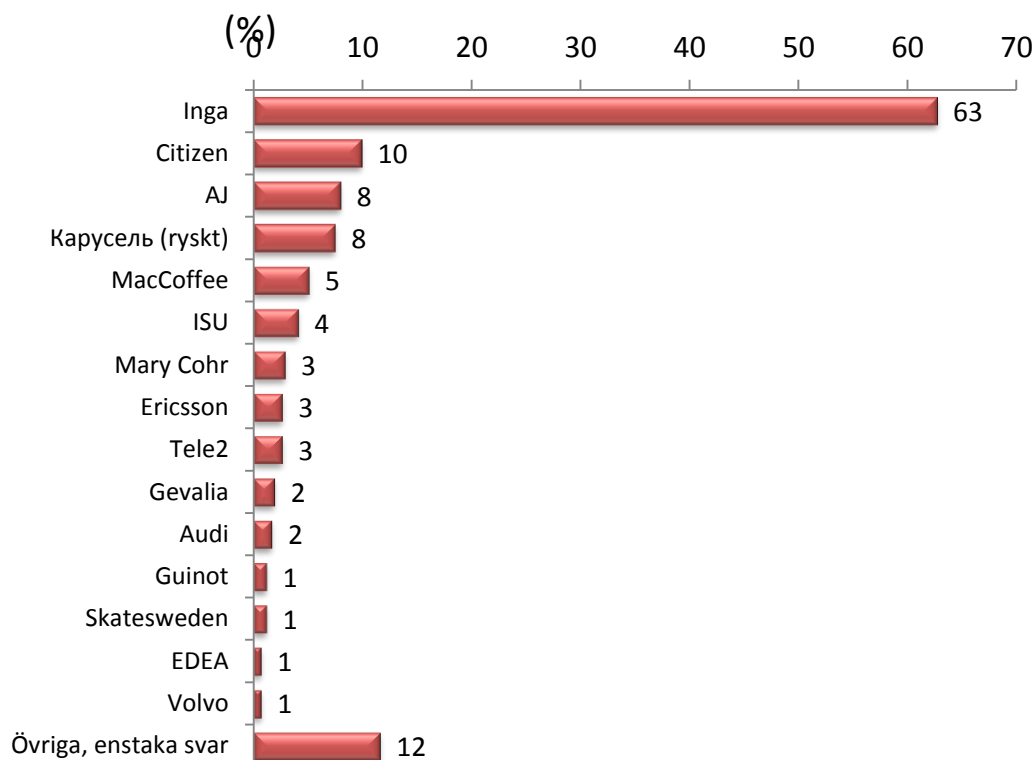
SPONSORER

Svaren som gäller sponsorer är också spontana, dvs svarsalternativen lästes inte upp för den intervjuade.

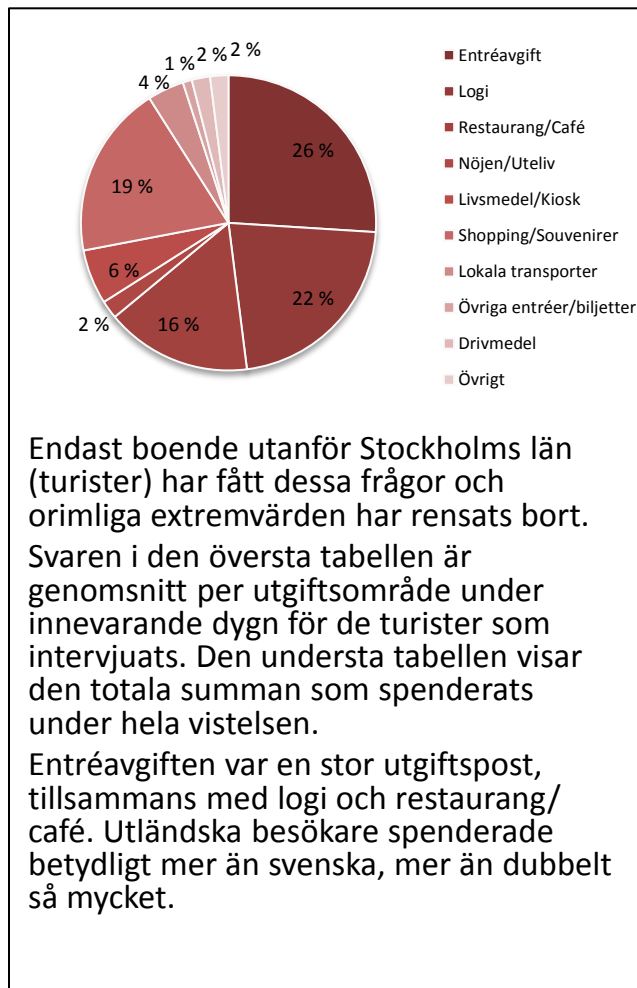
Det var relativt få som hade noterat några sponsorer. Hela 63% svarade "ingen".

Av de företag som besökarna hade lagt märke reklam till hade Citizen högst med 10%, därefter AJ 8% och den ryska matvarukedjan Карусель (Karusel) med 8%.

Har du uppfattat om det är några sponsorer på EM i Konståkning? (spontant svar)



UTGIFTER



GENOMSNIITTLIGA UTGIFTER FÖR BESÖKARNA UNDER INNEVARANDE DYGN

Entréavgift EM	569 kr
Logi	482 kr
Restaurang/Café	352 kr
Nöjen/Uteliv	40 kr
Livsmedel/Kiosk	123 kr
Shopping/Souvenirer	419 kr
Lokala transporter	79 kr
Övriga entréer/biljetter	32 kr
Drivmedel	47 kr
Övrigt	33 kr

SPENDERAT I STOCKHOLM TOTALT UNDER HELA VISTELSEN (VÄRDET AV DIN KONSUMTION)

Totalt	5526 kr
--------	---------

TURISTEKONOMISK OMSÄTTNING

Antal besökare på EM i Konståkning	37 868
Andel tillresta besökare (turister)	49,88 %
Turisternas genomsnittliga utlägg under sin Stockholmsvistelse	5526 kr
Uppskattad ekonomisk omsättning	104,38 miljoner kr
Andel turister med EM som <u>huvudsaklig anledning</u> till besöket	93,88 %
Uppskattad specifik ekonomisk omsättning	97,99 miljoner kr

Så här har vi räknat:

Siffrorna baseras på svaren från den evenemangsbesökare som intervjuats. Orimliga extremvärden har rensats bort. Turister är tillresta besökare, det vill säga boende utanför Stockholms län.

Turisterna som besökt EM har fått uppskatta vad de kommer att spendera under hela sin vistelse i Stockholm. Deras genomsnittliga utlägg har därefter multiplicerats med antalet turister som kommit till Stockholm specifikt för EM.

Observera att detta är en grov uppskattning.

SYSSELSÄTTNINGSEFFEKTER

I Sverige krävs det i genomsnitt en omsättning på 1,5 miljoner kr (2012 års siffror) för att skapa ett årsverke inom turistnäringen, detta är en schablon som används för att räkna fram sysselsättningseffekterna nedan.

Uppskattad specifik ekonomisk omsättning	97,99 miljoner kr
Uppskattad sysselsättningseffekt	65,3 årsverken