

Världscupen i Ulricehamn 2019

Turistekonomisk analys
Evenemangsutvärdering

HUI
RESEARCH

HUI Research på uppdrag av Näringsliv Ulricehamn AB
April, 2019



Sammanfattning av huvudresultat

1

Världscupen i Ulricehamn hade **mycket nöjda besökare** och nöjdheten har dessutom ökat sedan 2017. Det som besökarna var mest nöjda med var det personliga bemötandet. Maten på evenemangsområdet fick 2017 något lägre omdöme. De förbättringar som har gjorts sedan dess avspeglas 2019 i högre nöjdhet både avseende utbudet av matserveringar och matens kvalitet.

2

”Stämningen” var det som besökarna framförallt uppskattade med Världscupen. Besökarna är i stort nöjda och ser inget större utrymme för förbättringar. De förslag som ändå dök upp handlade om fler värmestugor, att det är lite långt att gå från bussarna samt att transportererna till tävlingsområdet skulle kunna förbättras. Fler läktare, TV-skärmar och högtalare efterfrågades.

3

De 23 000 turister som besökte Världscupen gav tillsammans med deltagarna upphov till en turistekonomisk effekt på omkring **12 miljoner miljon kronor** i Ulricehamn och omkring **3 miljoner kronor** i Borås. Den totala turistekonomiska effekten är sannolikt högre då deltagargruppens konsumtion inte fullt ut kunnat kartläggas. I de 12 miljonerna ingår inte entréavgifter.

Om uppdraget

Bakgrund
Syfte
Metod

HUI
RESEARCH

Bakgrund, syfte och metod

Bakgrund

År 2017 då Ulricehamn var värdstad för Världscupen i längdskidor genomförde HUI Research en turistekonomisk analys och evenemangsutvärdering på uppdrag av NUAB, Ulricehamn Ski Event och Borås TME.

Den 26-27 januari 2019 arrangerades Världscupen återigen i Ulricehamn. På uppdrag av NUAB genomförde HUI Research en uppföljande turistekonomisk analys. Studien inkluderade även en besökskartläggning samt utvärdering av evenemanget. Frågeställningarna i 2019 års studie var i stort desamma som 2017 för att underlätta jämförelse mellan åren. Undersökningen resulterade i två rapporter, en huvudrapport (denna rapport) för Ulricehamn och en kompletterande rapport för Borås.

Syfte

Undersökningens resultat ska fungera som underlag för utvärdering av världscuptävlingen och avstämning mot uppsatta mål. Vidare ska resultatet fungera som ett utvecklingsverktyg för framtida evenemang.

Metod

Rapporten baseras på 500 personliga intervjuer som genomfördes på plats under evenemanget varav 132 med lokala besökare och 361 med turister. För att säkerställa fördelningen mellan lokalbesökare och turister (den så kallade turistandelen) gjordes också 1 723 kortintervjuer där besökarna fick ange var de kom från. Turistandelen bland kortintervjuerna var 72 procent mot 73 procent i de längre intervjuerna.

© 2019 HUI RESEARCH



Om besökarna

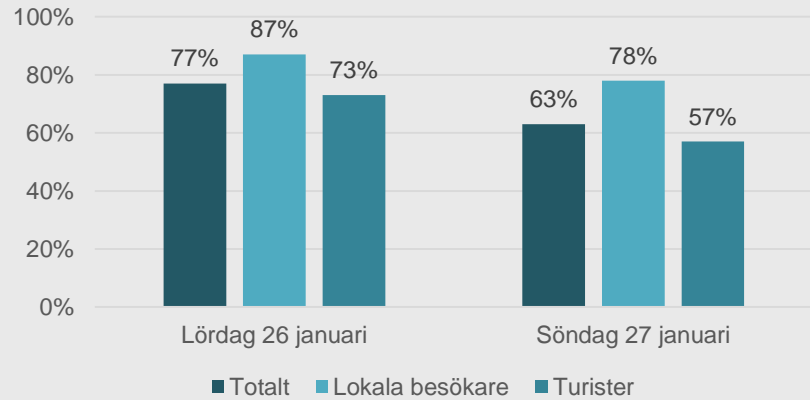
Besöksdagar
Sällskapsstorlek
Turistandel
Resanledning
Informationskanaler
Övernattande



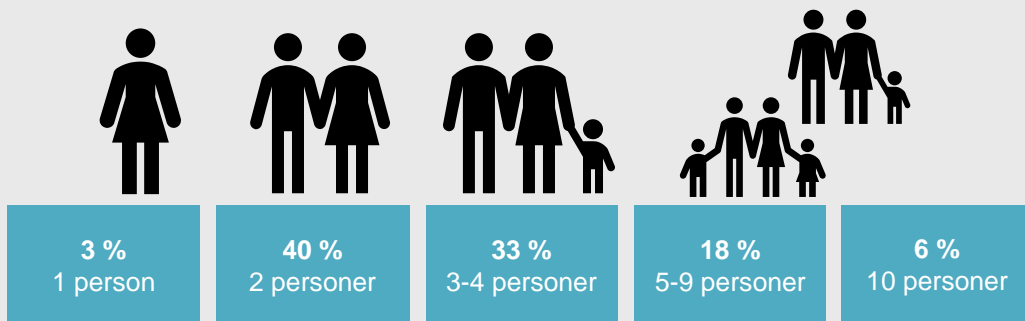
HUI
RESEARCH

Världscupen i Ulricehamn har en starka attraktionskraft på turister med en turistandel på 73 procent

Vilka dagar har du besökt Världscupen?



Storlek på sällskap vid besök



i Lokala besökare = boende i Ulricehamn

73 % Turister

27 % Lokala besökare

99% av besökarna var från Sverige

1% av besökarna var från utlandet



1. I vilket land bor du? N = 500

2. I vilken kommun bor du? N = 493

3. Hur många är ni i sällskapet (inklusive dig själv) som besöker Världscupen i Ulricehamn idag? N = 500

4. Vilka dagar har du besökt/kommer du att besöka tävlingar under Världscupen? N = 500

Världscupen var den primära besöksanledningen för 98 procent av de tillfrågade turisterna

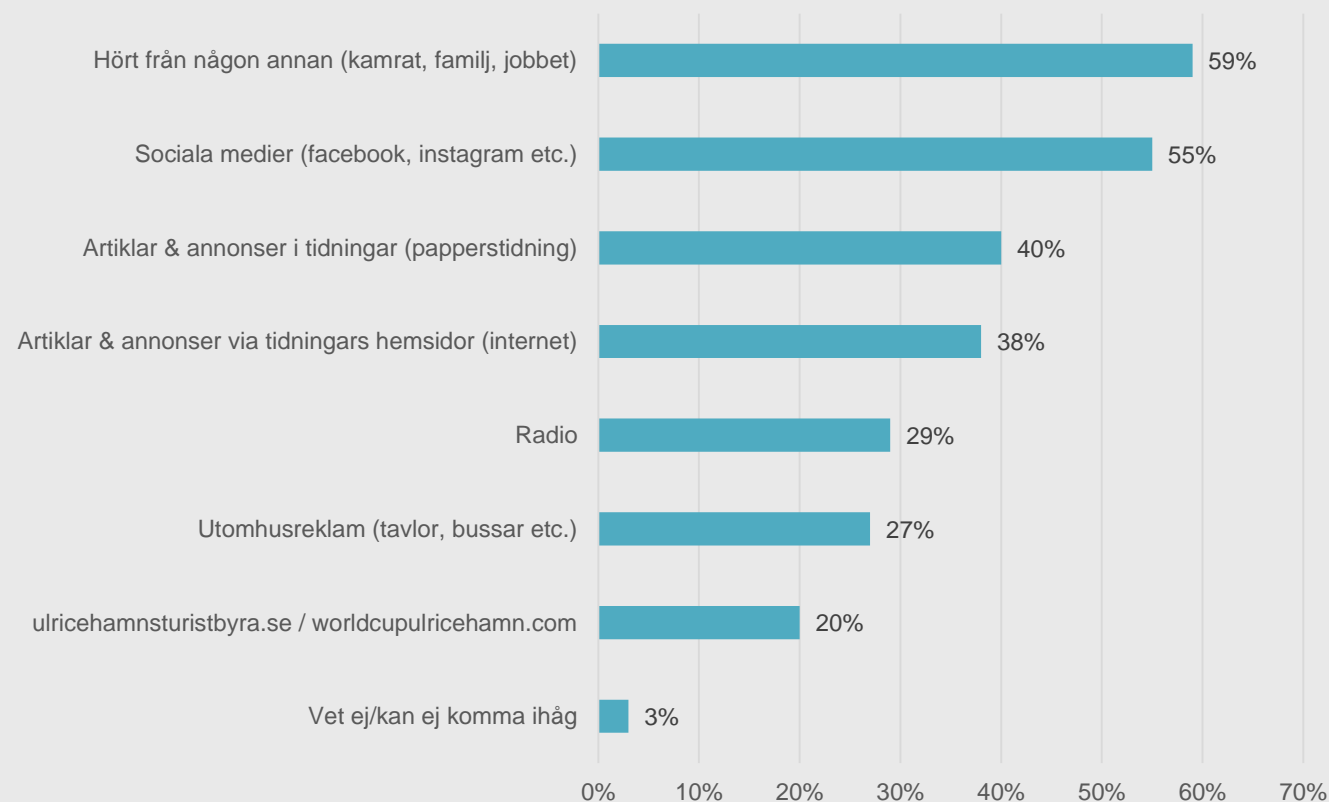
Primär anledning till besök i Ulricehamn

98%
Världscupen

2%
Annan anledning

Frågan ställdes enbart till turister

Via vilka kanaler har du fått information om Världscupen?



En av fyra turister övernattade i samband med sitt besök på Världscupen, de flesta i Ulricehamn

Antal övernattade nätter:

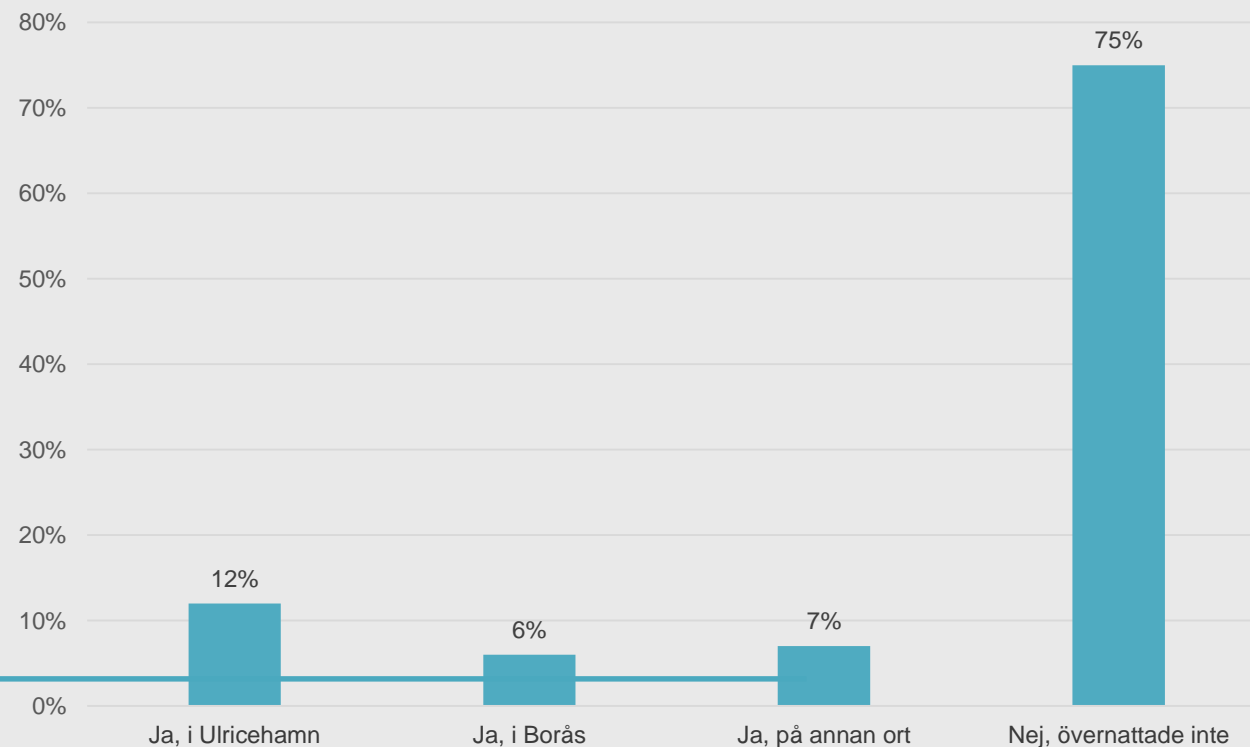
54 % 1 natt

36 % 2 nätter

10 % 3+ nätter

Medelvärde: **1,8 nätter**

Övernattade du i samband med ditt besök?



Turistekonomisk effekt

Besöksvolym
Konsumtion
Turistekonomisk effekt

HUI
RESEARCH

Uppskattningsvis besöktes Världscupen av omkring 23 000 turister

Världscupen ägde rum under två dagar och besökarna kunde köpa endags- eller tvådagarsbiljetter. Enligt Ski Event gjordes 40 000 besök under Världscupen.

Via data från undersökningen kring vilka dagar besökarna var på evenemanget kunde antalet personer som besökte evenemanget räknas fram till 32 000 besökare, det vill säga 32 000 unika personer.

Från undersökningen kunde också uppgifter om fördelningen mellan ulricehamnsbor och tillresta besökare (så kallad turistandel) tas fram och via den kunde sedan antalet turister skattas till cirka 23 000.

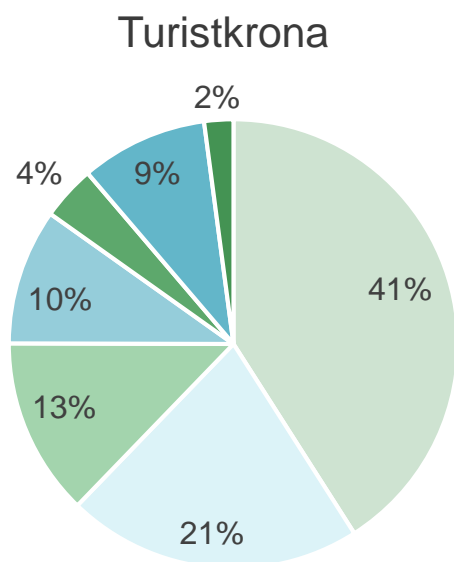
Ca 23 000
turister besökte Världscupen



Ca 32 000
personer besökte Världscupen

Ca 40 000
besök gjordes under Världscupen

Turisterna spenderade mest på restaurang och café i samband med sitt besök på Världscupen



- Restaurang och café
- Logi
- Shopping och souvenirer
- Livsmedel och kiosk
- Lokala transporter
- Drivmedel
- Övrigt

Turisternas konsumtion i Ulricehamn
(exklusive entrébiljetter)

Kategori	Konsumtion per dygn
Restaurang och café	146 kr
Logi	76 kr
Shopping och souvenirer	46 kr
Livsmedel och kiosk	35 kr
Lokala transporter	14 kr
Drivmedel	33 kr
Övrigt	8 kr
Total	358 kr

*Alla värden är medelvärden i SEK

Q15. Hur mycket kommer du att spendera (=värdet av din konsumtion) under innevarande dygn i Ulricehamn uppdelat på nedan konsumtionskategorier?

N = 367

Resultaten visas i SEK

Världscupen gav upphov till en turistekonomisk effekt på 12 mkr i Ulricehamn

Den turistekonomiska effekten för Ulricehamn baseras på värdet av den konsumtion som besökare (turister) och deltagare gav upphov till i Ulricehamns kommun. Totalt uppskattas denna till 12 miljoner kronor. I summan ingår ej entreéavgifter till Världscupen.

Besökarnas konsumtion baseras på antalet besökare, antal besöksdagar på evenemanget och genomsnittlig dygnskonsumtion. Förutom besökssiffrorna har indata hämtats från undersökningen bland evenemangsbesökare.

I deltagargruppen ingår framförallt deltagare men också tränare, annan medföljande personal och i någon mån media. Deltagarnas konsumtion baseras på uppgifter från uppdragsgivaren om utlägg för logi och mat på hotell i Ulricehamn. Notera att konsumtionen för denna grupp är lågt räknad då gruppen sannolikt står för ytterligare konsumtion i Ulricehamn samt att det delvis saknas uppgifter för exempelvis media.

Ca 12 mkr +
spenderades totalt i Ulricehamn



Ca 11 mkr
spenderades av Världscupens
besökare i Ulricehamn

Ca 1 mkr +
spenderades av Världscupens
deltagare i Ulricehamn

Världscupen gav upphov till en turistekonomisk effekt på 3 mkr i Borås

Den turistekonomiska effekten för Borås baseras på värdet av den konsumtion som besökare (turister) och deltagare gav upphov till i Borås kommun. Totalt uppskattas denna till 3 miljoner kronor.

Besökarnas konsumtion baseras på antalet besökare som övernattar i Borås (6% av turisterna) och den konsumtion (1 240 kronor per person) de ger upphov till i samband med sin vistelse i Borås. Förutom besökssiffrorna har indata hämtats från undersökningen bland evenemangsbesökare.

I deltagargruppen ingår framförallt deltagare men också tränare, annan medföljande personal och i någon mån media. Deltagarnas konsumtion baseras på uppgifter från uppdragsgivaren om utlägg för logi och mat på hotell i Borås. Notera att konsumtionen för denna grupp är lågt räknad då gruppen sannolikt står för ytterligare konsumtion i Borås samt att det delvis saknas uppgifter för exempelvis media.

Ca 3 mkr +
spenderades totalt i Borås



Ca 2 mkr
spenderades av Världscupens
besökare i Borås

Ca 1 mkr +
spenderades av Världscupens
deltagare i Borås

Total turistekonomisk betydelse av Världscupen i Ulricehamn 2019 för Borås och Ulricehamn

Ca 12 mkr +
spenderades totalt i Ulricehamn



Ca 11 mkr
spenderades av Världscupens
besökare i Ulricehamn

Ca 1 mkr +
spenderades av Världscupens
deltagare i Ulricehamn

Ca 3 mkr +
spenderades totalt i Borås



Ca 2 mkr
spenderades av Världscupens
besökare i Borås

Ca 1 mkr +
spenderades av Världscupens
deltagare i Borås

Vad tyckte besökarna om Världscupen 2019?

Helhetsomdöme

Omdöme om delar av eventet

Bäst med Världscupen

Förbättringsområden

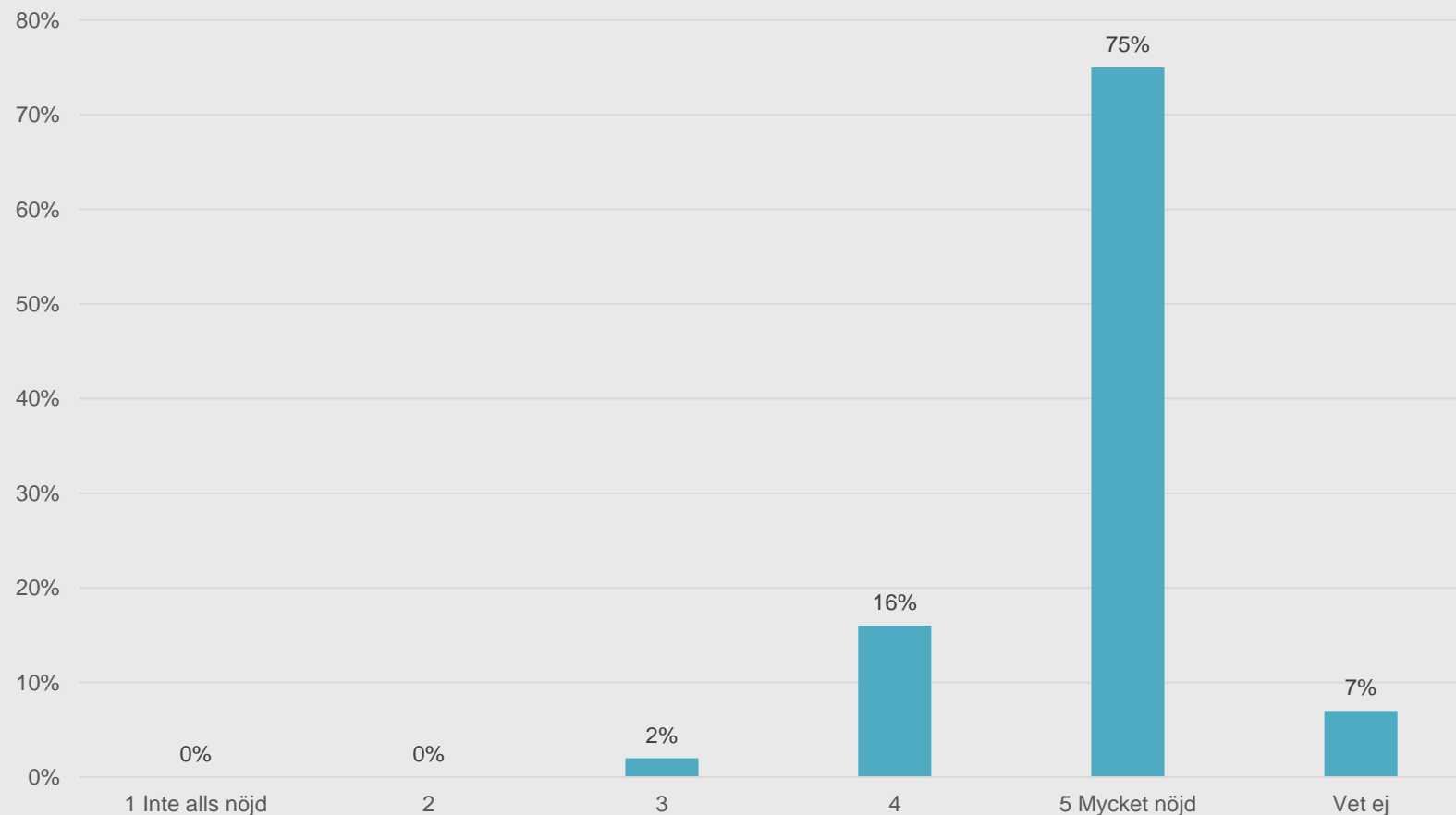
HUI
RESEARCH

I princip alla besökare på Världscupen var nöjda med evenemanget



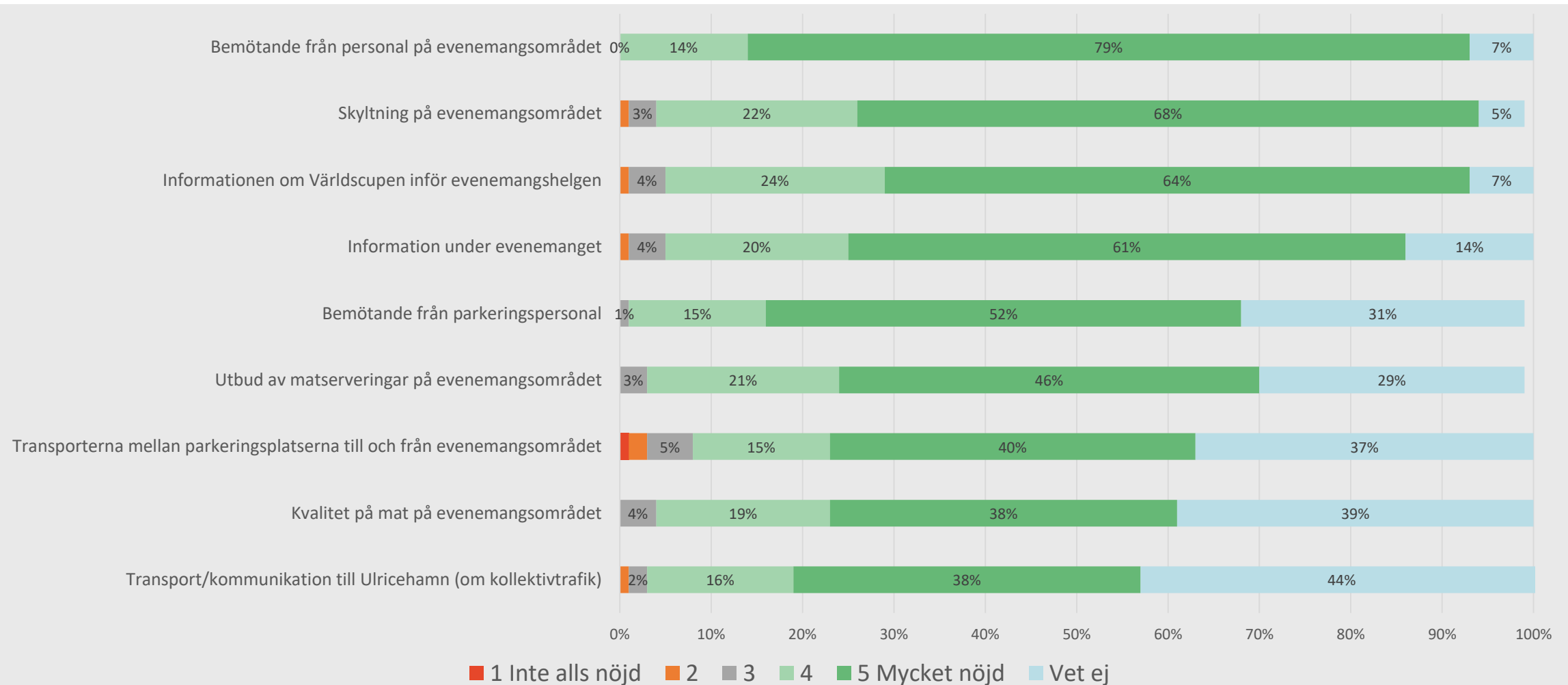
Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Nöjda (4 + 5)	98 (98) %
Missnöjda (1 + 2)	0 (0) %
Medelvärde	4,8



8. Hur nöjd är du med ditt besök på Världscupen idag totalt sett? N = 500
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar.
2017 års resultat visas inom parentes.

Besökarna var överlag nöjda med evenemangets olika delar. Allra mest nöjda var de med personalens bemötande

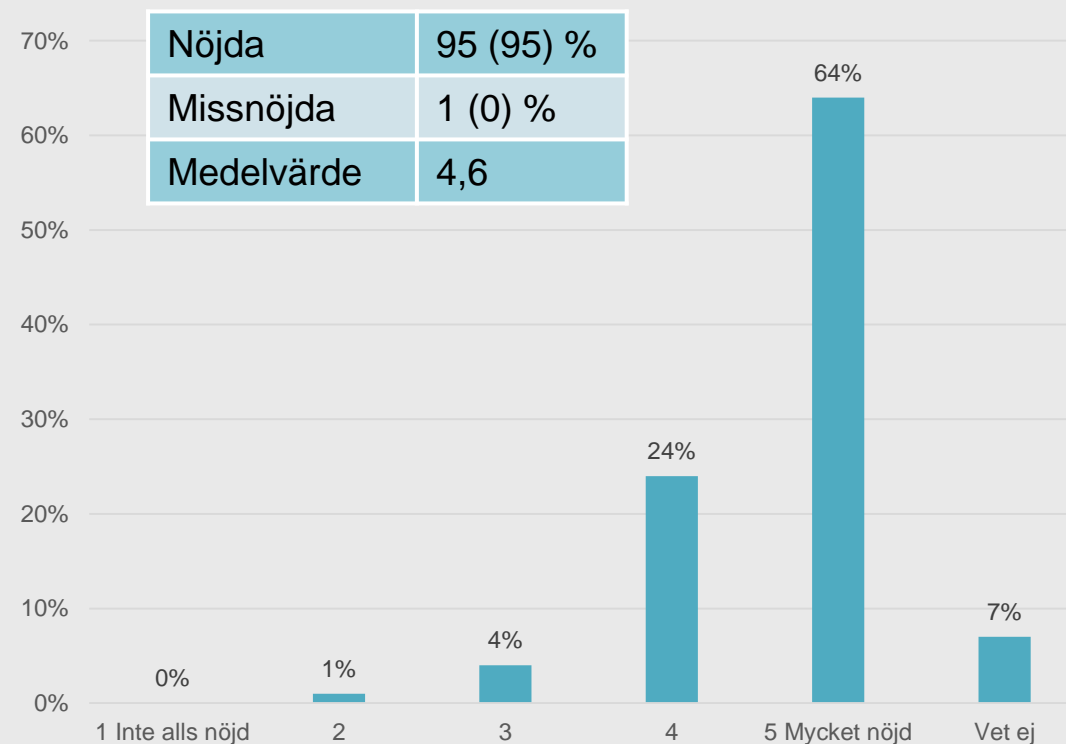




Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

95 procent var nöjda med informationen om Världscupen inför evenemanget

- Fler ulricehamnsbor var **mycket nöjda** (71 %) med informationen om Världscupen inför evenemanget än turister (59 %).
- Andelen som totalt sett var nöjda med informationen om Världscupen inför evenemanget var däremot lika mellan turister och ulricehamnsbor.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?

a) Informationen om Världscupen inför evenemangshelgen:

N = 316

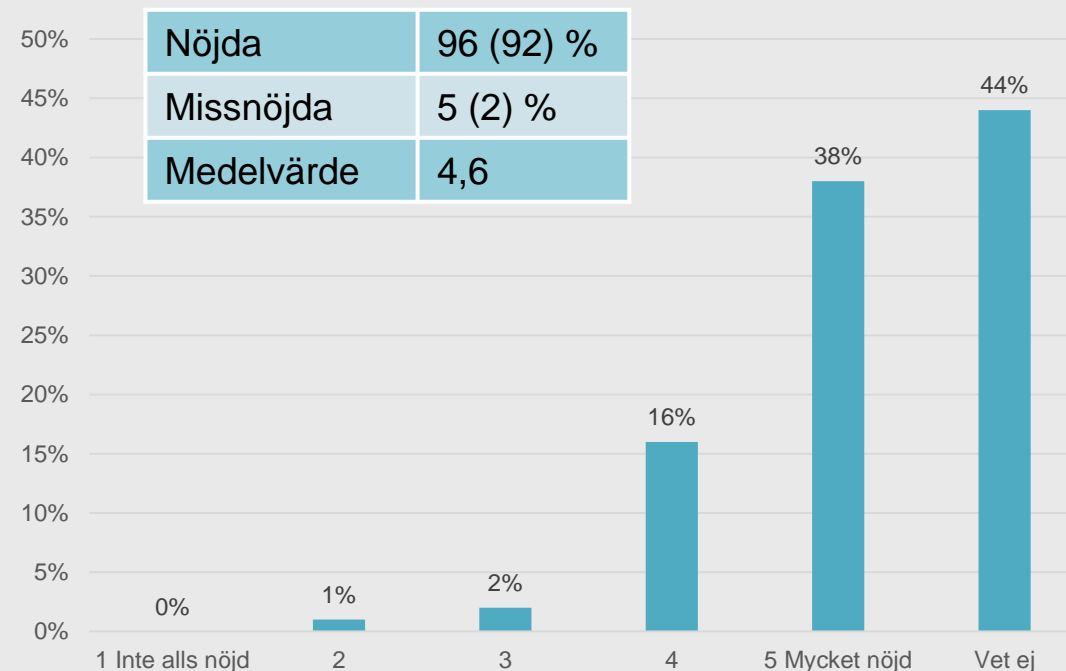
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Hög grad av nöjdhet med kollektivtrafikförbindelserna till Ulricehamn

- Det stora flertalet var nöjda med kollektivtrafikförbindelserna till Ulricehamn.
- Endast ett fåtal procent missnöjda.
- 44 procent svarade "vet ej" på frågan vilket troligen beror på att de transporterade sig till Ulricehamn/Världscupen med bil.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?
b) Transport/kommunikation till Ulricehamn (om kollektivtrafik):
N = 316

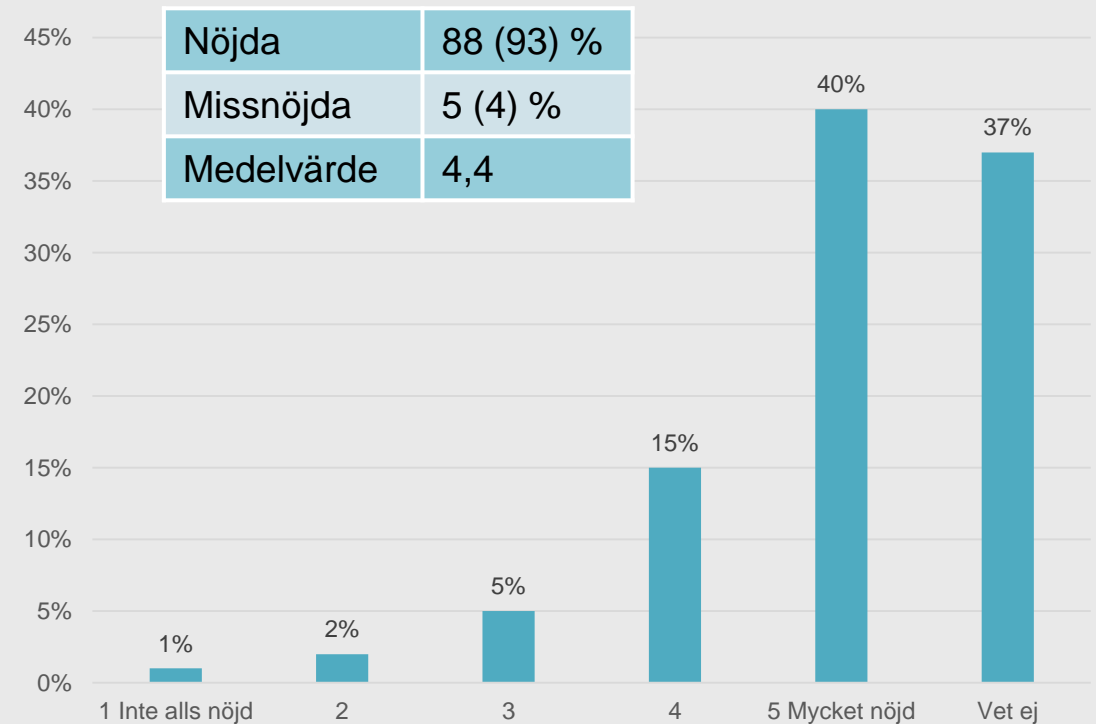
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

De allra flest var nöjda med transporterna mellan parkeringsplatserna till och från evenemangsområdet



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

- En större andel turister (61 %) var nöjda med transporterna mellan parkeringsplatserna till och från evenemangsområdet än ulricehamnsbor (43%).
- 37 procent hade ingen uppfattning om transporterna mellan parkeringsplatserna till och från evenemangsområdet (troligen för att de reste med kollektivtrafik till Ulricehamn/Världscupen).
- Fler ulricehamnsbor (43 %) svarade "vet ej" på frågan än turister (32 %).



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?

c) Transporterna mellan parkeringsplatserna till och från evenemangsområdet :

N = 316

Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar.

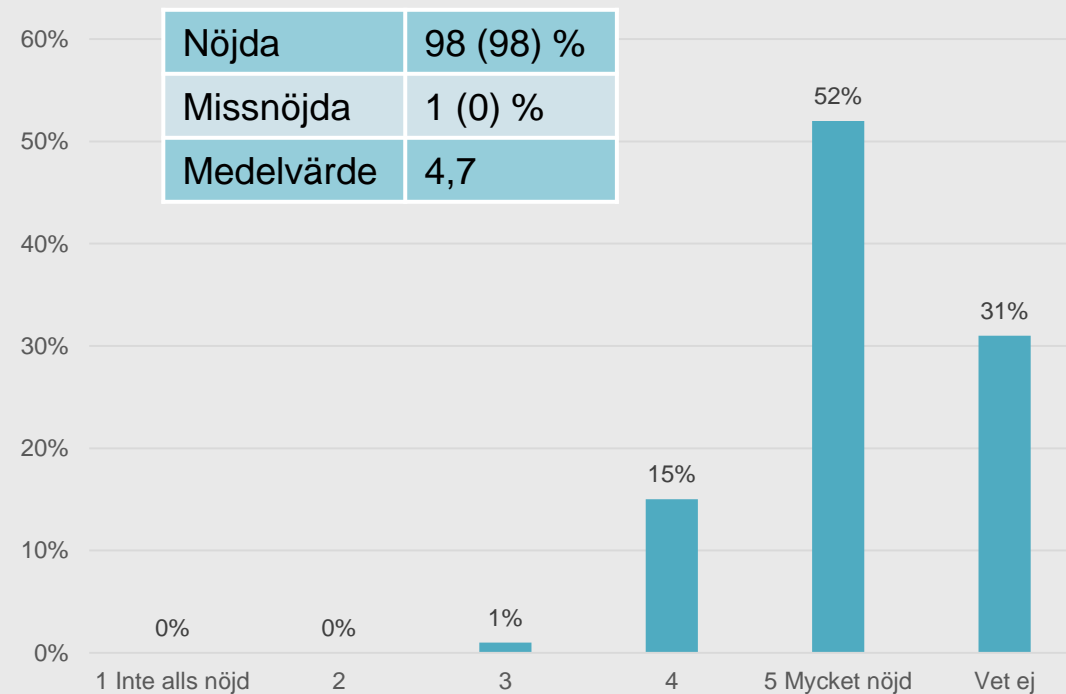
2017 års resultat visas inom parentes.



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Hög nöjdhet med bemötande från parkeringspersonal

- Turister var nöjda med bemötandet från parkeringspersonalen i större utsträckning (75 %) än Ulricehamnsborna (57 %).
- Fler ulricehamnsbor svarade "vet ej" (41 %) än turister (24 %), vilket indikerar att ulricehamnsborna inte åkte bil till evenemanget.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?

d) Bemötande från parkeringspersonal :

N = 316

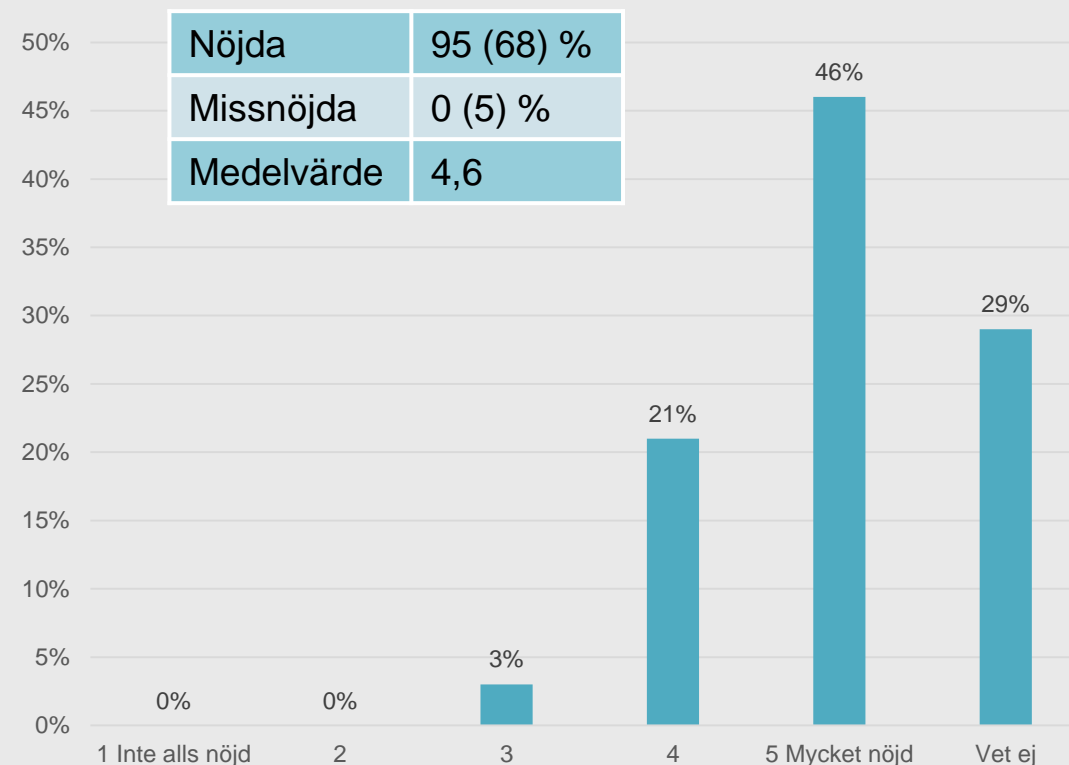
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Markant högre nöjdhet med utbudet av matserveringar jämfört med 2017

- Turister var något mindre nöjda med utbudet av matserveringar än ulricehamnsbor.
- 55 procent av ulricehamnsborna ansåg att utbudet av matserveringar var **mycket bra** medan endast 41 procent av turisterna ansåg detsamma.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?
e) Utbud av matserveringar på evenemangsområdet :
N = 316

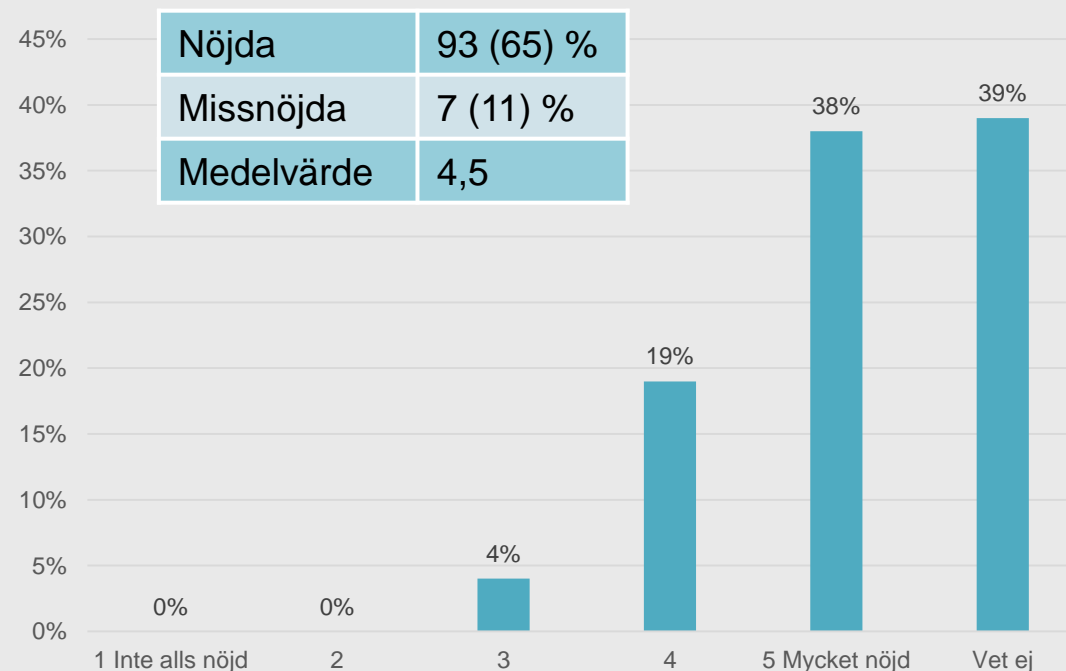
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

Även kvaliteten på maten får mycket bättre omdöme jämfört med 2017



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

- En övervägande majoritet var nöjda med matens kvalitet.
- Endast enstaka personer var missnöjda.
- Det var också få som gav maten ett medelbetyg motsvarande en trea.
- Det var inga större skillnader mellan ulricehamnsbor och turister.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?

f) Kvalitet på mat på evenemangsområdet :

N = 316

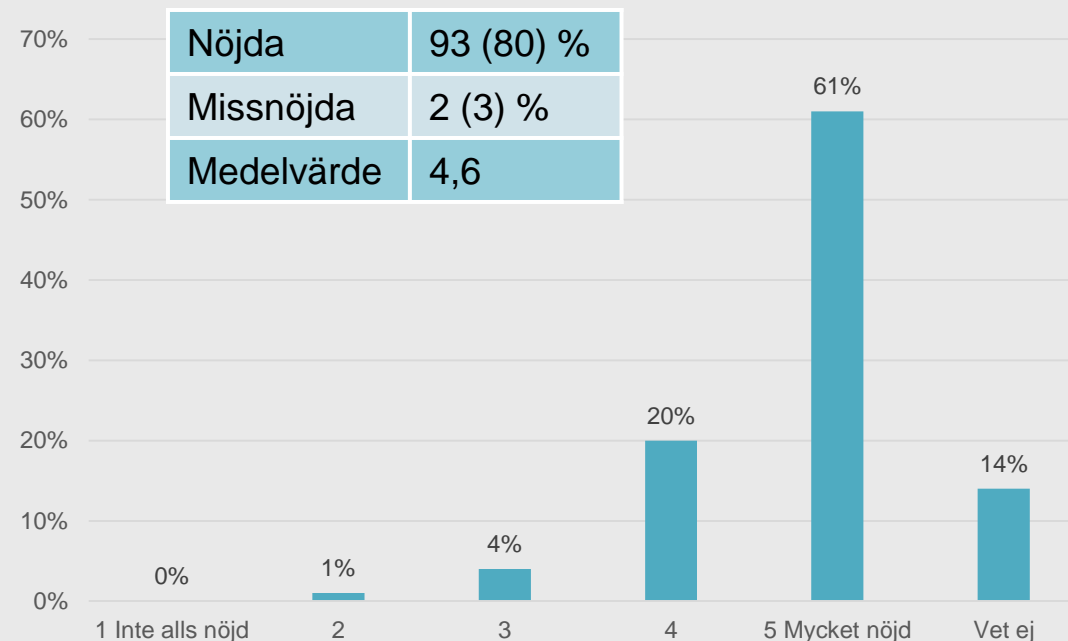
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.



Informationen under evenemanget fick höga omdömen. Högre nöjdhet jämfört med 2017

Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

- Tre gånger så många gav informationen under evenemanget toppbetyg som de som gav informationen under evenemanget en fyra.
- Fler nöjda 2019 än 2017
- Det var inga större skillnader mellan ulricahamnsbor och turister.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?
g) Information under evenemanget :
N = 316

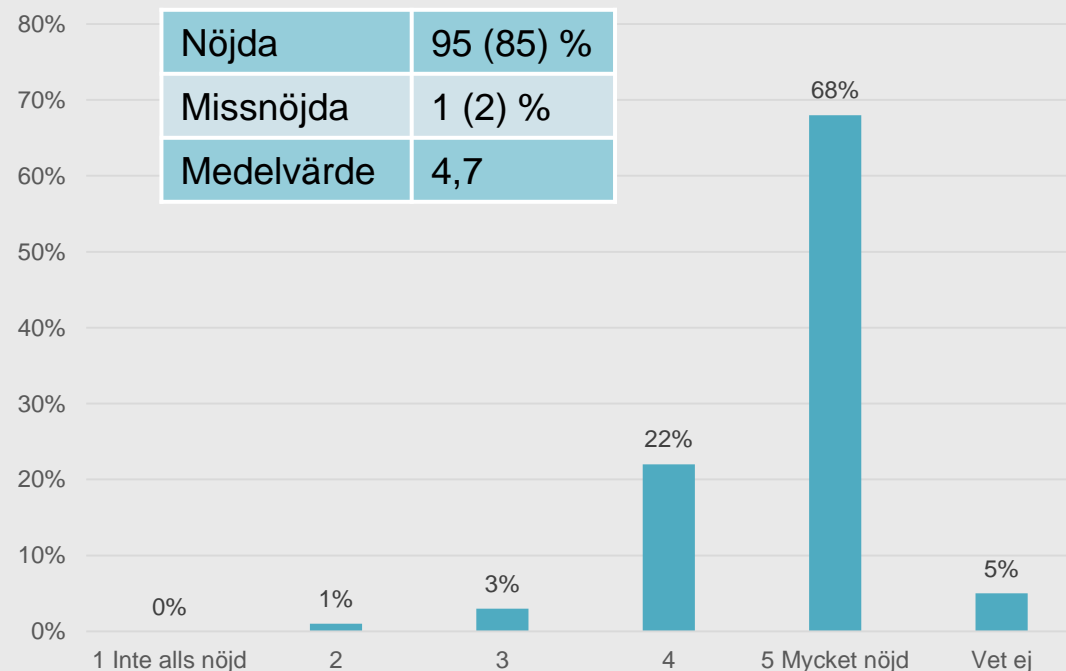
Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

Nästan alla var nöjda med skyltningen på evenemangsområdet. Något högre nöjdhet än 2017



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

- Tre gånger så många gav skyltningen på evenemangsområdet toppbetyg som de som gav skyltningen en fyra.
- Något fler nöjda 2019 än 2017
- Fler ulricehamnsbor (74 %) var mycket nöjda med skyltningen på evenemangsområdet än turister (64 %).



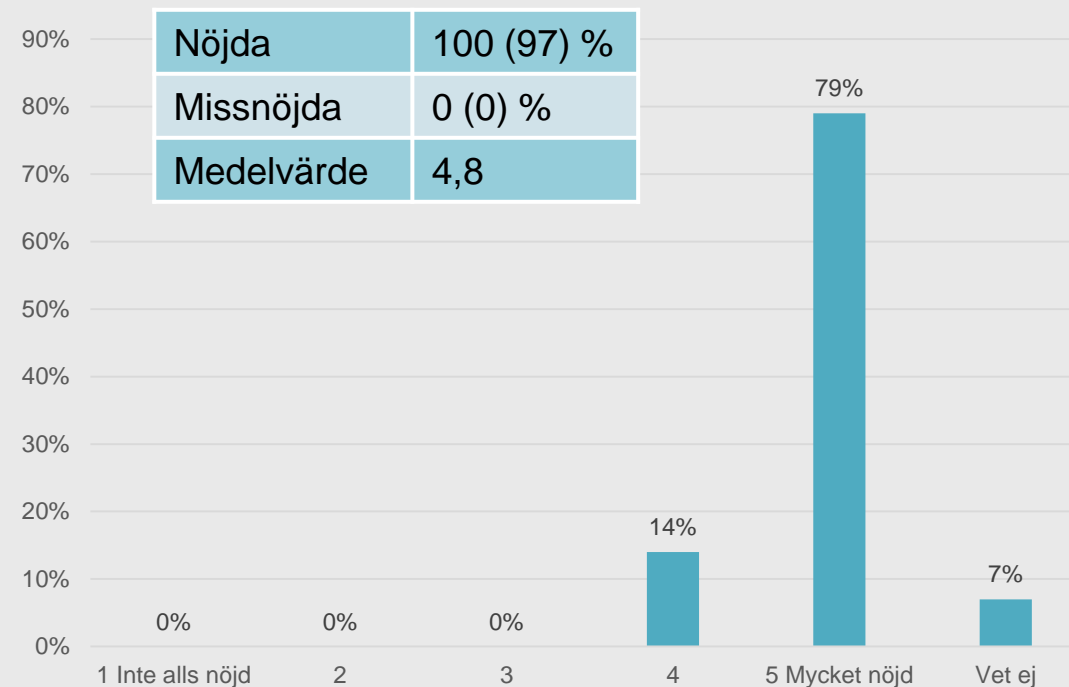
F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?
h) Skyltning på evenemangsområdet :
N = 316

Bland de som betygsatte personalen bemötande var alla (100%!) nöjda och flertalet gav också personalen allra högsta betyg



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

- Av de 93 procent som besvarade frågan vara **alla** nöjda eller mycket nöjda med bemötandet från personalen på evenemangsområdet.
- **Ingen** var missnöjd eller neutralt inställd till bemötandet från personalen på evenemangsområdet.



F9. Hur betygsätter du Världscupen på en femgradig skala där med avseende på följande?

i) Bemötande från personal på evenemangsområdet :

N = 316

Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

Stämningen var det bästa med Världscupen i Ulricehamn!



Många var nöjda och såg inget utrymme för förbättringar - några förslag lyftes av besökarna

- En stor andel anser att det inte finns något som skulle kunna förbättras med Världscupen i Ulricehamn.
- En del anser att det vore bra med fler värmestugor eller ställen att värma sig på.
- Vissa anser att det är lite långt att gå från bussarna samt att transporterna till tävlingsområdet kan förbättras.
- En del anser även att fler läktare, TV-skärmar och högtalare vore bra.



Vad tyckte besökarna om värdskapet?

Erfarenhet av värdskap
Omdöme värdskap

HUI
RESEARCH

Nära hälften av besökarna hade varit i kontakt med värdar/funktionärer

44%

Har varit i kontakt med en eller flera värdar/ funktionärer på Världscupen

2%

Har velat komma i kontakt med värdar/ funktionärer på Världscupen men inte lyckats.

54%

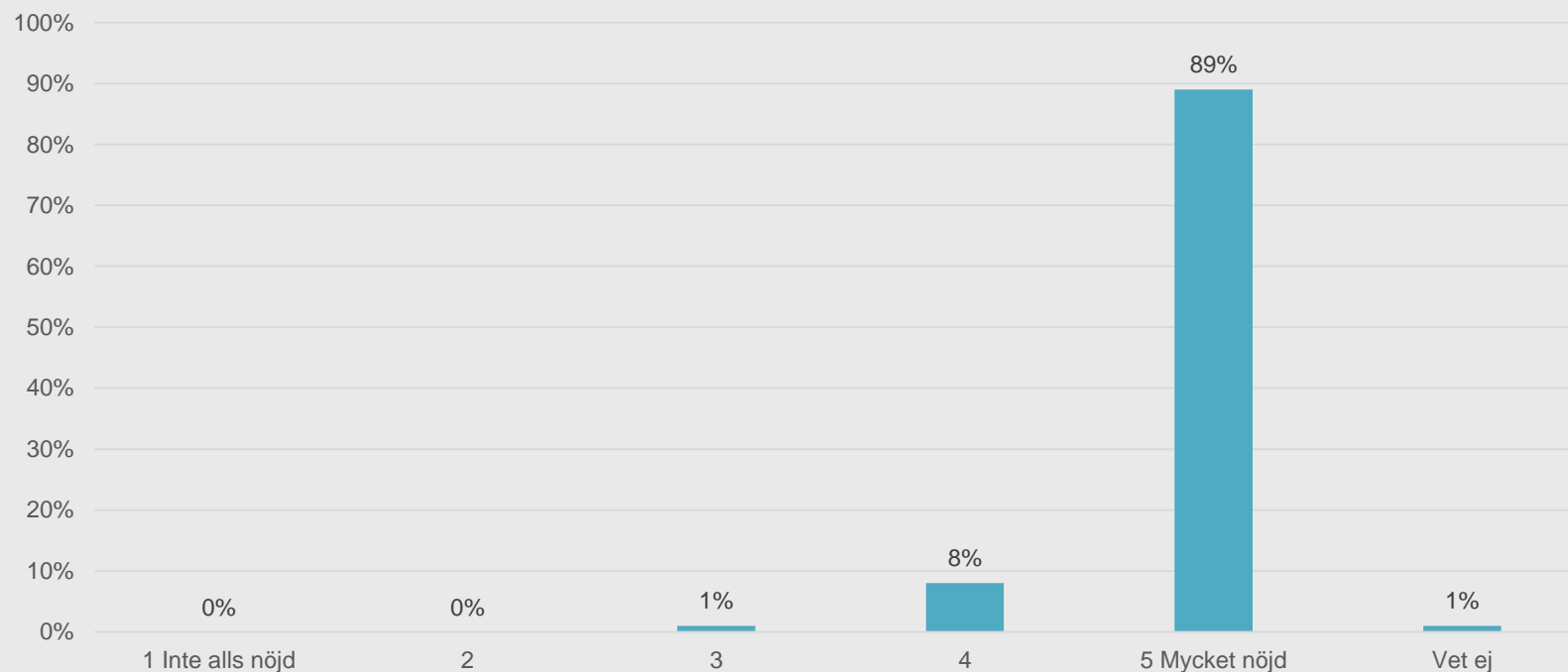
Har inte varit i kontakt med någon värd/ funktionär för Världscupen.

I princip alla som varit i kontakt med en värd eller funktionär ansåg att värdskapet motsvarade deras förväntningar



Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Nöjda*	98 (97) %
Missnöjda*	0 (1) %
Medelvärde	4,9



7. I vilken utsträckning motsvarade värdskapet dina förväntningar?

N = 218

Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

Vad tyckte ulricehamnsborna om Världscupen 2019?

Attityd till världscupen
Attityd till evenemang
Bästa med världscupen i Ulricehamn

HUI
RESEARCH

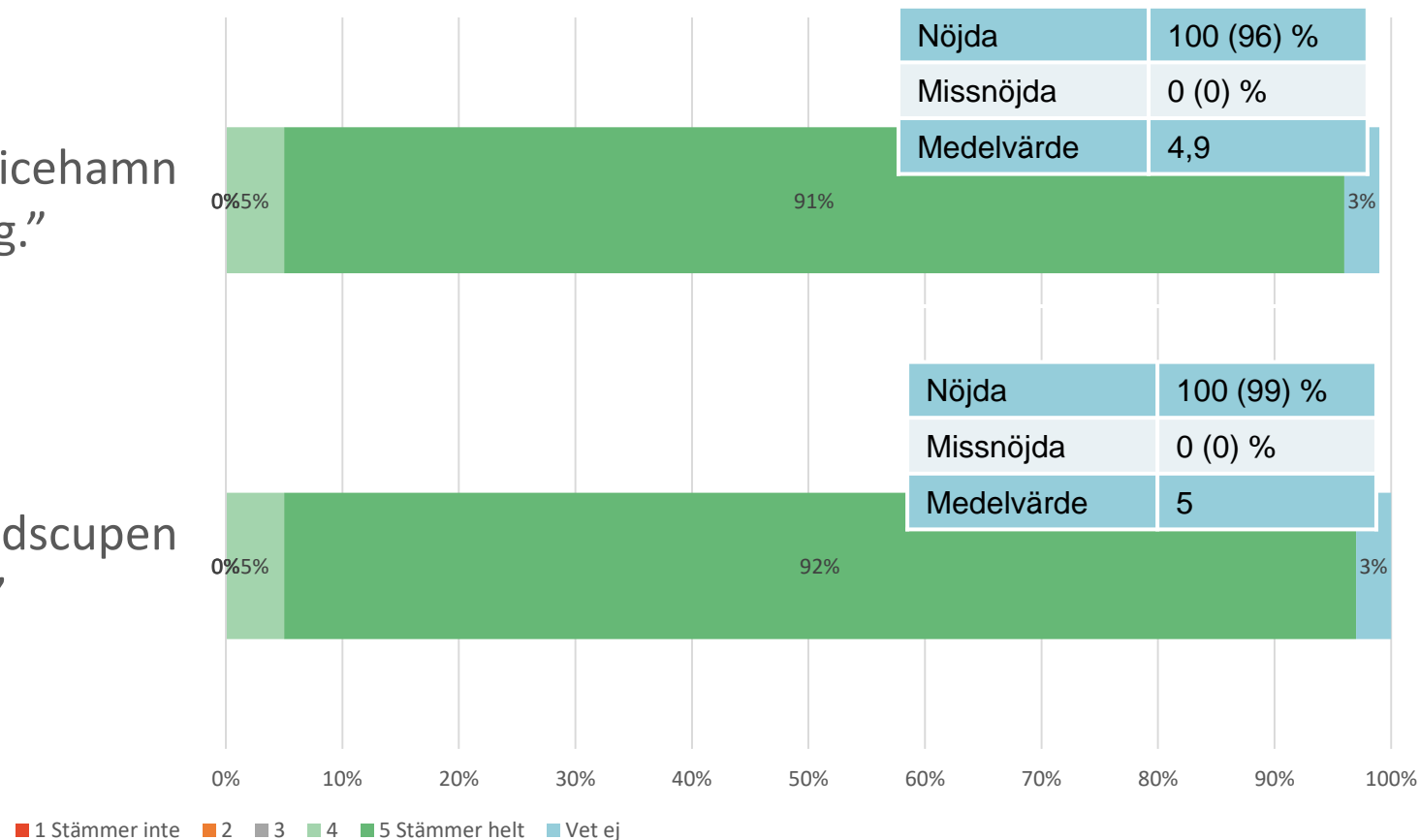


Notera att datan i tabellen är exklusive "vet ej" för att möjliggöra jämförelse med 2017. Siffror från 2017 inom parentes.

Ulricehamnsborna är fortsatt mycket positivt inställda till Världscupen och att stora evenemang arrangeras i Ulricehamn

"Jag är positivt inställd till att Ulricehamn anordnar stora evenemang."

"Jag är positivt inställd till att Världscupen arrangeras i Ulricehamn."



F10. I vilken grad instämmer du i följande påståenden?

N = 129

Andel nöjda motsvarar svar 4-5 och andel missnöjda motsvarar svar 1-2 på skalan, exklusive "vet ej"-svar. 2017 års resultat visas inom parentes.

Vad är det bästa med att Världscupen arrangeras i Ulricehamn?

”Det är häftigt att det arrangeras i Ulricehamn. Kul att komma hit och se på skidor med mina vänner.”

”Är en folkfest och det är jättekul!”

”Världscupen är bra marknadsföring för Ulricehamn. Det bästa är också upplevelsen av evenemanget och stämningen, att få träffa andra med samma intresse.”



HUI
RESEARCH

[070-688 00 05](tel:070-6880005)

Kungsgatan 27
111 56 Stockholm