

Turismeøkonomisk effektmåling af sports-, kultur- og erhvervsbegivenheder



SPORT EVENT
DENMARK

WONDERFUL
COPENHAGEN



VisitDenmark
visitdenmark.com



Titel: Turismeøkonomisk effektmåling af sports-, kultur- og erhvervsbegivenheder

Forsidefotos: DenmarkMediaCenter.com og Sportsagency for Sport Event Denmark (VM i landevejscykling, Challenge Copenhagen)

ISBN: 87-87393-74-3

Forfattere:

Christian Ørsted Brandt

VisitDenmark

Email: cb@visitdenmark.com

Lone Allentorp Callard

Wonderful Copenhagen

Email: lac@woco.dk

Birgitte Schultz

Sport Event Denmark

Email: bs@sporteventdenmark.dk

Oktober 2011

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

Forord

Denne vejlednings 2. udgave er udarbejdet af VisitDenmark, Wonderful Copenhagen og Sport Event Danmark.

Internationale sports-, kultur- og erhvervsbegivenheder står i disse år højt på dagsordenen både nationalt og lokalt. Danmark har således i de senere år været vært for en række store internationale begivenheder som FNs Klimakonference, IOC kongres og World Outgames og senest VM i landevejscykling, men også for en mængde mindre begivenheder af sportslig-, kulturel- eller erhvervsmæssig karakter rundt om i landet.

Det store fokus på begivenheder skaber samtidig et behov for indsigt i begivenhedernes afledte økonomiske effekter lokalt og nationalt. Ikke bare effekter for det private erhvervsliv, men også for lokale og nationale myndigheder, som for offentlige midler ofte er stærkt involverede i både tiltrækning og afvikling af begivenheder.

Formålet med denne vejledning er at sætte private og offentlige beslutningstagere på nationalt, regionalt og lokalt niveau bedre i stand til at vurdere de umiddelbare turismeøkonomiske effekter af enkeltstående begivenheder af erhvervsmæssig, kulturel eller sportslig karakter. Specifikt er det vejledningens sigte at sætte analytikere o.l. i stand til at prognosticere og/eller evaluere de samlede turistøkonomiske effekter af nævnte typer begivenheder.

Med *turismeøkonomiske effekter* menes der alene de *umiddelbare* kort-sigtede økonomiske effekter fra de turister, der i det enkelte tilfælde *deltager* i begivenheden, enten som tilskuere, udøvere, erhvervsdrivende eller andet. Dermed omfatter denne vejledning ikke effekter af lokale deltageres forbrug og de mere langsigtede effekter af fx social eller brandingmæssig karakter.

Det er forfatterens ønske, at der ved at stille denne vejlednings metoder og værktøjer til rådighed, bidrages til skabelsen af et opdateret, ensartet og vidensbaseret grundlag at vurdere de umiddelbare turismeøkonomiske gevinster for både det offentlige Danmark og de private aktører i danske begivenheder.

Godt udbytte!

Indholdsfortegnelse

FORORD	2
LÆSEVEJLEDNING	4
AFSNIT 1. FREMGANGSMÅDER TIL EFFEKTBeregning	5
AFSNIT 2. TILFØRT TURISMEOMSÆTNING	6
2.1 KRITERIER FOR TILFØRT TURISMEOMSÆTNING	6
2.2. BEREgNING AF TILFØRT TURISMEOMSÆTNING	7
AFSNIT 3. TILFØRT TURISMEOMSÆTNING'S AFLEDTE EFFEKTER	9
3.1. BESKRIVELSE AF AFLEDTE SAMFUNDSØKONOMISKE EFFEKTER	9
AFSNIT 4. ANVENDELSE AF PROGNOSEARK	11
4.1. ETABLERING AF TILFØRT TURISMEOMSÆTNING.....	11
4.2. ETABLERING AF AFLEDTE EFFEKTER	11
AFSNIT 5. VEJLEDNING TIL DATAINDSAMLING	14
5.1. EVALUERINGSPROCES AF BEGIVENHEDER.....	14
5.2 UDVÆLGELSE AF RESPONDENTER	14
5.3 INDSAMLING AF DATA - SPØRGESKEMA	16
BILAG 1. CASES	21

Læsevejledning

Denne vejledning er bygget op som et teoretiske såvel som et praktisk værktøj til vurdering af de turismeøkonomiske effekter af en begivenhed.

Afsnit 1 beskriver et antal fremgangsmåder der kan anvendes, når den turismeøkonomiske effekt af en begivenhed skal vurderes.

Afsnit 2 gennemgår princippet om tilført turismeøkonomi og metoder til vurdering af dens størrelse i forbindelse med en begivenhed.

Afsnit 3 gennemgår principperne om turismeøkonomiens afledte samfundsøkonomiske effekter.

Afsnit 4 gennemgår prognoseværktøjet, som er et separat Excel regneark, der kan anvendes til enkle estimater af turismeomsætning og dens afledte samfundsøkonomiske effekter.

Afsnit 5 viser eksempler på spørgeskemaer, som kan anvendes til gennemførelse af deltagerundersøgelser, samt eksempler på gennemførte begivenhedsanalyser.

Vejledningen bygger på følgende hovedkilder:

Undersøgelser af deltagerprofiler¹ ved begivenheder af kultur, erhvervs-mæssig og sportslig karakter, samt generelle turistundersøgelser af turister i Danmark i regi af VisitDenmark, Sport Event Denmark og Wonderful Copenhagen m.fl.

Modelberegninger af de samfundsøkonomiske effekter af turismeomsætning i den regionale ligevægtsmodel, LINE, som drives i fællesskab af VisitDenmark, Erhvervs- og Byggestyrelsen, Arbejdsmarkedsstyrelsen, de regionale vækstfora m.fl.

Definitioner på begivenheder, indsamlingsmetoder mv. bygger på "Handbook of Marketing Evaluation Methodologies", udgivet af European Travel Commission i 2004.

¹ Se side 6 for definition af en "deltager"

Afsnit 1. Fremgangsmåder til effektberegning

Denne vejledning giver forskellige alternativer til hvordan en beregning af en begivenheds turismeøkonomiske effekter kan gennemføres. For at vælge den bedst egnede metode er der typisk to forhold som skal afklares:

- 1) Hvor stor *præcision* ønskes det at få i effektberegningen. Jo højere præcision der ønskes, desto flere resurser skal der anvendes på undersøgelser og modelberegninger i forbindelse med den specifikke begivenhed. I denne vejledning anvises både beregningsmetoder med høj præcision og nogle med lav præcision.
- 2) *Hvornår* ønskes effektberegningen gennemført. Hvis effektberegningen skal gennemføres *ex ante*, dvs. før begivenheden har fundet sted, er det begrænset hvor stor præcision der kan opnås, da alle nøgletal bygger på budgetter og ikke realiteter. Hvis effektberegningen skal gennemføres *ex post*, dvs. efter at begivenheden er overstået, gives der mulighed for højere præcision, da der kan gennemføres specifikke undersøgelser i forbindelse med begivenheden, baseret på realiteter. I denne vejledning anvises der effektberegningssmetoder til både *ex ante* og *ex post* vurderinger.

Vejledningen opstiller fire alternative fremgangsmåder til at vurdere den tilførte turistøkonomi fra en begivenhed og de afledte samfundsøkonomiske effekter. De fire fremgangsmåder er skitseret herunder i tabel 1.1.

Tabel 1.1 Alternative beregningsmuligheder

Alternativ	Tilført turismeøkonomi fra deltagere, findes ud fra:	Tilført økonomisk afledte samfundseffekter, findes ud fra:	Timing for anvendelse	Præcision
1	Nøgletal fra vejledning	Prognosemodel	Før/efter begivenhed	*
2	Ad hoc deltagerundersøgelse	Prognosemodel	Efter begivenhed	***
3	Nøgletal fra vejledning	Ad hoc modelberegning i LINE/Turisme	Før/efter begivenhed	**
4	Ad hoc deltagerundersøgelse	Ad hoc modelberegning i LINE/Turisme	Efter begivenhed	****

Afsnit 2. Tilført turismeomsætning

2.1 Kriterier for tilført turismeomsætning

Første skridt i en beregning af en begivenheds turismeøkonomiske effekter er fastlæggelse af, hvor meget *tilført turismeomsætning*, der havner i et *værtsområde* som *følge af* begivenheden fra *ikke-lokale deltagere*.

Den tilførte turismeomsætning er derefter grundlaget for at kunne beregne de afledte samfundsøkonomiske konsekvenser (se herom i kapitel 3).

For at der kan være tale om en tilført turistomsætning til et område som følge af en begivenhed, skal følgende tre kriterier være opfyldt (i-iii):

- i. Forbruget skal stamme fra deltagere**
- ii. Deltagerne skal være uden for sædvanligt miljø**
- iii. Deltagerne skal opholde sig i værtsområdet hovedsagelig som følge af begivenheden**

- (i) En *deltager* dækker alle former for tilknyttede personer til en begivenhed; tilskuere, amatørsportsfolk, konferencegæster, officials, artister, professionelle sportsfolk, presse etc. Bidrag fra fx virksomheder er ikke en del af den turismeøkonomiske effekt beskrevet i denne vejledning, men indtægter som evt. skal behandles separat.
- (ii) Hvornår en deltager er *uden for sædvanligt miljø* er til diskussion. I denne vejledning anbefales følgende definition: deltageren skal have transporteret sig min. 20 km til begivenheden hjemmefra *eller* komme tilrejsende fra udlandet. Alternativt kan det lades op til deltageren selv i forbindelse med en deltagerundersøgelse at vurdere, om de befinder sig uden for sædvanligt miljø.
- (iii) Kun forbrug fra deltagere, som opholder sig i værtsområdet hovedsagelig som følge af begivenheden på dagen, betragtes som begivenhedsskabt omsætning tilført værtsregionen. Hvis ikke begivenheden er hovedårsagen til, at deltageren befinder sig i området, kan begivenheden ikke tages til indtægt for den tilførte omsætning.

Hvilke deltagere, der i forbindelse med en begivenhed opfylder de tre ovenstående kriterier (i-iii), kan fx afdækkes med en deltagerundersøgelse (se spørgeskemaer i eksempel kapitel 4). Ved en ex ante effektberegning er der ikke mulighed for en deltagerundersøgelse, og det må i det enkelte tilfælde vurderes, hvor meget af det begivenhedsskabte forbrug, der vil stamme fra deltagere, som opfylder kriterierne (i-iii).

2.2. Beregning af tilført turismeomsætning

I dette afsnit beskrives mere i detaljer hvordan den tilførte turismeøkonomiske omsætning i praksis beregnes. Den tilførte turismeomsætning er udgangspunktet for den efterfølgende beregning af afledte samfundsøkonomiske effekter.

Tilført turismeomsætning til *et værtsområde* omfatter deltagerens samlede forbrug *i værtsområdet* til alle fornødenheder umiddelbart *før, under og efter begivenheden* (ekskl. transport til og fra værtsregionen), så længe kriterierne jf. afsnit 2.1 er opfyldt i tidsrummet for forbruget. Jo mere detaljeret den tilførte turismeomsætning kan opdeles på produkter, desto mere præcist kan det fastslås, hvilke brancher og offentlige instanser, der nyder økonomisk gavn af en given begivenhed.

Hvis en del af det begivenhedsskabte turismeøkonomi ikke finder sted i værtsområdet, som fx deltageres transportudgifter til og fra begivenheden eller overnatning uden for værtsområdet, skal det ikke medregnes i den tilførte turismeomsætning til værtsområdet, men behandles separat.

Som minimum anbefales det at dele forbruget på følgende kategorier:

- dagligvarer i detailhandel (føde- og drikkevarer, tobak)
- restaurant, café og lign.
- forlystelser, attraktioner og lign.*
- lokal transport
- varige forbrugsgoder (shopping)
- overnatning
- øvrige vare- og tjenesteydelser.

Omfattet er derfor dagligvarer i detailhandel, restauration o.l., forlystelser/attraktioner o.l., lokal transport, varige forbrugsgoder (shopping), overnatning og andre varer og tjenester. Forbruget omfatter tillige forudbetalte varer og tjenester i værtsområdet.

*Herunder medtages indtægter fra adgangsbilletter til begivenheden og forbrug på dennes område, *så længe denne omsætning vurderes at skulle dække omkostninger direkte forbundet med begivenheden*. Om dette er tilfældet, kan i praksis være vanskeligt at afklare i det enkelte tilfælde.

Deltagerforbruget afhænger typisk meget af, om det er en sports- eller erhvervsbegivenhed, om det er professionelt eller fritidsbaseret og om det er danske eller udenlandske deltagere det drejer sig om.

Tabel 2.1 neden for viser eksempler på allerede undersøgte deltagerforbrug for forskellige typer begivenheder, som kan anvendes til benchmark eller direkte i prognosemodellen i de tilfælde, der ikke gennemføres en deltagerundersøgelse i forbindelse med en begivenhed.

Table 2.1 Udvalgte deltagerforbrug fra undersøgelser

Begivenhed	Deltagertype	Deltagerforbrug pr døgn
Erhvervsbegivenhed: Rotary Convention i København (2008)	Deltager (udenlandsk/dansk)	2.500 kr.
Sportsbegivenhed: World Outgames i København (2009)	Aktiv (udenlandsk/dansk)	1.240 kr./870 kr.
Sportsbegivenhed: VM i idrætsgymnastik i Århus (2006)	Aktiv (udenlandsk/dansk) Tilskuer (udl./dansk med overnatning)	990 kr./120 kr. 1.260 kr./880 kr.
Kulturbegivenhed: Copenhagen Jazzfestival (2004)	Tilskuer (udl./dansk med overnatning) Tilskuer (udl./dansk uden overnatning)	1.000 kr./450 kr. 740 kr. / 260 kr.

Døgnforbrug indgår som en central regneenhed i vedlagte prognoseark, og tabellen herover kan tjene til inspiration og benchmark.

Afsnit 3. Tilført turismeomsætnings afledte effekter

3.1. Beskrivelse af afledte samfundsøkonomiske effekter

Når der for en begivenhed er etableret en tilført turismeomsætning i et værtsområde (se kapitel 2), vil det have en række *afledte* samfundsøkonomiske effekter på bl.a. *værditilvækst*, *beskæftigelse* og *skatteprovenu*, ikke bare i værtsområdet, men også i resten af landet, gennem de økonomiske og arbejdskraftmæssige strømme.

Når der opstår et tilført turismeforbrug i et værtsområde, vil der ikke bare være effekter i de brancher og virksomheder som direkte afsætter varer og tjenesteydelser til deltagere i en begivenhed, men også i de brancher og virksomheder, som underleverer til disse etc. Endelig vil der for de lønkroner, der tjenes som følge af begivenheden, i både direkte og indirekte tilknyttede erhverv atter skabes en efterspørgsel, som igen skaber værdi og effekt etc.

Disse mekanismer og sammenhænge er modelleret i den regionale ligevægtsmodel, LINE, som anvendes af VisitDenmark til at beregne den samlede turismes direkte, indirekte og inducerede effekter (tilsammen afledte effekter) lokalt og nationalt. Denne vejledning stiller udvalgte resultater fra den regionale ligevægtsmodel, LINE, til rådighed, således at det er muligt at estimere størrelsesordenen af de afledte samfundsøkonomiske effekter ud fra en given tilført turismeomsætning uden brug af ad hoc særanalyser (se Alternativ 1 og 3 i tabel 1).

LINE modellen stiller tre afledte samfundsøkonomiske nøgletal til rådighed, som også formidles i denne vejledning:

- Den afledte *bruttoværditilvækst* per branche
- Den afledte *beskæftigelse* per branche
- Det afledte *skatteprovenu* på provenutype

Derudover indeholder modellen en kommunal dimension, dvs. alle effekter kan allokeres efter, hvilken kommune de havner i.

Bruttoværditilvækstseffekten betegner den del af en omsætning, der resterer til aflønning af arbejdskraft og forrentning, efter afholdelse af faste udgifter. Den afledte bruttoværditilvækst vil i første instans være forbundet med brancher, som er direkte forbundet med salg af varer og tjenesteydelser til deltagerne. I indirekte og inducerede led vil bruttoværditilvæksten brede sig til forsyningsbrancher og anden forretningsservice.

Beskæftigelseseffekten betegner det antal årsværk som den begivenhedsskabte deltageromsætning afledt skaber i de direkte, indirekte og inducerede led. Mens den direkte beskæftigelseseffekt overvejende skabes i brancher med direkte salg til deltagerne, vil de indirekte og navnlig de inducerede effekter, overvejende ende i diverse forsyningsbrancher og anden forretningsservice. Bemærk at beskæftigelsen opgøres på ar-

bejdssted, dvs. i dén kommune hvor arbejdsstedet ligger og ikke i den kommune hvor medarbejderen eventuelt bor.

Det offentlige provenu, betegner det provenu, som den begivenhedsskabte deltageromsætning tilfører stat, regioner og kommuner. Det offentlige provenu udgøres hovedsagelig af moms og afgifter på det direkte deltagerforbrug af varer og tjenesteydelser, sekundært af selskabsskatter fra virksomhederne og indkomstskatter (stat, kirke, kommuneskat) som følge af den øgede beskæftigelse.

Som hovedregel vil den overvejende del af de afledte effekter havne i den kommune, hvori begivenheden finder sted (de såkaldte *intra* effekter). Den øvrige del af effekterne vil følge de økonomiske og beskæftigelsesmæssige strømme til nabokommuner og længere væk i landet (de såkaldte *inter* effekter). Der er dog stor variation mellem de enkelte kommuners fordeling af intra og inter effekter ved en given tilført turismeomsætning. Dette hænger sammen med kommunens *selvforsynings*evne forhold til de varer, tjenesteydelser og arbejdskraft, der efterspørges i forbindelse med begivenheden.

Tommelfingerregler for den tilførte turismeøkonomis afledte effekter på værditilvækst, beskæftigelse og skatteprovenu indgår i prognoseark, se beskrivelse heraf i afsnit 4.

Afsnit 4. Anvendelse af prognoseark

4.1. Etablering af tilført turismeomsætning

Som hjælp til etablering af den tilførte turismeomsætning er der i tillæg til denne vejledning udarbejdet et såkaldt prognoseark, som er et regneark med forudfyldte oplysninger om døgnforbrug for forskellige deltager typer. Med tilføjelse af brugerens mængdeangivelser omregnet i deltagerdage, kan udregnes en samlet tilført turismeomsætning.

Beregning eller estimation af antallet af deltagerdage i forbindelse med en begivenhed er ofte vanskeligt i praksis. Der vil oftest være mange forskellige typer deltagere ved en begivenhed, hver med deres profil i forhold til forbrug, antal deltagerdage etc. Fx vil der i forbindelse med en sportsbegivenhed være stor forskel på profilen af hhv. tilskuere, professionelle deltagere, pressefolk og officials.

Der vil i mange tilfælde skulle gives kvalificerede gæt på profilen af hver deltager type. I den sammenhæng må prioriteringen være, at den gruppe med størst repræsentativitet beskrives mest indgående.

4.2. Etablering af afledte effekter

I det supplerende prognoseark til denne vejledning findes tommelfingerregler for den tilførte turismeomsætnings afledte effekter i hhv. bruttoværditilvækst, skatteprovenuier og beskæftigelse.

De afledte effekters størrelse er baseret på gennemsnit af turismens afledte effekter i landets fire største byers kommuner i LINE/RTSA 2008. Valget af København, Aarhus, Aalborg og Odense som beregningsgrundlag, skyldes at internationale begivenheder i Danmark typisk finder sted her og at turismens generelle sammensætning i netop disse kommuner, ligger tættest på profilen at deltagersammensætningen ved en international sports-, erhvervs- eller kulturbegivenhed.

Den spredning af afledte effekter til hhv. værtskommune og resten af landet, bygger dermed også på den gennemsnitlige profil af de fire kommuners modelresultater i RTSA/LINE 2008. Anvendes derfor prognosearket til fastlæggelse af de afledte effekters størrelse og spredning jf. alternativ 1 og 2 (se tabel 1, side 4), er det altså under to primære antagelser:

- at effekterne spreder sig som i de pågældende kommuner, hvilket er kommuner med et veludviklet erhvervs- og befolkningsgrundlag og dermed selvforsyningsgrad i forhold til efterspørgselen.
- at deltagersammensætningen og – forbrugsprofilen matcher turistforbrugets sammensætning for de fire kommuner, dvs. med en relativ stor erhvervs- og turismeandel og kommercielt overnattende turisme.

De afledte effekter i det medfølgende prognoseark er derfor alene tommelfingerregler, som kan ligge langt fra det faktiske billede for en konkret begivenhed i en værtskommune. Et mere præcist estimat på de

afledte effekter, kan fås ved at foretage en kommunespecifik modelkørsel i RTSA/LINE 2008 (henvendelse til VisitDenmark).

I praksis startes der i prognosearket med at etablere en tilført turismeomsætning til et værtsområde, fordelt på turismeomsætning fra udenlandske deltagere og turismeomsætning tilført fra danske deltagere. Årsagen til, at turismeforbruget skal deles mellem danske og udenlandske deltagere, er, at de afledte effekter er forskellige.

I prognosearket vil der på baggrund af den tilførte turismeomsætning automatisk blive beregnet en størrelsesorden for de afledte effekter.

En oversigt over tommelfingerregler for de afledte effekter pr tilført turismekrone, fordelt på dansk og udenlandske tilført turismeomsætning og mellem værtsområdet og landet under eet kan ses herunder i tabel 4.1.

I eksemplet herunder er der tilført 100 mio. kr. i tilført turismeforbrug til et værtsområde. Eksemplet har både en variant, hvor det er dansk omsætning og en variant, hvor det er udenlandsk omsætning.

De afledte effekter er forskellige alt efter, om det er dansk eller udenlandske omsætning, der tilføres og om det er effekter for værtskommunen eller for landet som helhed.

I eksemplet med den danske omsætning er den afledte bruttoværditilvækst af de 100 mio. kr. for værtskommunen 52 mio. kr. Da der ikke er tilført Danmark noget ude fra, er nettoeffekten for hele landet nul. Er turismeomsætningen på 100 mio. kr. derimod tilført fra udenlandske deltagere, er der udover en værtskommunal effekt på 52 mio. også en landseffekt på yderligere 23 mio. kr., eller i alt 75 mio. kr.

Det samme gælder for skatteprovenuet, men her er endvidere udpenslet den del af provenuet, som tilfalder værtskommunen selv i form af kommunale indkomstskatter. Ud af en tilført turismeomsætning på 100 mio. kr. ender altså 3 mio. i selve værtskommunens kasse.

Endelig er der de afledte effekter i beskæftigelse, som måles i årsværk. Her er der en værtskommunal effekt på 97 årsværk for hver 100 mio. kr. der tilføres i forbrug, mens der i tilfælde af, at omsætningen er udenlandsk, kommer en yderligere landseffekt på 52 årsværk til, i alt 149 årsværk eller 671.000 kr. pr årsværk.

Table 4.1 Tommelfingerregler til turismeomsætningens afledte samfundsøkonomiske effekter

	Danske deltageres turistomsætning		Udenlandske deltageres turistomsætning	
	Nettoeffekt i værtskommunen	Nettoeffekt i hele landet	Nettoeffekt i værtskommunen	Nettoeffekt i hele landet
Turismeomsætning direkte tilført en værtskommune (mio. kr.)	100	-	100	-
Afledt bruttoværditilvækst (mio. kr.)	52	0	52	75
Afledte skatteprovenuer (mio. kr.)*	23	0	23	41
- heraf til værtskommunen (mio. kr.)**	3	-	3	-
Afledt beskæftigelse (årsværk)	97	0	97	149

Kilde: VisitDenmark (RTSA/LINE 2008). *Svarende til offentlige provenuer der "skabes" i værtskommunen. ** Kommunal indkomstskat (ekskl. kommunal andel af selskabsskat, ejendomsskatter og grundskyld).

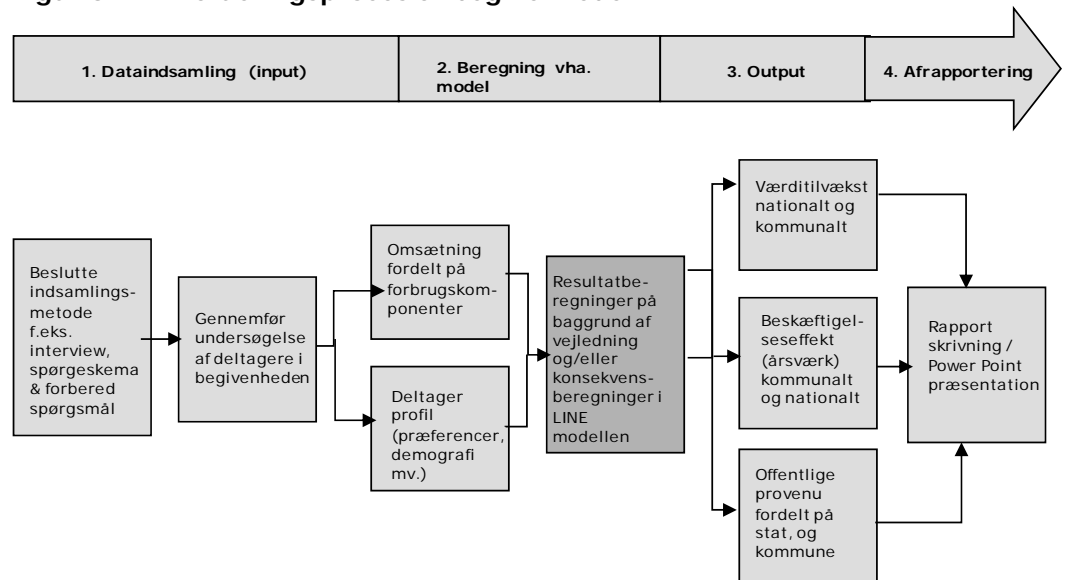
Afsnit 5. Vejledning til dataindsamling

5.1. Evalueringsproces af begivenheder

Effektmåling af begivenheder fra dataindsamlingen til den endelige af-rapportering er illustreret i nedenstående model. Processen foregår i fire trin:

- Dataindsamling
- Beregning og analyse
- Output/resultater
- Afrapportering

Figur 5.1 Evalueringsproces af begivenheder



Dette afsnit giver en vejledning i indsamling af data til beregning af en given begivenheds turistsættelse, dvs. trin 1 i modellen herover. Der gives desuden et eksempel på et spørgeskema (se afsnit 5.2), som kan anvendes til gennemførelse af deltagerundersøgelse, samt cases (se bilag 1) på gennemførte begivenhedsanalyser.

5.2 Udvalgelse af respondenter

Alle kvantitative og kvalitative analyser baseres på et fastsat minimum af respondenter, således at undersøgelsen bliver repræsentativ og graden af stikprøveusikkerhed kan estimeres.

I tabel 5.1 herunder er listet det anbefalede antal respondenter, der bør indhentes information fra for at sikre et repræsentativt udsnit af totalpopulationen.

Tabel 5.1 Anbefalet antal respondenter

Antal deltagere i alt i begivenheden	Anbefalet antal respondenter i undersøgelsen
< 2.000	Minimum 200
2.000 – 10.000	Minimum 400
> 10.000	Minimum 600 – 800 interviews

Nedenstående viser tommelfingerregel for tilfældig stikprøveusikkerhed. Således at forstå, at viser en stikprøve, at f.eks. 30 pct. af respondenterne er dagsturister, er det reelle tal med $N = 400$ mellem 25 pct. og 35 pct.

Tabel 5.2 Stikprøveusikkerhed

$N = 100$ medfører 10 pct. usikkerhed
$N = 400$ medfører 5 pct. usikkerhed
$N = 1600$ medfører 2,5 pct. usikkerhed

(N = stikprøvestørrelsen)

Graden af henholdsvis danske og udenlandske deltagere kan variere meget fra begivenhed til begivenhed. Ud fra ovenstående forslåede antal respondenter i tabel 5.1 er det muligt at underinddele i følgende segmenter:

- Danske lokale deltagere (dvs. inden for sædvanligt miljø/bosat i værtskommunen)
- Danske deltagere uden for sædvanligt miljø/bosat uden for værtskommunen med/uden overnatning
- Udenlandske deltagere med/uden overnatning.

Ønskes yderligere segmentering f.eks. på de enkelte nationaliteter skal man sikre sig, at man får et repræsentativt deludsnit. Er deludsnittet meget homogent, (dvs. respondenterne har samme nationalitet og samme funktion/rolle) anbefales et deludsnit på *minimum* 25 respondenter.

Udvælgelse af respondenter

Udvælgelsen af respondenterne skal ske tilfældigt inden for de forskellige undergrupper. Dette er ekstremt vigtigt for at opnå et så repræsentativt udsnit som muligt. Boksen herunder lister en række anbefalinger / områder, man bør være opmærksom på for at sikre et repræsentativt udsnit.

Tabel 5.3 Udvælgelse af respondenter

<p>Anbefalinger ved udvælgelse af respondenter:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tilfældig udvælgelse (f.eks. hver 5. person)- Udvælgelsen bør ske fra flere lokaliteter på det sted, hvor begivenheden afvikles.- Bemærk specielt ved sportsbegivenheder kan der være såkaldte 'hviledage', hvor respondenternes forbrug kan være højere end på andre begivenhedsdage.- Bemærk specielt ved sportsbegivenheder kan hele sektioner eller tribuner være forbeholdt sponsorer med atypisk forbrugsmønster- Udvælgelse fordelt på hele tidsrummet for begivenheden (evt. over flere dage) og tilfældigt (fx hver 10. eller den næste person, som opholder sig på et bestemt punkt)- Vær opmærksom på butikkers lukkedage, hvorved deltageres forbrug kan være lavere på disse dage (tyvisk weekendevents)

5.3 Indsamling af data - spørgeskema

Til brug i forbindelse med indsamling af data er der udarbejdet en generel spørgeramme (se herunder). Udover dette spørgeskema, som indeholder alle obligatoriske ('need to know') spørgsmål, er det naturligvis muligt at supplere med yderligere spørgsmål, som er relevante for den specifikke undersøgelse.

Brugen af denne spørgeramme gør det muligt at beregne begivenhedens turismeomsætning og efterfølgende økonomiske effekter, jf. denne vejledning. Det er naturligvis muligt at kombinere spørgsmålene på forskellig vis samt slette eller tilføje yderligere. Spørgerammen bør dog som minimum kunne opfylde nedenstående mål. Metoden er her tiltænkt som værende korte personlige interviews, men anden metode kan naturligvis bruges f.eks. online spørgeskema, som udsendes til respondenterne efter indsamling af e-mail adresser.

Spørgerammens mål er at:

- Profilere deltagere efter relevante karakteristika (socio-demografi etc.)

- Kvantificere fordelingen mellem lokale og ikke-lokale kommende danske² og udenlandske deltagere i begivenheden. Det er vigtigt at fastslå denne fordeling, da de samfundsøkonomiske effekter alene skabes af de ikke-lokale deltageres forbrug.
- Fordele deltagerne efter formål med besøg (turister, deltagere, presse mv.)
- Kvantificere andelen af turister med overnatning på destinationen.
- Kvantificere fordelingen mellem overnatninger og dagsbesøg.
- Bestemme det gennemsnitlige døgnforbrug under opholdet pr. forbrugskategori.
- Bestemme andelen af deltagere, for hvem begivenheden er målet for/hovedårsagen til rejsen.
- Bestemme andelen af deltagere, der forlænger opholdet før/efter begivenheden (opholdslængde).
- Bestemme overnatningsformen (hotel, vandrerhjem, camping, privat overnatning mv.)

Forslag til en generel spørgeramme med obligatoriske (need to know) spørgsmål er opstillet herunder.

² Dvs. personer uden for sædvanligt miljø og uden for værtskommunen/regionen (20 km. væk)

Tabel 5.4 Spørgeramme

I		Generel information om interview og respondent	
	Begivenhed: Dato for interview: Hvor finder interviewet sted: Navn på interviewer:		
	Respondentens køn:	Mand _____ Kvinde _____	
	Intro: Goddag mit navn er [XXXX] jeg kommer fra [XXXX]. Vi gennemfører i øjeblikket en undersøgelse af de besøgendes adfærd ved denne begivenhed på vegne af XXXX. Må jeg i den forbindelse ulejlige dig med nogle spørgsmål, som tager max. X antal minutter at besvare?		
II		Spørgsmål	
1.	Screening spørgsmål Er du i XX [navn på by/kommune] i forbindelse med XX [navn på begivenheden]? <i>Alternativ formulering</i> Er XX [navn på begivenheden] hovedårsagen til at du befinder dig i XX [navn på by/kommune]?	Ja: _____ Nej _____ <i>Hvis 'nej' afbrydes interviewet</i>	
2.	Hvad er dit nuværende bopælsland?	Land: _____ <i>Hvis 'Danmark' gå til spg. 2a ellers spg.3</i>	
2.a	Screening spørgsmål Hvilken kommune (evt. region) bor du i?	Kommune/region: _____ <i>Hvis værtskommune/region afsluttes interview</i>	
3.	Hvad er din primære rolle i forbindelse med XX [navn på begivenhed]?	a) Aktiv deltager/udøver): _____ b) Tilskuer / pårørende: _____ c) Presse/media: _____ d) Andet: _____ <i>Ovennævnte kan er erstattes af andre roller efter relevans</i>	
4.	Hvor mange overnatninger forventer du at	Antal overnatninger: _____	

	have i værtkommunen <u>og</u> eller anden del af Danmark i forbindelse med XX [navn på begivenhed]?	Ingen (antal dagsbesøg): _____ <i>Hvis 'ingen' gå til spg. 6</i>
5.	Hvilken overnatningsform benytter du primært under selve begivenhedsopholdet?	Hotel: _____ Vandrerhjem: _____ B&B/private værelser: _____ Familie/venner: _____ Camping: _____ Lejet feriehus: _____ Andet: _____
6.	Hvor mange penge har <u>du</u> brugt/forventer <u>du</u> at bruge <u>personligt</u> i indeværende døgn (24 timer) på følgende forbrugskategorier? Bemærk: eksklusivt forbrug på entrébilletter og/eller registreringsgebyrer til begivenheden. <i>(se note 1)</i>	1. Overnatning: _____ 2. Restaurant/café/burgerbar: _____ 3. Dagligvare i detail (føde- og drikkevarer, tobak): _____ 4. Entré udflugter/forlystelser (attraktioner, museer mv.): _____ 5. Lokal transport (benzin, taxi, billetter til bro, bus, tog, etc.): _____ 6. Shopping: _____ 7. Øvrige varer og tjenesteydelser, f.eks. frisør, tlf., merchandise: _____ 8. Andet: _____ Valuta, hvis ikke DKK: _____
CHECK spørgsmål		
7.	<i>(Hvis dagsturist spring over spg. 7)</i> Hvor meget afviger det seneste døgns forbrug fra dit gennemsnitlige forbrug under opholdet? Du kan svare på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er meget lavere end dit normale forbrug, 3 dit normale forbrug og 5 meget mere end dit normale forbrug under opholdet.	a) Meget lavere (50-100%) b) Noget lavere (20-50%) c) Ca. på samme niveau d) Noget højere (20-50%) e) Meget højere (50-100%) f) Ved ikke

Note 1:

Dette forbrug er forbrug eksklusiv udgifter til evt. entrébilletter og/eller registreringsgebyrer. Det samlede beløb for entré/registreringsgebyr indhentes fra arrangørerne hvis muligt. Hvis ikke muligt kan der suppleres med nedenstående to spørgsmål:

1. Hvor mange begivenhedsdage har du købt billet til?
Antal dage: _____
2. Hvor mange penge har du brugt på din(e) entrébilletter / registreringsgebyr i alt (alle dage)?
Beløb i DKK (evt. anden valuta): _____

Bilag 1. Cases

Begivenhed: World Outgames, august 2009 i København (amatør sports- og kulturarrangement)

Metode: Alternativ 2 (deltagerundersøgelse + prognoseark, LINE 2008)

Fremgangsmåde: Deltagerprofil fastlagt ud fra ca. 1.000 personinterviews med deltagere (tilskuere, sportsfolk, officials, medier) og opregnet ud fra estimater for populationen (arrangørplysninger).

Resultater: Begivenheden skabte 65.500 deltagerdøgn (heraf 89 pct. udenlandske) og en tilført turismeomsætning på 78 mio. kr. (hvoraf 92 pct. udenlandsk). Prognosemodellen beregnede en afledt bruttoværditilvækst på 58 mio. kr., skatter på 14 mio. kr. og en beskæftigelseseffekt på 123 årsværk. Se den fulde analyse her: <http://www.visitdenmark.com/NR/rdonlyres/83B1EB63-3D9A-442A-B368-8397B4045B7E/0/WorldOutgameseffektmålingendelig.pdf>

Begivenhed: IOC session og konges, oktober 2009 i København (erhvervs- og kulturarrangement)

Metode: Alternativ 4 (desk research + prognoseark, LINE 2008)

Fremgangsmåde: Deltagerprofil fastlagt ud fra arrangørplysninger om overnatningsform, opholdslængde mm. for deltagerne og opregnet ud fra estimater for populationen (arrangørplysninger).

Resultater: Begivenheden skabte 17.000 deltagerdøgn (heraf 100 pct. udenlandske) og en tilført turismeomsætning på 64 mio. kr. (hvoraf 100 pct. udenlandsk). Prognosemodellen beregnede en afledt bruttoværditilvækst på 53 mio. kr., skatter på 20 mio. kr. (hvoraf 1 mio. til Københavns kommune) og en beskæftigelseseffekt på 116 årsværk. Se den fulde analyse her: <http://www.e-pages.dk/visitdenmark/401/>

Begivenhed: Rotary Convention, 2006 i København (erhvervsarrangement)

Metode: Alternativ 2 (deltagerundersøgelse+prognosemodel, LINE 2006)

Fremgangsmåde: Deltagerprofil fastlagt ud fra ca. 660 personinterviews med deltagere og opregnet ud fra estimater for populationen (arrangørplysninger).

Resultater: Begivenheden skabte en tilført turismeomsætning på 154 mio. kr. i Storkøbenhavn (hvoraf 94 pct. udenlandske). Prognosemodel-

len beregnede en afledt national værditilvækst på 101 mio. kr., en beskæftigelseseffekt på 240 årsværk og skatteprovenu på 50 mio. kr. Se den fulde analyse her: <http://www.e-pages.dk/visitdenmark/351/>

Begivenhed: VM i idrætsgymnastik 13.-21. okt. 2006 i Århus (professionelt sportsarrangement)

Metode: Alternativ 2 (deltagerundersøgelse + prognoseark, LINE 2006)

Fremgangsmåde: Deltagerprofil fastlagt ud fra ca. 500 personinterviews med deltagere (tilskuere, gymnaster, officials, medier) og opregnet ud fra estimater for populationen (arrangørplysninger).

Resultater: Begivenheden skabte 43.000 deltagerdøgn (heraf 61 pct. udenlandske) og en tilført turismeomsætning på 44 mio. kr. (hvoraf 80 pct. udenlandsk). Prognosemodellen beregnede en afledt bruttoværditilvækst på 26 mio. kr., skatter på 15 mio. kr. og en beskæftigelseseffekt på 44 årsværk.

Begivenhed: Copenhagen Jazzfestival 2004 i København (kulturarrangement)

Metode: Alternativ 2 (dog kun deltagerundersøgelse)

Fremgangsmåde: Deltagerprofil fastlagt ud fra ca. 500 personinterviews med deltager (tilskuere) og opregnet ud fra estimater for populationen (arrangørplysninger).

Resultater: Begivenheden skabte 15.000 deltagerdøgn og en tilført turismeomsætning på 13,7 mio. kr. (hvoraf 49 pct. udenlandsk).

Find andre evalueringer af begivenheder herunder:

Sport Event Denmark:

<http://sporteventdenmark.com/Analyser.aspx>

Kontaktperson: Birgitte Schultz, bs@sed.dk

Wonderful Copenhagen:

<http://www.wonderfulcopenhagen.dk/tal-og-tendenser/analyser/se-wonderful-copenhagens-analyser>

Kontaktperson: Lone Alletorp Callard, lac@woco.dk

VisitDenmark:

http://www.visitdenmark.com/danmark/danmark-da-dk/menu/danskturisme/tal/markedsanalyser/analyse-arkiv/analyse_arkiv.htm

Kontaktperson: Christian Ørsted Brandt, cb@visitdenmark.com