A close-up photograph of a hand gripping a wooden gymnastic ring. The hand is wearing a blue, fuzzy wristband and has white athletic tape wrapped around the wrist and the base of the hand. The ring is made of light-colored wood and is suspended by a blue strap. The background is black.

Cost Benefit Analyse

VM idrætsgymnastik 2006

Den 13. – 21. oktober 2006 Århus

Udarbejdet af Sport Event Danmark
(tidligere Idrætsfonden Danmark)

INDHOLDSFORTEGNELSE

Cost Benefit Analyse af VM idrætsgymnastik 2006 i Århus

Baggrund.....	1
Indhold	2
Kap. 1. Udvidet effektanalyse	3
1.1 Rationale	3
1.2 Afgrænsning.....	3
1.3 Diskussion af afgrænsning.....	6
1.4 Arrangørerne og selve VM'et	6
1.5 Introduktion og metode	7
1.6 Modelapparat	8
1.7 Forudsætninger	10
1.8 Analysegrundlag	10
1.9 Detaljeret indhold	10
1.9.1. Bløde data	10
1.9.2. Hårde data	13
1.10 Resultater – bløde data	14
1.10.1 Danske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.	14
1.10.1.a. Køn og alder.....	15
1.10.1.b. Geografi.....	15
1.10.1.c. Forhåndskendskab til Århus	15
1.10.1.d. Associationer til værtsregionen.....	15
1.10.1.e. Billetkøbsmønster.....	15
1.10.1.f. Overnatningsmønster	16
1.10.1.g. Repræsentativt dags-/døgnforbrug?	17
1.10.1.h. Udflugtsfrekvens	19
1.10.1.i. Tilkobling af ferie	19
1.10.1.j. Rejsegruppens størrelse.....	20
1.10.1.k. Bekendtskabskanaler	20
1.10.1.l. Tidshorisont for kendskab til VM'et.....	21
1.10.1.m Billetkøbsbeslutning.....	21
1.10.1.n. Tilhørsforhold til gymnastiksporten	22
1.10.1.o. Foreløbige indtryk af NRGi Arena	22
1.10.1.p. Foreløbige indtryk af selve VM'et	23
1.10.1.q. Lever VM'et op til forventningerne?.....	24
1.10.1.r. Lyst til at vende tilbage	24
1.10.1.s. Bortrejst uge 42 sædvanligvis?	24
1.10.2 Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.	26
1.10.2.a. Køn og alder.....	26
1.10.2.b. Geografi.....	26
1.10.2.c. Førstegangsbesøg.....	26
1.10.2.d. Hovedårsag til førstegangsbesøg	27
1.10.2.e. Associationer til Danmark	27
1.10.2.f. Associationer til Århus	27
1.10.2.g. Besøgsintentioner Århus før VM'et	28
1.10.2.h. Besøgsintentioner Danmark før VM'et.....	28
1.10.2.i. Evt. ændrede holdning til Danmark og danskerne	28

1.10.2.j. Billetkøbsmønster	28
1.10.2.k. Overnatningsmønster	29
1.10.2.l. Repræsentativt dags-/døgnforbrug?	30
1.10.2.m. Udflugtsfrekvens	31
1.10.2.n. Evt. tilkobling af ferie.....	32
1.10.2.o. Rejsegruppens størrelse	32
1.10.2.p. Bekendtskabskanaler	32
1.10.2.q. Tilhørsforhold til gymnastiksporten	33
1.10.2.r. Tidshorisont for kendskab til VM'et.....	33
1.10.2.s. Tidshorisont for beslutning om billetkøb	34
1.10.2.t. Foreløbige indtryk af NRGi Arena	34
1.10.2.u. Foreløbige indtryk af selve VM'et	35
1.10.2.v. Lever VM'et op til forventningerne?	36
1.10.2.x. Lyst til at vende tilbage?	36
1.10.3 Danske atleter/ledere	37
1.10.4 Udenlandske atleter/ledere.....	37
1.10.4.a. Køn og alder.....	37
1.10.4.b. Geografi	37
1.10.4.c. Førstegangsbesøg.....	37
1.10.4.d. Hovedårsag til førstegangsbesøg	37
1.10.4.e. Associationer til Danmark	38
1.10.4.f. Associationer til Århus	38
1.10.4.g. Besøgsintentioner Århus før VM'et	39
1.10.4.h. Besøgsintentioner Danmark før VM'et.....	39
1.10.4.i. Evt. ændrede holdning til Danmark og danskerne	39
1.10.4.j. Overnatningsmønster	39
1.10.4.k. Repræsentativt dags-/døgnforbrug?	40
1.10.4.l. Udflugtsfrekvens	41
1.10.4.m Evt. tilkobling af ferie.....	41
1.10.4.n. Rejsegruppens størrelse	42
1.10.4.o. Foreløbige indtryk af NRGi Arena.....	42
1.10.4.p. Foreløbige indtryk af selve VM'et	43
1.10.4.q. Lever VM'et op til forventningerne?	43
1.10.4.r. Lyst til at vende tilbage?.....	44
1.11 Resultater – hårde data	45
1.11.1 Samfundsøkonomiske effekter	45
Kap. 2. Medieværdimålinger	50
2.1 Trykte Medier – nationalt	50
2.2 International tv-eksponering.....	55
Kap. 3. Pre-event attitudemåling, lokalt	56
3.1 Kendskab til Århus' værtskab af VM'et.....	56
3.2 Hvor, hvornår og hvordan	57
3.3 Billetkøb	58
3.4 Stolthed over Århus' værtskaber af sportsevents	59
3.5 Personlige fordele.....	59
3.6 Kendskab til andre VM'er og EM'er i Århus	60
3.7 Århus' fremtidige satsning på værtskaber af sportsevents	60
3.8 Finansieringskilder.....	61
3.9 Finansielle bidrag	61
3.10 Smertegrænse mht. finansielt bidrag.....	62
3.11 Forventning om sikkerheden i byen.....	63
3.12 Forventning om trafikgener i byen	63

Side 3.

3.13 Forventning om evt. profilering af byen	63
3.14 Forventning om atmosfæren i byen	63
3.15 Forventning om byens økonomi	64
3.16 Kendskab til VM standarddans i Århus (kontrolarrangement)	64
Kap. 4. Post-event attitudemåling, lokalt	65
4.1 Bar Århus præg af at skulle være VM-vært?	65
4.2 Billetkøb	66
4.3 Hvis ja til billetkøb, hvordan var oplevelsen?	66
4.4 Personlige ulemper	66
4.5 Personlige fordele	66
4.6 I hvor høj grad skal Århus fremover huse sportsevents?	67
4.7 Hvor skal byens økonomiske bidrag komme fra?	67
4.8 Finansielle bidrag	68
4.9 Smertegrænse mh. finansielt bidrag	69
4.10 Oplevet sikkerhed i byen	70
4.11 Oplevede trafikgener i byen	70
4.12 Oplevet evt. profilering af byen	71
4.13 Oplevet atmosfære i byen	71
4.14 Oplevet følelse af om VM'et har gavnet byens økonomi	72
4.15 Kendskab til VM standarddans i Århus (kontrolarrangement)	72
4.16 Sammenfatning af pre-event og post-eventmålingerne kap. 3 og 4	73
Kap. 5. Cost Benefit Analyse	75
5.1 Tidshorisont	75
5.2 Fortrængningseffekter	75
5.3 Offeromkostninger	76
5.4 Betalingsvillighed	77
5.5 Tilbageholdt turismeomsætning – indenlandske eventgæster	77
5.6 Turismeomsætning der forsvinder ud af landet	78
5.7 Lokales evt. merforbrug i Århus	78
5.8 Repræsentativ andel af turismeomsætningen	78
5.9 Lækager	78
5.10 Inflation	78
5.11 Eventen som primære formål med opholdet i værtsregionen	78
5.12 Arrangørregnskabet – CBA-kontoopdeling	80
Kap. 6. Resumé	87
6.1 Pre- og post-eventundersøgelsen, lokalt	87
6.2 Effektanalysen, udvidet	87
6.3 Cost benefit analysen	93

Bilag: Bilag 1-10

Cost Benefit Analyse af VM idrætsgymnastik d. 13.-21. oktober 2006 i Århus



BAGGRUND

Tidligere analyser:

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) har igennem en årrække foretaget en række personlige interviews blandt gæsterne ved ca. 25 udvalgte større internationale sportsevents i Danmark, primært Verdens- og Europamesterskaber.

Disse interviewtagninger i og omkring konkurrencestederne er gennemført i arrangementsperioden med et repræsentativt udsnit af de besøgende tilskuere, atleter, ledere, pressefolk, officials og andre med relation til begivenhederne.

Spørgsmålene har været centreret omkring 3 hovedsøjler;

- turismeadfærd
- forbrug og
- evaluering af værter og værtsregion/-nation.

Kun udenlandske og interregionale gæster er blevet udspurgt om deres turisme-/forbrugsadfærd. Denne af-/begrænsning har været gjort ud fra antagelsen om, at lokale gæster, også uden den pågældende event - ville have haft et lignende forbrug i værtsregionen i eventsperioden, og det giver ingen mening at spørge til deres turismeadfærd i deres egen region.

Efter indsamling og indtastning af de indhentede svar i en dertil udviklet database har Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) videresendt data til VisitDenmarks analyseafdeling. (VisitDenmark = det tidligere Danmarks Turistråd). Her har man efterfølgende beregnet de overordnede samfundsøkonomiske effekter baseret på den regionaløkonomiske LINE-model (se bilag 1), f.eks. turismeomsætning, beskæftigelse, værditilvækst og provenu til det offentlige.

Disse beregninger samt de kvalitative målinger fra spørgeskemaundersøgelserne har udmøntet sig i en række effektanalyser, som Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) har udarbejdet. Tidligere effektmålinger kan frit downloades fra fondens website www.ifdk.dk.

Denne udvidede analyse/rapport:

I for hold til tidligere effektmålinger har der vist sig at være et behov for også at få inkluderet en række andre aspekter ved værtskabet af større internationale sports-events i Danmark, f.eks. medieværdien og lokalbefolkningens holdning til værtskabet.

Ikke mindst har der vist sig et behov for at inddrage udgifterne forbundet med at hverve og gennemføre begivenhederne samt andre relevante aspekter for til slut at kunne fastlægge den reelle *nettomerværdi* af begivenhederne.

Nærværende rapport omfatter derfor følgende delelementer, der er understøttet af desk research, f.eks. tilgængelig hotelstatistik fra VisitAarhus.

INDHOLD:

1. Udvidet effektanalyse
2. Medieværdimålinger, trykte medier og tv
3. Pre-event attitudemåling (herunder betalingsvillighed), lokalt
4. Post-event attitudemåling (ditto), lokalt

der tilsammen med inddragelse af bl.a. arrangørregnskabet munder ud i en

5. Cost Benefit Analyse (CBA). Til slut afrundes med et
6. Resumé

Som bilag 2 findes en liste med definition på de faglige begreber, nærværende rapport beskæftiger sig med.

CBA'en vil dokumentere, om indtægterne fra investeringerne i VM'et overstiger udgifterne forbundet med hvervning og gennemførelse, altså om VM'et genererer et overskud. Næste spørgsmål vil naturligt være "overskud for hvem?" og "inden for hvilken tidshorisont?".

For at gøre CBA'en så gennemskuelig og gennemsigtig som overhovedet muligt opdeles CBA-regnskabet i forskellige konti; lokalbefolkningen, det lokale er-hvervsliv (primært turismesektoren), de lokale myndigheder, øvrige Danmark, de danske arrangører og staten. Herefter kan f.eks. Århus Kommune/værtsregionen gå ind direkte og aflæse deres Retur on Investment (ROI).

Denne opdeling af CBA-konti gøres ud fra betragtningen om, at det der er en udgift for A, er en indtægt for B. Eneste undtagelse herfra er ikke-finansielle poster som f.eks. PR-værdien af VM'et, der ikke modsvares af en udgiftspost, men er en gevinst for såvel værts-regionen/-nationen som for indbyggerne i værtsbyen/-nationen.

I det omfang det har været muligt og er skønnet plausibelt, er der som et led i CBA-opgørelsen foretaget en værdisætning af ikke-finansielle faktorer såsom: fortrængningseffekt på indkvarteringsstederne (=crowding out) samt betalingsvillighed (og /eller betalingsvillighedsoverskud/-underskud også kaldet consumer surplus/deficit). Måling af og forklaring på de lokale borgeres betalingsvillighed findes under Kap. 3. "Pre-event attitudemålingen" og værdisætningen af betalingsvilligheden findes under Kap. 5. "Cost Benefit Analyse". Måling af og forklaring på fortrængningseffekten findes under Kap. 1. "Udvidet effektanalyse" og Kap. 5. "Cost Benefit Analyse".

Mht. tidshorisont er der – bortset fra hverveudgifterne for at få VM'et i hus – kun medregnet dokumenterede effekter i 2006. Eneste undtagelse er poster fra arrangementsregnskabet, der først er bogført i Danmarks Gymnastik Forbunds 2007-regnskab.

Bidragydere til rapportens indhold:

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) har på eget initiativ, som en uvil- dig instans og for egen regning iværksat og gennemført såvel de tilbundsli- gende spørgeskemaundersøgelser som den efterfølgende CBA.

Dr. Egbert Oldenboom i Amsterdam har fungeret som mentor for Idrætsfonden Dan- mark ifm. arbejdet med nærværende CBA.

Dr. Oldenboom har sit eget firma, Meerwaarde, der er specialiseret i økonomiske analyser, og Dr. Oldenboom har bl.a. været ansvarlig for udarbejdelsen af en CBA ifm. Euro 2000 (EM i fodbold) i Holland og Belgien.

De internationale tv-tal er indhentet for det internationale gymnastikforbund, FIG, af det globale mediemålingsfirma, IFM. Herefter har Sponsor og Sport Analyse A/S efter opdrag fra Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) værdisat disse målinger.

Ligeledes har Rambøll Management været behjælpelig med at levere tal på medie- værdien af VM-omtale i nationale trykte medier, udarbejdet for Rambøll af firmaet Infopaq.

Kap. 1. Udvidet effektanalyse

1.1. Rationale

Det overordnede formål med selve effektanalyzedelen af CBA'en er at *dokumentere den merværdi for det danske samfund og i særdeleshed for Århus Amt¹, som skabes qua VM-gæsternes forbrug, og som kan tilskrives værtskabet af VM idrætsgymnastik 2006 i Århus.*

1.2. Afgrænsning

Effektanalysen kaldes også populært for en Støbbe-analyse, idet Støbbe står for Sports Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning, analogt med VisitDenmarks Tøbbe-analyser af Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning.

Effektanalysen dokumenterer *merværdien* af VM'et ift. en 0-situation (=en ganske almindelig uge 42 i Århus) som følge af VM-gæsternes forbrug, dog med nedenstå- ende begrænsninger. Her er det vigtigt at sondre mellem merværdien set fra et *na- tionalt* vs. et *regionalt* synspunkt, hvilket effektanalyser med al tydelighed belyser. Fra et nationalt synspunkt er kun omsætningen fra *udenlandske* VM-gæster interes- sant, idet der for interregionale VM-gæsters vedkommende blot er tale om en omfor- deling af forbrug og ikke et merforbrug.

Effektanalysen inddrager i modsætning til CBA'en senere i rapporten pr. definition *ikke* udgiftssiden af VM'et.

¹ Århus Amt eksisterede endnu på tidspunktet for denne undersøgelse

Er de lokale (=regionale) borgeres forbrug inkluderet?

Både ja og nej. Det har, som udgangspunkt, været hensigten med denne analyse (i modsætning til tidligere effektmålinger udarbejdet af fonden) at belyse både lokale, interregionale og udenlandske aktørers forbrug for at konstatere, om *de lokale aktører har haft et merforbrug som følge af værtskabet af VM'et* ift. en "almindelig" uge 42, hvilket en konkret måling vil vise.

I det omfang, dette er tilfældet, inkluderes et sådan lokalt merforbrug.

Et lokalt merforbrug kan enten være borgere, som qua VM'et bruger flere penge end ellers i værtsregionen, eller borgere der uden et VM i Århus ville have forladt værtsregionen i VM-perioden (og som ikke blot udskyder rejsen).

Det skal bemærkes, at den regionaløkonomiske model, LINE, der bruges til beregningerne i nærværende analyse, på anvendelsestidspunktet havde "amt" som afgrænsning, hvorfor en lokal borger i nærværende rapport er at regne som én, der er bosiddende i Århus Amt (amtsgrænsen eksisterede endnu på eventtidspunktet).

Som følge heraf medregnes ikke det forbrug en gæst fra en anden by i værtsamtet, f.eks. Silkeborg, har i værtsbyen som følge af VM'et, medmindre vedkommende jfr. afsnittet ovenfor opfylder "det lokale merforbrugskriterie". Uagtet, at det set fra Århus' side kan være lige så interessant at få besøg af en regional VM-gæst som af en interregional, endsige international VM-gæst (og chancen for genbesøg nok er større).

Er alle VM-relaterede gæsters forbrug inkluderet i øvrigt?

Nej, kun de hvor VM'et er "*main reason to go*", dvs. at VM'et er hovedårsagen til deres besøg i Århus, og hvor VM-opholdet ikke er finansieret af lokale penge, som tilfældet af og til er ved sportsevents i Danmark, typisk hvad angår arrangørforpligtelser mht. dommeres indkvartering og bispisning. De VM-ophold, der måtte være finansieret af lokale penge, figurerer i arrangørregnskabet og behandles under CBA-delen.

Der ud over er kun den del af VM-gæsternes dagsforbrug på forplejning, shopping osv., der af dem selv vurderes at være repræsentativt for "en gennemsnitsdag i Århus i uge 42", medregnet.

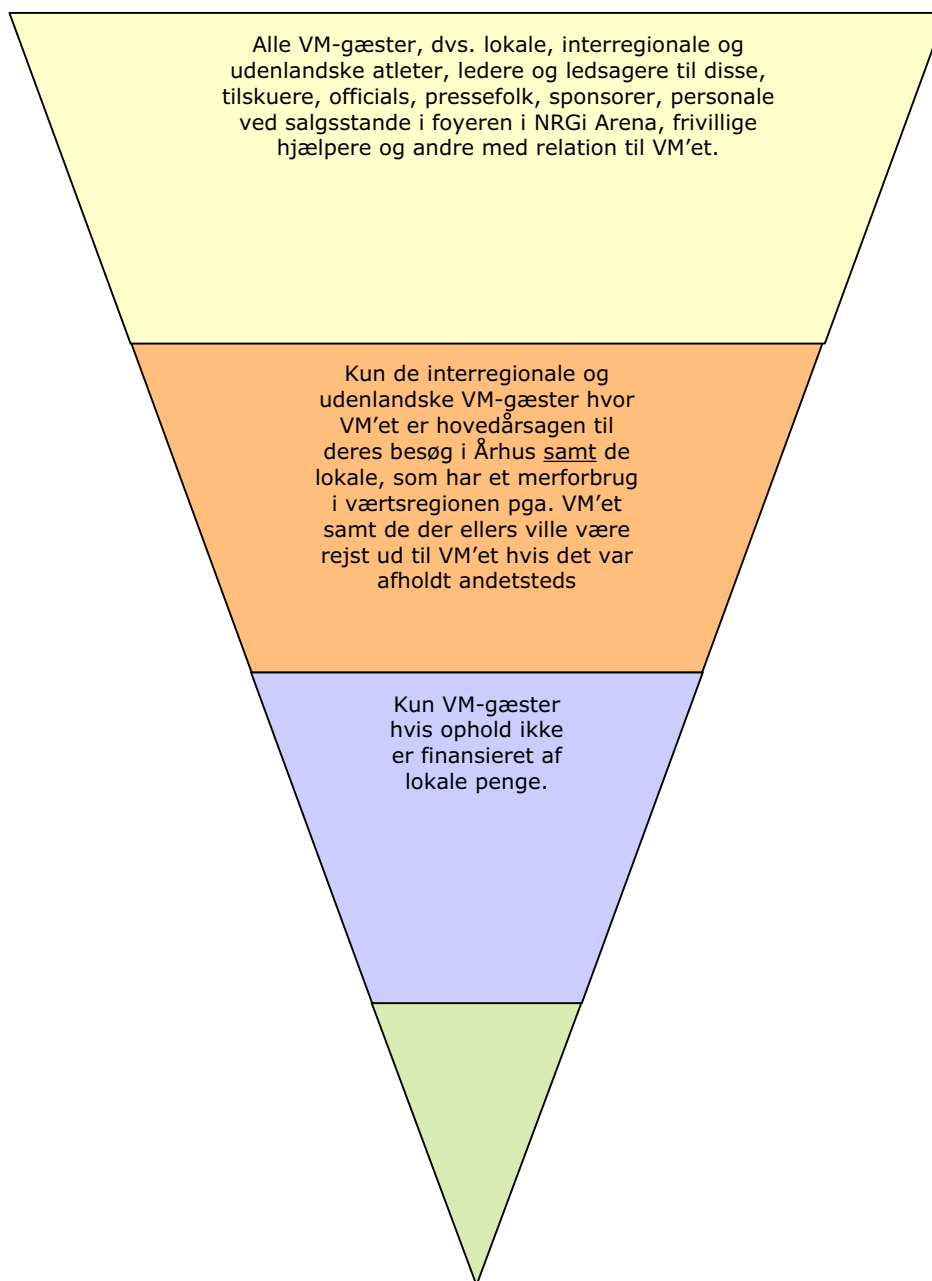
Er entréforbrug inkluderet i turismeomsætningen/døgnforbruget?

Ja, et sådan forbrug rangerer på linie med entré til f.eks. Tivoli Friheden, men kun entréforbruget fra interregionale og internationale VM-gæster er inkluderet. De lokale borgeres forbrug på entré ekskluderes, idet der ikke vurderes at være tale om et merforbrug pga. VM'et (de ville måske være gået i biografen i stedet).

Inkluderer effektanalysen også kvalitative aspekter af VM'et?

Analysen dokumenterer ud over de samfundsøkonomiske nøgletal fra LINE-modellen også mere kvalitative fakta som f.eks. hvilke associationer respondenterne har om værtsregionen/Danmark, og hvordan vurderer respondenterne selve stævneafviklingen. Disse detaildata er udledt af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s dertil udviklede database.

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



Figur 1 illustrerer efter tragtprincippet, hvordan effekterne af VM'et snævres ind for sluttelig at ende med de reelle *mereffekter* af VM-gæsternes forbrug i værtsregionen pga. VM'et i Århus.

Andre aspekter som evt. fortrængningseffekten ved, at VM-gæsterne fortrænger en vis andel af "almindelige turister" på især indkvarteringsstederne, behandles som tidligere nævnt under CBA'en.

1.3. Diskussion af afgrænsning

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

Ret beset kunne man argumentere for, at kun forbruget fra de aktører, som i spørgeskemaet *ikke* ville have overvejet Århus og Danmark som mulige besøgsdestinationer skal medtages i effektanalysen. Eller med andre ord det forbrug, som er skabt af de aktører, der formentlig alligevel ville være kommet til værtsregionen på et andet tidspunkt, bør ikke medregnes, da der ikke er tale om ægte (læs: netto) tilførsel af kapital.

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) har imidlertid valgt at medtage alle, fordi det ikke kan udelukkes, at VM-opholdet blot er et ekstra besøg i værtsregionen, der ikke erstatter et evt. andet og fremtidigt besøg i regionen og/eller i Danmark.

Desuden er beslutningen truffet for at gøre effektanalysen sammenlignelig med fondens tidligere effektanalyser og med de fleste andre sammenlignelige analyser fra ind- og udland på eventseffektområdet.

1.4. Arrangørerne og selve VM'et

VM'et blev udbudt af det internationale gymnastikforbund, FIG, og vundet af Danmarks Gymnastik Forbund (DGF) og Århus Kommune i begyndelsen af 2002 på FIG's årskongres efter en spændende hvervefase (=ansøgningsfase), med Frankrig, Brasilien og Canada som modkandidater. En hvervefase som Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) og den regionale pendant, Sport Aarhus Events, var dybt involveret i.

Det er imidlertid alene DGF, der står med det økonomiske ansvar for VM'et. DGF har til huse i Idrættens Hus i Brøndby (Københavns Amt).

Den kendsgerning, at den økonomisk ansvarlige for VM'et er bosiddende i en anden region end værtsregionen, kan gøre en forskel. Som eksempel herpå kan tages offeromkostningerne forbundet med, at VM'et beslaglægger ressourcer fra den daglige drift af DGF's sekretariat. Det ville også slå igennem, hvis DGF var nødt til at tage fra egne driftsmidler for at finansiere VM'et (= injektion til Århus Amt ude fra), i modsætning til hvis arrangøren havde bopæl i værtsregionen.

Hvad angår selve arrangementet, er der tale om et officielt VM i idrætsgymnastik for seniorer m/k, der bl.a. indbefatter discipliner som barre, ringe, øvelser på gulv mv. VM'et, som både dækker individuelle disciplinfinaler, mangelkampfinaler og VM for hold, afholdes hvert år. I 2005 var Melbourne/Australien vært, og i 2007 finder VM'et sted i Stuttgart/Tyskland.

Over 600 frivillige hjælpere bar VM'et igennem, uden hvis ulønnede assistance, opgaven ikke kunne være løftet inden for budgettets rammer på små 19 mio. kr.

VM idrætsgymnastik er på verdensplan en stor idræt, medens den lever en noget mere tilbagetrukket tilværelse i Danmark, såvel medlemsmæssigt som medieeksponeringsmæssigt.

VM 2006 blev afviklet i NRGi Arena (tidligere Atletion) i Århus i skolernes efterårsferie uge 42. Forud for VM'et blev der afholdt et par træningslejre i værtsregionen for et par østeuropæiske hold. Effekten heraf på turismeomsætning mv. vurderes imidlertid at være forsvindende lille, bl.a. pga. beskedne indkvarteringsforhold, og er derfor ikke inkluderet i nærværende analyse.

Det samlede bruttoarrangørregnskab beløber sig til ca. 19 mio. kr.. Dette tal inkluderer arrangørernes indtægter fra deltagernationerne til disses overnatning og forplejning (kr. 11,2 mio.) og arrangørernes reelle udgifter til de samme poster (kr. 10,3 mio.). Offentlige direkte og indirekte tilskud fra værtskommunen Århus og Århus Amt beløb sig til hhv. 3,6 mio. kr. og 700.000 kr.

De regionale direkte og indirekte offentlige tilskud udgjorde således alt i alt knap kr. 4,3 mio. kr. = små 23% af arrangørregnskabet og godt 10% af turismeomsætningen i Århus Amt på små 41 mio. kr.

Herudover bidrog Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) som et nationalt organ med et hvervetilskud på kr. 64.000, et markedsføringstilskud på kr. 100.000, en underskudsgaranti på kr. 600.000, et administrationstilskud på kr. 800.000, et sponsorat på kr. 100.000 og et tilskud til gennemførelsesfasen på kr. 600.000, i alt godt 2,2 mio. kr. (dog blev underskudsgarantien ikke aktuel).

Det samlede offentlige støttebeløb androg således 5,8 mio. kr. eller ca. 30% af bruttoarrangementsregnskabet på ca. 19 mio. kr.

1.5. Introduktion og metode

Spørgeskemaet er udarbejdet af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) på dansk og engelsk og er godkendt af arrangørerne.

Effektanalysen er ligeledes udarbejdet af fonden på baggrund af en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse bestående af personlige interviews over flere dage i uge 42 (16. - 21. oktober). Dog med hovedvægten lagt på mandag d. 16., torsdag d. 19. og fredag d. 20. oktober i og omkring NRGi Arena. Der var ingen konkurrencehverdage at tage særligt hensyn til mhp. evt. afdækning af et anderledes (højere?) forbrug blandt især atleter og ledere på sådanne dage.

Valg af interviewdage og -steder er foretaget i samråd med arrangørerne, og selve interviewene blev gennemført af lokale studerende fra Århus Universitet, Århus Handelshøjskole og turistførere fra Tourist Aarhus/Visit Aarhus, alle trænet til formålet og superviseret af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark).

Der har desuden fundet et begrænset antal "selvudfyldninger" sted blandt atleter og ledere på indkvarteringssteder i Århus samt i NRGi Arena.

Den *primære målgruppe* for interviewene var de to store aktørgrupper: *atleter-/ledere og tilskuere/ledsagere*, der da også udgør 89% af de indhentede og brugbare 513 svar i effektanalysen.

Den sekundære målgruppe var pressen, officials, sponsorer, sælgere ved stande i fo-
yeren og andre med relation til VM'et samt frivillige hjælpere.

630 frivillige hjælpere var rekrutteret fra hele landet og var derfor ikke alene, som
det ofte ses ved internationale idrætsarrangementer i Danmark, fra en eller flere lo-
kalkubber. Dvs. at som følge heraf tæller visse frivillige hjælpere forbrug med i ef-
fektanalysen her, nemlig de interregionale, dvs. fra øvrige Danmark end Århus Amt
(=kommer udefra).

På interviewdagene blev en tilfældigt udvalgt stikprøve på 513 svar indhentet, hvoraf
alle svar var brugbare! Stikprøven var dog ikke mere tilfældig, end at der naturligvis
blev taget højde for de enkelte aktørgruppers indbyrdes repræsentation i totalpopu-
lationen samt kvote mht. danske vs. udenlandske respondenter. Se bilag 2.

De akkumulerede effekter er beregnet ud fra den antagelse, at de respondenter, der
optræder i stikprøverne, er repræsentative for hele totalpopulationen.

Det har været Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) magtpåliggende,
som ansvarlig for såvel spørgeskemaundersøgelser som cost benefit-analyse at und-
gå en uhensigtsmæssig overvurdering af den økonomiske effekt af VM'et.

Et eksempel herpå er ifm. selve indtastningen af svarene fra spørgeskemaundersøg-
elsen, hvor evt. divergenser imellem svarene fra den samme respondent er indtastet
ud fra laveste fællesnævner.

Og hvor evt. "himmelstormere", opsnappet i spørgsmålet om respondenternes dags-
forbrug, er udlignet qua en vægtning af vedkommendes svar.

1.6. Modelapparat

Modelberegningerne af de samfundsøkonomiske effekter bygger på den regionale
samfundsøkonomiske input-output model, LINE, som drives i fællesskab af VisitDen-
mark, Erhvervsfremmestyrelsen, Arbejdsmarkedsstyrelsen og de regionale vækst-
fora.

LINE-modellen er ydermere en efterspørgselsorienteret ligevægtsmodel, som forud-
sætter, at der er ubegrænset ledig arbejdskraft til at tilfredsstille en øget efter-
spørgsel efter varer og tjenesteydelser.

LINE-modellen inkluderer de umiddelbare regionaløkonomiske sammenhænge af en
begivenhedsskabt omsætning tilført en værtsregion. Det vil i praksis sige, at
modellen håndterer det faktum, at en øget økonomisk aktivitet i en region som f.eks.
en sportsevent har en afsmittende effekt på andre regioner gennem underleverancer
af varer, tjenesteydelser og arbejdskraft. I hvor stort omfang effekten forbliver i
værtsregionen, afhænger derfor af værtsregionens selvforsyningssevne.

Der medregnes både direkte, indirekte og afledte (inducerede) effekter af VM-turi-
sternes forbrug, da disse indgår i den benyttede makroøkonomiske model LINE i et
økonomisk kredsløb, kaldet en multiplikatorproces, kickstartet af VM-gæsternes for-
brug, beregnet som turismeomsætning.

Med direkte effekter menes forbrug i f.eks. hotel- og restaurationsbranchen, og med indirekte effekter menes forbrug skabt i f.eks. underleverandørled.

Med afledte (inducerede) effekter menes f.eks. øget forbrug blandt de personer, som kommer i beskæftigelse (eller på overarbejde) pga. VM'et og derved øger deres personrealindkomst med hvad deraf følger, alt andet lige, af øget forbrug og afsmittende virkning videre i det økonomiske kredsløb. Disse afledte effekter er et resultat af multiplikatorprocessen.

Generelt gælder det ifg. LINE, at de direkte effekter skønsmæssigt udgør 2/3 af de samlede afledte effekter, f.eks. værditilvækst og beskæftigelse, medens de indirekte og inducerede effekter udgør den resterende 1/3.

I modellen ligger implicit, at for en begivenhedsskabt turismeomsætning fra indenlandske deltagere er de afledte effekter for nationen omtrent nul, mens der vil være en positiv effekt for værts- og forsyningsregionerne. Årsagen hertil er den tidligere nævnte omfordeling, der finder sted, når vi taler indenlandsk forbrug.

Arrangørernes forbrug (arrangementsudgifter) ifm. værtskabet ingår ikke i LINE-beregningerne, medmindre der er tale om poster som billetsalg og overnatninger, der indgår i eventgæsternes forbrug og således dækkes heraf.

Beskæftigelseseffekten bygger i modellen på forholdet mellem omsætning og beskæftigelse i de brancher, der direkte og indirekte nyder godt af den begivenhedsskabte omsætning (heraf behovet for at opdele forbruget på komponenter i spørgeskemaet).

Modellen antager, at ca. 50% af beskæftigelseseffekten kan henføres til arbejdsløse og/eller kontanthjælpsmodtagere, der i kraft af begivenheden, her VM idrætsgymnastik, kommer i arbejde, medens de resterende 50% i virkeligheden skyldes allerede beskæftigede, der påtager sig ekstra arbejde/overarbejde.

Evt. besparelser på det offentlige husholdningsregnskab, nationalt og/eller regionalt-/lokalt, ved at ledige og/eller kontanthjælpsmodtagere overgår til egen forsørgelse, er imidlertid *ikke* medregnet i LINE-kredsløbet, fordi usikkerheden er for stor.

Provenueffekten betegner de bidrag til stat og kommune, som afledes af den begivenhedsskabte turismeomsætning i form af moms og afgifter fra omsætningen af varer og tjenesteydelser, selskabsskatter fra virksomhederne og indkomstskatter (stat, kirke, kommuneskat) fra de beskæftigede. Provenuerne til kommunerne er bruttoberegninger, hvor der ikke er taget højde for den kommunale udligning².

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

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

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

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

Bemærk at en direkte sammenligning mellem dette stævnes samfundsøkonomiske resultater og de af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) tidligere målte stævner tilbage i 1998-2001 ikke er hensigtsmæssig, da skatteprovenu til stat, amt og kommuner i de tidligste beregninger baserede sig på den makroøkonomiske AIDA-model.

1.7. Forudsætninger

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

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

Det forudsættes almindeligvis i Støbbe-beregningerne, at alle kommercielle overnatninger i eventperioden (eller tilnærmelsesvis alle) finder sted i værtsamtet. En forudsætning, der holder fint ifm. VM idrætsgymnastik.

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

1.8. Analysegrundlag (stikprøve vs. totalpopulation)

Se bilag 3.

1.9. Detaljeret indhold

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

1.9.1. Bløde data

A)

Andelen af danske hhv. udenlandske VM-gæster samt ditto. mht. billetsalgsfordeling

B)

Andelen af VM-gæster, bosiddende i Århus hhv. Århus Amt samt i øvrige landsdele

C)

Andelen af tilskuere, som er ledsagere til deltager/ledere i VM'et for at konstatere det gennemsnitlige antal ledsagere pr. deltager/leder

D)

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

E)

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

F)

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

G)

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

H)

Hvilket forhåndsindtryk de udenlandske VM-gæster havde af Århus/Danmark, og hvad de forbandt værtsregionen med, før de kom dertil

I)

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

J)

De interregionale VM-gæsters forhåndskendskab til Århus

K)

De interregionale VM-gæsters associationer om Århus forlods

L)

Om de indenlandske VM-gæster under normale omstændigheder ville være bortrejst, enten i eller uden for landets grænser, en "normal uge 42" (svarene herpå bruges til at måle, om det med rimelighed kan antages, at VM'et kan have holdt et antal danskere hjemme, der ellers ville være rejst ud og lagt deres forbrug andetstede, enten uden for landets grænser eller i andre regioner i Danmark)

M)

Hvilken overnatningsform VM-gæsterne benyttede sig af

N)

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

O)

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

P)

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

Q)

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

R)

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

S)

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

T)

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

U)

Hvornår blev beslutningen om at følge VM'et "live" truffet?

V)

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

X)

VM-gæsternes indtryk af konkurrencehallen, NRGi Arena

Y)

VM-gæsternes foreløbige indtryk af selve VM-arrangementet

Z)

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

Æ)

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

Ø)

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

Å)

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

ÅÅ)

Hvilke dage VM-tilskuerne har løst billet til (bruges bl.a. til at nå frem til ratio af "antal VM-døgn tilbragt i værtsregionen ift. antal sete VM-konkurrencer.")

ÅÅÅ)

Om VM-tilskuerne ville have løst billet til VM'et, hvis det var afholdt et andet sted end i Danmark (bruges bl.a. til opgørelsen over de reelle effekter af VM'et i netop Århus/Danmark). Som minimum ved vi på forhånd, at danske atleter ville være rejst ud, hvis VM'et ikke var afholdt her).

ÅÅÅÅ)

Er VM idrætsgymnastik hovedformålet med besøget i Århus? (excl. atleter/ledere)

1.9.2.Hårde data

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

1.10. Resultater - bløde data

De mere bløde målinger fra stikprøven på i alt 513 brugbare svar, baseret på personlige interviews i uge 42 i Århus, er opdelt på:

- A. Danske tilskuere/ledsagere, officials, mediefolk og andre (163 svar)
- B. Danske atleter/ledere (3 svar)
- C. Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, mediefolk og andre (295 svar)
- D. Udenlandske atleter/ledere (52 svar)

Den tilfældige stikprøveusikkerhed er ca. 4%, dvs. når man ser på den opnåede stikprøvestørrelse ift. totalpopulationen. (Hvis alle respondenter var blevet adspurgt, havde der ikke været nogen tilfældig stikprøveusikkerhed). I praksis betyder de 4% usikkerhed, at målingen i pkt. 1.10.1.b om, at der er 36% lokale respondenter i stikprøven, i praksis betyder, at den korrekte andel ligger et sted mlm. 32% og 40%.

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

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

Stikprøvestørrelse:	59 lokale fra værtsamtet(36%) <u>104</u> interregionale (56%)
Danske tilskuere mfl.	<u>163</u> i alt
Stikprøveaktører:	136 tilskuere 11 ledsagere til atleter/ledere 7 andet (f.eks. frivillige hjælpere) 6 officials 2 på salgsstand i foyeren i NRGi Arena <u>1</u> sponsor <u>163</u> i alt

Fordelingen oven for viser, at 90% af svarene i stikprøven hidrører fra én af de aktørgrupper, vi har været mest interesseret i at måle på, nemlig danske tilskuere og ledsagere.

På basis af stikprøven er minimum hver 12. danske tilskuer i og omkring NRGi Park tilsyneladende ledsager til en atlet eller leder. I virkeligheden er andelen af danske tilskuere, som er ledsagere til en atlet eller leder formentlig højere, idet tidligere undersøgelser viser, at ledsagere sjældent er på konkurrencestedet i hele arrangementsperioden men ofte foretager shopping og sightseeing indimellem i værtsregionen.

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

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

1.10.1.a. Danske tilskueres køn og alder

Køn- og alderssammensætningen fremgår af bilag 4, hvor den hyppigste observation i stikprøven var kvinder mellem 25 og 50 år (29%). Næsthøjest var mænd mellem 25 og 50 år med 26%.

1.10.1.b. Danske tilskueres geografiske fordeling

Det fremgår af bilag 5, at der er 36% lokale, dvs. fra Århus Amt i stikprøven, og specifikt 31% fra selve Århus. 25%, er fra øvrige Jylland.

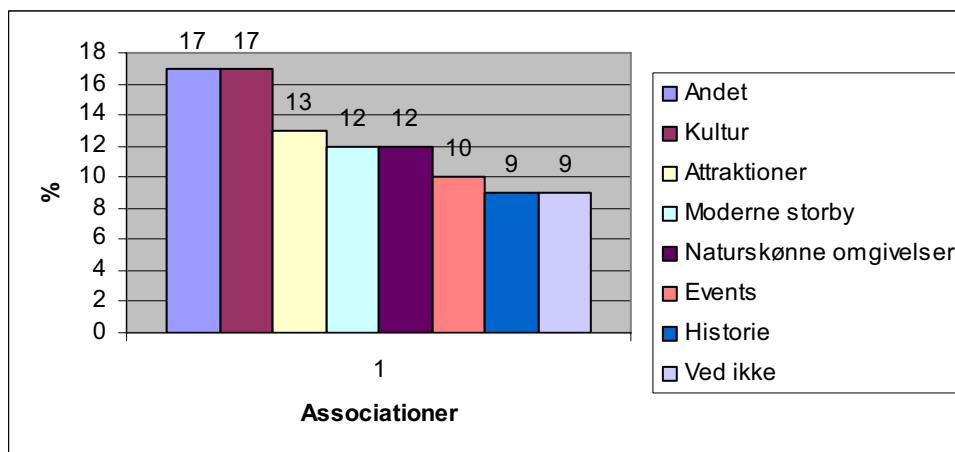
1.10.1.c. Danske tilskueres forhåndskendskab til Århus (excl. lokale)

Altså, om de danske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. havde overvejet eller allerede havde besøgt Århus før VM'et. Dette svarer hele 92% bekræftende på.

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

Det ses af figur 2, at "kultur" er det hyppigst forekommende svar på, hvad de danske tilskuere/ledsagere m.fl. forbinder værtsregionen Århus Amt med, nemlig 17%. "Andet" dækker primært over: Århus Universitet, Marselisborg Slot, Århus Musikhus, shopping, cafémiljøet, venner og familie og er ligeledes repræsenteret med 17%.

Fig. 2 Hvad forbinder de danske tilskuere værtsregionen med (%)*



*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet der er afgivet 1,6 svar i gennemsnit pr. respondenter.

1.10.1.e. Danske tilskueres billetkøbsmønster

Det samlede billetsalg til danske og udenlandske tilskuere blev på 28.000 billetter, når salget af partoutkort er omregnet til "enkeltkonkurrencebilletter". Se også bilag 6.

Arrangørerne har ikke specifikke oplysninger om andelen af danske hhv. udenlandske aftagere af billetter, men skønner, at en fordeling 65% hhv. 35% er et realistisk bud.

Da der blev interviewet på flere konkurrencedage, er chancen for at blive udtaget til interview som partoutkortindehaver, alt andet lige, større end som enkeltbilletindehaver. Nedenstående fordeling mellem partoutkortindehavere og enkeltbilletindehavere må derfor tages med et vist forbehold som vejledende for fordelingen i totalpopulationen.

Blandt de danske respondenter i stikprøven var der flest, nemlig 36% i stikprøven, som havde indløst billet til torsdag d. 19. oktober, næstflest nemlig 33% til fredag d. 20. oktober.

16% af de danske VM-gæster havde købt et partoutkort, dvs. gældende til alle konkurrencedage samt åbningsceremonien fredag d. 13. oktober.

De danske VM-tilskuere/ledsagere i stikprøven havde købt 240 enkeltbilletter, og 23 havde købt partoutkort á 9 konkurrencedage incl. åbningsceremonien³, dvs. at de 147 tilskuere og ledsagere i gennemsnit indløste billet til 447 konkurrencedage i alt eller 3,04 konkurrencedage i gennemsnit pr. pers.

Knap 3 ud af 4, nemlig 74% udtaler, at de under ingen omstændigheder ville have indløst billet til VM idrætsgymnastik 2006, hvis det var blevet afholdt uden for Danmark.

8% svarer, at "ja", det ville de, medens 18% svarer "måske".

Med andre ord, holder VM'et i Århus tilsyneladende 8% af alle danske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. hjemme i Århus/Danmark, svarende til 500 personer. VM'et forhindrer altså dermed, alt andet lige, en vis lækage af omsætning ud af landet på skønnet 3,5 mio. kr. i turismeomsætning. Heraf kan de 1,75 mio. kr. henføres til lokale tilskuere (og knap 1 mio. i bruttoværditilvækst fra disse). Set fra et regionalt synspunkt, er det dette lokale "hjemmebaneforårsagede" forbrug, der er interessant og som tæller med i CBA'en længere henne i nærværende rapport.

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

A. Kun 21% af danske tilskuere/ledsagere med bopæl uden for værtsamtet er *dags-turister*, dvs. at de kører til og fra VM'et samme dag. 79% af de interregionale VM-gæster overnatter altså uden for eget hjem ifm. mesterskabet.

B. Der er flest VM-gæster, som har 2 overnatninger i Århus Amt ifm. VM'et, nemlig 30% af de overnattende VM-gæster.

C. VM'et genererer 10.136 interregionale overnatninger og 669 dagsbesøg i Århus Amt fra 3.125 interregionale VM-tilskuere/ledsagere m.fl.. Af disse overnatninger er 54% kommercielle overnatninger. Resten er overnatninger hos venner og familie.

³ *10 konkurrencer, da der en enkelt dag foregik to konkurrencer.

Hertil kommer 1.352 overnatninger fra tilkøbet ferie i værtsregionen enten lige før eller efter VM'et.

D. Alle danske VM-gæster, der overnatter uden for eget hjem ifm. VM'et, overnatter tilsyneladende i værtsregionen. Udover Århus (66%) er der tilskuere, som overnatter i Silkeborg, Randers, Ry, Odder og Skanderborg.

E. De interregionale VM-gæster, som overnatter i værtsregionen ifm. VM'et, har hver i gennemsnit 4,65 overnatninger incl. ferienætter. Medregnes også dagsturister (indgår med 1), bliver det gennemsnitligt 3,68 overnatninger pr. dansk tilskuer/ledsager mv.

Dette tal, 3,68, indgår i beregningen af forholdet mellem "antal overnatninger + dagsbesøg i VM-perioden" og "antal konkurrencedage, der er købt billet til".

Ud fra billetsalgsstatistikken sammenholdt med pkt. E. ovenfor kan det beregnes, at de danske VM-tilskuere og -ledsagere i gennemsnit tilbringer $3,68/3,04 = 1,21$ nætter pr. konkurrencedag i værtsregionen i uge 42 generelt, når der ikke skeles til, om der er tale om dagsturister eller overnattende VM-gæster. Dertil kommer de feriedøgn, der lægges i øvrige Danmark.

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

F. Privat indkvartering er den mest foretrukne indkvarteringsform blandt de danske VM-tilskuere, hvor så mange som 46% overnattede privat. Næstmest foretrukne overnatningsform er hotel, hvilket 20% benyttede.

1.10.1.g. Er danske tilskueres dags-/døgnforbrugsmønstre repræsentative?

VM-respondenterne blev spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen adskiller sig fra det, de har på en gennemsnitsdag i Århus. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det, de ville have på en ganske almindelig dag i Århus. Her er det vigtigt at skelne imellem lokale og interregionale VM-gæster for at kunne isolere de lokales forbrug og niveau ift. en ganske almindelig dag i Århus.

Svarer respondenterne, at forbruget ikke adskiller sig, er der nemlig ingen "mellemløst" at foretage, og de lokales forbrug vil således ikke indgå i denne analyse, præcis som de ikke har været det i tidligere effektanalyser i regi af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark).

Det viser sig jfr. nedenstående, at hvis vi ser på de lokales dagsforbrug på interviewdagen, skønner 13% af respondenterne, at deres forbrug ligger over "almindeligt niveau", mens 37% mener, at det ligger under.

Næsten halvdelen af de lokale respondenter, nemlig 42%, vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen er udtryk for et gennemsnitligt forbrug fra deres side en almindelig dag i Århus.

18% svarer "ved ikke".

Der er på basis af ovennævnte ikke grund til at antage, at de lokale har haft et øget dagsforbrug som følge af VM'et, hvorfor dette aspekt kan negligeres. Der er altså tilsyneladende ikke tale om et merforbrug fra de lokale VM-gæsters side som følge af VM'et.

Lokales evt. merforbrug (eller det modsatte) ift. en almindelig dag i Århus i uge 42:

Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	5%
Ja, det er lidt højere ...	8%
Ja, det er nok noget lavere ...	22%
Ja, det er nok lidt lavere ..	5%
Nej	42%
Ved ikke	<u>18%</u>
I alt	100%

Ser vi derimod på de interregionale VM-gæsters dagsforbrug på interviewdagen neden for mener nogenlunde lige mange, nemlig hhv. 34% og 29%, at det oplyste dagsforbrug er hhv. højere/lavere end på en almindelig gennemsnitlig dag i uge 42 i Århus

Kun 29% finder, at det oplyste dagsforbrug er repræsentativt for deres forbrug på en almindelig gennemsnitlig dag i uge 42 i Århus.

7% svarer "ved ikke".

Da andelen, der mener, at forbruget på interviewdagen nok er højere end en gennemsnitsdag i Århus, nemlig 34% er 5 procent højere end andelen, der mener, at deres forbrug er lavere, nemlig 29%, er der vægtet herfor i de indløbne svar fra interregionale VM-gæster.

Interregionale VM-gæsters evt. merforbrug (eller det modsatte) ift. en almindelig dag i Århus i uge 42:

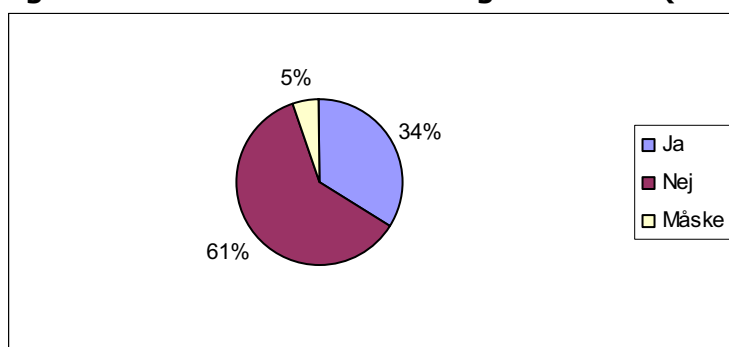
Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	15%
Ja, det er lidt højere ...	19%
Ja, det er nok noget lavere ...	19%
Ja, det er nok lidt lavere ..	10%
Nej	29%
Ved ikke	<u>7%</u>
I alt	100%

1.10.1.h. Danske tilskueres udflugtsfrekvens (excl. lokale)

Det fremgår af figur 3 nedenfor, at godt hver tredje danske VM-gæst excl. atleter og ledere med sikkerhed foretager udflugter, og at hvis "måske"-svarene medregnes så knap 4 ud af 10.

Går man bag om tallene, vil man se, at en tredjedel af udflugterne er kommercielle, hvor der betales (entré). Rent faktisk udtaler de, der foretager kommercielle udflugter, at de forventer at bruge i gennemsnit 386 kr. på det. Der er tale om både individuelle udflugter og kollektive, dvs. hvor Tourist Aarhus har været inde over og guidet en gruppe VM-gæster.

Figur 3. Danske tilskueres udflugtsfrekvens (excl. lokale)



Foretrukne udflugtsdestinationer:

Den Gamle By	25% af ja-sigerne
Aros	22% -

Det ses, at Den Gamle By ligger højest (25%) med Aros lige i hælene (22%) målt på antal danske VM-tilskuere, der vælger at besøge disse destinationer ifm. VM-opholdet i Århus.

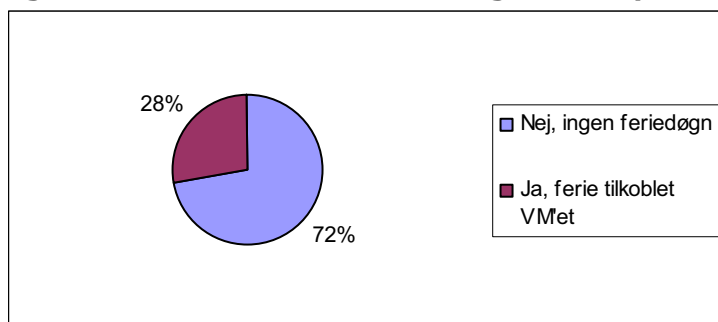
Øvrige svar fordeler sig imellem Moesgaard Museum, Tivoli Friheden, Randers Regnskov, Kattegatcentret og Nordjylland.

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet de, der foretager sightseeing, gør det i gennemsnit 1,6 gange.

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

28% af de danske VM-tilskuere / ledsagere m.fl. tilkobler ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Århus. Flest i 2 døgn. Se figur 4 nedenfor.

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



De 28%, der tilkobler ferie, tilbringer i gennemsnit godt 3 feriedøgn i Danmark enten lige før eller efter VM'et, dvs. i umiddelbar tilknytning til VM'et. Halvdelen af disse svarer, at den tilkoblede ferie lægges i Århus.

1.10.1.j. Rejsegruppens størrelse – danske tilskuere

De danske VM-gæster rejser overvejende som familie med børn under 15 år (36%), medens kun 7% rejser alene til VM'et. Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,1 svar, f.eks. kan en VM-gæst godt svare ja til både at rejse med venner og familie.

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

Med andre ord gennem hvilke kanaler blev de danske VM-gæster bekendt med VM'et i Århus. Der er tale om en vis dobbeltdækning, idet hver respondent i gennemsnit har afgivet 1,7 svar. Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet.

DGF/lokal gymnastikforening	26% af afgivne svar
Venner, kolleger, familie	17% -
Plakater	10% -
Nationale trykte medier	6% -
Andet (bl.a. posthus, job, højskole)	6% -
Lokale trykte medier	5% -
Lokal-tv	5% -
Landsdækkende tv	5% -
Internet	4% -
Busholdepladser/busser	3% -
Skilte	3% -
VisitAarhus	2% -
Landsdækkende radio	2% -
Lokalradio	2% -
Idrætshaller	2% -
Rotary o.lign.	1% -
Sportsmagasiner	1% -
Radiospots i bybusser	0%-
Biblioteket	0%
VisitDenmark	0%
Sum	100%

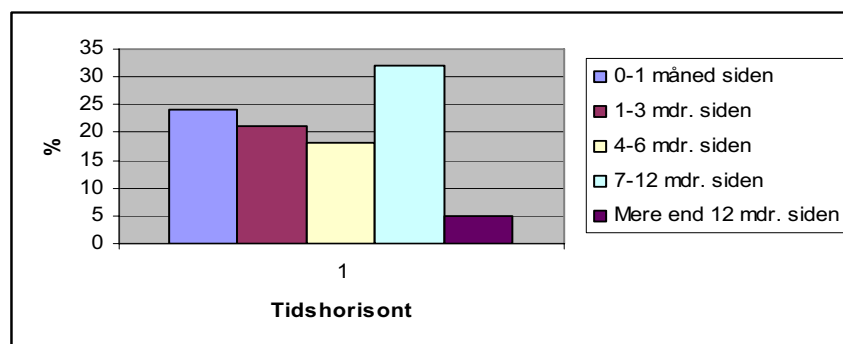
Det fremgår, at flest danske VM-tilskuere blev bekendt med VM'et qua Danmarks Gymnastikforbund/lokal gymnastikforening, og at næstflest blev bekendt med VM'et qua venner, kolleger og familie.

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

Næsten halvdelen (45%) af de danske VM-gæster blev jfr. fig. 5 bekendt med, at VM'et skulle afholdes, minimum 3 måneder i forvejen.

Omvendt er hver 4. respondent først blevet bekendt med VM'et inden for den seneste måned inden mesterskabets afholdelse.

Fig. 5. Tidshorisont for hvornår danske tilskuere blev bekendt med VM'et



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

Dette spørgsmål er interessant, ikke mindst i lyset af de indløbne svar på pkt. 1.10.1.l ovenfor.

<1 uge siden	20%
For 1-4 uger siden	17%
For 1-3 mdr. siden	18%
For 4-6 mdr. siden	18%
For 7-12 mdr. siden	17%
>1 år siden	9%
Sum	<u>100%</u>

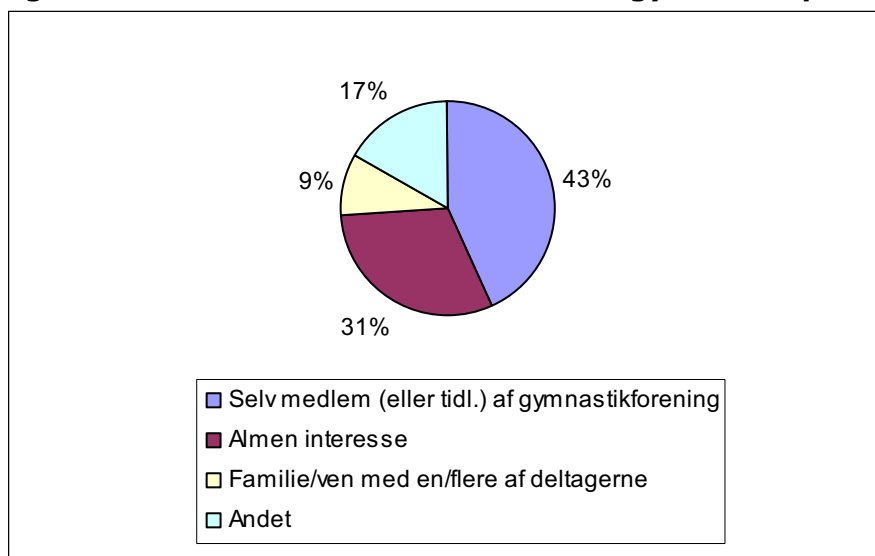
Det fremgår af pkt. 1.10.1.m sammenholdt med pkt. 1.10.1.l ovenfor, at andelen af danske tilskuere, der blev bekendt med VM'et minimum 7 mdr. før VM-starten var på niveau med andelen, der besluttede at købe billet til VM'et i lige så god tid (37% vs. 36%).

Omvendt kan man sige, at der var en hel del, (20%), der først traf købsbeslutning om billetter så sent som <1 uge op til VM'ets start.

1.10.1.n. Danske tilskueres tilhørsforhold til gymnastiksporten

Der er tale om en vis dobbeltdækning, idet hver respondent i gennemsnit har afgivet 1,12 svar. Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet.

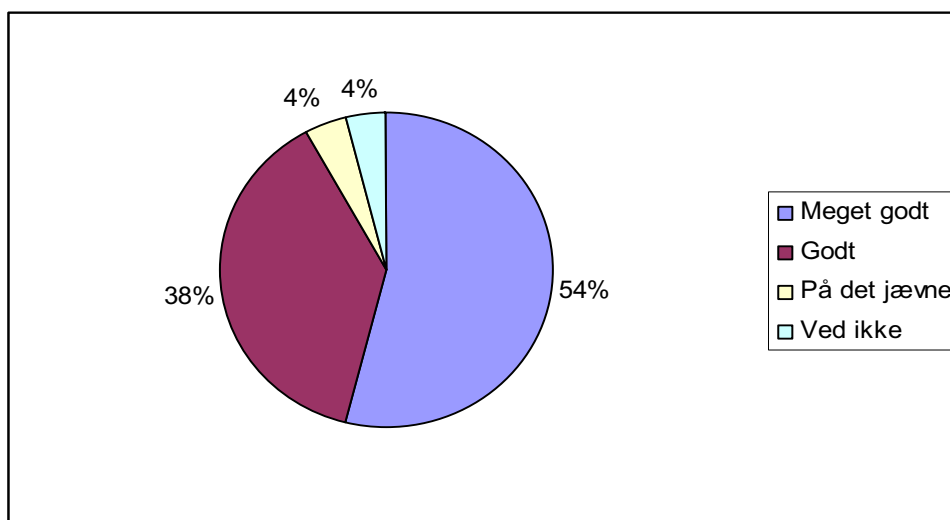
Fig. 6. Danske tilskueres tilhørsforhold til gymnastiksporten



Det ses af figur 6, at 43% af svarene indikerer et naturligt tilhørsforhold til gymnastiksporten, men at en tredjedel af svarene dog falder på "almen interesse", hvilket er en relativt stor andel. Dels ift. hvad vi har kunnet konstatere i tilsvarende effektmålinger fra andre sportsgrene/mesterskaber, og dels i lyset af, at VM idrætsgymnastik ikke er en stor (gymnastik)disciplin/sport i Danmark. VM idrætsgymnastik 2006 synes således ikke kun at være et mesterskab af interesse for "de indviede", når vi betragter "danske tilskuere/ledsagere" isoleret set, dvs. excl. officials, medier m.fl.

1.10.1.o. Hvad er danske tilskueres foreløbige indtryk af NRGi Arena?

Fig. 7. De danske VM-tilskueres foreløbige indtryk af NRGi Arena



Det fremgår af figur 7, at 92% af de danske VM-tilskuere er meget godt eller godt tilfredse med NRGi Arena som VM-konkurrencested.

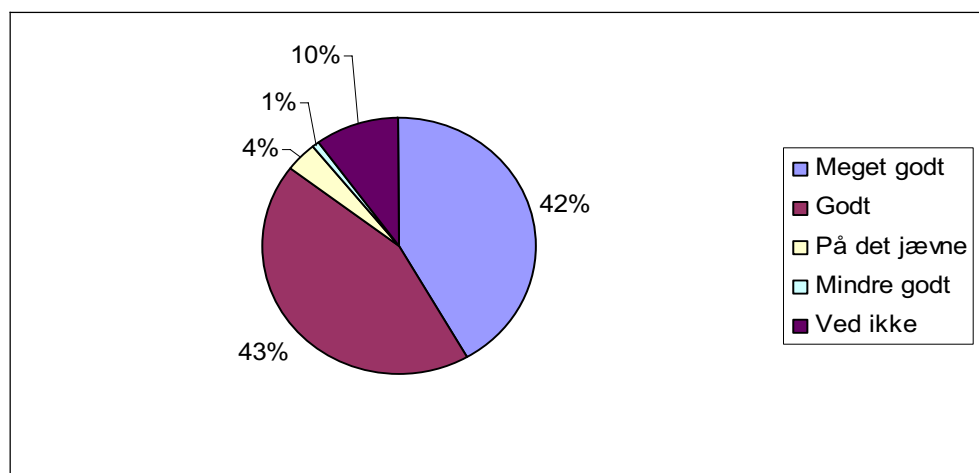
Her følger kvalitative udsagn fra danske tilskuere m.fl. i forlængelse af evalueringen (kun de hyppigst forekommende her, men den komplette liste findes som bilag 7:

- dumt navn NRGi Arena
- det trækker i gangarealerne
- flere boder tak
- småt men godt
- for dyr mad
- mangler armbånd
- svært at finde p-plads
- ønsker andet og sundere madudvalg (dårligt at man kun kan få pølser)

1.10.1.p. Hvad er danske tilskueres foreløbig indtryk af selve VM'et

Det fremgår af figur 8 nedenfor, at 85% af de danske VM-gæster er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet.

Fig. 8 Danske tilskueres tilfredshed med afviklingen af VM'et



Her følger kvalitative udsagn fra respondenterne i forlængelse af evalueringen (kun de hyppigst forekommende vises her, men den komplette liste findes som bilag 7:

- velorganiseret men gerne lidt længere pauser
- mere info fra speaker please
- mere info om pointstildeling (nyt pointssystem)

1.10.1.g. Lever VM'et op til de danske tilskueres forventninger?

99% af de danske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. svarer "ja" til, at VM'et lever op til deres forventninger.

1.10.1.r. Kunne de danske tilskuere tænke sig at komme tilbage?

89% af de interregionale danske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. kunne godt tænke sig at komme tilbage til værtsregionen. Kun 8% svarer "nej", medens 4% svarer "måske".

1.10.1.s. Ville de danske tilskuere sædvanligvis være bortrejst i uge 42?

Uge 42, hvor VM'et fandt sted, er skolernes efterårsferie. Der er som følge heraf foretaget en måling af, i hvor høj grad VM'et kan tænkes at være med til at holde danske VM-gæster hjemme, der ellers ville være rejst ud, enten ud af værtsregionen (for de lokales vedkommende) eller ud af landet (for øvrige danskeres vedkommende).

Inden for landets grænser (alle danske VM-tilskuere):

Ja	23%
Nej	57%
Engang imellem	20%

Det ses altså, at ud af alle danske VM-gæster svarer 23%, at de sædvanligvis (og 20% engang imellem) er bortrejst et sted i Danmark i uge 42. Denne måling kan sammenholdes med pkt. 5 billetsalgsmønster, hvor kun 8% af de danske VM-gæster svarede, at de ville have indløst billet til VM'et, hvis værterne havde været andre end Århus/DGF.

Hvad der imidlertid er mere interessant fra et *regionalt* synspunkt er at se på de tilsvarende andele for *lokale VM-gæster fra Århus Amt for dermed at sandsynliggøre hvilken omsætning, VM'et kan have været med til at holde hjemme i værtsregionen.*

Inden for landets grænser (kun lokale VM-tilskuere):

Ja	18%
Nej	64%
Engang imellem	18%

Det ses altså, at 36% af de lokale VM-gæster sædvanligvis eller engang imellem er bortrejst fra værtsregionen Århus Amt i skolernes efterårsferie. 64% er det derimod aldrig.

For en ordens skyld følger her tilsvarende måling kun for interregionale VM-gæster.

Inden for landets grænser (kun interregionale VM-tilskuere):

Ja	26%
Nej	53%
Engang imellem	21%

Til sammenligning er tilsyneladende knap halvdelen af de interregionale VM-gæster, nemlig 47%, sædvanligvis eller i det mindste engang imellem bortrejst fra deres bopælsregion i skolernes efterårsferie. Der er altså relativt flere interregionale VM-gæster, som sædvanligvis eller engang imellem tager på efterårsferie, end blandt de lokale VM-gæster.

Fra et nationalt synspunkt er det imidlertid udelukkende vigtigt at se på den andel af danske VM-gæster, som ellers typisk ville have forladt Danmark i uge 42.

Uden for landets grænser (alle danske VM-tilskuere):

Ja	7%
Nej	74%
Engang imellem	19%

Det ses heraf, at ud af alle danske VM-gæster svarer 26%, at de sædvanligvis eller engang imellem er bortrejst ud af Danmark i uge 42. *Dermed kan det sandsynliggøres, hvilken indenlandsk omsætning, VM'et kan have været med til at holde hjemme i Danmark, se pkt. 5 billetsalgsmønster, sidste afsnit.*

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

Stikprøvestørrelse:	<u>295 brugbare svar</u>
Stikprøveaktører:	212 tilskuere 44 ledsagere til atleter/ledere 17 mediefolk 14 officials 4 på salgsstand i foyeren i NRGi Arena 2 sponsor <u>2 andet (f.eks. frivillige hjælpere)</u> <u>295 i alt</u>

Dvs., at 256 respondenter (=87%) i stikprøven hidrører fra én af de aktørgrupper, vi har været mest interesseret i at måle på, nemlig udenlandske tilskuere og ledsagere til atleter/ledere.

På basis af stikprøven er minimum hver 5. udenlandske tilskuer i og omkring NRGi Park tilsyneladende ledsager til en atlet eller leder. I virkeligheden er andelen af udenlandske tilskuere, som er ledsager til en atlet eller leder måske endda højere, idet tidligere undersøgelser viser, at ledsagere sjældent er på konkurrencestedet i hele arrangementsperioden men ofte foretager shopping og sightseeing indimellem i værtsregionen.

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

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

1.10.2.a. De udenlandske tilskueres køn og alder

Se bilag 3, hvoraf det fremgår, at de to største grupper demografisk set er kvinder mellem 25 og 50 år og mænd mellem 25 og 50 år. De udgjorde hver især 27% af stikprøven. Den klart mindste VM-tilskuergruppe er mænd under 25 år (5%).

1.10.2.b. De udenlandske tilskueres geografiske fordeling

Se bilag 3, hvoraf det fremgår, at der er flest tilskuere fra nærmarkederne Norge (13%) og Tyskland (13%) efterfulgt af Holland (12%) og USA (11%). I alt 34 nationer er repræsenteret i svarene ud af 62 deltagerlande.

1.10.2.c. De udenlandske tilskueres førstegangsbesøg

For 42% vedkommende var det deres første besøg i Danmark. 58% havde været her før.

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

39% af svarene faldt på "explore the country as a leisure/holiday tourist", (overraskende) tæt fulgt af 36% svar på "to participate in or watch a major international sports event". I gruppen "something else" (6%) ses svar som "var her som spejder som ung", "family here", og "idrætshøjskole".

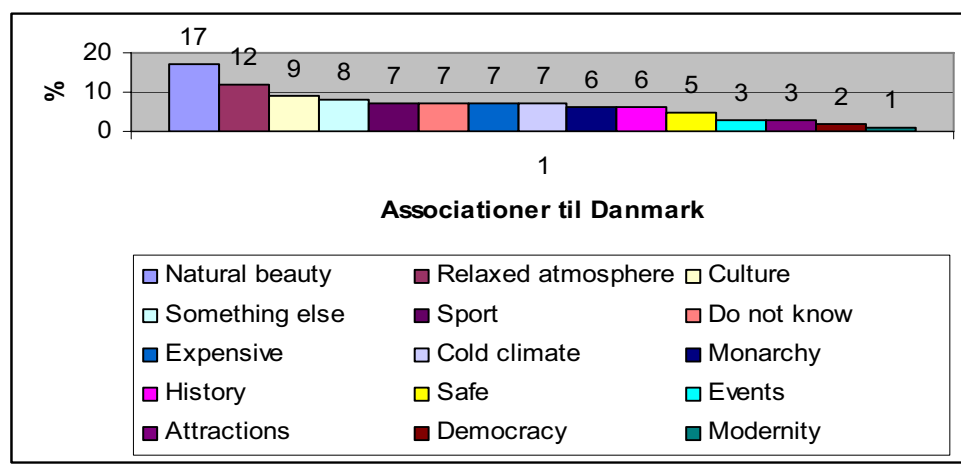
Der var tale om en smule dobbeltdækning, idet hver respondent i gennemsnit afgav 1,05 svar.

1.10.2.e. De udenlandske tilskueres associationer til Danmark

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

Her falder flest svar, jfr. figur 9, nemlig 17% på "natural beauty", efterfulgt af 12% på "relaxed atmosphere". Blandt de 8% "something else"-svar var der flest på "shopping", "friendly people", "design" og "cheese, beer and sausages" samt "København", "little mermaid" og "H.C. Andersen".

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



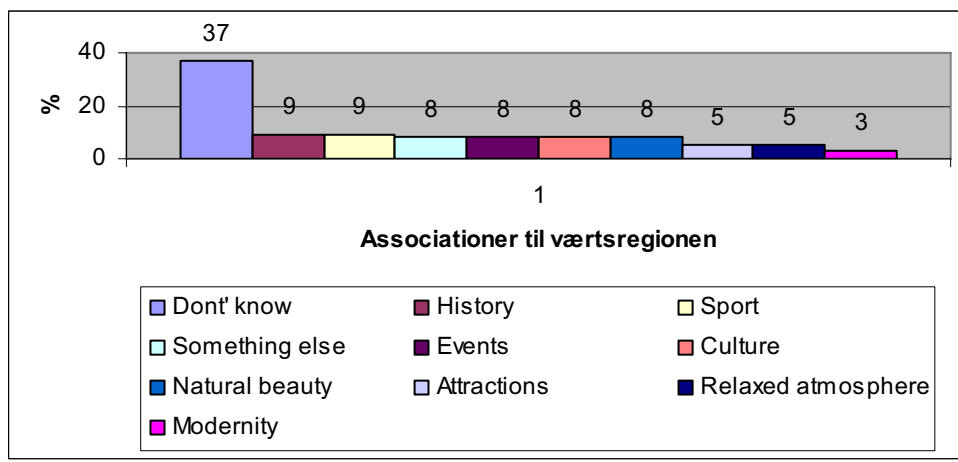
*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

1.10.2.f. De udenlandske tilskueres associationer til værtsregionen/Århus

Det ses af figur 10, at flest forbinder værtsregionen med "sport", idet 9% af svarene falder her, og med "history", ligeledes med 9% af svarene. "Culture", "relaxed atmosphere", "events" og "something else" rangerer lige med 8% af svarene. "Something else" (8%) dækker primært over "shopping" og "hyggelig by".

Hele 37% af svarene falder på "don't know". Respondenterne i denne gruppe får altså ingen associationer, når de hører ordet "Århus".

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



*(svarmulighederne var forhåndsdefinerede i spørgeskemaet)

Der er tale om en smule dobbeltdækning, idet de, der er afgivet 1,06 svar i gennemsnit pr. respondent.

1.10.2.g. De udenlandske tilskueres besøgsintentioner i Århus før VM'et

Altså, om de udenlandske tilskuere/ledsagere, der jfr. pkt. 1.10.2.c. ikke havde været i Danmark før, allerede havde haft Århus inde i overvejelserne som besøgs mål eller turistdestination, før VM'et bragte dem dertil.

Dette svarer 25% bekræftende på, 3% måske og 72% nej.

1.10.2.h. De udenlandske tilskueres besøgsintentioner i Danmark før VM'et

Altså, om de udenlandske tilskuere/ledsagere, der jfr. pkt. 1.10.2.c ikke havde været i Danmark før, havde overvejet at besøge landet, før VM'et bragte dem hertil.

Dette svarer 42% bekræftende på, 6% måske og 52% nej.

1.10.2.i.Udenlandske tilskueres evt ændrede holdning til Danmark/danskerne

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

Hertil svarer et flertal, nemlig 58% nej, 32% svarer ja og 11% ved ikke.

Af de 32%, dvs. knap hver tredje respondent, der svarer ja til spørgsmålet, er de overvejende årsager: "more friendly" og "they're not all blond".

1.10.2.j De udenlandske tilskueres billetkøbsmønster

Arrangørerne har ikke specifikke oplysninger om andelen af danske hhv. udenlandske aftagere af billetter, men skønner, at en fordeling 65% hhv. 35% er et realistisk bud.

Blandt de udenlandske respondenter i stikprøven var der flest, nemlig hele 54%, der havde indløst partoutkort til den fulde arrangementsperiode på 9 dage incl. åbningsceremonien fredag d. 13. oktober.

Næstflest, nemlig 39%, havde indløst billet til fredag d. 20. oktober, efterfulgt af torsdag d. 19. oktober med 30% af respondenterne.

De udenlandske VM-tilskuere/ledsagere i stikprøven havde købt 393 enkeltbilletter, og 128 havde købt partoutkort á 9 konkurrencedage, dvs. at de 256 tilskuere og ledsagere i gennemsnit indløste billet til 1.635 konkurrencedage i alt, hvilket giver 6,39 konkurrencedage i gennemsnit pr. pers. Altså et noget højere tal end for de danske VM-tilskuere/ledsagere med 3,04 i gennemsnit.

Det er ikke overraskende, idet arrangørerne bekræfter, at der var forholdsvis flere udenlandske VM-tilskuere end danske, der indløste partoutkort.

Det skal desuden tilføjes, at da der blev interviewet på flere konkurrencedage, er chancen for at blive udtaget til interview som partoutkortindehaver, alt andet lige, større end som enkeltbilletindehaver. Nedenstående fordeling mellem partoutkortindehavere og enkeltbilletindehavere må derfor tages med et vist forbehold, hvis den overføres til totalpopulationen.

1.10.2.k. De udenlandske tilskueres overnatningsmønster :

A. Der er *ingen udenlandske respondenter i stikprøven, som er dagsturister. Alle udenlandske VM-gæster overnatter altså uden for eget hjem ifm. mesterskabet.*

B. Der er flest udenlandske VM-gæster, som har 7 overnatninger i Århus Amt ifm. VM'et, nemlig 18%. En respondent kan godt have haft overnatninger både i og uden for værtsamtet i VM-perioden.

C. VM'et genererer 10.581 overnatninger i Århus Amt fra udenlandske VM-tilskuere-/ledsagere m.fl. Hertil kommer tilkoblede ferienætter i værtsregionen (778 stk.). Af disse udenlandske overnatninger er 78% kommercielle overnatninger, (om end skoleovernatning kun kostede 50 kr. pr. nat pr. pers.). Resten, dvs. de 22% ikke-kommercielle overnatninger blev foretaget privat hos venner og familie.

D. Alle udenlandske VM-gæster i stikprøven overnatter i værtsamtet, medens 66% overnatter i selve Århus.

E. VM-gæsterne har hver i gennemsnit 7,1 overnatninger i værtsregionen incl. ferienætter ifm. VM'et.

Tallet 7,1 indgår i beregningen af forholdet mellem "antal overnatninger i VM-perioden" og "antal konkurrencedage, der er købt billet til".

Ud fra billetsalgsstatistikken sammenholdt med pkt. E. ovenfor kan det beregnes, at $7,1/6,39 = 1,11$ nat pr. konkurrencedag tilbringer de udenlandske VM-tilskuere og – ledsagere generelt i gennemsnit i værtsregionen i uge 42. Dertil kommer de feriedøgn, der lægges i øvrige Danmark.

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

F. Flest, nemlig 47%, af de udenlandske tilskuere overnattede på hotel efterfulgt af 22%, der overnattede privat.

Hotelindkvartering er således klart den mest foretrukne indkvarteringsform blandt de udenlandske tilskuere (i modsætning til de danske VM-tilskuere, der primært overnattede privat).

1.10.2.I. Er de udenlandske tilskueres dagsforbrugsmønster repræsentativt?

VM-respondenterne er blevet spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen er repræsentativt for en gennemsnitlig dag i uge 42 i Århus. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det de ville have, hvis de var blevet interviewet en anden dag i VM-perioden.

Det viser sig, jfr. nedenstående, at 31% af de udenlandske VM-gæster skønner, at deres dagsforbrug på interviewdagen ligger over "almindeligt niveau" for deres vedkommende, mens kun 18% mener, at det ligger under.

41% mener, at dagsforbruget på interviewdagen er repræsentativt for deres dagsforbrug en gennemsnitsdag i Århus i uge 42.

10% svarer "ved ikke".

Da andelen, der mener, at forbruget på interviewdagen nok er højere end en gennemsnitsdag i Århus, 31%, er noget højere end andelen, der mener, at deres forbrug er lavere, 18%, er der vægtet herfor i de indløbne svar fra udenlandske VM-gæster.

Udenlandske VM-gæsters evt. merforbrug ift. en almindelig dag i Århus i uge 42:

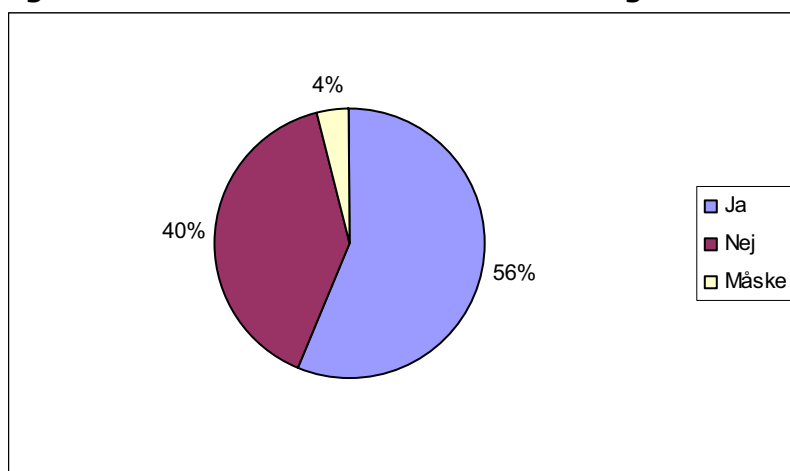
Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	13%
Ja, det lidt højere ...	18%
Ja, det er nok noget lavere ...	9%
Ja, det er nok lidt lavere ..	9%
Nej	41%
Ved ikke	<u>10%</u>
I alt	100%

1.10.2.m. De udenlandske tilskueres udflugtsfrekvens

Det fremgår af figur 11, at godt halvdelen af de udenlandske VM-gæster, 56%, med sikkerhed foretager udflugter, og hvis "måske"-svarene medregnes så 6 ud af 10.

Går man bag om tallene, vil man se, at et flertal af udflugterne, nemlig 64%, er kommercielle. Rent faktisk udtaler de, der foretager kommercielle udflugter, at de forventer at bruge i gennemsnit 375 kr. på det, dvs. samme niveau som for danske VM-tilskueres vedkommende.

Figur 11. De udenlandske tilskueres udflugtsfrekvens



Foretrukne udflugtsdestinationer:

Den Gamle By	63% af ja-sigerne
Aros	31% -
København	17% -

Det ses, at Den Gamle By ligger klart højest (63%) efterfulgt af Aros (31%) og med - måske overraskende - København på tredjepladsen (17%)⁴ målt på antal udenlandske VM-gæster, der vælger at besøge disse destinationer ifm. VM-opholdet i Århus.

Øvrige svar fordeler sig imellem Moesgaard Museum, Tivoli Friheden, Randers Regnskov, Stenomuseet, Djurs Sommerland, Ebeltoft Zoo, Aqua Freshwater Aquarium, Kattegatcentret, Nordjylland, Vestjylland, Fyn, World Cup dressur på Vilhelmsborg, Legoland, Kvindemuseet, Marselisborg, Himmelbjerget, Hjejlen, Strøget i Århus, Århus Domkirke og Skagen. Altså et meget bredt spektrum af besøgsmaal.

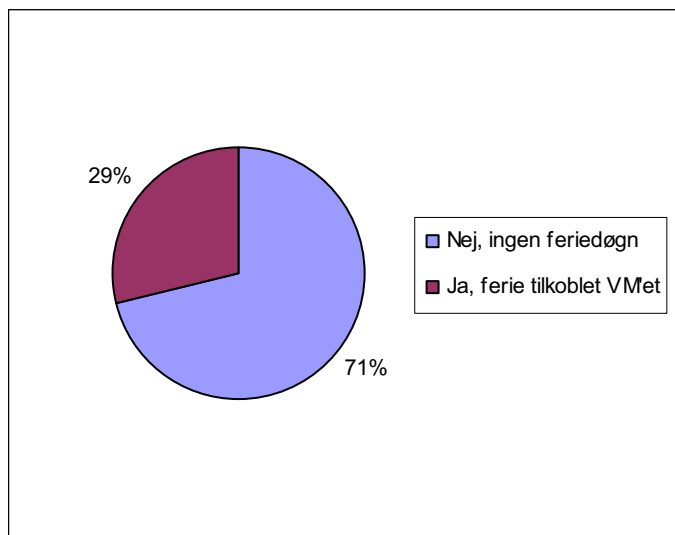
Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet de, der foretager sightseeing, gør det i gennemsnit 1,74 gange.

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

⁴ der var arrangeret kollektiv udflugt incl. overnatning i København for den relativt store amerikanske delegation til København på vej hjem fra VM'et, hvilket er medvirkende til den relativt høje andel svar på København.

29% af de udenlandske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. tilkobler ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Århus. Se figur 12 nedenfor.

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



De 29%, der tilkobler ferie, tilbringer i gennemsnit knap 5 feriedøgn i Danmark enten lige før eller efter VM'et, dvs. i umiddelbar tilknytning til VM'et. Nogenlunde ligeligt fordelt i værtsregionen og øvrige Danmark (og heraf flest i København).

1.10.2.o. Rejsegruppens størrelse – udenlandske tilskuere

De udenlandske VM-gæster rejser overvejende med venner (37%), medens knap 10% rejser alene til VM'et. Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,08 svar, f.eks. kan en VM-gæst godt svare ja til både at rejse med venner og familie.

Knap 8% svarer, at de rejser som del af en VM-delegation.

1.10.2.p. Respondenternes bekendtskabskanaler ifm. VM'et

Altså gennem hvilke kanaler blev de udenlandske VM-gæster bekendt med VM 2006.

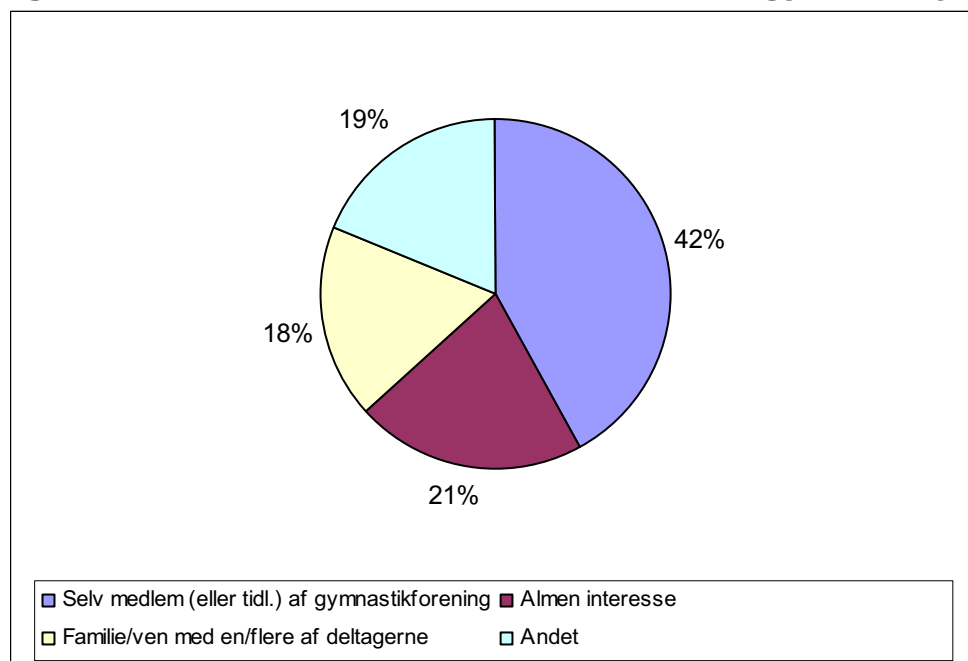
Nationalt gymnastik-forbund/lokal -forening	45%af respondenterne
Venner, kolleger, familie	21% -
Internet	11% -
Sportsmagasiner	8% -
Tv	5% -
Sidste VM i Australien	3% -
VisitAarhus	3% -
Trykte medier	2% -
VisitDenmark	1%
Andet (f.eks. er selv træner i en gym-forening)	1%
Sum	100%

Det fremgår heraf, at flest udenlandske VM-gæster i lighed med de danske blev bekendt med VM'et qua deres respektive nationale gymnastikforbund (45%), og at næstflest (21%) blev bekendt med VM'et qua venner, kolleger og familie. En noget større andel udenlandske VM-gæster end danske blev bekendt med VM'et qua Internettet (udenlandske: 11%, danske 4%).

1.10.2.g. De udenlandske tilskueres tilhørsforhold til gymnastiksporten

Svarmulighederne var forhåndsdefineret i spørgeskemaet. Her følger top-3 svarene samt "andet":

Fig. 13. De udenlandske tilskuere tilhørsforhold til gymnastiksporten



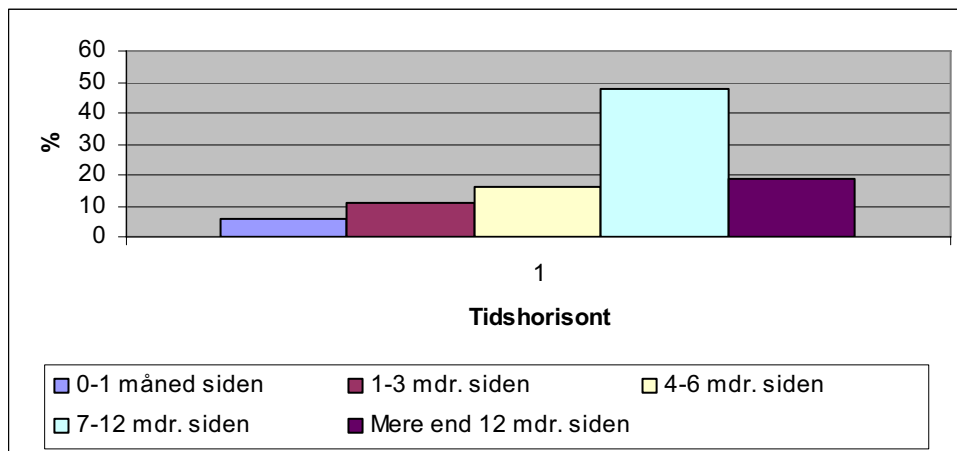
Det fremgår af fig. 13, at flest udenlandske tilskuere/ledsagere, nemlig 42%, har et naturligt tilhørsforhold til gymnastiksporten i kraft af eget (eller tidligere) medlemskab af en gymnastikforening.

1.10.2.r Tidshorisont for hvornår udenlandske tilskuere blev bekendt med VM

0-1 md. siden	6%
1-3 mdr. siden	11%
4-6 mdr. siden	16%
7-12 mdr. siden	48%
>12 mdr. siden	19%
Sum	100%

Et flertal af de udenlandske VM-gæster, nemlig hele 67%, blev således, jfr. også fig. 14 bekendt med, at VM'et skulle afholdes, minimum 7 måneder i forvejen.

Fig. 14. Hvornår blev de udenlandske tilskuere bekendt med VM'et?



1.10.2.s. Hvornår blev beslutningen om at følge VM'et truffet?

Dette spørgsmål er interessant, ikke mindst i lyset af de indløbne svar på pkt. 1.10.2.r

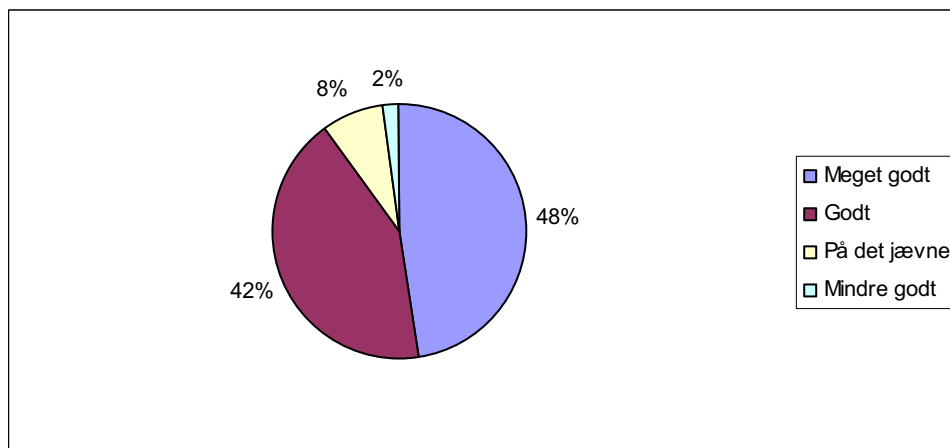
<1 uge siden	6%
For 1-4 uger siden	9%
For 1-3 mdr. siden	22%
For 4-6 mdr. siden	23%
For 7-12 mdr. siden	25%
>1 år siden	15%
Sum	100%

Det fremgår, at flest, nemlig 40%, af de udenlandske VM-gæst besluttede at overvære VM'et i Århus med en relativt lang tidshorisont, dvs. minimum 7 mdr. i forvejen.

1.10.2.t. Hvad er udenlandske tilskueres foreløbige indtryk af NRGi Arena ?

Det fremgår af fig. 15, at 90% af de udenlandske VM-tilskuere er meget godt eller godt tilfredse med NRGi Arena som VM-konkurrencested.

Figur 15. De udenlandske VM-tilskueres indtryk af NRGi Arena



Her følger kvalitative udsagn fra de udenlandske tilskuere i forlængelse af evalueringen (kun de hyppigst forekommende vises her, men den komplette liste findes som bilag 7:

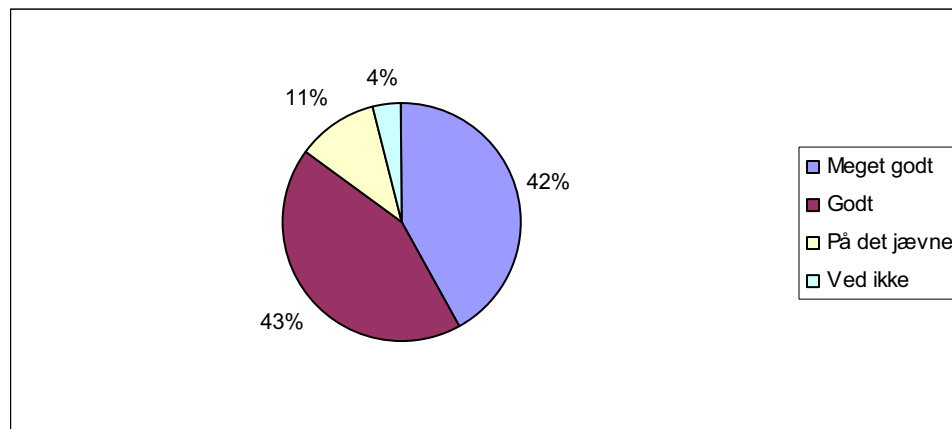
- too small
- intim stemning i hallen
- gerne flere caféborde/-stole og boder i foyeren
- rygeforbud ønskes
- for meget med pølser da ud og dag ind
- for dyre drikkevarer
- seats are uncomfortable
- not enough stops/breaks in competitions
- want more to do than look at the competitions
- not enough restaurants in arena

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

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

Det fremgår af figur 16 nedenfor, at 85% af de udenlandske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet.

Fig.16. De udenlandske tilskueres indtryk af selve VM'et



Her følger kvalitative udsagn fra de udenlandske tilskuere i forlængelse af evalueringen (kun de hyppigst forekommende vises her, men den komplette liste findes som bilag 7:

- hvorfor åbner man ikke alle døre? (alle skal ud af samme. forstyrrer gymnaster + gå langt)
- dårligt at forældre ikke må filme/video (købevideoer kun med de allerbedste)
- ingen souvenirs!!
- dårligt med kun en åben indgang til hallen
- dårlig orientering om resultater og nyt pointsystem
- info for spectators is bad
- well organized
- there is too little room between the stages

- der mangler hæve-/bankautomat på stævneområdet
- hvorfor åbner man ikke dørene flere steder, ikke praktisk at skulle hele vejen rundt

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

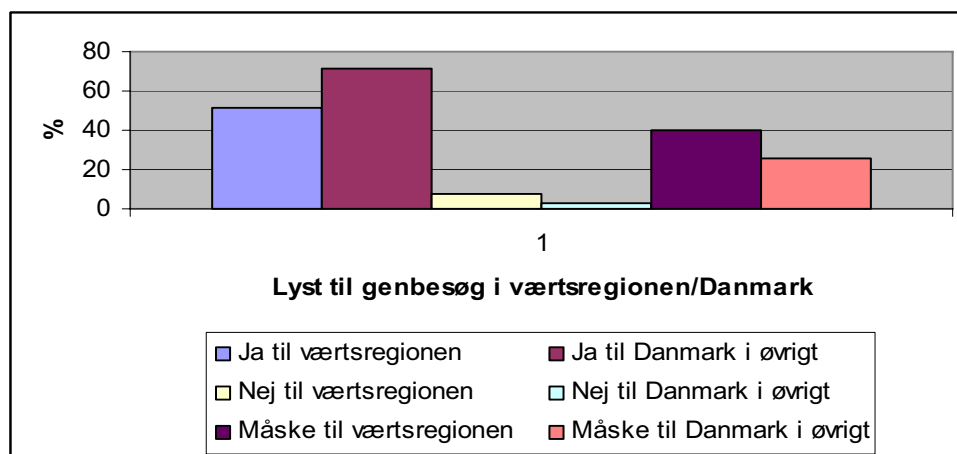
1.10.2.v. Lever VM'et op til de udenlandske tilskueres forventninger?

De udenlandske VM-tilskuere/ledsagere m.fl. svarer for 92% vedkommende, at "ja", VM'et lever op til deres forventninger.

1.10.2.x. Kunne de udenlandske tilskuere tænke sig at komme tilbage ?

51% af de udenlandske VM-gæster kunne jfr. fig. 17 godt tænke sig at komme tilbage til værtsregionen. Kun 8% svarer "nej", medens 40% svarer "måske". 71% kunne godt tænke sig at komme tilbage til Danmark, kun 3% svarede "nej" og 26% "måske".

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



1.10.3. Danske atleter/ledere:

Der er kun indhentet 3 svar i stikprøven fra denne aktørgruppe. Der er derfor ikke kørt statistik separat på danske atleter/ledere, men turismeomsætningen fra de inter-regionale af disse er medregnet i turismeomsætning og afledte effekter og indgår med 304 overnatninger (+ 63 ferietilkoblede nætter).

1.10.4. Udenlandske atleter/ledere:

Stikprøvestørrelse: 52 brugbare svar

Svarene er indhentet ad 3 kanaler med hovedvægten på pkt. 1 nedenfor:

1. af et af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) rekrutteret interviewer-korps i uge 42 i og omkring NRGi Arena i Århus med hovedvægten på mandag d. 16., torsdag d. 19. og fredag d. 20. oktober.
2. af de danske holdguider for de enkelte delegationer/nationer (selvudfyldning)
3. af indkvarteringsstederne i Århus Amt (selvudfyldning)

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

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

1.10.4.a. Udenlandske atleter og lederes køn og alder

Ikke målt for denne aktørgruppe (udenlandske atleter/ledere).

1.10.4.b. Udenlandske atleter og lederes geografiske fordeling

Der er flest atleter/ledere i stikprøven fra USA (14%). I alt 27 nationer er repræsenteret i de udenlandske ud af 62 deltagernationer.

Dvs. at incl. Danmark er 45% af deltagernationerne repræsenteret i nærværende undersøgelse, hvilket er statistisk forsvarligt analysegrundlag. Især i lyset af at mange nationer kun stillede op med ganske små hold.

1.10.4.c. Udenlandske atleter og lederes førstegangsbesøg

For hele 79% vedkommende var det deres første besøg i Danmark. Kun 21% havde været her før.

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

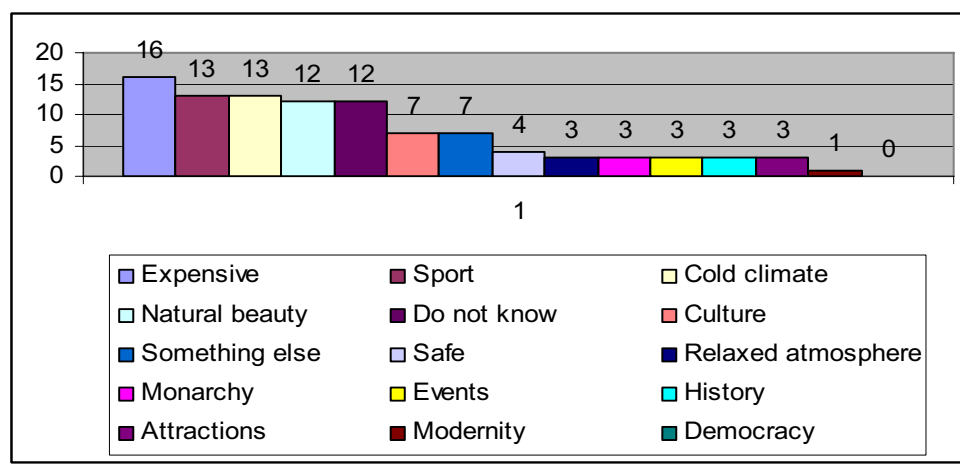
For de udenlandske atleter og lederes vedkommende, som havde besøgt Danmark før VM-besøget, var der 36%, som begrundede det med "to participate in or watch a major international sports event" efterfulgt af 27% svar på "job or education related activities".

Øvrige svar fordelte sig ligeligt mellem "participate in or watch a major international cultural event", "visit family/friends", "explore the country as a leisure tourist" og "something else".

1.10.4.e. Udenlandske atleter/lederes associationer til Danmark

Respondenterne blev spurgt "what did you associate Denmark with before you came?" Der er afgivet i gennemsnit 1,3 svar pr. respondent.

Fig. 18. Udenlandske atleter og ledere associationer til Danmark*



* svarmulighederne var forhåndsdefinerede

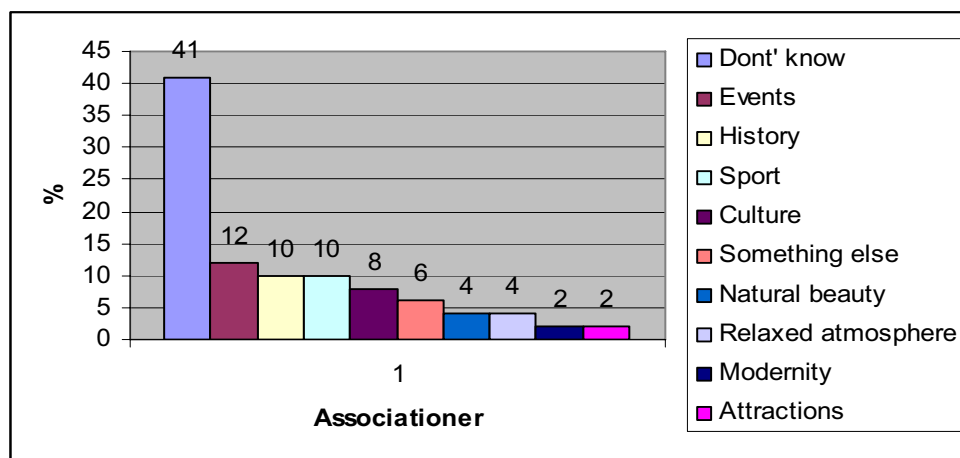
Her falder, som det ses af fig. 18, flest svar, nemlig 16%, på "expensive", efterfulgt af 13% både på "cold climate" og "sport". Lidt overraskende svarer ingen "democracy". Under "something else" nævnes "pretty women", "høj levestandard", "Europe", "furniture and pastry", "vikinger", "H.C. Andersen", "beer", "Donald Duck" og "Victor Borge", altså en bred vifte af meget forskellige brands!

1.10.4.f. Udenlandske atleter og ledere associationer til værtsregionen

Det ses af figur 19, at flest forbinder værtsregionen med "events", idet 12% af svarene falder her, og næstflest forbinder værtsregionen med "sport" og "historie" (hver 10% af svarene), "Something else" (8%) dækker "blond people".

Hele 41% af svarene falder på "don't know". Disse udenlandske atleter og ledere får altså ingen associationer, når de hører ordet "Århus".

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



* svarmulighederne var forhåndsdefinerede

1.10.4.g. Udenlandske atleter/lederes besøg(sintentioner) i Århus før VM

Altså, om de udenlandske atleter/ledere allerede havde haft Århus inde i overvejelserne som besøgsmaal eller turistdestination, før VM'et bragte dem dertil.

Dette svarer kun 7% bekræftende på, 5% måske og 88% nej.

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

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

Dette svarer 23% bekræftende på, 15% måske og 62% nej.

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

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

Hertil svarer et flertal, nemlig 53% nej, 31% svarer ja, og 16% ved ikke.

Af de 31%, dvs. knap hver tredje respondent, der svarer ja til spørgsmålet, er årsagerne: "more friendly and warmer than expected" og "mere regn", "not vikings", "very well, tidy country", "food not bad", "less disciplined", "normal European cool people".

1.10.4.j. Udenlandske atleter og leders overnatningsmønster:

A. Der er ingen af de udenlandske respondenter i stikprøven, som er dagsturister. Alle udenlandske VM-gæster overnatter altså uden for eget hjem ifm. mesterskabet.

B. Der er flest udenlandske VM-atleter/ledere, som har 14 overnatninger i Århus Amt ifm. VM'et, nemlig 34%. En respondent kan godt have haft overnatninger både i og uden for værtsamtet i VM-perioden.

C. VM'et genererer 16.359 overnatninger i Århus Amt fra udenlandske VM-atleter-/ledere. Hertil kommer 333 tilkoblede feriedøgn i værtsregionen.

Af disse overnatninger er 97% kommercielle overnatninger (om end skoleovernatning kun kostede kr. 50 pr. pers.). Resten, dvs. de 3% ikke-kommercielle overnatninger blev foretaget privat hos venner og familie.

D. Alle udenlandske atleter/ledere i stikprøven overnatter i værtsamtet, medens 96% overnatter i selve Århus.

E. De udenlandske VM-atleter/lederne, der overnatter i værtsregionen ifm. VM'et, har hver i gennemsnit 13,8 overnatninger i værtsregionen incl. ferienætter.

F. 82% af de overnattende udenlandske atleter og ledere benyttede hotel.

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

VM-respondenterne er blevet spurgt, om de vurderer, at det oplyste dagsforbrug på interviewdagen er repræsentativt for en gennemsnitlig dag i uge 42 i Århus. Altså om det oplyste forbrug adskiller sig fra det de ville have, hvis de var blevet interviewet en anden dag i VM-perioden. For oplysninger om dags-/døgnforbrug, se tabel 2 og 3 under afsnit 1.11. Resultater – hårde data.

Det viser sig jfr. nedenstående, at 32% af de udenlandske VM-gæster skønner, at deres dagsforbrug på interviewdagen ligger over "almindeligt niveau", mens kun 17% mener, at det ligger under.

36% mener, at dagsforbruget på interviewdagen er repræsentativt for deres dagsforbrug en gennemsnitsdag i Århus i uge 42.

15% svarer "ved ikke".

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

Udenlandske VM-gæsters evt. merforbrug (eller det modsatte!) ift. en almindelig dag i Århus i uge 42:

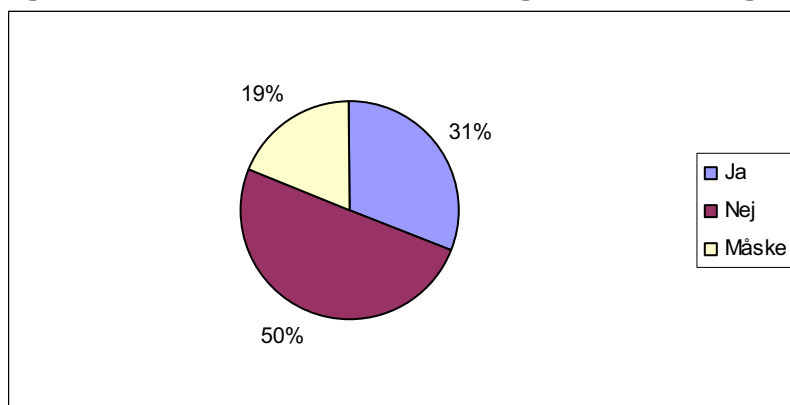
Ja, det er nok noget højere end en gennemsnitsdag	28%
Ja, det er lidt højere ...	4%
Ja, det er nok noget lavere ...	9%
Ja, det er nok lidt lavere ..	8%
Nej	36%
Ved ikke	15%
I alt	100%

1.10.4.l. De udenlandske atleter og lederes udflugtsfrekvens

Det fremgår af figur 20, at knap en tredjedel af de udenlandske VM-gæster, nemlig 31%, med sikkerhed foretager udflugter, og hvis "måske"-svarene medregnes så halvdelen. 50% af de udenlandske VM-gæster svarer nej til sightseeing.

Går man bag om tallene, vil man imidlertid se, at kun 10% af udflugterne er kommercielle. De, der foretager kommercielle udflugter svarer, at de forventer at bruge i gennemsnit 213 kr. på det.

Figur 20. De udenlandske atleter og lederes udflugtsfrekvens



Foretrukne udflugtsdestinationer – top-3:

Den Gamle By	69% af ja-sigerne
Aros	50% -
Moesgaard Museum	19% -

Den Gamle By ligger klart højest (69%) efterfulgt af Aros (50%) og med Moesgaard Museum på tredjepladsen (17%).

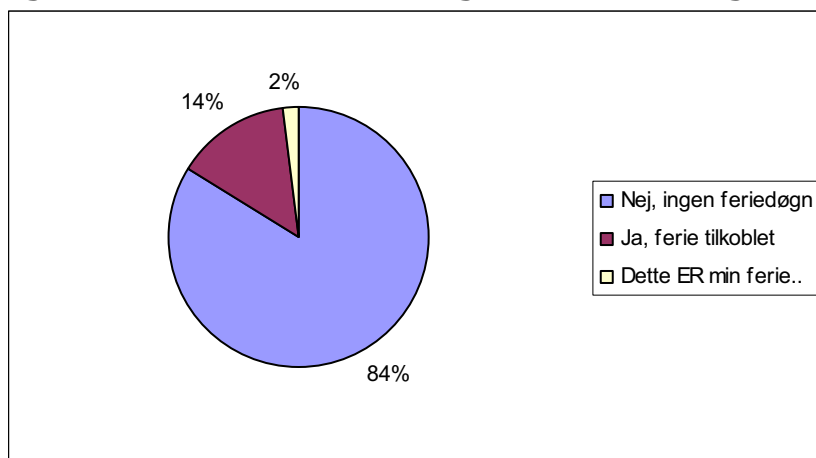
Øvrige svar fordeler sig imellem København, Steno Museum, Randers Regnskov, Ebeltoft Zoo, Fyn, Legoland og "andet".

Der er tale om nogen dobbeltdækning, idet de, der foretager sightseeing, gør det i gennemsnit 1,8 gange.

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

14% af de udenlandske VM-atleter/ledere m.fl. tilkobler ferie enten lige før eller efter VM-opholdet i Århus. Flest, nemlig 33% i 2 døgn og 33% i 7 døgn. 2% svarer "dette ER min ferie..". Se fig. 21.

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



De 14%, der tilkobler ferie, tilbringer i gennemsnit 3,67 feriedøgn i Danmark enten lige før eller efter VM'et, dvs. i umiddelbar tilknytning til VM'et.

Flest heraf, nemlig 50%, svarede "i Århus". Resten "i København" (hvortil der var arrangeret kollektiv udflugt for den amerikanske delegation) og "øvrige Jylland".

1.10.4.n. Rejsegruppens størrelse – udenlandske atleter og ledere

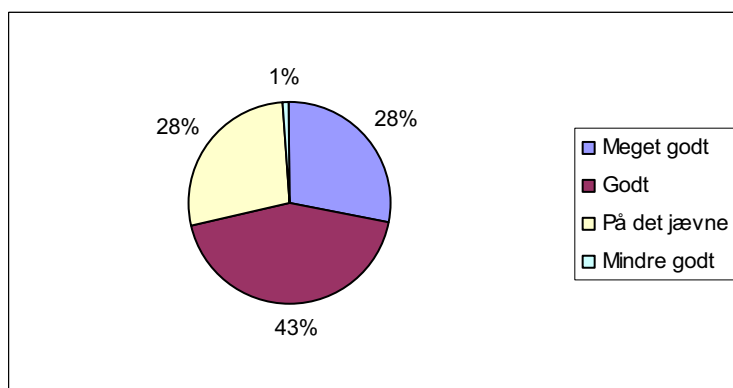
De udenlandske VM-atleter og -ledere rejser ikke overraskende langt overvejende som medlem af en delegation (86%), men 13% rejser tilsyneladende alene til VM'et (der er muligvis tale om en misforståelse ved svarafgivelsen). 8% rejser med venner, 6% med andre familiemedlemmer end ægtefælle, 2% med ægtefælle. Dvs. at 16% eller ca. hver sjette udenlandske atlet/leder har én eller flere ledsagere med til VM'et.

Hver respondent har i gennemsnit afgivet 1,15 svar, f.eks. kan en VM-gæst godt svare ja til både at rejse med venner og familie og som del af en VM-delegation.

1.10.4.o. Hvad er respondenternes foreløbige indtryk af NRGi Arena ?

Det fremgår af fig. 22, at 71% af de udenlandske VM-atleter og -ledere er meget godt eller godt tilfredse med NRGi Arena som VM-konkurrencested, altså en noget lavere tilfredshed end blandt udenlandske VM-tilskuere.

Fig.22. De udenlandske atleter og leders indtryk af NRGi Arena



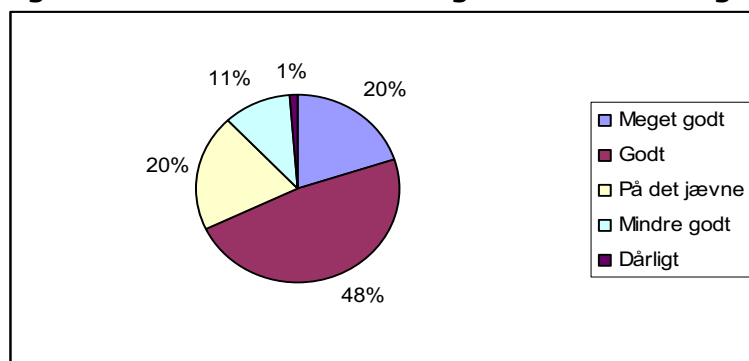
Her følger kvalitative udsagn fra de udenlandske atleter og ledere i forlængelse af evalueringen:

- too small
- cosy
- small but big enough because it is Denmark
- old
- smuk

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

Det fremgår af figur 23 nedenfor, at 68% af de udenlandske atleter/ledere er meget godt eller godt tilfredse med selve VM-arrangementet, altså en noget lavere tilfredshed end blandt udenlandske VM-tilskuere.

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



Kvalitative udsagn fra respondenterne i forlængelse af evalueringen:

- too small
- arrangørerne løb tør for akkrediteringssnore, ventede 40 min. på akkreditering
- podium small, too soft
- the first days the staff was obviously learning..
- not well organized, not safety prioritized
- alt fint

1.10.4.g. Lever VM'et op til de udenlandske atleter og lederes forventninger?

De udenlandske VM-atleter/ledere svarer for 60%'s vedkommende, at "ja", VM'et lever op til deres forventninger. 36% svarer nej og 4% både/og, altså en noget lavere ja-andel end blandt udenlandske VM-tilskuere.

Begrundelserne er: life standard too expensive⁵, ikke organisatorisk godt nok, relatively small and low key in comparison with other World C'ships, small, not up to the standards of a World C'ship.

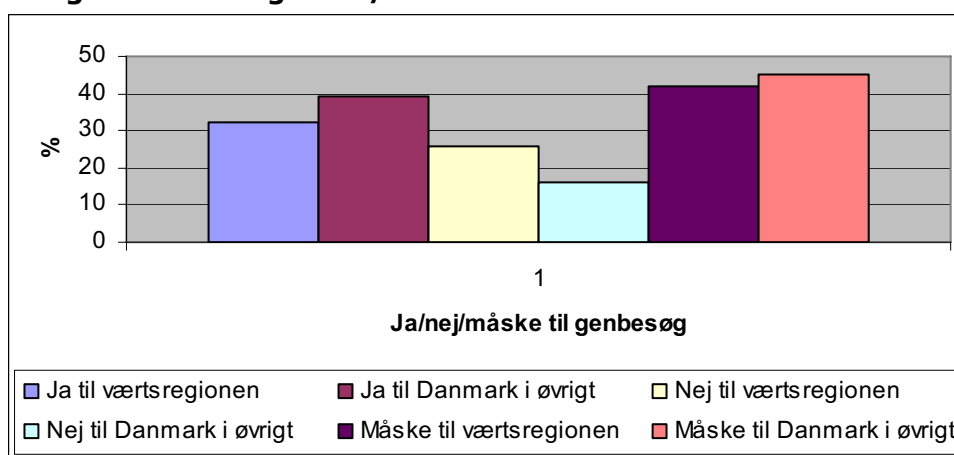
⁵ * Hyppigst forekommende udsagn

1.10.4.r. Kunne de udenlandske atleter/ledere tænke sig at komme tilbage ?

Som det ses af nedenstående fig. 24, svarer 32% af de udenlandske VM-atleter og -ledere, at de godt kunne tænke sig at komme tilbage til værtsregionen, hvorimod 39% godt kunne tænke sig at komme tilbage til øvrige Danmark.

26% svarer decideret nej til at komme tilbage til værtsregionen, medens nej-andelen er 16% til øvrige Danmark.

Fig. 24. Kunne de udenlandske atleter/ledere tænke sig at komme tilbage til værtsregionen/Danmark



1.11. Resultater - hårde data

Efter gennemgangen af de bløde data kan de hårde data i form af samfundsøkonomiske nøgletal gøres op. Der korrigeres for f.eks. fortrængningseffekten på hoteller under selve cost benefit delen af nærværende rapport.

De samfundsøkonomiske nøgletal neden for inkluderer tilkoblede ferieovernatninger, hvor halvdelen af de godt 5.000 tilfaldt værtsregionen og den resterende halvdel øvrige Danmark. De havde en værdi af hhv. 2,2 mio. kr. og 2,8 mio.kr. i turismeomsætning baseret på gennemsnitligt 1.100 kr. pr. overnatning (skøn).

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

1.11.1. Samfundsøkonomiske effekter:

Som nævnt tidligere, er der for interregionale VM-gæsters forbrug tale om en nulsumsvirkning. Dvs. at deres forbrug i værtsregionen medfører et tilsvarende tab i øvrige Danmark med et 0 som resultat for landet som helhed. Dette faktum er der taget højde for i nedenstående afledte effekter af turismeomsætningen. Således er bruttoværditilvækst, årsværk og offentligt provenu alene et resultat af den udenlandske VM-gæsters forbrug i Danmark.

Tabel 1: Samfundsøkonomiske effekter Århus/Danmark (excl. lokale gæsters forbrug)

Direkte effekt	Kr. i Århus Amt **	Kr. i øvrige Danmark ***
Turismeomsætning*	41 mio. kr. (78% udenlandsk)	2,8 mio. kr.

*incl. moms og incl. entré **incl. TO fra ferienætter ***fra VM-tilkoblede ferienætter

Denne turismeomsætning skaber via multiplikatoreffekten i LINE-modellen følgende afledte effekter:

Afledte effekter	I alt	Staten	Århus Amt incl.ferienætter	Øvrige DK incl.ferienætter
Bruttoværditilvækst	25,8 mio. kr.		20 mio. kr.	5,8 mio. kr.
Indkomstskatter, moms og afgifter*	14,5 mio. kr.	12,05 mio.kr.		
Samlet provenu, amt/kommuner			2,2 mio. kr**	0,25mio.kr***
Årsværk	64		50	14

* incl. selskabsskatter ** heraf de 1,2 mio. til kommunerne i værtsamtet, resten til Århus Amt *** kr. 150.000 til kommunerne i øvrige Danmark og kr. 100.000 til øvrige amter i Danmark

Bemærkninger til resultaterne i tabel 1:

Det ses af tabel 1 ovenfor, at den samlede turismeomsætning i Århus Amt pga. VM'et blev på 41 mio. kr.

I øvrige Danmark var der ligeledes tale om en vis VM-relateret turismeomsætning som følge af, at visse af aktørerne ved stævnet tilkoblede ferie i værtsamtet og/eller i øvrige Danmark. Denne afledte turismeomsætning var på 2,8 mio. kr.

Udenlandske aktørers forbrug (=eksportandelen af turismeomsætningen) tegner sig for 78%, nemlig små 32 mio. kr., hvilket er højt i forhold til, at de kun udgør 47% af samtlige aktører (excl. lokale).

Bruttoværditilvæksten i værtsamtet på 49% af turismeomsætningen (=20 mio.) er et udtryk for det beløb, der er tilbage til aflønning af arbejdskraft og til forrentning, når de faste omkostninger er afregnet.

Offentligt provenu: amt- og kommuneskatten i hhv. Århus-regionen og øvrige Danmark på 2,2 mio. kr. og 0,25 mio. kr. består langt overvejende af indkomstskat og kun af en smule selskabsskat (11,5 pct. af selskabsskatten i Danmark tilfalder kommunerne/88,5 pct. staten). Langt den største del af provenuet til staten på 12,05 mio. kr. udgøres af moms og afgifter. Tilsammen giver det en samlet provenu til det offentlige på 14,5 mio. kr.

Den beskæftigelse, både direkte, indirekte og afledt i Århus Amt, der er afledt af turismeomsætningen i Århus Amt, udgør i alt 50 årsværk og i øvrige Danmark 14 årsværk, i alt 64 årsværk.

Dvs. at for hver 1 mio. kr. i turismeomsætning, genereres 1,45 årsværk i Danmark som følge af VM'et. Disse 1,45 er indirekte udtryk for størrelsen af den beskæftigelsesmultiplikator, VM'et medfører. For yderligere forklaring, se bilag 1.

De i alt 64 årsværk skal forstås derhen, at de arbejdstimer, der blev lagt *som følge af turismeomsætningen* ifm. VM'et, som tidligere nævnt alle er omregnet til hele årsværk, både i de direkte, indirekte og inducerede led (f.eks. i hotel- og restaurationsbranchen og hos underleverandører), i såvel det offentlige som det private erhvervsliv.

Der er umiddelbart en risiko for, at de beregnede beskæftigelsestal er en smule overvurderede. Det forholder sig nemlig sådan, at VM idrætsgymnastik 2006 og andre stævner i Danmark for en stor del er båret oppe af frivillig arbejdskraft *i det direkte led*, dvs. bespisning, deltagerregistrering, akkreditering mv.

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

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

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

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

I tilfældet VM idrætsgymnastik bør det fremhæves, at der ud over de typiske "turist-erhverv" ligeledes blev skabt omsætning og beskæftigelse hos host broadcasteren, DR1, som producerede fra VM'et.

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

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

Generelt er turismesektoren et relativt arbejdskraftintensivt erhverv, hvilket bl.a. betyder, at et forbrug på hotel i form af f.eks. overnatning slår kraftigere igennem end et tilsvarende forbrug på shopping i detailhandelen.

Tabel 2: Uvejlet døgnforbrugstal i kr*. – DAGSTURISTER

Aktører/Døgnforbrug*	Danske	Udenlandske	ALLE under ét
VM -deltagere/ledere	-	-	-
Tilskuere/ledsagere	354	-	354
Andre**	-	-	-

*døgnforbruget inkluderer entré ** mediefolk, officials, udstillere i foyeren m.fl.

Tabel 2 viser, at der kun var danske dagsturister blandt tilskuerne, og at de i gennemsnit brugte kr. 354 pr. dag.

Tabel 3: Uvejlet døgnforbrugstal i kr* - overnattende VM-gæster

Aktører/Døgnforbrug*	Danske	Udenlandske	ALLE under ét
VM -deltagere/ledere	120**	993	971
Tilskuere/ledsagere	881	1.258	1.080
Andre***	433	1.200	1.003

*døgnforbruget inkluderer entré ** kun 3 i stikprøven, der formentlig ikke er repræsentative for de 38 danske atleter og ledere (døgnforbrug for lavt) *** mediefolk, officials, udstillere i foyeren m.fl.

Tabel 3 viser, at overnattende udenlandske tilskuere og ledsagere har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug ifm. VM'et, nemlig 1.258 kr.

Tabel 4: Uvejlet døgnforbrugstal i kr - alle VM-gæster under ét

Aktører/Døgnforbrug*	Danske	Udenlandske	ALLE under ét
Alle VM-gæster under ét	792	1.102	1.016

*døgnforbruget inkluderer entré

Tabel 4 viser ikke overraskende, at de udenlandske VM-gæster har et noget højere gennemsnitligt døgnforbrug end de danske. Det gennemsnitlige døgnforbrugstal for alle under ét i Århus Amt var kr. 1.016.

Tabel 5: Forbrugskategoriopdelt døgnforbrugstal* pr. VM-gæst, gennemsnit

Forbrugskategori	Danske	Udenlandske	ALLE
Overnatning	156 kr.	461 kr.	377 kr.
Forplejning	228 kr.	289 kr.	272 kr.
Indenlandsk transport	36 kr.	35 kr.	36 kr.
Shopping	174 kr.	151 kr.	158 kr.
Udflugter & entré	197 kr.	164 kr.	174 kr.
I alt	792 kr.	1.102 kr.	1.016 kr.

* døgnforbruget inkluderer entré

En nedbrydning af det gennemsnitlige døgnforbrug på forbrugskategorier viser ikke overraskende, at overnattingsandelen af døgnforbruget er større for udenlandske VM-gæsters vedkommende end for danskernes, nemlig 41% ift. 20%. Jfr. tabel 5.

Udenlandske VM-gæsters forbrug på "kost og logi" er på i alt 68% af deres samlede døgnforbrug imod danskernes 48%. Det skal i den forbindelse tilføjes, at en relativt større del af de udenlandske VM-gæsters forplejning tilsyneladende finder sted på restaurationer frem for i detailhandelen, hvilket forklarer en del af forskellen.

Til gengæld ses det (måske lidt overraskende), at danske VM-gæster har et højere forbrug på både udflugter/entré og på shopping, både relativt set og i absolutte tal end de udenlandske VM-gæster. Hvad angår entréudgifterne skyldes forskellen jfr. tidligere måling i nærværende rapport det faktum, at flere udenlandske tilskuere end danske købte partoutkort = ensbetydende med en lavere daglig billetpris.

Tabel 6: Akkumuleret turismeomsætning i kr. på forbrugskategorier excl. tilkøbet ferie

Forbrugskategori akkum.	Danske gæster	Udenl. gæster	I alt
Overnatning*	1.638.869	12.552.076	14.190.945
Forplejning*	2.388.298	7.880.133	10.268.431
Shopping (tøj, sko mv)	1.817.767	4.118.256	5.936.024
Entré udflugter mv.	2.069.795	4.469.993	6.539.788
Indenlandsk transport	380.699	964.477	1.345.176
I alt kr.	8.295.429	29.984.934	38.280.363

Tabel 6 viser, at 37% af den samlede turismeomsætning (excl. tilkøbet ferie) i værtsregionen blev lagt i overnatningssektoren, som den sektor, hvor det største forbrug fandt sted. Tilsammen blev 64% af den samlede turismeomsætning (excl. tilkøbet ferie) i værtsregionen lagt i "forplejnings- og overnatningssektoren".

Næsten 8 ud af 10 kr. forbrugt på forplejning fandt sted på restaurationer o.lign. og godt 2 ud af 10 kr. på køb af mad og drikke i detailhandelen.

Tabel 7. De enkelte aktørgruppers andel af turismeomsætningen

Aktørgruppe	% af samlet turismeomsætning (kr/øre)
Deltagere/Ledere	41%
Tilskuere/Ledsagere	53%
Andre f.eks. mediefolk	6%

Det ses af tabel 7, at tilskuere og ledsagere tegner sig for den største del af turismeomsætningen, nemlig 53%.

Stævnet er således samfundsøkonomisk set tilskuerdrevet med 53% af turismeomsætningen fra denne aktørgruppe. Til sammenligning udgjorde tilskueraktørgruppen (excl. lokale) 74% af totalpopulationen (excl. lokale) ved stævnet. At de 74% ikke slår igennem på turismeomsætningsandelen med mere end 53% skyldes hovedsagelig, at set under ét, havde hver tilskuer relativt færre (kommercielle) overnatninger i værtsregionen end deltagere og ledere samt gjorde mindre brug af overnatning i den dyrere end af skalaen, dvs. de relativt eksklusive hoteller.

Kap. 2. Medieværdimålinger, trykte medier og tv

Som nævnt indledningsvist er den traditionelle effektanalyse suppleret med en opgørelse af antallet af artikler i danske trykte medier (positive, negative og neutrale) samt tv-seertal på 14 hovedmarkeder, antal sendetid på samme markeder mv. Denne dataindsamling har siden resulteret i en medieværdiberegning, som i omstående er opdelt på hhv. trykte medier og tv. Førstnævnte data er indsamlet og værdisat af Infopaq, sidstnævnte af det internationale gymnastikforbund FIG's leverandør, IFM, og værdisat af Sponsor og Sport Analyse A/S i Hellerup.

Det har ikke været muligt at kvantificere værdien af omtale i de udenlandske trykte medier. Skønsmæssigt vurderes det, at hovedparten af omtalen refererer til nationale atleters præstationer og generelt sportslige resultater. Antallet af artikler, der behandler organisationen bag VM eller de afledte effekter for værtsregionen, synes at være meget begrænsede.

Interneteksponeringen af VM'et og dermed Århus har imidlertid været af et ikke ubetydeligt omfang. Der har været en anseelig trafik på øvrige Århus-sites som f.eks. Visit Aarhus' hjemmeside.

Ud over trafikken på arrangementswebsitet har tv-klip websitet youtube adskillige klip liggende med sekvenser fra VM'et. Klippene fokuserer primært på enkeltpræstationer, men der er også eksponering af bannere og gulvrekamer, hvor Århus synliggøres. En decideret måling er dog ikke foretaget.

Som det ses af pkt. 2.1. og 2.2. ville købsværdien af den positive medieomtale, der har været af VM'et, værtsbyen og værtsnationen, og som vel at mærke er *målt*, være min. 7,5 mio. kr. Det er dog tvivlsomt, om omtalen har en værdi af den størrelse, og om den vil give en effekt i form af øget turisme eller øget salg af varer og tjenester i Århus i en størrelsesorden, der kan stå mål med denne værdi. En undersøgelse, som Rambøll har fået foretaget, plæderer for en forsigtig fortolkning og værdisætning af medieeffekten.

På den anden side indeholder tv-medieværdimålingen kun det antal seere, der har set host broadcasterproduktionen, som DR1 stod bag, på 14 hovedmarkeder. Dvs. at når f.eks. tysk tv producerer og bringer et indslag fra området omkring Marselisborg, er dette ikke værdisat.

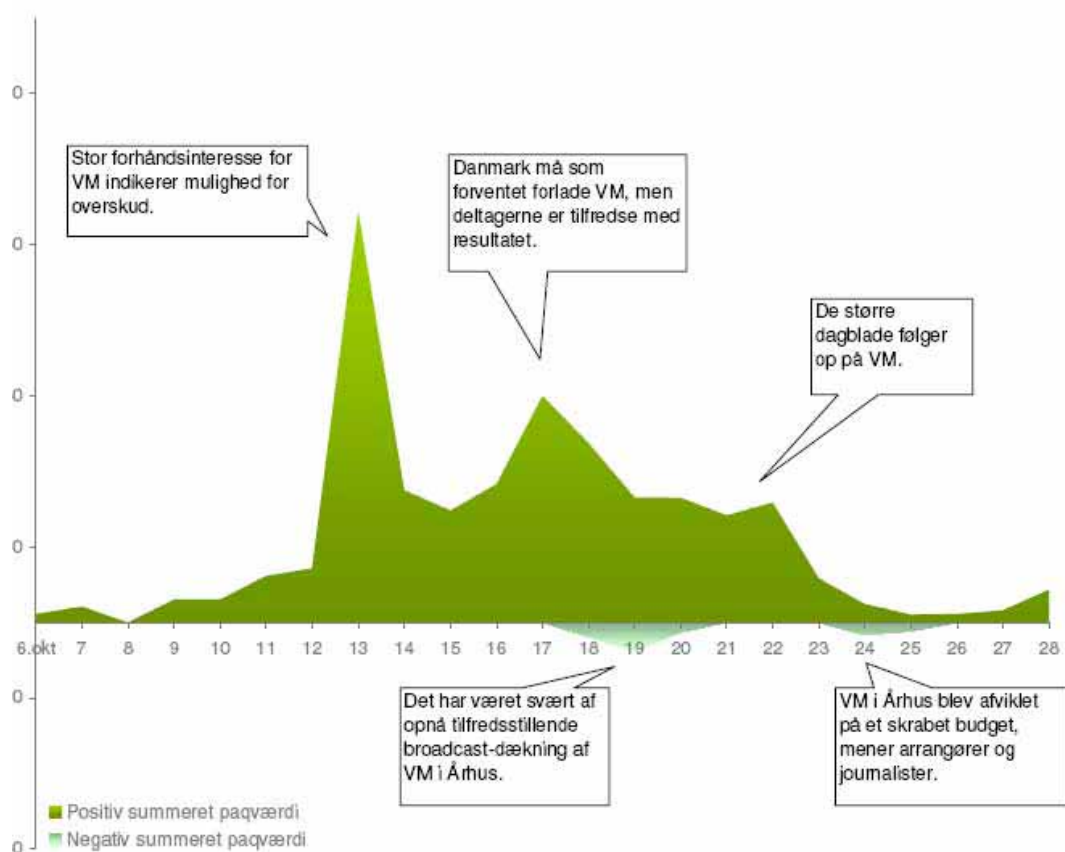
2.1. Trykte medier – nationalt:

Nedenstående "Presseomtale oktober 2006"-rapport er gengivet med tilladelse af Rambøll Management/Henning Thomasen i Århus, der er opdragsgiver til presseomtalerapporten. Hvad angår medieværdimålingen fra Sponsor og Sport Analyse A/S er den købt og betalt af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark).

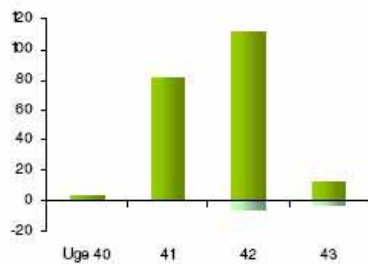
Der er ikke foretaget en beregning af medieværdien i internationale trykte medier.

VM i idrætsgymnastik

Presseomtale i oktober 2006

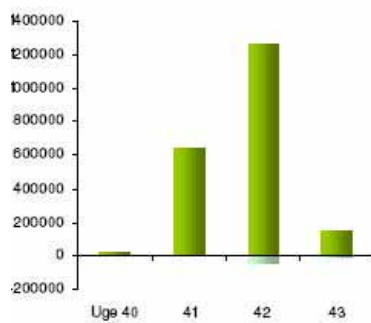


DANMÆRK · ENGLAND · ESTLAND · FINLAND · LETLAND · LITAUEN · NORGE · RUSLAND · SVERIGE · TYRKIET
Infopag Danmark A/S · Kongens Nytorv 22 · 1050 København K · Telefon 36 99 00 00 · Telefax 36 99 00 01



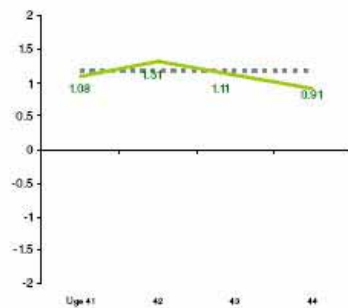
Artikelantal

Artikelantal: 214
 Positive omtaler: 207 (97 pct.)



Annonceværdi

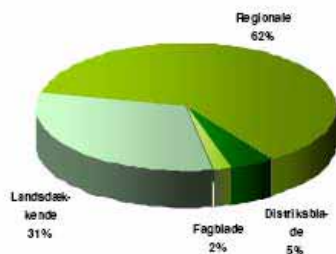
Annonceværdi: kr. 2.129.150
 Positiv omtale: Kr. 2.073.047 (97 pct.)
 Gnms. annonceværdi: kr. 9.949



Performance

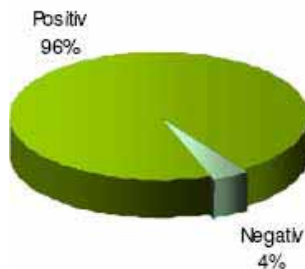
Gnms. performance (paqværdi): 1,17
 Summeret paqværdi: 249,79

Bedste artikel: *VM billetsalg over forventning*
 (13-10, Jyllands-Posten: 4,92)
 Dårligste artikel: *VM uden skærmtække*
 (18-10, Jyllands-Posten: -1,89)



Mediefordeling

Landsdækkende: 67 artikler
Heraf positive: 65 artikler (97 pct.)
 Regionale: 133 artikler
Heraf positive: 129 artikler (97 pct.)
 Distriktsblade: 10 artikler
Heraf positive: 9 artikler (90 pct.)
 Fagblade: 4 artikler
Heraf positive: 4 artikler (100 pct.)



Læsertal

Bruttolæsertal eksponeret for positiv omtale:
50.380.523
Bruttolæsertal eksponeret for negativ omtale:
2.112.000

Generelt

I løbet af en tre ugers overvågningsperiode eksponeres VM i Århus i 214 artikler, hvoraf 97 procent er positive. Den samlede, positive annonceværdi for arrangementet er godt 2,1 millioner kroner og omtalen er eksponeret over for 52,5 millioner potentielle læsere.

Som det ses af nøgletallene er omtalen generelt positiv, og baserer sig på tre typer indlæg:

- Omtale af de sportslige resultater: Den klart mest omfangsrige omtaletype, som er ganske positivt eksponeret, også selvom den danske deltagere er uden reelle medaljchancer.
- Omtale af de afledte effekter af VM: Der er usædvanligt mange og usædvanligt positive artikler i denne vigtige kategori, godt hjulpet af et aktuelt fokus på lignende debatter i forbindelse med MTV Awards i København og de mange koncerter i Horsens. Århus høster generelt ros for værtskabet, og byens hoteller melder om en usædvanlig god belægning som følge af arrangementet.
- Omtale af organisationen af arrangementet: God omtale i denne kategori, blandt andet pga. positive forhåndsmeldinger om en forventet publikumssucces og deraf følgende overskud. Der er dog også kritiske røster, som specielt rettes mod arrangementets skræbete budget. Endvidere er der fokus på de problemer man har oplevet omkring etablering af en passende broadcast-dækning af arrangementet.

Man kan naturligvis ikke foretage en direkte sammenligning med andre typer af arrangementer, men sætter vi VM i forhold til de to events herunder er det dog tydeligt at se:

- at VM arrangementet har en god andel af positive artikler.
- at det medfører en PAQ-værdi, som ligger over normen for idræts/kulturevents.

Event	Antal artikler (positive)	PAQ-værdi
VM i Århus	214 (97 procent)	1,17
DGI Landsstævnet 2006	2483 (93 procent)	0,74
Åh Abe-koncerter 2006	80 (87 procent)	1,01

Definitioner – centrale begreber

Beregning af annonceværdi. Artiklens annonceværdi er beregnet ud fra den tilsvarende værdi af en annonce med en identisk placering i det pågældende medie. Overskrift (rubrik), illustrationer og artiklens brødtekst omregnes fra centimetermål til spaltemillimeter i registreringsmodulet. Oplysninger om annoncepriser revideres halvårligt i maj og november. Pris pr. spaltemillimeter er beregnet på grundlag af annoncepriser for tekstsider.

Karakter (vurdering af aktører). Der gives en vurdering af VM-eksponeringen, når disse er nævnt i artiklen. Vurderingen skal afspejle både eksplicite udtryk og det hovedindtryk, som artiklen efterlader i forhold til aktøren/aktørerne. Skalaen går fra -2 til 2, hvor -2 er "meget negativ", -1 er "negativ", 0 er "neutral", 1 er "positiv" og 2 er "meget positiv".

Fylde. Der gives en vurdering af, hvor meget VM er eksponeret i artiklen, dvs. hvor meget omtalen af arrangementet "fylder". Skala går fra 0 til 2, hvor 0 er "meget lille", 1 er "middel" og 2 er "stor".

Fylde 0 tildeles, når VM er f.eks. kun nævnt i en bisætning eller til sidst i artiklen.

Fylde 1 tildeles, når VM fylder en del i forhold til spalteplads og/eller betydning for artiklen, men dog stadig ikke optræder som central aktør i artiklen.

Fylde 2 tildeles, når VM er dominerende i forhold til spalteplads og/eller er nævnt i overskrift eller billedtekst.

PAQ-værdi (Pv) er et numerisk (matematisk) udtryk (dvs. mål) for graden af en artikels eksponering af VM, beregnet ved en række vægte og fastlagt for et udfaldsrum i intervallet -5 til 5.

De positive PAQ-værdier er 1 for "svagt positiv", 2 for "let positiv", 3 for "positiv", 4 for "meget positiv" og 5 for "ekstremt positiv".

De negative PAQ-værdier er -1 for "svagt negativ", -2 for "let negativ", -3 for "negativ", -4 for "meget negativ" og -5 for "ekstremt negativ".

PAQ-værdien beregnes som følger:

$$\underbrace{(1,25 \times \text{Karakter})}_{\text{Tendens}} \times \underbrace{\left(0,5 \left(\frac{\text{Bruttolæsertal}}{300000} \right) + 0,5 \left(\left(\frac{0,333 \times \text{spmm}}{650} \right) + (0,333 \times \text{Fylde}) + (0,333 \times \text{Placering}) \right) \right)}_{\text{Gennemslagskraft}}$$

PAQ-beregninger. Nedenstående definitioner gælder for det bestemte udtræk (U). Således er Summeret Pv [sPv(U)] bestemt som summen af det enkelte selskabs Pv i et bestemt udtræk (U). Gennemsnitlig Pv [gPv(U)] bestemt som sPv/ E (U), hvor E = antallet af registrerede artikler for det enkelte selskab).

2.2. International tv-eksponering

Af bilag 8 fremgår tv-medieværdien af host broadcasterproduktionen fra DR1 på de enkelte markeder samt det baggrundsmateriale fra det internationale gymnastikforbund FIG, som ligger til grund for beregningerne. Værdien af evt. "egne produktioner", som deltagerlandene har lavet fra Århus, er således ikke inkluderet i nærværende måling.

Alt i alt genererer VM'et, som det ses af bilag 8, en samlet tv-medieværdi for Danmark på knap 4,7 mio. kr. på de 14 hovedmarkeder⁶ baseret på DR1 tv-produktionen. Medieværdien specifikt for hhv. værtsregionen og øvrige Danmark fremgår af CBA-regnskabet.

Går man bag om nøgletallene i bilag 8 kan man konstatere, at i Danmark har i gennemsnit 120.000-130.000 danskere set livereportagerne og 400-500.000 sportsnyhedsudsendelserne. I Kina alene har 19,3 mio. mennesker set livereportagerne, som man alt andet lige må formode har fat i de virkelig idrætsgymnastikinteresserede og ikke bare seere, der flasher forbi for at afvente nyt om David Beckhams seneste klubsifte.

Det er som nævnt ovenfor medievirksomheden IFM, der på vegne af FIG, har indsamlet stamdata om de aktuelle seertal, transmissionslængde osv. på de givne markeder. Eksponeringen omfatter både live reportager samt sportsnyheder og sportsmagasiner.

På baggrund heraf og ud fra host broadcaster-produktion fra DR1 har Sponsor og Sport Analyse A/S registreret hvor mange gange hhv. "Denmark", "Sport-Aarhus-Events.DK", "VM idrætsgymnastik", "World Artistic Gymnastics C'ships", "Århus" og "Århus/Denmark" er blevet eksponeret verbalt (omtale) og visuelt (bander, skilte osv.).

Baseret på tv-målingerne fra IFM og registreringerne fra host broadcaster-produktionen fra DR1 har Sponsor og Sport Analyse A/S beregnet medieværdien af tv-eksponeringen på de 14 markeder efter "sponsorværdimetoden", som er forklaret nedenfor.

Den såkaldte "sponsorværdimetode" med et normtal på Euro 2 som kontaktpriis er ifg. Sponsor og Sport Analyse A/S globalt anerkendt og benyttet, men giver en noget lavere værdisætning end den danske metode, som er forklaret i en fodnote⁷. Her går man ud fra den værdi det har for en sponsor, at hans bande/skilt eller andet eksponeres i 30 sek. for 1000 OTS. Denne metode for ensartethedens og sammenligningens skyld er den internationale metode anvendt ved værdisætningen i både Danmark og på de udenlandske markeder og ligger således til grund for bilag 8.

⁶ Medieværdimålingen omfatter 14 hovedmarkeder, nemlig: Tyskland, Frankrig, Norge, Spanien, Sverige, Japan, Holland, Schweiz, Island, UK, Polen, Italien, Kina, Finland og Danmark. Desværre har det ikke været muligt at indhente data fra USA.

⁷ Medieværdiberegningsmetoden i Danmark læner sig op ad National Rating Card skabelonen for "TV2 spot Danmark", der tilsiger en kontaktpriis på kr. 118. Dvs., at værdisætningen af de indhentede tv-målinger er beregnet ud fra en betragtning om, hvad det ville have kostet at nå 1000 mulige seere (OTS = opportunities to see) i 30 sek. ved eksponering af et tv-spot. En metode, der ifg. Sponsor og Sport Analyse A/S, er almindelig udbredt og anerkendt i Danmark. Ud fra denne metode når tv-medieværdien på det danske marked reelt op på kr. 0,9 mio.

Kap. 3. Pre-event attitudemåling, telefoninterviews lokalt

Det har været Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) magtpåliggende – som noget nyt - at inddrage lokalbefolkningens holdning til såvel værtskabet af VM'et som til Århus' meget aktive rolle som vært for større internationale sportsevents. Herunder ikke mindst lokal-befolkningens holdning til, at Århus investerer offentlige midler på området.

Lokalbefolkningens holdning er inddraget i nærværende undersøgelse i erkendelse af, at arrangørernes begejstring og engagement i en given event ikke nødvendigvis afspejler sig i lokalbefolkningen.

Idrætsfonden Danmarks (nu Sport Event Danmark) telefoninterviewkorps har derfor, på baggrund af en rekvireret telefonliste fra TDC Erhverv over et repræsentativt udsnit af den århusianske befolkning, gennemført en telefonrundringning blandt personer på min. 18 år fra postnummer >8000<8300. Totalpopulationen i Århus Kommune er på godt 275.000 personer. Dette giver en stikprøveusikkerhed på omkring 10%. Dvs., at svarer f.eks. 33% af respondenterne, at de er enige i ét givent udsagn, er det reelle tal mlm. 23% og 43%.

Rundringningen blev foretaget fredag d. 6. oktober mellem kl. 16-20 (samt i begrænset omfang søndag d. 8. oktober eftermiddag-/aften). Rundringningen blev foretaget af et telefoninterviewkorps, rekrutteret af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark), men uden tilknytning til hverken fonden selv eller VM-arrangørerne iverdigt. Der er altså tale om et uvildigt interviewkorps af studerende fra Århus Universitet og Århus Handelsskole. Rundringningen blev fulgt nøje af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark).

Interviewtagningen blev foretaget på baggrund af vedlagte pre-event spørgeskema, se bilag 9

Det lykkedes at indhente svar fra 101 lokale respondenter/abonnenter, og nedenstående målinger er et resultat heraf. I alt ca. 300 respondenter blev ringet op, og det forlyder fra interviewerne (alle kvinder), at det var relativt lettere at få kvinder end mænd i tale, hvilket i sig selv kan være årsag til en vis skævvridning. Alle 101 respondenter i undersøgelsen har besvaret samtlige 16 spørgsmål.

De indløbne svar bør ses i lyset af, at der den selv samme dag fredag den 6. oktober, (og i ugen forinden) havde været heftige demonstrationer foran Århus Rådhus imod de varslede nedskæringer på børneinstitutionsområdet ifm. Strukturreformens ikrafttrædelse pr. 1. januar 2007.

3.1. Bekendt med Århus' værtskab af VM idrætsgymnastik 13. -21. oktober?

Respondenterne blev spurgt, om de inden opringningen var bekendt med, at VM'et skulle finde sted.

Svarene fordelte sig som følger på disse to svarmuligheder:

Ja	55%
Nej	45%
I alt	100%

3.2. Hvis ja, hvornår og hvordan (% respondenter)

<i>Hvornår:</i>	
0-1 md. siden	56%
1-3 mdr. siden	28%
4-6 mdr. siden	11%
7-12 mdr. siden	<u>5%</u>
I alt	100%

Flertallet, nemlig 56% af de lokale respondenter i pre-event målingen først blev bekendt med VM'et så sent som mindre end 1 md. inden VM'et begyndelse.

Dette kommer ikke bag på den markedsføringsansvarlige for VM'et, Danmarks Gymnastik Forbunds Karna Bloch, idet arrangørerne i samtale med en professionel markedsføringskonsulent fik det råd, at man skulle samle markedsføringsindsatsen til en måned før stævnet. Folks hukommelse er ifg. markedsføringskonsulenten meget kort, og de fleste tager generelt ikke stilling til, hvad de vil lave i efterårsferien, før i måneden/ugerne op til efterårsferien.

Århus Festuge, som blev afviklet første uge i september, blev af arrangørerne betragtet som en konkurrent, man ikke skulle konkurrere med. Derfor planlagde arrangørerne, at stævneplakater/-annoncer skulle starte efter Festugen.

Torsdag den 14. september var den første annonce i Jyllandsposten, og de første bannere på idrætsanlæg kom op at hænge.

<i>Hvordan:</i>	
Venner, familie, kolleger	30%
Lokale trykte medier	19%
Plakater	12%
Nationale trykte medier	8%
Andet ⁸	5%
Lokal-tv	4%
Idrætshaller	4%
Busholdepladser/busser	4%
Skilte	4%
Lokale gym-forening	4%
DGF	3%
Landsdækkende tv	3%
Lokalradio	<u>1%</u>
Sum	101%

Svarene er udtryk for "uhjulpent erindring", dvs. at respondenterne ikke blev forelagt bestemte svarmuligheder.

Der er tale om en smule dobbeltdækning, idet en respondent godt kan have afgivet mere end ét svar.

⁸ arbejder i Århus Kommune, set på apoteket, blev diskuteret ved et sølvbryllup, hørte om det ved et gym-stævne, brochure fået med posten, via AGF Elite fodboldarr., møde i NRGi Arena, Dansk Blindesamfund

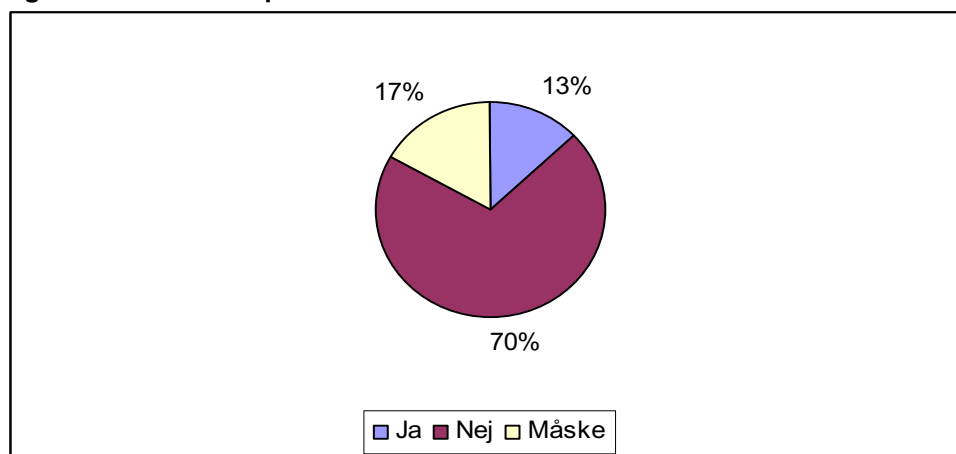
Det ses altså, at flest, nemlig 3 ud af 10 ved pre-event målingen, blev bekendt med VM'et via kolleger, venner og/eller familie, medens næstflest, nemlig knap 2 ud af 10 svarede "via lokale trykte medier" (Århus Stiftstidende og Jyllandsposten).

3.3. Billetkøb

Respondenterne blev spurgt, om de havde tænkt sig at købe (eller allerede havde købt) billet til nogle af VM-konkurrencerne.

Svarene fordelte sig jfr. fig. 25 på en række pre-definerede svarmuligheder:

Fig. 25. De lokale respondents interesse i at købe billetter til VM'et



Det ses, at 7 ud af 10 respondenter ved pre-event målingen ikke umiddelbart havde til hensigt at købe (eller havde købt) billet til VM'et, men at 17% overvejer det, mens 13% svarer bekræftende på spørgsmålet.

De lokale respondenter blev spurgt "hvis nej, hvorfor ikke?" efterfulgt af en række pre-angivne svarmuligheder, og her følger begrundelserne med andele af respondenter angivet i %:

Svarene fordelte sig som følger på en række pre-definerede svarmuligheder:

Interesserer mig ikke	72%
Har andre og bedre planer	13%
Er for dyrt	7%
Ved ikke hvor jeg kan købe billetter	0%
Er ikke hjemme i VM-perioden	1%
Jeg blev bekendt med VM'et for sent	3%
Andet ⁹	<u>18%</u>
Sum	114%

⁹ for gammel, ser det hellere på tv, mere PR for det, har ikke lyst til at være sammen med så mange mennesker så tæt, besværligt at komme til og fra, er ikke sportsinteresseret overhovedet, vil hellere i bio med børnene, er for svag, har parfumeallergi, har slet ikke hørt om det, har ikke tid, hvis jeg blev opfordret, ville jeg nok sige ja.

Der er tale om en smule dobbeltdækning, idet en respondent godt kan afgive mere end ét svar.

Den klart mest fremtrædende årsag til udeladelse af billetkøb er slet og ret manglende interesse. Dette har 72% af respondenterne svaret.

3.4. Stolthed over at Århus er vært for store internationale sportsevents

Respondenterne blev spurgt, om de var stolte over, at Århus årligt er vært for flere store internationale idrætsbegivenheder, og de fik oplyst, at i 2006 husede Århus 8 af slagsen.

Svarene fordelte sig som følger på en række pre-definerede svarmuligheder:

Ja	77%
Nej	8%
Ved ikke	9%
Er ligeglad	<u>6%</u>
Sum	100%

Hele 77% af respondenterne er altså stolte af Århus' fremtrædende rolle på den internationale sportsevents-scene, på trods af at et flertal, jfr. fig. 25, ikke havde til hensigt at indløse billet til VM idrætsgymnastik og som væsentligste årsag angav "manglende interesse".

3.5. Personlige fordele i, at Århus huser store internationale sportsevents

Respondenterne blev spurgt, om de kunne se nogen fordele for dem personligt i, at Århus er så aktive inden for feltet.

Svarene fordelte sig som følger på en række pre-definerede svarmuligheder:

Ja	52%
Nej	37%
Ved ikke	6%
Er ligeglad	<u>5%</u>
Sum	100%

Som uddybning på den (overraskende) høje ja-andel er afgivet følgende svar: glæden ved at se det live, fokus på Århus, godt at folk møder hinanden, hvad der gavner byen gavner jo også mig personligt, datteren har meldt sig som frivillig og overvejer det selv, får familie på besøg og har billetter sammen, giver byen et godt ry udadtil og tiltrækker turister, skaber liv i byen, gør byen mere interessant, giver puls i byen, få inspiration ved at se det live, internationalt pust, byen kan få fordel af omsætningen i byen, det skaber interesse for byen og det er altid en god ting, får venner på besøg, børnene er optaget af at det holdes i Århus, muligheder for spændende sidearrangementer, der sker noget i byen så.

3.6. Kendskab til andre verdens- og europamesterskaber i Århus

Respondenterne blev spurgt, om de kunne nævne andre VM'er og EM'er, der har fundet sted eller skal finde sted i Århus.

Svarene fordeler sig som følger på følgende pre-definerede svarmuligheder:

Ja	50%
Nej	50%
Sum	100%

Følgende idrætsgrene blev nævnt flest gange; af og til med fulde arrangementstitel, f.eks. EM atletik for veteraner, andre gang kun selve idrætsgrenen "atletik".

<i>Top-3:</i>	
1.	Håndbold
2.	Orienteringsløb
3.	Atletik

Desuden blev bordtennis nævnt, badminton, sportsdans, Barcelona-fodbold, World Cup dressur, Tallship Race (sejlads med store træskibe) og boksning.

Svarene er udtryk for "uhjulpet erindring", dvs. at respondenterne ikke blev forelagt bestemte svarmuligheder.

3.7. Byens fremtidige satsning på værtskab af internationale sportsevents

Respondenterne blev spurgt, i hvor høj grad de syntes, at Århus fremover skal søge om værtskab af store internationale sportsbegivenheder.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Oftere end i dag	33%
Sjældnere end i dag	2%
Som i dag	58%
Ved ikke	7%
Sum	100%

Dvs. at hver tredje respondent synes, at Århus fremover bør være endnu mere progressive mht. at hverve og afvikle store internationale sportsevents. 58% finder det nuværende niveau passende.

Med andre ord finder hele 91%, at Århus som minimum bør opretholde det niveau for værtskab af store internationale sportsevents, man kan fremvise i dag.

Begrundelserne herfor lyder på: Århus mere på landkortet, andre mere kendte sportsgrene ønskes, jo flere jo bedre for at gøre byen kendt blandt potentielle turister, som i dag da det slider på de frivillige hjælpere, oftere end i dag hvis man kan finde finansiering til det, flere faciliteter end som så ønskes, kapaciteten er i orden.

3.8. Finansieringskilder

Respondenterne blev spurgt, hvor de mener, at byens økonomiske bidrag til værtskaber af større internationale sportsbegivenheder bør komme fra. Der er i gennemsnit afgivet 1,2 svar pr. respondent, og %-satserne er andel af respondenter.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Qua en forhøjelse af kommuneskatten	18% af resp.
Ved at skære ned på andre offentlige udgiftsposter	6% -
Via tilskud fra staten	40% -
Byen bør slet ikke støtte med offentlige midler	5% -
Andet ¹⁰	37% -
Ved ikke	<u>14% -</u>
Sum	120%

3.9. Århusianernes finansielle bidrag til VM'et

Respondenterne blev oplyst om, at hver indbygger i Århus Kommune indirekte (via skatten) har bidraget med godt kr. 10 til værtskabet af VM'et, og de blev spurgt om, hvad deres kommentar var til dette.

Det kan, inderømmet, være et svært spørgsmål at svare på, men ikke desto mindre var der kun 8%, som ikke så sig i stand til at besvare det.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Det er et passende beløb	63%
Det er et beløb, der godt kunne være højere	22%
Beløbet er for højt til, at jeg finder det rimeligt	3%
Jeg ønsker slet ikke at bidrage til VM'et økonomisk	4%
Ved ikke	<u>8%</u>
Sum	100%

Det ses således, at flest, nemlig 63%, finder, at det er et passende beløb, medens 22% finder, at beløbet godt kunne være højere.

Kun 4% udtaler, at de slet ikke ønsker at bidrage til VM'et og 3% at beløbet er for højt.

Således er 85% positive over det nuværende bidrag, mens 7% er negative. 8% ved ikke.

3.10. Århusianernes smertegrænse mht. finansielt bidrag til VM'et

Respondenterne blev spurgt om deres smertegrænse for, hvor meget de kan og vil bidrage med til VM'et over skatten, altså deres øjeblikkelige betalingsvillighed.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

¹⁰ her mener 2 ud af 3, at det skal ske "via sponsorer": resten er et mix af "brugerbetaling (billetpris hæves)", "DIF", "handelsstandsforeningen", "private midler/erhvervslivet" og "Tipstjenesten" (nu Danske Spil).

0 kr.	7%
10 kr. eller derunder	36%
<20 kr.	14%
<30 kr.	7%
<40 kr.	2%
<50 kr.	7%
50 kr. eller derover	9%
Ved ikke	<u>18%</u>
Sum	100%

Næsten hver femte respondent, 18%, føler sig ikke i stand til at besvare spørgsmålet.

36%, mener at det nuværende niveau på godt kr. 10 (maksimalt) svarer til deres smertegrænse. 7% vil slet ikke bidrage finansielt.

Tilbage bliver 39%, hvis smertegrænse ligger over niveauet i dag på godt 10 kr. pr. århusianer i finansielt bidrag til VM'et over skatten.

Smertegrænsespørgsmålet afslører således en (endnu) højere andel af lokale respondenter, der kan og vil bidrage finansielt til VM'et med mere end de rent faktisk allerede gør over skatten.

Begrundelserne for svarene lyder på: 0 kr. til f.eks. håndbold o.lign., men evt. mere til mindre og ukendte sportsgrene, altid søge sponsorer, højere end de 10 kr. ved særlige arrangementer, kun hvis kommercielt og kan tjene penge, det må kunne hvile i sig selv, det er svært at sige, for så skulle jeg vide mere om, hvad kommunens penge bliver brugt til, slet ingen tilskud bør gives til håndbold f.eks., da de alligevel er rene overskudsforretninger, men gerne til små idrætsgrene for at tiltrække opmærksomhed og interesse, kommer an på hvor alle pengene går hen, hvis det kan bringe folk til byen, tjener vi det jo ind igen.

3.11. Århusianernes oplevelse af sikkerheden i byen under VM'et

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at det blev mindre sikkert at færdes i byen pga. VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	1%
Enig	11%
Ingen indflydelse	45%
Uenig	23%
Helt uenig	14%
Ved ikke	<u>6%</u>
Sum	100%

Det ses således, at 12% af respondenterne finder, at VM'et vil gøre det mindre sikkert at færdes i byen.

3.12. Århusianernes oplevelse af trafikgener i byen under VM'et

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at der blev større trafikgener i byen pga. VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	17%
Enig	44%
Ingen indflydelse	19%
Uenig	12%
Helt uenig	4%
Ved ikke	4%
Sum	100%

Det ses således, at 61% af respondenterne finder, at VM'et vil medføre øgede trafikgener i byen.

3.13. Århusianernes oplevelse af evt. profilering af byen pga. VM'et

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at byen pga. VM'et ville blive profileret både i og uden for Danmark.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	29%
Enig	55%
Ingen indflydelse	8%
Uenig	1%
Helt uenig	1%
Ved ikke	6%
Sum	100%

Det ses heraf, at hele 84% af respondenterne mener, at Århus bliver profileret både i og udenfor Danmark pga. VM-værtskabet.

3.14. Århusianernes oplevelse af atmosfæren i byen pga. VM'et

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at atmosfæren i byen ville blive positivt påvirket af VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	13%
Enig	43%
Ingen indflydelse	19%
Uenig	8%
Helt uenig	3%
Ved ikke	14%
Sum	100%

Et flertal af respondenterne, nemlig 56% mener altså, at VM'et vil påvirke atmosfæren i byen positivt.

3.15. Århusianernes oplevelse af, om byens økonomi bedres pga. VM'et

Respondenterne er blevet spurgt, om de vurderede, at byens økonomi bliver bedre pga. de mange VM-gæster.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	33%
Enig	49%
Ingen indflydelse	4%
Uenig	4%
Helt uenig	3%
Ved ikke	7%
Sum	100%

Et flertal af respondenterne, nemlig hele 82%, mener altså, at VM'et vil påvirke økonomien i byen positivt.

3.16. Århusianernes kendskab til det kommende VM standarddans i Århus

Respondenterne blev spurgt, om de var bekendt med, at Århus skulle være vært for VM standarddans den 25. november 2006 på et tidspunkt, hvor der altså var godt 1 1/2 md. til arrangementet. Spørgsmålet blev stillet som et kontrolspørgsmål; herunder for at sætte svaret på forhåndskendskabet til VM idrætsgymnastik 2006 i relief.

Svarene fordelte sig som følger på de pre-definerede svarmuligheder ja og nej:

Ja	26%
Nej	74%
Sum	100%

Et tilsvarende spørgsmål blev stillet omkring VM idrætsgymnastikstævnet på et tidspunkt, hvor der altså resterede 14 dage til arrangementsstart.

Her var %-satserne hhv. 55% og 45%, men det kunne konstateres, at 56% af ja-sigerne først blev bekendt med VM idrætsgymnastik 2006 så sent som mellem 0-1 md. inden arrangementsstarten. Et aspekt der bør tages højde for, når en sammenligning mellem kendskabsgrad til VM standarddans og VM idrætsgymnastik foretages, og som altså taler til kontrolstævnets fordel.

Det skal tilføjes, at ud over den opbakning, de lokale borgere har tilkendegivet i ovenstående måling, har 550 af dem givet VM'et uvurderlig støtte i form af frivillig ulønnet arbejdskraft i op til 3 uger pr. pers., og vel at mærke er støtten ikke kun givet af "gymnastikfolk" i lokalområdet men også af ganske almindelige borgere (og i visse tilfælde hele familier; voksne og større børn). Skulle der sættes værdi på denne frivillige arbejdskraft fra lokalbefolkningen, ville den skønsmæssigt beløbe sig til 4,1 mio. kr. beregnet således: 550 pers. x 5 dg x 10 timer x 150 kr.

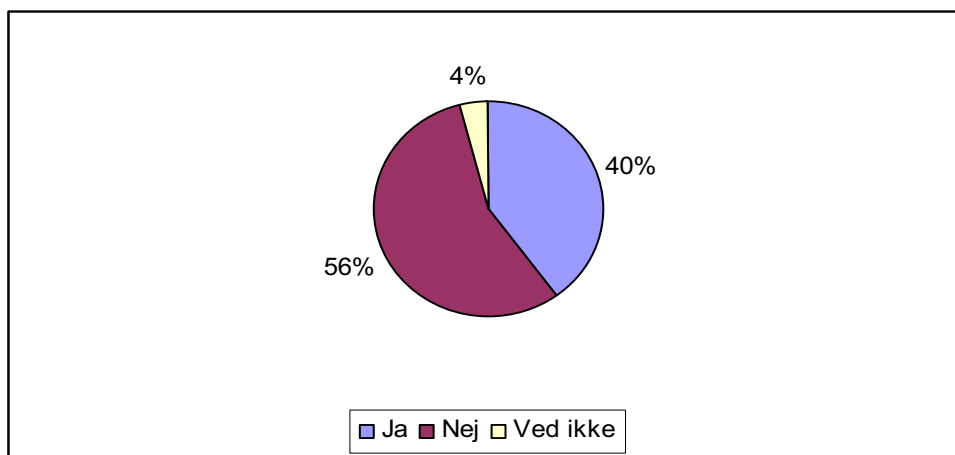
Kap. 4. Post-event attitudemåling, lokalt (tlf. og websurvey)

Da den lokale pre-event-attitudemåling blev foretaget, blev respondenterne spurgt, om de ville være villige til at indgå i en post-event attitudemålingsundersøgelse ca. 2 uger efter VM'et; via e-mail response eller telefoninterviews. Dette sagde 67% ja til, svarende til 67 lokale respondenter, (altså et frafald på 33%). Der blev derfor suppleret med nye telefon-interviews op til de 101 respondenter i pre-eventmålingen.

Her følger ordlyden på spørgsmålene i post-event undersøgelsen og resultatet af målingen, der viser de forskydninger, som har fundet sted i tiden mellem pre-event og post-event undersøgelsen:

4.1. Synes du forud for VM'et, at Århus har båret præg af, at byen skulle være VM-vært i perioden 13. -21. oktober? (% respondenter):

Fig. 26. Mener de lokale respondenter, at byen har båret præg af VM-værtskabet



Til sammenligning udtalte 55% af respondenterne i pre-event undersøgelsen, at de var bekendt med Århus' værtskab af VM'et. 45% var ikke.

Her følger en uddybning af de afgivne svar, direkte citeret. De uddybninger, der var flest af, er markeret med en understreging:

Plakater, tv, reklamer, nej det var ikke udpræget men under selve VM'et hørte vi meget i radio og på tv, Århus Sporveje (flag på busser), skiltning, plakater i byen, god annoncering, mange annoncer i aviser og husstandsomdelt information om programmet, selve datoen for arrangementet gik for sent op for mig, der burde have været meget mere f.eks. i tv og radio både før og under VM'et, jeg prøvede endda at bemærke det, fordi I ringede før VM'et og spurgte til min holdning men jeg synes ikke rigtig byen har været VM-festklædt.

4.2. Købte du billet til nogle af VM-konkurrencerne? (% respondenter)

Ja	5%
Nej	95%
Sum	100%

Det ses altså, at et flertal, nemlig 95% af de lokale respondenter i post-event målingen, ikke købte billet til nogle af VM-konkurrencerne.

Kun 5% svarede ja til køb af billet. Til sammenligning udtalte 13% af respondenterne i pre-event undersøgelsen, at de havde tænkt sig at købe billet.

Her følger en uddybning af de afgivne svar, direkte citeret, og de uddybninger, der var flest af, er markeret med en understregning:

Hellere World Cup dressur Vilhelmsborg næste weekend, interesserer mig ikke, vores tid tillod det ikke, ville gerne men var for sent ude, var ikke hjemme, nej de var udsolgt.

4.3. Hvis ja til billetkøb, hvis synes du om oplevelsen? (% respondenter)

De relativt få i stikprøven, der indløste billet til VM'et havde en god oplevelse. Uddybet med udsagn som: fin afvikling og god stemning samt flot gymnastik.

4.4. Oplevede du ved dette VM i idrætsgymnastik nogen personlige ulemper ved værtskabet? (% respondenter)

Ingen oplevede personlige ulemper ved værtskabet.

4.5. Oplevede du ved dette VM i idrætsgymnastik nogen personlige fordele ved værtskabet? (% respondenter)

Ja	12%
Nej	88%
Sum	100%

Uddybet med udsagn som (de udsagn, der er flest af, er understreget): gymnasternes glæde og liv i gaderne og på caféerne, havde vi haft tiden havde vi kunnet købe en billet og nydt godt af det lokale værtskab, godt at ikke alt er i København, skønt at være del af en international idrætsbegivenhed, der var lidt mere liv i Rymsgade og Søndergade end normalt, glæden ved at se de unge idrætsfolk i gaderne så flinke og smilende.

4.6. I hvor høj grad synes du, at Århus fremover skal huse større internationale idrætsbegivenheder? (% respondenter)

Svarene fordelte sig som følger på en række pre-definerede svarmuligheder:

Oftere end i dag	43% (33%)
Sjældnere end i dag	2% (2%)
Som i dag	49% (58%)
Ved ikke	6% (7%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Som det ses, finder ca. halvdelen (49%) af respondenterne det omfang, hvormed Århus i dag huser større internationale idrætsbegivenheder, passende.

Bemærkelsesværdigt er det dog, at hele 43% mener, at det bør ske endnu oftere end i dag.

Til sammenligning er de tilsvarende %-satser i pre-event undersøgelsen hhv. 58% og 33%. Dvs. at den positive og offensive holdning til Århus' aktive rolle og satsning inden for feltet større internationale idrætsbegivenheder er blevet yderligere styrket siden pre-event undersøgelsen.

Begrundelserne herfor lyder på: det kunne gavne byen økonomisk men jeg kan godt se at nødvendige investeringer ikke hænger sammen med store besparelser på børn- og ældreområdet, 2006 har været helt fantastisk med events i Århus, meget gerne større idrætsgrene såsom håndbold EM/VM der giver en fantastisk stemning i byen, det giver byen god PR, det giver liv i byen, idræt herunder også topidræt er af stor vigtighed for alle børn, unge og gamle. Topidræt filtrerer ned gennem systemet og kan tilskynde især børn til at deltage i sport, få Århus frem på landkortet i sportslige henseender (primært af egoistiske grunde da jeg holder meget af at dyrke og se sport men også for århusianernes oplevelse).

4.7. Hvor mener du, at byens økonomiske bidrag til større internationale idrætsbegivenheder bør komme fra? (% respondenter)

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Qua en forhøjelse af kommuneskatten	11% (18%)
Ved at skære ned på andre offentlige udgiftsposter	8% (6%)
Via tilskud fra staten	54% (40%)
Byen bør slet ikke støtte med offentlige midler	3% (5%)
Andet ¹¹	13% (37%)
Ved ikke	11% (14%)
Sum	100%

¹¹ her mener 3 ud af 4, at det skal ske "via sponsorer"

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning. I pre-event undersøgelsen har hver respondent i gennemsnit afgivet 1,2 svar, i post-event undersøgelsen kun 1 svar.

Det ses altså, at der sket nogen forskydninger i holdning til finansieringen af større internationale idrætsbegivenheder, efter at VM idrætsgymnastik har fundet sted. Der er blevet relativt flere, som synes, at staten skal yde tilskud (fra 40% før til 54% nu), ligesom der er blevet relativt færre, som finder det ok med finansieringen qua en forhøjelse af kommuneskatten.

Følgende kvalitative udtalelser fulgte i kølvandet på svarene ovenfor (de der er flest af er understreget): sponsorer fra erhvervslivet da de jo får øget indtjening pga. de mange gæster i byen, ikke kommunerne for de skal jo spare, der skal lokale penge og kræfter til, entréen bør øges om nødvendigt, ok kommunen bør fortsat støtte arrangementerne men de primære bidragsydere må være tilskuere og sponsorer, staten burde betale lige så meget som kommunen, det er ikke en kommunal opgave, andre kommunale opgaver til promotion kunne beskæres, kommunen skal hjælpe med at skaffe sponsorer, der burde oprettes en pulje, alle byer kan søge, kommunen kunne stille haller gratis til rådighed, arrangementer bør kunne hvile i sig selv.

4.8. Århusianernes finansielle bidrag til VM'et (% respondenter)

Respondenterne blev oplyst om, at hver indbygger i Århus Kommune indirekte (via skatten) har bidraget med godt kr. 10 til værtskabet af VM'et, og de blev spurgt om, hvad deres kommentar var til dette.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Det er et passende beløb	74% (63%)
Det er et beløb, der godt kunne være højere	23% (22%)
Beløbet er for højt til, at jeg finder det rimeligt	0% (3%)
Jeg ønsker slet ikke at bidrage til VM'et økonomisk	2% (4%)
Ved ikke	1% (8%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Det ses således, at flest, nemlig næsten 3 ud af 4 eller 74% finder, at det er et passende beløb, medens 23% finder, at beløbet godt kunne være højere.

Kun 2% udtaler, at de slet ikke ønsker at bidrage til VM'et og ingen at beløbet er for højt.

Således er 97% positive over for beløbet, mens kun 2% er negative. 1% ved ikke.

Alt i alt er graden af tilfredshed med det beløb, man som lokal indirekte bidrager med til VM værtskabet, vokset siden pre-event undersøgelsen.

Kvalitative uddybninger af svarene er: 10 kr er ikke meget ift. hvad jeg får igen, men ikke på bekostning af andre offentlige services, personer som ikke er sportsinteresset skal ikke betale mere end 10 kr., ok når nu det er sket!

4.9. Århusianernes smertegrænse mht. finansielt bidrag til VM'et(% respondenter)

Respondenterne blev spurgt om deres smertegrænse for, hvor meget de kan og vil bidrage med til VM'et over skatten, altså deres øjeblikkelige betalingsvillighed.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

0 kr.	3% (7%)
10 kr. eller derunder	37% (36%)
<20 kr.	24% (14%)
<30 kr.	10% (7%)
<40 kr.	5% (2%)
<50 kr.	3% (7%)
50 kr. eller derover	5% (9%)
Ved ikke	<u>13%</u> (18%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Som det ses, er der ikke fuld overensstemmelse mellem respondenternes svar på dette spørgsmål og spørgsmål 8 ovenfor. Direkte adspurgt om smertegrænse, afslører respondenterne en (endnu) højere betalingsvillighed.

37% mener, at det nuværende niveau på godt kr. 10 (maksimalt) svarer til deres smertegrænse (imod 36% i pre-event undersøgelsen). Kun 3% vil slet ikke bidrage finansielt (imod 7% i pre-event undersøgelsen).

Tilbage bliver 47%, hvis smertegrænse ligger over niveauet i dag på ca. 10 kr. pr. århusianer i finansielt bidrag til VM'et via skatten imod 39% i pre-event undersøgelsen.

Det vil sige, at efter VM'et er andelen af lokale, hvis smertegrænse ligger over det aktuelle niveau vokset fra 39% til 47%.

Kvalitative uddybninger af svarene er (de der er understreget optræder hyppigst): men det kommer an på hvilken sportsgren (fodbold skal f.eks. ikke have noget som helst for de får rigeligt i forvejen!), men det burde kunne klares ved sponsorer og entréindtægter samt salg af programmer o.lign., 20 kr. som jeg har svaret lyder ikke af så meget men det er svært at overskue når man har de store besparelser på børne- og ældreområdet i hovedet, 50 kr. for mit vedkommende idet sportsgrenen er relativt ukendt men selvfølgelig giver liv i byen og så må man jo også godt støtte dem, der finder arrangementet spændende således at de få ikke skal betale en urealistisk høj

billetspris, med den økonomi kommunen har bør den yde mere, svært at sige men til almindelige stævner som ikke selv kan skaffe sponsorer er 20 kr. passende (fodbold skal f.eks. ikke have en krone) mens f.eks. 50 kr. til OL eller andre meget store verdensstævner er ok, havde det været OL var 50 kr. som éngangsydelse passende, men max. 25 kr. til arrangementer som ikke selv er "sponsortiltrækkende", lige dele stat og private/firmaer er passende, kommunen bør stille haller o.lign. gratis til rådighed, der skal differentieres mellem de enkelte arrangementer men det må de kloge hoveder finde ud af, en 10'er kan vi vel altid undvære.

4.10. Århusianernes oplevelse af sikkerheden i byen under VM'et (% respondenter)

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at det var mindre sikkert at færdes i byen pga. VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	0% (1%)
Enig	3% (11%)
Ingen indflydelse	37% (45%)
Uenig	11% (23%)
Helt uenig	41% (14%)
Ved ikke	8% (6%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Det ses således, at kun 3% af respondenterne finder, at VM'et gjorde det mindre sikkert at færdes i byen imod hvad 12% i pre-event undersøgelsen forventede.

4.11. Århusianernes oplevelse af trafikgener i byen under VM'et (% respondenter)

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at der var større trafikgener i byen pga. VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	0% (17%)
Enig	6% (44%)
Ingen indflydelse	29% (19%)
Uenig	22% (12%)
Helt uenig	29% (4%)
Ved ikke	14% (4%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Det ses således, at kun 6% af respondenterne finder, at VM'et medførte øgede trafikgener i byen imod, hvad 61% i pre-event undersøgelsen forventede.

4.12. Århusianernes oplevelse af evt. profilering af byen pga. VM'et (% respondenter)

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at byen blev profileret både i og uden for Danmark pga. VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	18% (29%)
Enig	55% (55%)
Ingen indflydelse	26% (8%)
Uenig	0% (1%)
Helt uenig	0% (1%)
Ved ikke	<u>1%</u> (6%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Det ses heraf, at hele 73% af respondenterne mener, at Århus blev profileret både i og udenfor Danmark pga. VM-værtskabet imod, hvad 84% forventede i pre-event undersøgelsen.

Til gengæld er andelen af lokale respondenter, der ingen indflydelse fra VM'et forventer på profileringen af Århus i ind- og udland steget fra 8% i pre-event undersøgelsen til 26% efter VM'et.

4.13. Århusianernes oplevelse af atmosfæren i byen pga. VM'et (% respondenter)

Respondenterne blev spurgt, om de vurderede, at atmosfæren i byen blev positivt påvirket af VM'et.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	10% (13%)
Enig	41% (43%)
Ingen indflydelse	37% (19%)
Uenig	0% (8%)
Helt uenig	0% (3%)
Ved ikke	<u>12 %</u> (14%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Et flertal af respondenterne, nemlig 51% mener altså, at VM'et påvirkede atmosfæren i byen positivt, imod hvad 56% forventede i pre-event undersøgelsen.

Til gengæld er andelen af lokale respondenter, der ingen indflydelse fra VM'et forventer på atmosfæren i byen steget fra 19% i pre-event undersøgelsen til 37% efter VM'et.

Der er derimod ingen lokale respondenter, som mener, at byens atmosfære blev forværret pga. de mange VM-gæster.

4.14. Århusianernes oplevelse af, om VM'et gavner byens økonomi (% respondenter)

Respondenterne er blevet spurgt, om de mener, at byens økonomi er bedret pga. de mange VM-gæster.

Svarene fordelte sig således på en række pre-definerede svarmuligheder:

Helt enig	11% (33%)
Enig	51% (49%)
Ingen indflydelse	24% (4%)
Uenig	0% (4%)
Helt uenig	0% (3%)
Ved ikke	14% (7%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Et flertal af respondenterne, nemlig hele 72% mener altså, at VM'et har påvirket økonomien i byen positivt, imod hvad 83% forventede i pre-event undersøgelsen.

Til gengæld er andelen af lokale respondenter, der ingen indflydelse fra VM'et forventer på byens økonomi steget fra 4% i pre-event undersøgelsen til 24% efter VM'et.

Der er derimod ingen lokale respondenter, som mener, at byens økonomi er blevet forværret pga. de mange VM-gæster.

4.15. Århusianernes kendskab til det kommende VM standarddans i Århus (% respondenter)

Respondenterne blev spurgt, om de var bekendt med, at Århus er vært for VM standarddans den 25. november 2006 på et tidspunkt, hvor der altså var knap 1 md. til arrangementet. Spørgsmålet blev stillet som et kontrolspørgsmål; herunder for at sætte svaret på forhåndskendskabet til VM idrætsgymnastik 2006 i relief.

Svarene fordelte sig som følger på de pre-definerede svarmuligheder ja og nej:

Ja	40% (26%)
Nej	60% (74%)
Sum	100%

Tallene i parentes til højre angiver %-satserne i pre-event undersøgelsen og er oplyst for at muliggøre en sammenligning.

Et tilsvarende spørgsmål blev stillet omkring VM idrætsgymnastikstævnet på et tidspunkt, hvor der resterede 14 dage til arrangementsstart. Her var ja/nej-%-satserne hhv. 55% og 45%, men det kunne konstateres, at 56% af ja-sigerne først blev bekendt med VM idrætsgymnastik så sent som mellem 0-1 md. inden arrangementsstarten. Et aspekt der bør tages højde for, når en evt. sammenligning mellem kendskabsgrad til VM standarddans og VM idrætsgymnastik foretages, og som altså taler til kontrolstævnets fordel.

4.16. Sammenfatning af pre-event vs. post-event målingerne:

Som det fremgår af ovenstående kap. 3 pre-event attitudemålingerne vs. kap. 4 post-event attitudemålingerne er der *sket en række forskydninger i de lokale respondents holdning til Århus' rolle som vært for større internationale idrætsbegivenheder, herunder VM idrætsgymnastik 2006.*

Det skal i den forbindelse erindres, at der indgik 101 lokale respondenter i pre-event undersøgelsen og 2/3 heraf i post-event undersøgelsen, suppleret med nye respondenter op til 101 personer.

Personlige fordele ved Århus' værtskab

Generelt finder 52% af de lokale respondenter i pre-event undersøgelsen, at der er personlige fordele for dem forbundet med Århus' mange værtskaber af større internationale idrætsbegivenheder, mens tallet kun er 12% *specifikt for VM idrætsgymnastik* målt i post-event undersøgelsen.

Billetkøb

Der er tilsyneladende en lavere andel af lokale respondenter, som indløser billet til VM'et (5%), imod hvad de selv forventede, at de ville jfr. pre-event undersøgelsen (13%).

Holdningen til Århus' fremtidige satsning på værtskaber

Den positive og offensive holdning til Århus' aktive rolle og satsning inden for feltet større internationale idrætsbegivenheder er blevet yderligere styrket siden pre-event undersøgelsen.

Finansieringskilder

Der er blevet relativt flere, som synes, at staten skal yde tilskud (fra 40% før til 54% nu), ligesom der er blevet relativt færre, som finder det ok med finansieringen qua en forhøjelse af kommuneskatten.

Århusianernes finansielle bidrag til VM'et

Alt i alt er graden af tilfredshed med det beløb, man som lokal borger indirekte bidrager med over skatten til VM værtskabet vokset siden pre-event undersøgelsen.

Århusianernes smertegrænse mht. medfinansiering af VM'et (=betalingsvillighed)

Der er 47%, hvis smertegrænse ligger over niveauet i dag på ca. 10 kr. pr. århusianer i finansielt bidrag til VM'et over skatten (imod 39% i pre-event undersøgelsen). Der er altså blevet flere lokale borgere, hvis smertegrænse tilsyneladende har flyttet sig i opadgående retning.

Oplevelse af sikkerheden i byen under VM'et

Der er relativt færre lokale respondenter i post-event undersøgelsen, der oplevede nedsat sikkerhed i byen pga. VM'et, end de udtrykte forventninger om i pre-event undersøgelsen.

Oplevelse af trafikgener i byen under VM'et

Der er relativt færre lokale respondenter i post-event undersøgelsen, der oplevede øgede trafikgener i byen pga. VM'et, end de end de udtrykte forventninger om i pre-event undersøgelsen.

Oplevelse af profilering af byen pga. VM'et

Der er relativt færre lokale respondenter i post-event undersøgelsen, der oplevede en profilering af byen pga. VM'et, end de udtrykte forventninger om i pre-event undersøgelsen.

Oplevelse af atmosfæren i byen pga. VM'et

Der er en smule færre lokale respondenter i post-event undersøgelsen, der oplevede en positiv påvirkning af atmosfæren i byen pga. VM'et, end de udtrykte forventninger om i pre-event undersøgelsen.

Oplevelse af VM'ets betydning for byens økonomi

Der er relativt færre lokale respondenter i post-event undersøgelsen, der finder at VM'et har påvirket byens økonomi positivt, end de udtrykte forventninger om i pre-event undersøgelsen.

Alt i alt

Det ses således, at *de negative forventninger til visse aspekter, som de lokale respondenter i pre-event undersøgelsen havde, er blevet gjort til skamme. Omvendt ses det også, at de positive forventninger de havde til andre aspekter, ikke helt er blevet opfyldt*, om end målingene i post-event undersøgelsen stadig er meget positive.

Resultatet i pre- og post-event undersøgelsen blandt lokalbefolkningen bør ses i lyset af, at VM idrætsgymnastik som tidligere nævnt ikke hører til blandt de mest udbredte og medieeksponerede idrætsdiscipliner i Danmark. Dette faktum gør en forskel i graden af entusiasme man kan forvente for event'en fra lokalbefolkningen. Sat op imod f.eks. et EM i fodbold i Danmark, har arrangørerne af VM idrætsgymnastik en langt hårdere opgave foran sig mht. at skabe interesse og engagement i værtsregionen.

Kap. 5. Cost Benefit Analyse

Da alle omkostninger og indtægter kan henføres til en kalenderperiode på ikke over 4 år, foretages ingen periodisering eller diskontering af effekter.

Det er som tidligere nævnt, og efter anbefaling fra Dr. E. Oldenboom, besluttet at splitte CBA-regnskabet op i forskellige konti, én for hver af de berørte interessenter i VM'et, f.eks. værtsregionen vs. staten. Herved muliggøres for hver enkelt interessent en vurdering af "om VM'et var en god forretning".

Der skal for hver enkelt interessentkonto generelt gøres følgende overvejelser (i det følgende med værtsregionen som eksempel), inden et CBA-regnskab kan udarbejdes og altid ud fra de følgende nøglekriterier om, at:

A) Der skal være tale om en injektion af ressourcer/midler *ude fra* (= uden for værtsregionen kommende). F.eks. midler fra Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark).

Og

B) Der skal være tale om *tilførsel* af ressourcer/midler til værtsregionen/Danmark *netop pga. VM'ets afholdelse i Århus*. Dvs., at den pågældende mængde penge-/ressourcer ikke ville have fundet anvendelse i værtsregionen/Danmark, også uden VM'et i byen, kaldet en 0-situation. F.eks. tæller det ikke, hvis en sponsor omdirigerer sine sponsormidler fra Århus Festuge til VM'et.

I bilag 10 gennemgås de nøglekriterier, der typisk skal tages under overvejelser ved udarbejdelsen af en CBA.

Nedenfor følger en gennemgang af nøglekriterierne på basis af VM idrætsgymnastik 2006.

Ad 5.1. – Tidshorisont

Hverveudgifterne for at få trukket VM'et til Danmark/Århus, som ligger flere år før selve afviklingen af VM'et, indgår i arrangørregnskabet og er medregnet i denne CBA i det omfang, de opfylder nøglekriterierne om:

A. dels at være udefra kommende ift. værtsregionen (og erlægges i værtsregionen-/øvrige Danmark)

og

B. ikke ville være udløst i en 0-situation, dvs. uden VM'et i Århus.

Der kan argumenteres for, at hverveudgifterne ikke skulle indgå eller kun indgå med 50%, idet hverveudgifterne ville have været der under alle omstændigheder, også selvom VM'et *ikke* var gået til Danmark. Den ene løsning kan være lige så plausibel som den anden.

Ud over udgifter til hvervning er pre-event-udgifter til opgradering af konkurrencearenaen medregnet, f.eks. udgifter til podier, brandsikring mv., da de indgår i arrangementsregnskabet.

Inkluderet er også et forstævne til VM'et, som DGF var vært for, kaldet World Class Competition. Inkluderet er derimod ikke trænings- og besigtigelsesophold forud for VM'et (på de enkelte deltagernationers egen regning).

Pre-event- og/eller post-event-indtægter som f.eks. VM-gæsternes tilkoblede ferie i Danmark i tilknytning til selve VM-opholdet er værdisat og medregnet. Derimod er et evt. genbesøg ikke medregnet. Medregnet er desuden de udgifter til nærværende undersøgelse, der er afholdt af Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) i værtsregionen, f.eks. aflønning af lokalt interviewerkorps.

Ad 5.2. – Fortrængningseffekt

Fortrængningseffekten belyser værdien af den fortrængte mængde "almindelige turister" på indkvarteringsstederne, som VM'et fortrænger ift. en normal uge 42 i Århus:

Vi ved ud fra stikprøven (samt et skøn på antal nætter fra danske atleter og ledere), at VM'et skabte 20.717 hotelovernatninger i Århus Amt.

Vi ved også fra statistik fra VisitAarhus, at der var 19.013 flere overnatninger (på hoteller med mindst 40 senge i Århus Amt) i oktober 2006 sammenlignet med oktober 2005, nemlig forskellen imellem 95.102 nætter og 76.089. Og at denne stigning ifg. VisitAarhus "givetvis skyldes VM'et", dvs. der er ikke anden åbenlys påviselig årsag. Denne tendens underbygges endvidere af overnatningstallene fra VisitAarhus specifikt for Århus.

Imidlertid kan man spørge sig selv, hvad hotelbelægningen ville have været i uge 42/2006 uden VM'et, altså om der ville være sket en naturlig generel udvikling den ene eller anden vej. Skeles til stigningen jan-okt. 2006 på landsplan ift. tilsvarende periode i 2005, kan der konstateres en stigningstakst på +2,9% (kilde: VisitAarhus).

Denne stigningstakst lægges derfor ind og giver et antal overnatninger på 78.296. Den reelle stigning pga. VM'et bliver alt andet lige herefter 95.102 nætter minus 78.296 nætter = 16.806 nætter.

Med andre ord er *fortrængningseffekten i hotelsektoren* i Århus Amt (hoteller med min. 40 senge) alt andet lige 20.717 - 16.806 nætter = 3.911 nætter.

Det har ikke været muligt at beregne evt. fortrængningseffekt på øvrige overnatningsformer, men disse skønnes at være begrænsede, bl.a. i lyset af, at 47% af de inter-regionale tilskuere og ledsagere overnatter privat.

Ad 5.3. – Offeromkostninger

Offeromkostningerne ved VM'et er først og fremmest værdien af den fortrængning, der har fundet sted på indkvarteringsstederne i værtsregionen. Nemlig 3.911 hotelovernatninger fra "fortrængte turister" som følge af VM'et.

Kun forskellen mellem den målte VM-bruttoværditilvækst (BVT) og den fortrængte BVT skal medregnes på "positivsiden" af kontoen. Den fortrængte turismeomsætning beregnes ud fra det gennemsnitlige døgnforbrug, der er konstateret ved Visit-Denmarks Tøbbe-målinger af turister i Danmark med "særlig begivenhed" som motiv for deres besøg her, nemlig kr. 1.128 kr. Dette giver i første omgang en fortrængt turismeomsætning på kr. 4,4 mio. og efterfølgende en BVT på knap 2,2 mio. kr., hvis man bruger BVT'en på 49%, jfr. bemærkninger til tabel 1 under afsnit 1.11.).

Men også fortrængningseffekten på konkurrencestedet NRGi Arena skal med i opgørelsen. Udgiften til leje af NRGi Arena beløb sig til kr. 700.000. Denne pris kan ikke nødvendigvis betragtes som den egentlige omkostning, da den er ekstra favorabel pga. forpagtningsaftalen mellem Århus Elite, NRGi Arena og Århus Kommune jfr. nedenstående.

I forpagtningsaftalen har Århus Kommune ret til at leje arenaen til en pris ca. 40% under listepriisen. Dermed er den reelle omkostning forbundet med beslaglæggelsen af NRGi Arena til VM'et 1,1 mio., altså en offeromkostning på differencen mellem 1,1 mio. og kr. 700.000 = 400.000, som er det beløb, der kunne være indkasseret ekstra ved anvendelse af arenaen til andre formål.

I opgørelsen af, om det er de 700.000 kr. eller de 1,1 mio. kr., der skal figurere i nærværende CBA, ligger følgende overvejelser til grund; Det skønnes ikke realistisk at leje hele NRGi Park ud til anden side til 1,1 mio., havde det ikke været for VM'et. Sandsynligheden taler nærmere for, at 1) dele af anlægget være blevet lejet ud og resten stå tomt 2) og skulle det endelig ske, at en anden lejer havde lagt beslag på hele anlægget, ville sandsynligheden for, at han ville skulle betale fuld pris 1,1 mio. kr. være lavere end sandsynligheden for at han ikke ville komme til det.

Med dette in mente indeholder nærværende CBA kun den reelle lejeudgift kr. 700.000.

Der er også offeromkostninger forbundet med den byrde, der påhviler de berørte forvaltninger i Århus Kommune som følge af VM'et i form af arbejdskraft og materialer, der kunne have været brugt til anden side i tilfældet af en 0-situation. F.eks. udgifter til op- og nedtagning af plakater ved 8 indfaldsveje og gratis adgang til markedsføring i Århus Sporveje samt flagning og opsætning af flagstænger. Disse ydelser er skønnet til en værdi af ca. 150.000 kr.

Sidst men ikke mindst er der offeromkostninger forbundet med, at DGF og Sport Aarhus Events (og i mindre grad Idrætsfonden Danmark, nu Sport Event Danmark)) anvender en vis del lønnede, personalemæssige ressourcer på VM'et, der går fra andre opgaver og aktiviteter. Disse offeromkostninger er opgjort til hhv. kr. 220.000 og kr. 350.000.

Ad 5.4. – Betalingsvillighed

Betalingsvilligheden blandt borgerne i værtsregionen ved dette VM er målt i form af deres pre- og post-eventattitude over for en lang række aspekter forbundet med Århus' værtskab af VM idrætsgymnastik. Men også Århus' rolle som aktiv værtsby for større internationale sportsevents i det hele taget, finansieringen af disse, om de er stolte over Århus' positiv som aktiv værtsby, om de husker hvilke events, Århus har huset og skal huse fremover, samt de personlige fordele og ulemper, lokalbefolkningen oplever som værende forbundet med værtskabet af VM idrætsgymnastik og sportsevents i det hele taget (se bilag 7) er også målt.

Der er også spurgt ind til, om de, der valgte at indløse billet til VM'et, fandt, at de fik en god oplevelse ud af det. Disse borgere er imidlertid ikke blevet bedt om at værdisætte oplevelsen (ift. den betalte pris), hvorfor betalingsvillighedsmålingen (og værdisætningen) i nærværende rapport kun indbefatter "pre-og posteventaspektet".

Ad 5.5. – Tilbageholdt turismeomsætning

F.eks. VM atleter og ledere, der med sikkerhed ville være rejst ud til VM'et, hvis værtsbyen/-landet havde været et andet og således have bragt omsætning med sig ud af værtsregionen/-landet. DGF har oplyst, at en danske delegation på forventeligt 10 atleter og ledere ville have forladt landet for at deltage i et VM på fremmed grund i anslået 10 døgn.

Der er desuden foretaget en direkte måling, både på interregionalt plan af, hvor mange interregionale tilskuere, der ville have forladt landet i uge 42 under normale omstændigheder og på lokalt plan, hvor mange lokale tilskuere, der ville have forladt landet og-/eller værtsregionen; herunder ikke mindst hvis VM'et havde været afholdt andetsteds. Se beregning i CBA-regnskabet "værtsregion, øvr. interessenter" og "værtsnation, øvr. interessenter" baseret på oplysninger fra DGF.

Ad 5.6. – Turismeomsætning der løkker

F.eks. århusianere, der flygter fra værtsregionen pga. de mange VM-gæsters tilstedeværelse. Der er ikke foretaget en direkte måling heraf, men indirekte indikerer svarene fra lokalbefolkningen i pre- og postevents undersøgelsen, at VM'et ikke synes af et omfang og en karakter, der "skræmmer nogen bort".

Ad 5.7. – Lokales evt. merforbrug

En direkte måling af, om de lokale borgere mener at have haft et højere forbrug i værtsregionen ift. en ganske almindelig dag i uge 42 er foretaget. Det kan herefter konstateres, at VM'et på ingen måde medførte et sådan øget forbrug, snarere tværtom.

Ad 5.8. – Repræsentativt dags/-døgnforbrug

Der blev foretaget en generel måling blandt samtlige respondenter (excl. lokale, se pkt. 7) af, om de mente, at deres forbrug på interviewdagen var repræsentativt for en gennemsnitsdag i uge 42 i Århus. Hvor dette ikke var tilfældet, er der vægtet herfor.

Ad 5.9. – Lækager

Den import af varer og tjenesteydelser, der har været til det forbrug, som VM'et har skabt, er modregnet i turismeomsætningen. Dette fradrag ligger implicit i de input/output-tabeller fra Danmarks Statistik, som ligger til grund for LINE-modellen. Det samme gælder moms, afgifter og skat til den offentlige sektor, hvorefter BruttoVærdi-Tilvæksten fremkommer.

Der er i tilfældet VM idrætsgymnastik ikke andre lækager at tage højde for i CBA'en, bortset fra som tidligere nævnt kommunernes udligningsordninger, der ikke er indregnet.

Ad 5.10. – Inflation

Et forhold, der menes at være begrænset her ved det, at der er udarbejdet aftaler med indkvarteringsstederne lang tid i forvejen, på et tidspunkt hvor indkvarteringsstederne ikke har kunnet være sikre på, at de også uden VM'et ville få fuld belægning i hele arrangementsperioden.

Ad 5.11. – Event'en som primære formål med besøget

Den kendsgerning, at respondenterne interviewes ved indgangen eller inde i NRGi Arena er en stærk indikator for, at respondenterne netop/hovedsagelig er i Århus pga. VM'et.

I modsætning til, hvis man havde truffet dem i midtbyen tilfældigt på gaden. Men her ud over er respondenterne blevet adspurgt direkte og siden screenet.

Ad 5.12. – Arrangementsregnskab - VM idrætsgymnastik 2006

Med det officielle arrangementsregnskab i hånden kan de enkelte CBA-opgørelser opstilles med Århus Amt som værtsregion.

Nedenstående illustrerer, hvad der indledningsvist er gjort opmærksom på i nærværende rapport, nemlig at det, der er en udgift for A, er en indtægt for B. F.eks. er Idrætsfonden Danmarks (nu Sport Event Danmarks) udgifter i Århus ifm. tilstedeblivelsen af nærværende undersøgelse indtægtsført i Århus men udgiftsført i øvrige Danmark. Samlet set vil nettoindvirkningen på Danmark imidlertid være 0. En undtagelse fra princippet om, at det der er en udgift for A, er en indtægt for B, er ikke-finansielle effekter som eksempelvis PR-værdi og offeromkostninger.

DGF's uofficielle stævnerregnskab lyder i skrivende stund på et overskud på kr. 64.000 ud fra en bruttoindtægtsside på ca. 19 mio. kr., dvs. incl. indkvarteringsregnskabet.

Stævnerregnskabet muliggør ikke i dets nuværende form en decifring af hver enkelt udgiftspost for at se, om den er afholdt i eller uden for værtsregionen, hvilket ville være den optimale løsning for nærværende CBA-opgørelse.

DGFs generalsekretær Søren Büchmann Petersen vurderer imidlertid, at 2/3 af nettoarrangementsudgifterne¹² er lagt i værtsregionen, svarende til ca. 4,5 mio., mens de resterende 1/3, svarende til 2,2 mio. kr., er lagt i øvrige Danmark. Med andre ord; ser vi på hvor stor en andel af bruttoarrangementsudgifterne, der er lagt i værtsregionen, når vi til i alt 16,8 mio. kr. (=88% af ca. 19 mio. kr.).

Som det vil kunne udledes af de følgende CBA-konti, udgør slutresultatet for værtsregionen som helhed, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden: +22.581.212 kr. (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +30.219.462 kr. (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter): Dette resultat kan afkodes ved at lægge sub-totalerne fra hhv. "værtsregionen – offentlig sektor" og "værtsregionen – øvrige interessenter" sammen.

Slutresultatet for øvrige Danmark, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden, udgør +17.531.000 (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +18.461.000 (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter): Dette resultat kan afkodes ved at lægge sub-totalerne fra hhv. "øvrige Danmark – offentlig sektor" og "øvrige Danmark – øvrige interessenter" sammen.

Slutresultatet for nationen Danmark som værtsland for VM'et, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden, bliver således +40.112.212 kr. (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +48.680.462 kr. (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter):

¹² dvs. excl. indkvarteringsudgifterne "fortæring og ophold" på 10,3 mio. kr. og eksternt billetkøb kr. 2 mio., som er medregnet andetsteds i CBA-regnskabet som en gevinst for værtsregionen. Posterne indgår som bekendt i det forbrug, de eksterne VM-gæster har oplyst i effektmålingen, at de har haft i værtsregionen, og som derfor ikke skal tælle med to gange

Offentlig sektor - værtsregion - CBA - (kr.)

Beskrivelse	Offentlig sektor	Uddybning
Direkte tilskud fra Århus Kommune (ÅK) til DGF	-1.500.000	
Tilskud til synliggørelse (ÅK)	- 250.000	
Bekostning af undervisningsmateriale, skoleforvaltn. (ÅK)	- 60.000	
Bekostning af afsluttende banket (ÅK)	- 150.000	
Direkte tilskud fra Århus Amt	- 700.000	
Skatteprovenu (fra effektanalysens udenlandske turismeomsætning og den efterfølgende multiplikatorproces)	+2.200.000	Se kap. 1.11 Resultater - hårde data, tabel 1, afledte effekter.
Modregning af skatteprovenu pga. fortrængningseffekt (fortrængt turismeomsætning 4,4 mio. kr.)	- 236.100	Udregnet således: 4,4 mio. kr. svarer til 10,7% af turismeomsætningen i Århus Amt på 41 mio. kr., som gav et samlet off. provenu til værtsregionen på 2,2 mio. kr. Provenuet fra de 4,4 mio. kr. udgør således 10,7% af de 2,2 mio. kr.= kr. 236.100 (igen svarende til et provenu på 5% af de 4,4 mio. kr.). Se også "ad 5.3. - kap. 5. Cost Benefit Analyse".
Skatteprovenu fra forskydningseffekten	+50.000	Udregnet således: 5% (jfr. lige ovenfor) af kr. 1.000.000 i BVT. Se også "værtsregion - CBA-øvr. interessenter".
Skatteprovenu fra den del af arrangementudgifterne, der er lagt i værtsregionen, modregnet de udgifter, der allerede er talt med andetsteds	0	Udregnet således: 2/3 af nettoarrangementsregnskabet på 6,7 mio. kr. =4,5 mio. kr. Men da de direkte tilskud fra Århus Kommune og Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) udgør tilsammen knap 4,4 mio. kr. (2,7 + 1,7), kommer vi under bagatelgrænsen på kr. 50.000 i skatteprovenu her. Se også "øvr. Interessenter - værtsregion".
Beskæftigelse, 50 årsværk, minus beskæftigelseseffekten fra fortrængt turismeomsætning (4,4 mio. kr.), 5 årsværk	45 årsværk	50 årsvæk - 5 årsværk. Det kan ikke dokumenteres, hvor mange flere, der reelt kommer i arbejde pga. VM'et, og hvor mange heraf der er tidligere kon-tanthjælpsmodtagere hhv. arbejdsløse på dagpenge. En del af de skabte årsværk vil være allerede beskæftigede, der løber hurtigere, og/-eller frivillige ulønnede arbejdere. I LINE-modellen ligger, at halvdelen af den skabte beskæftigelse medfører ansættelse af ny arbejdskraft. Dette kan dog være en overvurdering af beskæftigelseseffekten i tider med meget lav arbejdsløshed som i Danmark.
Subtotal før ikke-finansielle udg./ indtægter	- 646.100	

<i>Ikke-finansielle indtægter:</i>		
Medieværdi, tv-eksponering	+2.350.000	Det kan diskuteres, om beløbet skal figurere her eller under "værtsregion - øvr. interessenter". Se desuden yderligere tv-medieværdi under "øvr. DK. - CBA - offentlig sektor" (hvor øvrige 2,35 mio. kr. figurerer, således at tv-medieværdien jfr, kap. 2 på 4,7 mio. kr. nås).
Medieværdi, nationale trykte medier	+2.074.000	Jfr. målingen fra Infopac kap. 2.
Knowhow og erfaringer fra værtskabet af VM'et	+	men ikke værdisat
Lokale borgeres betalingsvilligheds-overskud	+2.994.250	jfr. pre- og post-eventundersøgelsen. Det kan diskuteres, om posten hører til her eller under "værtsregionen - øvrige int."
Lokale frivillige hjælperes udlån af arbejdskraft til værtsbyen i anledning af VM'et	+	<p>Det kan diskuteres, om det beløb, denne arbejdskraft repræsenterer, nemlig 4,1 mio. kr (se beregning nedenfor) skal tælle med. Der er tale om arbejdskraft hentet både i og uden for gymnastiksportens rækker. Af forsigtighedsmæssige årsager er det besluttet ikke at medtælle beløbet, da den betalingsvillighed, lokalbefolkningen gav udtryk for i kap. 3, ses som et udtryk for, at de ikke betragter deres udlån af ulønnet arbejdskraft som et offer. Under alle omstændigheder er der tale om en omfordeling inden for værtsregionen; nemlig fra lokalbefolkningen til værtsbyen.</p> <p>Det må endvidere formodes, at de friv. hj. qua deres indsats opnår en vis kompetenceudvikling til eget bedste, og at denne styrkede kompetence tjener som modvægt til lokalbefolkningens "udlån af friv. arbejdskraft".</p> <p>Reelt er der tale om 550 pers. i gsn. 5 dage (anslået af arrangørerne) á kr. 1.500 (anslået af IFDK)= 4,1 mio. kr.</p>
Offeromkostninger DGFs midlertidige sekretariat i Århus	+220.000	Havde det ikke været for VM'et var denne arbejdskraft alt andet lige ikke henlagt til Århus. Den er beregnet til en værdi af kr. +220.000 baseret på info fra DGF.
Interregionale frivillige hjælperes arbejdskraft, dvs. går fra øvrige Danmark, hvor modposten er bogført, offeromk.	+1.200.000	<p>Reelt er der tale om 80 pers. i gsn. 10 dage á kr. 1.500 = 1,2 mio. kr. Både i og uden for gymnastiksportens rækker .</p> <p>Det må formodes, at de friv. hj. qua deres indsats opnår en vis kompetenceudvikling til eget bedste, og at denne styrkede kompetence bidrager positivt som modvægt til øvr. Danmarks "udlån af friv. arbejdskraft".</p>

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s personalemæssige ressourcer anvendt på VM'et, offeromk.		+	Ikke målt, men i høj grad indirekte arrangementsstøtte i form af rådgivning og udarbejdelse af CBA-dokumentation.
<i>Ikke-finansielle udgifter:</i>			
Eftergivet husleje for NRGi Arena (ÅK), offeromk.	- 700.000		Se evt. uddybning under pkt. 5.3
Offeromkostning ift. eftergivet husleje for NRGi Arena (ÅK)		-	Vurderet til 0, se forklaring under pkt. 5.3
Træk på Århus Kommunes forvaltninger, offeromkostn.	-150.000		Se evt. uddybning under pkt. 5.3. Skønnet af ÅK/Rambøll.
Træk på personaleressourcer i Sport Aarhus Events, offeromkostn.	-350.000		Do.
I alt regionalt offentlig sektor incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter	+6.992.150		

Øvrige interessenter - værtsregion - CBA - (kr.)

Beskrivelse	Turismesektor/ øvr. erhvervsliv/ lokalbefolkning	Uddybning
Den del af bruttoværditilvæksten fra turismeomsætningen på kr. 41 mio., der bliver i værtsregionen incl. ferietilkobling incl. eksterne gæsters entré	+ 20.000.000	Se også "øvr. Danmark - øvr. interessenter". Beløbet indbefatter både arrangementsudgifterne til eksterne VM atleter-/lederes overnatnings- og eksterne VM-gæsters billetforbrug, i alt ca. 12,2 mio. kr., hvorfor disse ikke tælles med andetsteds.
Fortrængningseffekt BVT ift. oprindelig turismeomsætning i værtsregionen	-2.161.688	Se også "ad 5.3. - kap. 5. Cost Benefit Analyse". Udregnet således: 3.911 nætter á 1.128 kr. =TO 4,4 mio. kr. x 0,49 (BVT 49%)
Forskydningseffekt; bruttoværditilvækst fra lokale tilskuere, atleter og ledere der ville være rejst til et VM andetsteds uden for værtsregionen, evt. udenlands	+ 1.000.000	Baseret på en konkret måling i effektanalysen hvad angår tilskuere og mediefolk samt info fra DGF (10 atleter-/ledere i 10 døgn), idet det forudsættes, at Danmark ville kvalificere sig til et VM udenlands.
Direkte tilskud fra Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)	+ 1.664.000	Medvirkende til at afhjælpe arrangementsudgifter i værtsregionen.
Direkte tilskud fra Århus Kommune og Århus Amt	+ 2.660.000	Medvirkende til at afhjælpe arrangementsudgifter i værtsregionen.

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s CBA-udgifter (de der er afholdt i Århus), f.eks. aflønning af lokalt interviewerkorps til at udføre den spørgeskemaundersøgelse, der ligger til grund for nærværende CBA.	+ 65.000	Rambøll/Århus' køb af presseomtaleværdimåling i København <50000 kr. og derfor ikke med, men var beløbet over kr. 50.000 ville det have figureret som et minus for værtsregionen og et plus for øvrige Danmark. Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s køb af tv-eksponeringsmedieværdimåling beløber sig ganske vist til >50.000 kr., men størstedelen af honoraret er lagt uden for Danmarks grænser og er derfor ikke med.
Lokale borgeres evt. merforbrug som følge af VM'et i deres by	+	Målt, men ikke konstateret noget merforbrug jfr. konkret måling i effektanalysen samt pkt. 7 under CBA'en.
Sub-total værtsregionen øvr. interesser før ikke-finansielle indtægter/udg.:	+23.227.312	
<i>Ikke-finansielle indtægter:</i>		
Knowhow og erfaringer fra værtskabet af VM'et	+	Ikke værdisat
Lokal stolthed	+	Ikke værdisat, men afspejles i betalingsvillighedsmålingen i kap. 3 pre-/posteventundersøgelsen, se "værtsregionen - CBA - off. sektor".
Lokale sponsorer, branding	+	Da det formodes, at disse jfr. tidligere omtale blot omdirigerer sponsormidler lokalt.
Medieværdi, tv-eksponering	+	Se "værtsregionen - CBA - off. sektor". Tæller kun med én gang
<i>Ikke-finansielle udgifter:</i>		
Lokale frivillige hjælperes udlån af arbejdskraft til værtsbyen	-	Det kan diskuteres, om det beløb, denne arbejdskraft repræsenterer, nemlig 4,1 mio. kr. (se beregning nedenfor) skal tælle med. Der er tale om arbejdskraft hentet både i og uden for gymnastiksportens rækker. Af forsigtighedsmæssige årsager er det besluttet ikke at medtælle beløbet, da det formodes, at de friv. hj. qua deres indsats opnår en vis kompetenceudvikling til eget bedste, og at denne styrkede kompetence tjener som modvægt til lokalbefolkningens "udlån af friv. arbejdskraft". Desuden er der blot tale om en omfordeling af lokal arbejdskraft fra lokalbefolkningen til værtsbyen. Reelt er der tale om 550 pers. i gsn. 5 dage á kr. 1.500 = 4,1 mio. kr.

Gener for lokale borgere	./.	Jfr. betalingsvillighedsmålingen i pre- og posteventundersøgelsen kap. 3, afspejler ingen gener for lokalbefolkningen
I alt øvrige interessenter værtsregionen	+23.227.312	

Offentlig sektor - værtsnation – CBA – (kr.)

Beskrivelse	Offentlig sektor	Uddybning
Direkte tilskud fra Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)	- 1.664.000	Modposten til tilskuddet svarer til en del af finansieringen af de arrangementsudgifter, som er afholdt i værtsregionen og findes derfor på +-siden af CBA-regnskabet for øvr. interessenter i værtsregionen.
Underskudsgaranti fra do.	0	Blev ikke udløst/aktuel
Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s CBA	- 65.000	Bl.a. lønninger til lokalt interviewer-korps.
Indkomstkatteprovenu fra forskydningseffekten forklaret under "værtsnation – øvr. interessenter", til stat, amter og kommuner	+ 50.000	Ved at en del af de interregionale tilskudere, atleter og ledere i tilfældet et VM udenlands ville være rejst efter det. 5% af kr. 1 mio. Se felt 7 under "offentlig sektor – værtsregion" mht. fastlæggelse af størrelsen "5%".
Indkomstkatteprovenu fra udenlandske ferienætter uden for værtsregionen til stat, amter og kommuner	+ 250.000	Jfr. effektanalysen
Indkomstkatteprovenue af DGF-forbruget uden for værtsregionen på 2,2 mio. kr. til stat, amter og kommuner	+ 110.000	5% af kr. 2,2 mio., som er den andel af nettoarrangementsudgifterne, som er afholdt uden for værtsregionen. Se også felt 7 under "offentlig sektor – værtsregion" mht. fastlæggelse af størrelsen "5%". Idet det antages, at indkomstskatteniveauet af det forbrug følger niveauet for VM-gæsternes forbrug i effektmålingen. Derimod er der ikke medregnet moms og afgifter, da usikkerheden er for stor (kender ikke til om de købte ydelser/varer er afgiftsbelagte og i hvilket omfang).
Indkomstskatter, moms og afgifter som følge af øget udenlandsk turismeomsætning/multiplikatorprocessen (til staten)	+12.050.000	Heraf er langt størstedelen moms og afgifter, jfr. effektanalysen.
Beskæftigelse som følge af øget udenlandsk turismeomsætning-/multiplikatorprocessen	14 årsværk	Det kan ikke dokumenteres, hvor mange flere, der reelt kommer i arbejde pga. VM'et og multiplikatorprocessen. En del af de skabte årsværk vil være allerede beskæftigede, der blot løber

		hurtigere, og/eller frivillige ulønnede arbejdere. I LINE-modellen ligger implicit, at halvdelen af den skabte beskæftigelse medfører ansættelse af ny arbejdskraft men det kan være en overvurdering i tilfælde af meget lav ledighed som i Danmark.
Sub-total offentlig sektor øvrige Danmark, før ikke-finansielle indtægter/udg.	+10.731.000	
<i>Ikke finansielle indtægter:</i>		
Do. kompetenceudvikling	+	Ikke værdisat
Medieværdi (trykte medier)	+	Kun effekt på værtsregionen, da målingen ikke er foretaget internationalt og derfor kun har effekt på regionalt plan
Medieværdi (tv-eksponering 14 markeder)	+ 2.350.000	Det kan diskuteres, om posten her skal figurere under "værtsnation – CBA- øvr. interessenter" i stedet. Se også under værtsregion – CBA-off. sektor".
Øget knowhow i DGF, Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) m.fl.	+	Ikke målt
National stolthed	+	ikke målt
<i>Ikke-finansielle udgifter:</i>		
Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s personalemæssige ressourcer anvendt på VM'et, offeromk.	./.	Ikke målt, men i høj grad indirekte arrangementsstøtte i form af rådgivning og udarbejdelse af CBA-dokumentation.
DGFs træk på daglige sekretariat i Brøndby, offeromk.	- 220.000	Udregnet på basis af info fra DGF.
I alt offentlig sektor øvrige Danmark incl. ikke-finansielle indtægter/udg.	+12.861.000	

Øvrige interessenter - øvrige Danmark – CBA – (kr.)

Beskrivelse	Turismesektor/ øvr.erhvervsliv og lokalbefolkn.	Uddybning
Underskudsgaranti fra do.	0	Blev ikke udløst. Men kr. 600.000 var bevilget af Idrætsfonden Danmark og ville være gået til at afhjælpe arrangementsudgifter uden for værtsregionen.
DGF-merforbrug lagt uden for værtsregionen, 2,2 mio. kr.	+ 2.200.000	Beregnet således: 1/3 af nettoarrangementsregnskabet på kr. 6,7 mio. kr. er ifg. DGF skønnet lagt i øvrige

		Danmark = 2,2 mio.kr. Det antages, at dette merforbrug er finansieret af midler fra partnere udenfor værtsregionen, hvorfor modposten ./ 2,2 mio. ses nedenfor. Nulsummen for Danmark er dermed 0.
Midler fra øvrige Danmark (f.eks. eksterne sponsorer) tilført DGF til at dække arrangementsudgifter uden for værtsregionen.	./ 2.200.000	Se forklaring ovenfor.
Bruttoværditilvækst fra udenlandsk VM-forbrug uden for værtsregionen samt fra tilkøbet ferie	+ 5.800.000	49% af udenlandsk turismeomsætning i øvrige Danmark. Der er ikke modregnet fortrængningseffekt her, idet den vurderes at være nærmest ikke-eksisterende. Se effektanalysen.
Forskydningseffekt; bruttoværditilvækst fra danske udenbys tilskuere, atleter og ledere der ville være rejst udenlands til et VM andetsteds	+1.000.000	Århusianere er behandlet under værtsregion.
Øvrige Danmark – øvr. interessenter før ikke-finansielle indtægter og udgifter.:	+6.800.000	
<i>Ikke-finansielle indtægter:</i>		
Interregionale sponsoreffekter, branding mv. (opmærksomhed, image mv.)	0	Da det formodes, at alternativ sponsering ville have givet lignende effekter.
<i>Ikke-finansielle udgifter:</i>		
Interregionale frivillige hjælpere udlån af arbejdskraft til Århus ifm. VM'et, offeromk.	-1.200.000	Da det formodes, at disse ville have anvendt deres arbejdskraft uden for Århus Amt uden et VM og øvr. DK derfor mister denne arbejdskraft i VM-perioden
I alt øvrige interessenter, øvrige Danmark	+5.600.000	

Kap. 6. - Resumé:

Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark) har gennemført en række pre-event, post-event og on site-interviewundersøgelser ved VM i idrætsgymnastik 2006 i uge 42 i NRGi Arena for at sandsynliggøre, om "værtskabet var det hele værd". Et repræsentativt udsnit af såvel lokalbefolkningen som af VM-gæsterne i NRGi Arena har fået en mulighed for at komme til orde og give deres uforbeholdne mening tilkende om en række områder knyttet til værtskabet.

Fokus i nærværende rapport er lagt på *nettoindvirkningen af VM'et for værtsregionen*, dvs. - på eventtidspunkt - Århus Amt og dets indbyggere. Altså om VM-værtskabet var en god investering.

6.1.Pre- og post-eventundersøgelsen

Undersøgelsen dokumenterer en stor lokal opbakning blandt den "almindelig århusianer" til Århus' værtskab af større internationale sportsevents generelt og konkret til VM i idrætsgymnastik, på trods af at idrætsgymnastik på ingen måde er en særlig udbredt og medieeksponeret idrætsdisciplin i Danmark. Bl.a. lykkedes det arrangørerne at rekruttere 550 lokale frivillige hjælpere til VM'ets gennemførelse, og værdien af deres arbejdskraft er opgjort til 4,1 mio. kr.

De negative forventninger til visse aspekter af værtskabet, som de lokale respondenter i pre-event-undersøgelsen havde, blev gjort til skamme i post-event-undersøgelsen. Omvendt ses det også, at de positive forventninger århusianerne havde til andre aspekter af værtskabet forud for VM'et, ikke helt blev opfyldt, om end målingerne i post-event undersøgelsen stadig er *meget* positive.

Selv når der sættes kr. og øre på lokalbefolkningens holdning til, at der er investeret offentlige regionale midler i værtskabet af VM idrætsgymnastik (og andre store internationale sportsevents i Århus regionen), er resultatet positivt. Med andre ord eksisterer der en betalingsvillighed, der langt overstiger det bidrag til VM-værtskabet, som lokalbefolkningen indirekte via skatten har ydet. Det "betalingsvillighedsoverskud" (consumer surplus), som kan påvises i pre- og post-event undersøgelsen, beløber sig til små 3 mio. kr. for det konkrete VM.

6.2.Effektanalysen

Den udvidede effektanalyse dokumenterer følgende hhv. bløde og hårde værdier:

Bløde værdier:

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

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

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

Tilskuere/ledsagere

Samlet set var der flest kvinder i stikprøven og flest tilskuere set under ét imellem 25 og 49 år.

Det samlede billetsalg til tilskuere var på ca. 28.000 stk. (partoutkort omregnet til dagsbilletter), og disse billetter blev aftaget af 7.850 unikke tilskuere, dvs. "forskellige hoveder". Dvs. at én tilskuer i gennemsnit købte billet til 3,6 VM-konkurrencer/dage.

Hovedparten af de interregionale danske tilskuere, der havde associationer til værtsregionen på forhånd, forbinder Århus Amt med kultur. De relativt få udenlandske tilskuere, der følte sig i stand til at besvare spørgsmålet, svarede primært "sport" og "historie".

21% af de interregionale tilskuere var dagsturister, dvs. at de kørte til og fra VM'et og ingen overnatninger uden for eget hjem havde pga. VM'et. Ingen af de udenlandske tilskuere var dagsturister

Alle overnattende danske og udenlandske tilskuere overnattede i værtsregionen ifm. VM'et, og størstedelen i selve Århus.

VM'et generede 10.581 overnatninger i værtsregionen fra udenlandske tilskuere excl. ferienætter samt 10.136 overnatninger og 669 dagsbesøg fra interregionale tilskuere. (Af disse i alt 20.717 overnatninger var 13.726 kommercielle). Dertil kommer hhv. 1.352 og 778 ferienætter.

Flest danske tilskuere overnattede privat under deres VM-besøg (46%) og flest udenlandske på hotel (47%).

Der ser ikke ud til, at VM'et medfører et merforbrug for de lokale tilskueres vedkommende.

34% af de interregionale tilskuere foretog udflugter ifm. VM'et. Det tilsvarende tal for udenlandske tilskuere var 56%. For begge grupper vedkommende var Den Gamle By lokomotivet, især for de interregionale tilskueres vedkommende.

Både de interregionale og udenlandske tilskuere koblede ferienætter på, nemlig hhv. 28% og 29% af VM-gæsterne. Til sammenligning koblede 16% af tilskuerne ved VM fodbold 2006 i Tyskland ferie på deres fodboldophold.

De danske tilskuere ankom overvejende til NRGi Arena som familie med børn under 15 år, medens de udenlandske primært var i rejseselskab med venner.

Den mest udbredte bekendtskabskanal for begge grupper vedkommende var "via nationalt forbund/lokal gymnastikforening".

Et flertal af de udenlandske VM-gæster, nemlig hele 67%, blev bekendt med, at VM'et skulle afholdes, minimum 7 måneder i forvejen.

40% af de udenlandske VM-gæster besluttede at overvære VM'et i Århus med en relativt lang tidshorisont, dvs. minimum 7 mdr. i forvejen.

Der var 37% danske tilskuere, der blev bekendt med VM'et minimum 7 mdr. før VM-starten, og næsten lige så mange, nemlig 36%, besluttede at købe billet til VM'et med lige så lang tidsfrist (det kan ikke påvises, om det er de samme personer, der er tale om). Omvendt var der en hel del, nemlig 20%, der først traf købsbeslutning om billetter så sent som <1 uge op til VM'ets start.

De fleste danske tilskueres tilhørsforhold til gymnastiksporten (nemlig 43%) er "eget medlemskab eller tidligere medlemskab af en gymnastikforening", efterfulgt af 31%, der angav "almen interesse". De tilsvarende tal for udenlandske tilskuere var 42% og 21%. Der var således især blandt de danske tilskuere en relativt stor "almen interesse".

Specifikt for udenlandske tilskuere gjaldt det, at for 42% af dem var det deres første besøg i Danmark. 58% havde været her før.

For de udenlandske tilskueres vedkommende, der havde været i Danmark før, var hovedårsagen til deres førstegangsbesøg primært "explore the country as a leisure-+ /holiday tourist" (her faldt 39% af svarene). Tæt fulgt af 36% svar på "to participate in or watch a major international sports event".

De udenlandske tilskueres forhåndsassociationer til Danmark bestod primært af "natural beauty" (her faldt 17% af svarene), næstflest svar, nemlig 12%, faldt på "relaxed atmosphere".

25% af de udenlandske tilskuere havde haft Århus inde i overvejelserne som muligt besøgs mål eller turistdestination, før VM'et bragte dem dertil. For Danmark i øvrigt er det tilsvarende tal 42%. Målingerne dækker kun de, der ikke havde været i hhv. Århus og Danmark før.

De udenlandske tilskuere, for hvem besøget til VM var et 1.gangsbesøg i Danmark, blev spurgt "do you see Denmark and the Danes in a different light now that you're here?". Et flertal, 58%, svarer nej. 32% svarer ja og 11% ved ikke.

Af de 32%, dvs. knap hver tredje respondent, der svarer ja til spørgsmålet, er de overvejende årsager: "more friendly" og "they're not all blond".

51% af de udenlandske tilskuere kunne godt tænke sig at komme tilbage værtsregionen, 71% kunne godt tænke sig at komme tilbage til Danmark som sådan.

Mht. evalueringen af NRGi Arena som konkurrencested er 92% af de danske tilskuere og 90% af de udenlandske tilskuere meget godt eller godt tilfredse. De tilsvarende tal mht. selve afviklingen af VM'et er 85% for danske tilskuere og ligeledes 85% for de udenlandske tilskuere.

På spørgsmålet om hvorvidt tilskuerne oplevede at få "value for money?" er ja-svarprocenterne hhv. 99% for danskerne og 92% for de udenlandske.

Atleter/ledere

Der er ikke målt på danske atleter og ledere, idet stikprøven var for lille.

79% af de udenlandske atleter/ledere havde ikke været i Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

36% af svarene fra de, der havde været her før, faldt på "to participate in or watch a major international sports event" efterfulgt af 27% svar på "job or education related activities".

Mht. hvilke associationer de udenlandske atleter og ledere fik, når talen faldt på Danmark, var der flest svar på "expensive", efterfulgt af "cold climate" og "sport".

De tilsvarende målinger for værtsregionen viser, at hele 41% af svarene falder på "don't know". Disse udenlandske atleter og ledere får altså ingen associationer, når de hører ordet "Århus". De fleste af de, der får associationer, nævner "events" "historie" og "sport".

Kun 7% af de udenlandske atleter/ledere allerede havde haft Århus inde i overvejelserne som muligt besøgsmaal eller turistdestination, før VM'et bragte dem dertil.

23% af de udenlandske atleter/ledere, der ikke havde været her før, havde overvejet at besøge Danmark, før VM'et bragte dem hertil.

31% af de udenlandske atleter og ledere, for hvem VM-besøget var deres 1. gangsbesøg i Danmark, svarede ja til, at de havde ændret syn på Danmark og danskerne efter VM-besøget. Begrundet med: more friendly and warmer than expected" og "mere regn", "not vikings", "very well, tidy country", "food not bad", "less disciplined", "normal European cool people".

Alle udenlandske atleter og ledere overnattede uden for eget hjem ifm. mesterskabet og mere end 9 ud af 10 i værtsregionen.

Der var flest udenlandske atleter/ledere, som havde 14 overnatninger i Århus Amt ifm. VM'et, nemlig 34%.

VM'et genererede 16.359 overnatninger i Århus Amt fra udenlandske atleter/ledere og 304 overnatninger fra danske atleter/ledere + hhv. 333 og 63 ferienætter.

Af disse overnatninger var 97% kommercielle overnatninger, dvs. 15.868, om end skoleovernatning kun kostede kr. 50 pr. pers. Resten, dvs. de 3% ikke-kommercielle overnatninger blev foretaget privat hos venner og familie.

Alle udenlandske atleter/ledere i stikprøven overnattede i værtsamtet, medens 96% overnattede i selve Århus.

VM-atleter/lederne, der overnattede i værtsregionen ifm. VM'et, havde hver i gennemsnit 13,8 overnatninger i værtsregionen inkl. tilkoblede feriedøgn.

Flest, nemlig 82%, af de overnattende atleter og ledere var indkvarteret på hotel.

Generelt var atleter og ledere ikke helt så tilfredse med VM'et afvikling og med NRGi Arena som tilskuere og ledsagere, bl.a. begrundet i, at de finder arenaen for lille til et VM.

Mht. "value for money?" svarede 60% ja ift. de hhv. 99% og 92% blandt danske og udenlandske tilskuere og ledsagere.

Kun 14% af atleter og ledere tilkoblede ferie ift. hhv. 28% af de danske tilskuere-/ledsagere og 29% af de udenlandske.

Udflugtsfrekvensen var også lavere end for tilskuere/ledsageres vedkommende, nemlig 31%.

32% af de udenlandske atleter og ledere kunne godt tænke sig at komme tilbage værtsregionen, 39% kunne godt tænke sig at komme tilbage til Danmark som sådan.

I det hele taget bekræfter denne undersøgelse tidligere undersøgelser af, at atleter og ledere på dette niveau er i værtsregionen/-landet for at kæmpe om medaljer/prestige og ikke for at "lege turist".

Hårde værdier:

VM idrætsgymnastik 2006 i Århus genererede en samlet turismeomsætning i Danmark på knap 44 mio. kr., heraf de 41 mio. kr. i værtsregionen. Af de knap 44 mio. kr. var 80% udenlandsk, og af de 41 mio. 78% udenlandsk. De 44 mio. kr. inkluderer tilkøbt ferie til VM-opholdet, der isoleret set beløber sig til godt kr. 5 mio.

Turismeomsætningen medførte qua multiplikatorprocessen en række afledte effekter på såvel værtsregionen som øvrige Danmark. Bl.a. en samlet bruttoværditilvækst på 25,8 mio. kr. og 64 årsværk. Samt et offentligt provenu på totalt set kr. 14,5 mio. kr., hvoraf alene 83% tilkom staten, medens selve værtsregionen løb med kr. 2,2 mio. kr. Se i øvrigt tabel 1 Udvidet effektanalyse – samfundsøkonomiske nøgletal.

Overnatningssektoren og forplejningssektoren tegner sig for 64% af den samlede turismeomsætning, men shoppingforbruget tegner sig for 13%, hvilket er relativt højt ift. Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s tidligere undersøgelser.

Det samme forhold gør sig gældende for forbrug på udflugter/entré med 16% af turismeomsætningen, der inkluderer VM-entréen.

Tilskuere og ledsagere tegner sig for en andelse større del af turismeomsætningen, nemlig 53%, hvorved man kan sige, at VM'et lige akkurat var tilskuerdrevet.

Der blev i alt lagt 42.380 overnatninger i Danmark ifm. VM'et, heraf 40.060 i Århus Amt og 2.320 i øvrige Danmark. Af de 42.380 overnatninger i Danmark var knap 32.000 kommercielle (=76%) og 26.940 var udenlandske (=knap 64%). 20.717 af de 32.000 kommercielle overnatninger var hotelovernatninger i Århus Amt.

De udenlandske overnattende VM-tilskuere havde det højeste gennemsnitlige døgnforbrug, nemlig 1.258 kr.

Gennemsnitsdøgnforbruget for *alle VM-gæster set under ét er kr. 1.016*, hvilket er i den højere ende ift. Idrætsfonden Danmark (nu Sport Event Danmark)s tidligere undersøgelser, også selvom der tages højde for pristalsregulering.

6.3. Medieværdimåling

Af bilag 8 fremgår tv-medieværdien af host broadcasterproduktionen fra DR1 på de enkelte markeder samt det baggrundsmateriale fra det internationale gymnastikforbund FIG, som ligger til grund for beregningerne. Værdien af evt. "egne produktioner", som deltagerlandene har lavet fra Århus, er således ikke inkluderet i nærværende måling.

Alt i alt genererer VM'et, som det ses af bilag 8, en samlet tv-medieværdi for Danmark på knap 4,7 mio. kr. på de 14 hovedmarkeder¹³ baseret på DR1 tv-produktionen (heraf de 4,5 mio. kr. på de udenlandske markeder). Medieværdien specifikt for hhv. værtsregionen og øvrige Danmark fremgår af CBA-regnskabet.

Går man bag om nøgletallene i bilag 8 kan man konstatere, at i Danmark har i gennemsnit 120.000-130.000 danskere set livereportagerne og 400-500.000 sportsnyhedsudsendelserne. I Kina alene har 19,3 mio. mennesker set livereportagerne, som man alt andet lige må formode har fat i de virkelig idrætsgymnastikinteresserede og ikke bare seere, der flasher forbi for at afvente nyt om David Beckhams seneste klubskitte.

Mht. medieværdien i trykte medier blev VM'et i Århus i løbet af en 3 ugers overvågningsperiode eksponeret i 214 artikler, hvoraf 97% var positive. Den samlede positive annonceværdi for arrangementet blev på godt 2,1 mio. kr., og omtalen blev eksponeret over for 52,5 mio. potentielle læsere.

Det har ikke været muligt at kvantificere værdien af omtale i de udenlandske trykte medier. Skønsmæssigt vurderes det, at hovedparten af omtalen refererer til nationale atleters præstationer og generelt sportslige resultater. Antallet af artikler, der behandler organisationen bag VM eller de afledte effekter for værtsregionen, synes at være meget begrænsede.

Interneteksponeringen af VM'et og dermed Århus har imidlertid været af et ikke ubetydeligt omfang. Der har været en anseelig trafik på øvrige Århus-sites som f.eks. Visit Aarhus' hjemmeside.

Ud over trafikken på arrangementswebsitet har tv-klip websitet youtube adskillige klip liggende med sekvenser fra VM'et. Klippene fokuserer primært på enkeltpræstationer, men der er også eksponering af bannere og gulvreklamer, hvor Århus synliggøres. En decideret måling er dog ikke foretaget.

Alt i alt blev den målte medieværdi af VM'et således ca. 7,5 mio. kr.

¹³ Medieværdimålingen omfatter 14 hovedmarkeder, nemlig: Tyskland, Frankrig, Norge, Spanien, Sverige, Japan, Holland, Schweiz, Island, UK, Polen, Italien, Kina, Finland og Danmark. Desværre har det ikke været muligt at indhente data fra USA.

6.4. Cost benefit analysen

Slutresultatet for værtsregionen som helhed, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden udgør +22.581.212 kr. (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +30.219.462 kr. (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter): Dette resultat kan afkodes ved at lægge sub-totalerne fra hhv. "værtsregionen – offentlig sektor" og "værtsregionen – øvrige interessenter" sammen.

Slutresultatet for øvrige Danmark, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden, udgør +17.531.000 (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +18.461.000 (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter): Dette resultat kan afkodes ved at lægge sub-totalerne fra hhv. "øvrige Danmark – offentlig sektor" og "øvrige Danmark – øvrige interessenter" sammen.

Slutresultatet for nationen Danmark som værtsland for VM'et, når "costs" og "benefits" er vejet op imod hinanden, bliver således +40.112.212 kr. (excl. ikke-finansielle indtægter og udgifter) og +48.680.462 kr. (incl. ikke-finansielle indtægter og udgifter):

Der tilkommer staten alene minimum 12,05 mio. kr., primært som følge af moms og afgifter, fra det forbrug de udenlandske VM-gæster har haft.

CBA-specifikationerne for de enkelte interessenter viser, at de to største enkeltvindere er staten (primært pga. provenuet fra moms og afgifter) samt værtsregionens turismesektor.

Denne tendens med staten og turismesektoren i værtsregionen som de største vindere bliver endnu klarere, hvis der tages højde for de ikke-finansielle offeromkostninger, der har været forbundet med at drive værtskabet igennem fra især Danmarks Gymnastik Forbunds side, men også fra Århus Kommunes side (i skikkelse af først og fremmest Sport Aarhus Events) og fra lokalbefolkningen i form af den frivillige ulønnede arbejdskraft, de har stillet til rådighed for VM'et.

Danmarks Gymnastik Forbund står tilbage med et mindre overskud på regnskabet (uofficielt og i skrivende stund på kr.+64.000), der skal ses i lyset af de mange tusinder af frivillige ulønnede timer, der i DGFs egne rækker har været lagt ifm. værtskabet og uden hvilke, værtskabet ikke lod sig gøre på forsvarlig vis. Idrætsgymnastik er som bekendt blot en af mange discipliner i gymnastikforbundet, der alle kæmper om de samme midler.

Bruttoværdien af den samlede frivillige arbejdskraft ifm. VM'et er skønnet at udgøre ca. 5,3 mio. kr. og omfatter både hjælpere fra DGFs egne rækker og ude fra.

På den anden side har Danmarks Gymnastik Forbund indhentet mange uvurderlige erfaringer internt til brug for kommende værtskaber af større internationale idrætsbegivenheder samt stor respekt fra det internationale gymnastikforbund FIG.

Bilag 1 – Line-modellen og multiplikator kredsløbet

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

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

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

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

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

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

Bilag 2 – Definitioner

Dagsturister:	de VM-gæster der kørte til og fra VM'et samme dag, og ingen ude-overnatninger havde ifm. VM'et
Kommerciel:	kræver betaling, f.eks. er privat indkvartering ikke kommercielle overnatninger
0-situation:	ift. en ganske almindelig situation, her uge 42, i Århus. Dvs. der sammenlignes i rapporten ikke med VM'et ift. f.eks. Århus Festuge eller en koncert, udstilling e.lign.
Multiplikatorprocess:	her; turismeomsætningen fra VM-gæsterne = deres forbrug pga. og i tilknytning til VM'et i Århus kickstarter et økonomisk kredsløb, fordi VM'et skaber efterspørgsel og beskæftigelse i primært turismesektoren men også hos underleverandører til denne. De ekstra personer, der derved kommer i arbejde eller tjener mere pga. overarbejde vil alt andet lige øge deres forbrug, der igen vil igangsætte et nyt kredsløb, indtil effekterne til slut ophører. Undervejs forsvinder der moms, skat og afgifter til det offentlige samt andre lækager, f.eks. opsparing, der ikke bidrager til forbrug.
Turismeomsætning: (TO)	Et udtryk for VM-gæsternes forbrug under deres ophold i Danmark.
Bruttoværditilvækst: (BVT)	Med turismeomsætning som udgangspunkt er bruttoværditilvæksten det, der bliver tilbage til aflønning og forrentning når lækager såsom skatter, afgifter og import er fratrukket turismeomsætningen.
Årsværk:	1 mandeår, dvs. at den arbejdskraft der skabes af VM'et er omregnet til hele årsværk. Et VM beskæftiger mange personer i en relativt begrænset periode.
Ratings:	Seertal (tv)
Cumulated audience:	Totale antal seere, MEN én seer kan godt optræde adskillige gange, så der er ikke tale om "forskellige individer"
Fortrængningseffekt	Det at VM-gæsterne fortrænger andre almindelige turister i byen i den periode, VM'et beslaglægger hoteller mv.

BILAG 3 – Stikprøve vs. totalpopulation

Stikprøve

347 udenlandske svar (=2/3)

166 danske svar (=1/3)

513 svar i alt

<u>Aktørgruppe</u>	<u>DK</u>	<u>Udenlandske</u>	<u>I alt</u>
Tilskuere/ledsagere	136	212	348 heraf 61% udenl.
Atleter/ledere	3	52	55, heraf 95% udenl.
Øvrige (bl.a. medier)	<u>27</u>	<u>83</u>	<u>110</u> heraf 75% udenl.
	<u>166</u>	<u>347</u>	<u>513</u> heraf 67% udenl.

Totalpopulation

Arrangørerne har skønnet, at mht. billetsalget på 28.000 stk., er de 35% købt af udenlandske tilskuere og de 65% af danske. Der foreligger imidlertid ingen data på antal tilskuere, dvs. unikke hoveder! Hverken i alt eller fordelt på danske vs. udenlandske tilskuere. Derfor er totalpopulationen af tilskuere neden for et resultat af tilgængelige informationer i stikprøven om det gennemsnitlige antal nætter hver enkelt dansk hhv. udenlandsk tilskuer tilbringer i eller uden for værtsregionen i VM-perioden (incl. dagsturisterne).

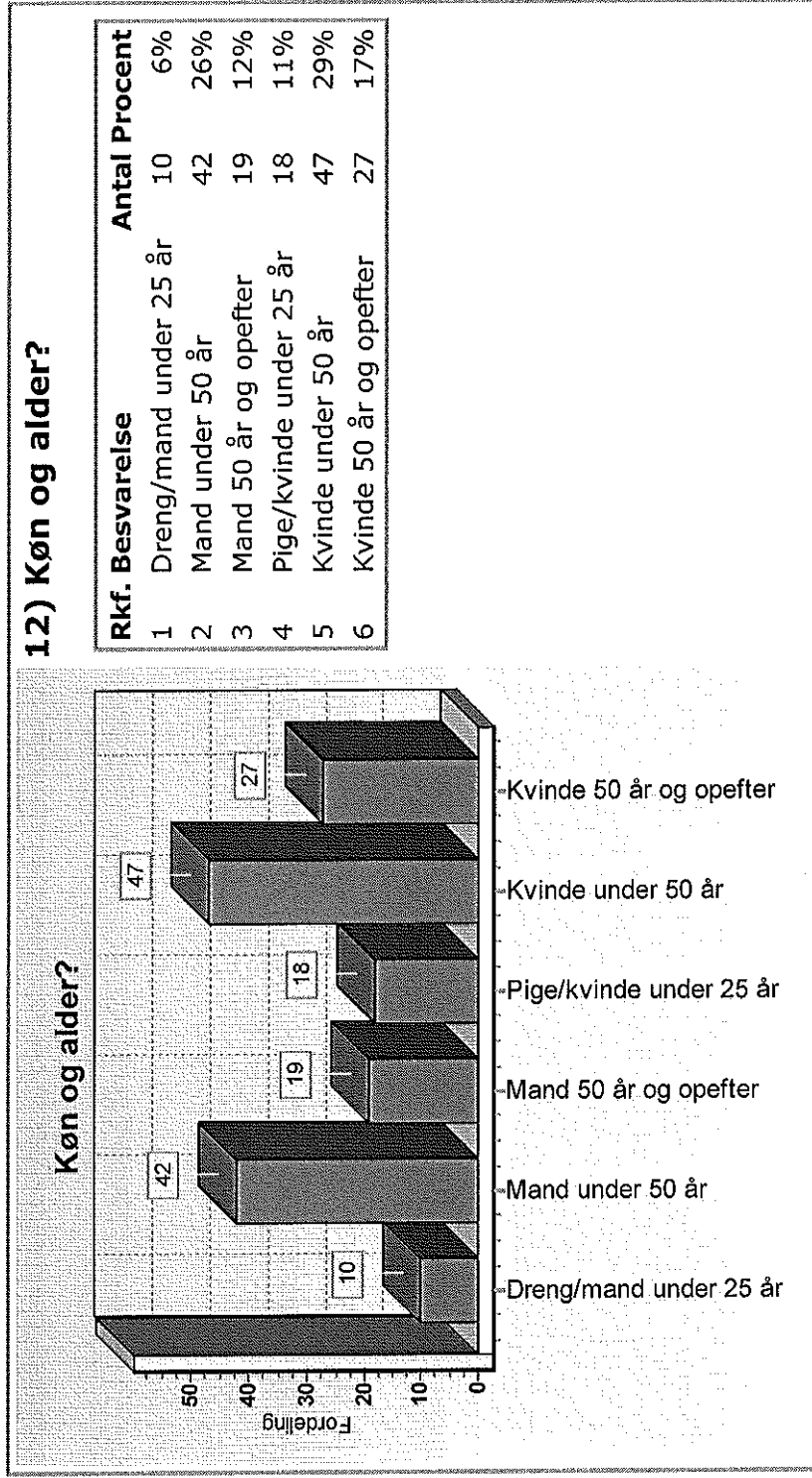
<u>Aktørgruppe</u>	<u>DK</u>	<u>Udenlandske</u>	<u>I alt</u>
Tilskuere/ledsagere	6.250*	1.600	7850 heraf 20%udenl.
Atleter/ledere	14+24	500+684	1222 heraf 97% udenl.
Øvrige (bl.a. medier)	<u>180</u>	<u>200</u>	<u>380</u> heraf 53% udenl.
Ialt i totalpopulationen	<u>6468</u>	<u>2984</u>	<u>9452</u> heraf 32% udenl.

*heraf 3.125 lokale, der *ikke* indgår i beregningerne i denne rapport

BILAG 4. Køn/alder – personlige interviews - tilskuere

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

12) Køn og alder?

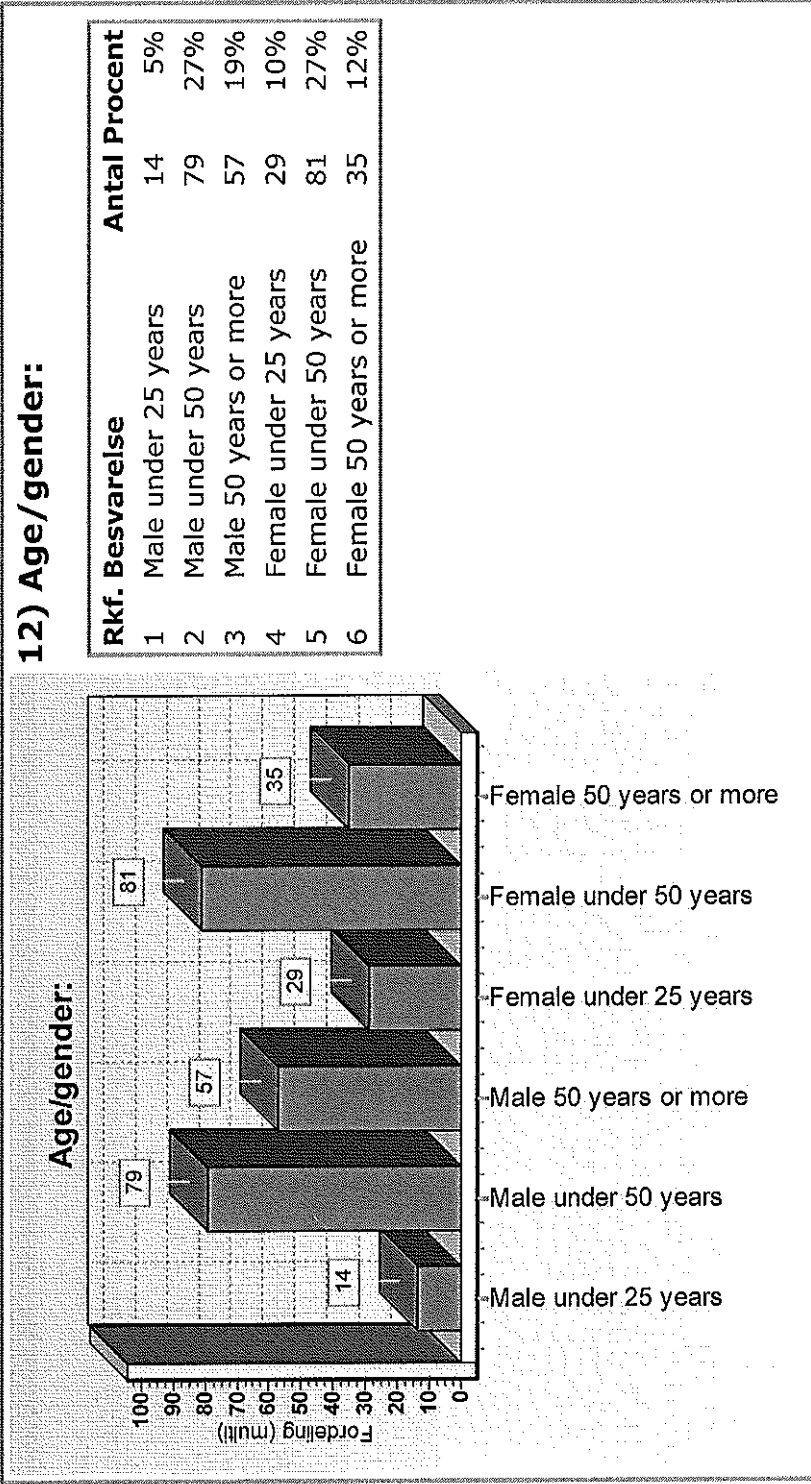


Vis udskrift

Eksporter

2D/3D

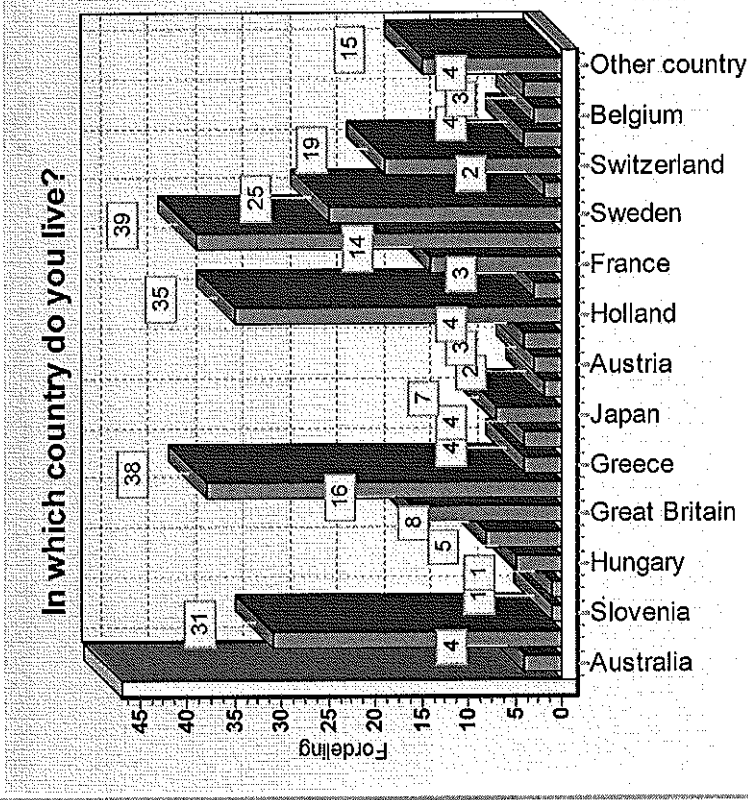
Luk



BILAG 5. Geografisk fordeling personlige interviews - tilskuere

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

2) In which country do you live?



2) In which country do you live?

Rkf.	Besvarelse	Antal	Procent
0	Australia	4	1%
1	USA	31	11%
2	Slovenia	1	0%
5	Czech Republic	1	0%
7	Hungary	5	2%
8	Poland	8	3%
9	Great Britain	16	5%
10	Germany	38	13%
12	Greece	4	1%
13	Italy	4	1%
14	Japan	7	2%
17	Spain	2	1%
18	Austria	3	1%
19	Canada	4	1%
20	Holland	35	12%
21	Finland	3	1%
22	France	14	5%
23	Norway	39	13%
24	Sweden	25	9%
25	Scotland	2	1%
26	Switzerland	19	7%
27	New Zealand	4	1%
29	Belgium	3	1%
30	Færøerne	4	1%

32	Other country	15	5%
----	---------------	----	----

Vis udskrift Eksporter 2D/3D Luk

BILAG 6 – BILLETSALGSTATISTIK

De 10 største udsalgssteder i hele Danmark

	Sted/Posthus	billetter
1	Atletion	11214
2	Billetnet web	2974
3	Billetnet callcenter	1508
4	Banegårdspladsen, Århus	542
5	Veri Centret	303
6	Lyngby Storcenter	255
7	Viby Centret	222
8	Højbjerg	171
9	Silkeborg	135
10	Vesterport, Kbh.	109
11	Viborg	106
12	Åbyhøj	93
13	Lystrup	83
14	CityVest	82
15	Odder	79
16	Randers	74

De største udsalgssteder i hver region

Sjælland

Lyngby Storcenter 255 billetter
Vesterport Posthus, 109 billetter

Fyn

Dalum Posthus, 29 billetter
Odense City Posthus, 28 billetter

Syddjylland

Vejle Posthus, 79 billetter
Kolding Posthus, 79 billetter

Midt og Nordjylland

Viborg, 106 billetter
Holstebro, 55 billetter

Østjylland

Atletion, 11214 billetter
Banegårdspladsens posthus, 542 billetter
Veri Centret, Vejlbj, 303 billetter

Bilag 7 – Kvalitative udsagn "bløde værdier"

Udenlandske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.:

kvalitative udsagn om selve VM'et

- hvorfor åbner man ikke alle døre? (alle skal ud af samme. forstyrrer gymnaster + gå langt)
- dårligt at forældre ikke må filme/video (købevideoer kun med de allerbedste)
- ingen souvenirs!!
- dårligt med kun en åben indgang til hallen
- dårlig orientering om resultater og nyt pointsystem
- info for spectators is bad
- well organized
- there is too little room between the stages
- virker glidende (kun 10 min. forsinkelse er godt, ved DM mange timer forsinket)
- kun få taler fransk
- fejlnummer på stolene på tribunen(række 9 var det han sad på)
- better than last one in Australia
- siddepladser for tæt
- ingen engagement
- ingen tysk info
- venlige arrangører (fransk udsagn)
- resultattavler viser resultat i for kort tid.
- USA gymnastic website not good as to where you could buy tickets
- prof. tv
- well organised
- not too professional (=familiar)
- tv coverage not good (DR + Eurosport)
- good with the screen
- disappointed at no t-shirts for sale
- mangler automatbank(minibank)skal til byen ekstra gebyr for dårligt
- tickets difficult
- problems with the transportation for the athletes
- for få billetter fredag og lørdag
- storskærmen - producer er ikke god
- lidt dårlig info (skilte mangler)
- we are in the first row, an our view is obstructed
- svært at finde vej, ingen skilte til arrangement (benzinstation vidste at VM'et finder sted)
- little noisy
- no news in DK, no signs
- varmt og dårlig luft, kunne godt være mere blomster
- visning af pointsystem for kortvarigt
- reservation af pladser gik fejl
- bad with smoking in the gym
- kamera i vejen for tilskuere
- bad tourist info
- DK expensive

Kvalitative udsagn om NRGi Arena:

- too small
- intim stemning i hallen
- gerne flere caféborde/-stole og boder i foyeren
- rygeforbud ønskes
- for meget med pølser da ud og dag ind
- for dyre drikkevarer
- seats are uncomfortable
- not enough stops/breaks in competitions
- want more to do than look at the competitions
- not enough restaurants in arena
- close to gymnasts good seeing
- clean
- alt er her (høl, natur, indkøb)
- ser godt, sidder godt
- godt: næsten ingen security, hyggeligt
- dårligt: måske for lidt security
- dårlig skiltning
- the location should be better
- more possibilities to buy gymnastics stuff
- skulle vente udenfor i regn
- for dyrt merchandise,
- dyr mad
- cosy atmosphere
- I like the size and colour
- suverænt
- publikum tæt på udøvere - dejligt.
- need to have more than one entry door open to the arena
- welcoming
- nice
- café break = good
- smallest ever
- klein
- too small for VM, judge can't see
- open atmosphere
- but smokers should be banned
- det bedste nogensinde
- kan lide arenas røde farve
- hyggelig
- kaotisk transport, svært at finde
- dårligt at man ikke må filme.
- too few doors
- fint at ledige pladser, rykke rundt
- dårlige transportmuligheder, hvorfor ingen shuttle bus?
- DK not used to big events
- flot
- not letting in early enough
- not enough merchandise and too expensive
- more culture
- well organised personal
- lidt "koldt"

Danske tilskuere/ledsagere, officials, medier m.fl.:

Kvalitative udsagn om selve VM'et:

- velorganiseret men gerne lidt længere pauser
- mere info fra speaker please
- mere info om pointstildeling (nyt pointssystem)
- tingene fungerer
- har kun været her 1 time, men dem man har snakket med har været positive
- godt med unummerede pladser
- god gymnastik og alle de gamle gymnaster mødes
- for lidt reklame i DR, ikke meget reklame (uden mine venner ingen kendskab)
- partoutkort på papir til samtlige dage er for dårligt (bør være lamineret)
- professionelt
- godt arrangement
- mangler spisesteder
- fredagen dårligt sammensat (for meget pause)
- rygeforbud inkonsekvent i hallen (i og udenfor)
- dårlig resultatformidling
- en oplevelse for ungerne
- for små tv-skærme i hallen og ingen gentagelser i slowmotion
- de kunne ha' lavet rabatpakker til gym-foreninger (entré, overnatning osv.)
- fint at møde gymnaster ude i byen
- fylder dejligt meget her i byen
- virker lidt kaotisk i tv
- mangler lidt flow

Kvalitative udsagn om NRGi Arena:

- dumt navn NRGi Arena
- det trækker i gangarealerne
- flere boder tak
- småt men godt
- for dyr mad
- mangler armbånd
- svært at finde p-plads
- ønsker andet og sundere madudvalg (dårligt at man kun kan få pølser)
- flotte redskaber
- flotte farver
- kedeligt at indgangspartiet er dækket ind i kæder
- flere siddepladser rundt omkring i foyeren tak
- pænt udefra
- flot byggeri men tørt indeklima
- p-plads lidt dårlig (skiltning kunne være bedre)
- mere info om tider tak
- intet display af piger ved indgangen
- svært at spørge
- for dårlig info
- godt atmosfære
- følger med på skærmen
- fine oversigtsforhold
- for vamt i salen

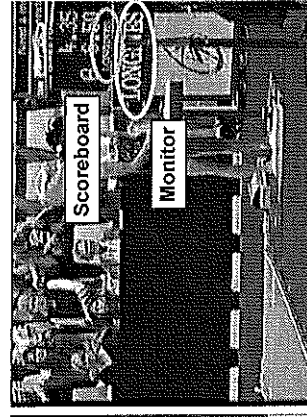
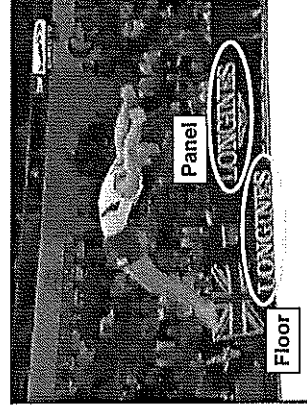
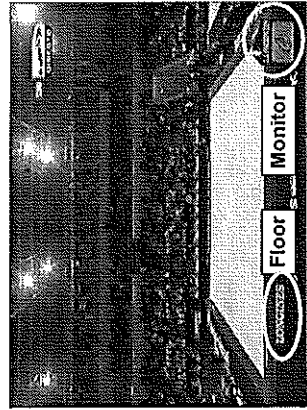
- musikken for høj
- akustikken dårlig
- mere info om enkelte deltagerfavoritter
- manglende info om hvor man selv kan hente data
- dyre drikkevarer
- Café Break lever ikke op til stedet
- pladsmangel i gangene
- fantastisk.

BILAG 8 – tv-medieværdi 14 markeder og baggrunds- materiale fra FIG/IFM

Land og sendefridt akkumuleret	Seertal akkumuleret		Sponsorværdi i DKK (beregnet ved CPT Euro 2,00)							I ALT	
	Total live/sport	Total news	Total live/sport seertal akk mio.	Total news seertal akk mio.	DENMARK	SPORT-AARHUS-EVENTS,DK	VM GYMNASTIK	WORLD CHAMPION-SHIP 2006	ARHUS		ARHUS/DENMARK
China	47:03:18	0:16:32	195,6	145,9	376,974	200,280	37,657	887,163	325,580	279,174	2,106,828
Denmark*	8:09:59	1:17:12	5,0	-	37,402	20,965	2,635	83,058	30,122	28,958	203,139
Finland	0:08:10	0:52:37	0,5	5,9	27	15	2	59	22	21	145
Germany	0:32:06	1:17:12	6,4	51,3	398	223	28	885	321	308	2,163
Italy	67:09:09	1:15:07	25,8	113,4	232,930	94,076	53,135	682,781	260,322	138,342	1,461,586
Japan	0:21:47	0:56:40	40,7	140,6	2,976	1,668	210	6,609	2,397	2,304	16,164
Korea	0:08:49	0:00:00	1,2	-	1,341	751	94	2,977	1,080	1,038	7,281
Netherlands	9:01:43	0:11:52	11,7	2,8	17,228	9,337	1,535	39,708	14,512	12,970	95,291
Norway	13:13:58	0:00:58	1,1	1,7	12,310	6,884	884	27,410	9,946	9,512	66,945
Pan Europe	20:37:50	0:00:00	9,0	-	4,510	2,528	318	10,015	3,632	3,492	24,494
Romania	16:09:40	0:00:00	33,7	-	84,742	47,500	5,971	188,187	68,249	65,610	460,257
Russian Federation	15:39:36	0:20:28	1,3	2,8	6,502	3,162	944	16,628	6,198	4,479	37,914
Spain	41:10:57	0:02:01	1,4	6,2	29,412	16,380	2,179	65,799	23,900	22,650	160,320
United Arab Emirates	5:24:54	0:00:00	0,0	-	426	239	30	946	343	330	2,313
United Kingdom	3:31:26	0:03:14	5,1	7,1	6,908	3,872	487	15,341	5,564	5,349	37,520
total	248:23:22	6:33:53	338,2	477,6	814,086	407,880	106,107	2,027,564	752,167	574,535	4,682,360

TV coverage						
Broadcasting time (h:mm:ss)	Actual playing time (h:mm:ss)	Cumulated Audience (millions)	Event Index	Actual playing time in relation to broadcasting time	Live Actual playing time (h:mm:ss)	Live Actual playing time in relation to total Actual playing time
253:40:03	240:27:16	815,83	677,239	94,8%	94:56:23	39,5%

Brand Analysis - Longines						
Visibility (h:mm:ss)	Sponsoring value (CPT (€2,-))	CPT (€100'0000,-)	Sponsor Index	Visibility in relation to Actual playing time	Average duration per Sequence (seconds)	
84:31:54	13.910.511,81	0,01	208,658	35,2%	6,7	
					Number of Sequences	45.328



Country	Number of Broadcast items	Number of Live broadcast items	Broadcasting time (h:mm:ss)	Actual playing time (h:mm:ss)	Cumulated Audience (millions)	Event Index	Actual playing time in relation to broadcasting time
China	414	15	47:19:50	44:28:18	341,50	549,340	94,0%
Denmark	17	1	8:09:59	7:53:19	4,95	4,754	96,6%
Finland	40		1:00:47	0:55:30	6,39	1,390	91,3%
Germany	135		1:49:18	1:13:38	57,70	3,497	67,4%
Italy	191	16	68:24:16	65:24:58	139,15	20,270	95,6%
Japan	78		1:18:27	1:16:31	181,29	16,921	97,5%
Korea	2		0:08:49	0:08:00	1,16	0,614	90,7%
Netherlands	101	7	9:13:35	7:50:25	14,44	7,067	85,0%
Norway	19	7	13:14:56	12:56:09	2,84	2,770	97,6%
Pan Europe	644	5	20:37:50	19:46:45	8,95	30,834	95,9%
Romania	101	8	16:09:40	14:45:27	33,67	24,404	91,3%
Russian Federation	58	8	16:00:04	15:32:20	4,00	0,647	97,1%
Spain	30	8	41:12:58	39:45:35	7,50	6,959	96,5%
United Arab Emirates	8		5:24:54	5:14:40	0,04	0,195	96,9%
United Kingdom	41		3:34:40	3:15:41	12,25	7,577	91,2%
total	1.879	75	253:40:03	240:27:16	815,83	677,239	94,8%

BILAG 9 – Spørgeskema pre-event undersøgelse

Pre-event telefoninterview WCH2006-Idrætsfonden-Danmark

Interviewerinitialer: _____ Dato for interview: _____

Godaften, mit navn er Jeg ringer i anledning af det kommende VM idrætsgymnastik her i byen. Er det noget, du har lyst til at bruge 5 min. på at give din kortfattede mening tilkende om.



Hvis nej; undskyld ulejligheden.

0. Før jeg ringede, var du da bekendt med, at Århus er vært for VM idrætsgymnastik fra d. 13. - 21. oktober?

- Ja
 Nej

1. Hvis ja, hvornår OG hvordan blev du bekendt med VM'et?

- 0-1 md. siden
 1-3 mdr. siden
 4-6 mdr. siden
 7-12 mdr. siden
 Andet
 Biblioteket
 Busholdepladser/busser
 Danmarks Gymnastik Forbunds
 Idrætshaller
 Internet
 Landsdækkende radio
 Landsdækkende TV
 Lokal gymnastikforening e.lign.
 Lokale trykte medier
 Lokalradio
 Lokal-TV
 Mere end et år siden
 Nationale trykte medier
 Plakater
 Radiospots i bybusser
 Rotary og/eller erhvervsklubber
 Skilte
 Sportsmagasiner
 Venner, kolleger og familie
 VisitDenmark
 VisitAarhus

Hvis "andet", uddyb:

2. Har du tænkt dig at købe (eller har du evt. allerede købt) billet til nogle af VM-konkurrencerne?

- Ja
 Nej
 Måske

3. Hvis nej, hvorfor ikke?

- Interesserer mig ikke
 Har andre og bedre planer i arrangementsperioden
 Er for dyrt
 Ved ikke hvor jeg kan købe billetter henne

- Er ikke hjemme i arrangementsperioden
 Jeg blev desværre bekendt med VMet for sent
 Andet

Hvis "andet", uddyb:

4. Århus er årligt vært for flere store internationale idrætsbegivenheder (8 i år); er du stolt af det?
 Ja
 Nej
 Ved ikke
 Er ligeglad
5. Kan du se nogen fordele for dig selv personligt i, at Århus huser store internationale idrætsbegivenheder?
 Ja
 Nej
 Ved ikke
 Er ligeglad

Hvis ja, hvilke (f.eks. chancen for at møde nye mennesker, chancen for at få et job som frivillig hjælper osv.):

6. Kan du nævne andre Verdens- og Europamesterskaber, som HAR fundet sted eller SKAL finde sted i Århus?
 Ja
 Nej

Hvis ja, hvilke:

LÆS SVARMULIGHEDERNE OP FOR RESPONENTEN!

7. I hvor høj grad synes du, at byen fremover skal søge om værtskab af store internationale idrætsbegivenheder?
 Oftere end idag
 Sjældnere end i dag
 Som idag
 Slet ikke
 Ved ikke

Uddyb evt. dit svar:

LÆS SVARMULIGHEDERNE OP FOR RESPONENTEN!

8. Hvor mener du byens økonomiske bidrag til større internationale idrætsbegivenheder bør komme fra?
 Qua en forhøjelse af kommuneskatten
 Ved at skære ned på andre offentlige udgiftsposter
 Via tilskud fra staten
 Byen bør slet ikke støtte store internationale sports events med offentlige midler
 Andet
 Ved ikke

Uddyb evt. dit svar:

LÆS SVARMULIGHEDERNE OP FOR RESPONENTEN!

9. Når jeg nu fortæller dig, at hver århusianer bidrager med ca. 10 kr. til dette VM over kommune- og -amtsskatten, hvad siger du så?
- Det er et passende beløb
 Det er et beløb, der godt kunne være højere
 Beløbet er for højt til, at jeg finder det rimeligt
 Jeg ønsker slet ikke at bidrage til VMet økonomisk
 Ved ikke

Uddyb evt. dit svar:

10. Hvor er din smertegrænse for, hvor meget du kan og vil bidrage med til dette VM over kommune- og amtsskatten?
- 10 kr. eller derunder
 Under 20 kr.
 Under 30 kr.
 Under 40 kr.
 Under 50 kr.
 0 kr
 Ved ikke
 50 kr. eller mere

Uddyb evt. dit svar:

I hvor høj grad tror du, at fig. udsagn holder stik:

11. Det bliver mindre sikkert at færdes i byen pga. VMet?
- Helt enig
 Enig
 Ingen indflydelse fra VM'et
 Uenig
 Helt uenig
 Ved ikke
12. Der bliver større trafikgener i byen pga. VMet?
- Helt enig
 Enig
 Ingen indflydelse fra VM'et
 Uenig
 Helt uenig
 Ved ikke
13. Byen bliver profileret både i og uden for Danmark pga. VMet?
- Helt enig
 Enig
 Ingen indflydelse fra VM'et
 Uenig
 Helt uenig
 Ved ikke
14. Atmosfæren i byen bliver bedre pga. VMet?
- Helt enig
 Enig
 Ingen indflydelse fra VM'et
 Uenig
 Helt uenig
 Ved ikke
15. Byens økonomi bliver bedre pga. de mange VM-gæster?
- Helt enig
 Enig

- Ingen indflydelse fra VM'et
- Uenig
- Helt uenig
- Ved ikke

16. Før jeg ringede, var du da bekendt med, at Århus er vært for VM standarddans den 25.november?
- Ja
 - Nej

Mange tak for hjælpen. Må jeg have lov at kontakte dig igen EFTER VM'et i samme ærinde, evt. pr. E-MAIL, hvorefter du udfylder et spørgeskema som dette online?

17. Emailadresse

Du vil herefter modtage et spørgeskema i stil med dette ca. 1 uge efter at VM'et er forbi, som du blot skal udfylde on-line og returnere til os. På forhånd mange tak.

print.preview

BILAG 10 – Nøglekriterier for en CBA

5.1. Tidshorisont

Skal f.eks. pre-event udgifter såsom arrangørernes hverveudgifter medregnes i CBA'en? Med andre ord; er der tale om en ude fra kommende injektion af penge i værts-regionen, og/eller midler, som ikke ville være blevet udløst i værtsregionen i en 0-situation, dvs. uden VM'et i byen? Og her taler vi vel at mærke om hverveudgifter, der kan være afholdt op til flere år før selve eventperioden, der her ud over - som et kuriosum - påløber, også selvom kandidatbyen vrages som VM-arrangør.

Og tilsvarende for post-event indtægter såsom VM-gæsternes tilkoblede ferieforbrug i Danmark; hvis vi vælger at inkludere disse, i hvor lang tid før/efter VM-perioden skal/kan et sådan ferieforbrug i givet fald medregnes?

5.2. Fortrængningseffekter (crowding out effects)

Altså det faktum, at gæsterne ved en større international sportsevent som VM idrætsgymnastik 2006 fortrænger andre turister i værtsregionen ved at beslaglægge en lang række hotelværelser, restaurationer mv. i en given periode. Og måske endda har et lavere døgnforbrug end de "fortrængte turister".

Imidlertid beslaglægger især atleter og ledere fra deltagerdelegationerne alt andet lige færre ressourcer på indkvarteringsstederne med færre omkostninger til følge, fordi de ofte er indkvarteret i en længere periode end en typisk "almindelig hotelgæst" med 1-2 dages ophold. Hver ind- og udcheckning beslaglægger som bekendt ressourcer.

Dette skal naturligvis for indkvarteringsstedernes vedkommende vejes op imod den pris, man udbyder værelser til (måske har arrangørerne forhandlet listepriiserne godt ned = samlerrabat).

5.3. Offeromkostninger

Altså det faktum, at en større international sportsevent beslaglægger ressourcer, som kunne have fundet alternativ anvendelse, men istedet er bundet til event'en.

F.eks. i tilfældet VM idrætsgymnastik 2006 ansatte hos Danmarks Gymnastik Forbund, der før, under og efter VM'et binder deres arbejdskraft op på VM'et på bekostning af andre arbejdsopgaver. Der er således ikke tale om en finansiell omkostning, som figurerer noget sted i eventregnskabet på linie med f.eks. nyansættelse af personale til netop eventopgaver i en begrænset periode, men udelukkende "forsømmelse af og/eller træk på den daglige drift".

Fortrængningseffekten under pkt. 2 er også en del af de samlede offeromkostninger, som i øvrigt kan være svære at opgøre fyldestgørende.

5.4. Betalingsvilligheden hos de lokale (willingness to pay/consumer surplus)

Altså det faktum, at der ved visse events skabes en goodwill og begejstring i lokalbefolkningen (til tider i hele nationen) som følge af værtskabet i netop deres by/region/land.

En vilje til at betale for denne profilering samt muligheden for at deltage "live" i festlighederne direkte som tilskuere, eller indirekte som frivillig hjælper. Og betale mere, end hvad den faktiske billetpris tilsiger og/eller det indirekte bidrag, hver århusianer i tilfældet VM idrætsgymnastik betaler via kommune -og amtsskatten, uanset om de indløste billet eller ej.

Det er en kilde til evig diskussion, om betalingsvilligheden med rette bør indkalkuleres i cost benefit-regnskabet. Nogle vil hævde, at "paratheden" til at bidrage til eventen ville se ganske anderledes ud, hvis de adspurgte skulle have penge op af lommen direkte, som når de f.eks. betaler til landsindsamlinger til gavn for Kræftens Bekæmpelse og Folkekirkens Nødhjælp.

Andre mener, at måling af betalingsvillighed som et udtryk for "nytteværdi" ved et givent "offentlige gode" er en udmærket måde (måske i mangel af bedre) at værdisætte de noget diffuse begreber "begejstring", "engagement", "goodwill" og "lokal opbakning" mv. på.

5.5. Tilbageholdt turismeomsætning fra indenlandske VM-gæster

Altså det faktum, at der påviseligt kan være lokale og/eller interregionale eventgæster, der bliver hjemme i værtsregionen/Danmark netop pga. event'en. Enten fordi de ellers ville være rejst ud til et andet værtsland efter VM-oplevelsen, eller fordi de ellers ville være bortrejst på almindelig ferie eller andet i eventperioden.

5.6. Turismeomsætning der forsvinder ud af landet

Ses især ved mega-events som OL, VM i fodbold o.lign. Altså, at lokale-/regionale/nationale borgere flygter ud af landet for at undgå alt sportseventpostyret. Ved fodbold er det ofte frygten for hooliganisme, der træder frem. Jfr. f.eks. EM i fodbold 2000 i NL/Belgien og den CBA, som blev gennemført i den forbindelse af Prof. Egbert Oldenboom/Meerwaarde.

5.7. Lokale århusianeres evt. merforbrug som følge af VM'et i Århus

Ud over pkt. 5.4 er der mulighed for, at der til en event er knyttet så mange sidearrangementer, at det medfører et øget forbrug blandt lokalbefolkningen, ud over den udgift, de måtte have til billetkøb. F.eks. køb af merchandise, prøv-selv-aktiviteter, SMS-konkurrencer og restaurationsbesøg.

Hvad angår selve entréudgiften kan det altid diskuteres, om den skal ses som en merudgift ift. en 0-situation, dvs. ift. en dag i uge 42 i Århus uden et VM i idrætsgymnastik.

Måske ville VM-tilskueren fra lokalområdet være gået i biografen eller på shoppingtur i stedet og således blot bruge sit rådighedsbeløb alternativt, men på den anden side; er det givet, at shoppingturen ville have fundet sted i værtsregionen? Og muligheden for, at forbruget sker på bekostning af opsparing foreligger også.

Mht. køb af merchandise og restaurationsbesøg kan det ligeledes diskuteres, om der er tale om et merkøb, eller om aktøren blot ville have købt den pågældende sportsrekvisit e.lign samt det pågældende "udemåltid" på et andet tidspunkt.

5.8. Den del af den skabte turismeomsætning, som er repræsentativ

Hvis forbrugsspørgsmålet, der går på, hvor meget eventgæsterne har brugt på alt andet end overnatning og transport til og fra Danmark ifm. event'en, stilles som i nærværende analyse, nemlig "dagsforbrugsbaseret" = "oplys venligst forbrug på interviewdagen(e)", er der risiko for en vis bias. Altså en skævvridning, hvis interviewdagen(e) ikke er repræsentativ(e) for respondenternes gennemsnitlige dagsforbrug i værtsregionen i eventperioden.

En sådan bias kan f.eks. opstå, hvis der i en sportseventperiode er indlagt en eller flere hviledage, og der ikke er gennemført interviews på denne/disse dage, som alt andet lige må formodes at medføre et anderledes forbrugsmønster for især topatleter og ledere. Disse har erfaringsmæssigt og generelt et relativt lavt døgnforbrug på konkurrencedage, hvor de bruger al deres tid og ressourcer på mental opladning, aktion, autografskrivning, afstressning, afslapning, sponsor- og mediepleje mv.

Ved VM idrætsgymnastik var der ingen hviledag(e), hvorfor der ikke har skullet tages hensyn til dette element i nærværende undersøgelse.

5.9. Lækager

Til enhver given turismeomsætning vil der være lækager i form af f.eks. import af varer og tjenesteydelser fra udlandet og/eller andre regioner i Danmark end værtsregionen. Når vi derfor taler om "ude fra kommende penge", skal der foretages fradrag for importandelen og for moms og afgifter af turismeomsætningen, dvs. at der kun bliver en ægte værditilvækst tilbage. I multiplikatorprocessen forsvinder nemlig en del af de afledte effekter i form af betaling af moms, skatter og afgifter til det offentlige.

Lækager kan også være de danske kommunale bloktilskud og den heraf afledte omfordeling af skatteindtægter kommunerne imellem.

Tages højde for en omfordelingsfaktor som disse bloktilskud i Danmark, når værditilvæksten gøres op, taler man om nettoværditilvækst, men undlader man dette som i nærværende rapport, er værditilvæksten rettelig en bruttoværditilvækst.

For hovedstadskommuner kan udligningen for en vækst i udskrivningsgrundlaget være 85%, medens den i øvrige kommuner kan være 58%.

Af andre lækager kan nævnes evt. provision til det internationale specialforbund på regionalt/nationalt erhvervede sponsorkontrakter eller afgifter af billetsalget til samme.

5.10. Inflation

Er der tale om så stor en event ift. værtsregionens størrelse, at der er fare for kraftige prisstigninger i værtsregionen, typisk i overnatnings- og udlejningssektoren, til skade for nogen og til gavn for andre? Et forhold der som oftest gør sig gældende ved de helt store mega-events som OL, VM i fodbold, VM i atletik mv.

5.11. Event'en som primære formål med opholdet i værtsregionen

Et filter i spørgeskemaet kan screene respondenterne, således at kun svarene fra de eventgæster, hvis primære formål med at være i og omkring konkurrencearenaen, indgår i effektanalyse og CBA.

5.12. Arrangørregnskabet – CBA-kontoopdeling

Danmarks Gymnastik Forbund med hovedsæde i Idrættens Hus i Brøndby/Københavns Amt var i tilfældet VM idrætsgymnastik 2006 den økonomisk ansvarlige for VM'et og således den officielle arrangør. Hvorimod VM'et jo altså fandt sted i Århus/Århus Amt.

VM'et blev af DGF primært finansieret qua billetsalg, diverse offentlige tilskud, sponsorater og dækningsbidrag på deltagernes indkvartering.

Der opereres i tilfældet VM idrætsgymnastik CBA med en *bagatelgrænse på kr. 50.000* og igen ud fra hovedprincippet om, at der – set fra værtsregionens side – er tale om:

*A En "ude fra kommende" værditilvækst med værtsregionen som afgrænsning
og*

B En "ude fra kommende" værditilvækst udelukkende som følge af VM'et i netop Århus

Pkt. B er formuleret som sådan med inspiration fra CBA'en af EM i fodbold i NL/Belgien 2000. Heri understreges det, at øl- og videooptagersalget i NL-/Belgien altid stiger i EM fodboldtider og altså ikke kun, når man selv er vært for mesterskabet. Altså kan effekten heraf ikke tillægges EM'et i netop NL/Belgien.

Samtidig er det naturligvis vigtigt at sikre sig, at en CBA-post ikke tæller med to gange, f.eks. at billetsalget i arrangørregnskabet ikke tæller med, hvis dette er indregnet i turismeomsætningsberegningerne, der jo tager udgangspunkt i respondenternes oplyste forbrug på overnatning, forplejning, shopping og forlystelser, herunder entré til VM'et.