
Silverrudder

DELTAGERUNDERSØGELSE

2018



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN



Event

Silverrudder Challenge of the Sea arrangeres hvert år med start og mål i Svendborg. Kapsejladsen er for single-hand sejlere og går rundt om Fyn. Erfaring fra tidligere stævner og et stærkt samarbejde med Sport Event Fyn og Svendborg Kommune har igen i år dannet rammerne for Silverrudder 2018.



Spørgeskema

Spørgeskemaet er konstrueret med udgangspunkt i tre områder der dækker over:

1. Besøgstype
2. Oplevelsen
3. Forbrug



Dataindsamling

Alle deltagere fra konkurrencen er blevet inviteret til at deltage i evalueringen af eventen. Via en online spørgeskemaundersøgelse har Sport Event Fyn gennemført 197 interview blandt deltagerne, hvilket giver en svarprocent på 47%. Besvarelserne er indsamlet fra d. 4.-26 oktober 2018.



Effekt

Denne rapport samler op på deltagerens svar og viser bl.a., hvordan de har oplevet eventen og hvilken økonomisk effekt eventen har haft for Fyn.

OM DELTAGERNE OG DERES ADFÆRD



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Deltagere

Antal deltagere, der købte billet

418



Antal deltagere, der mødte op

308

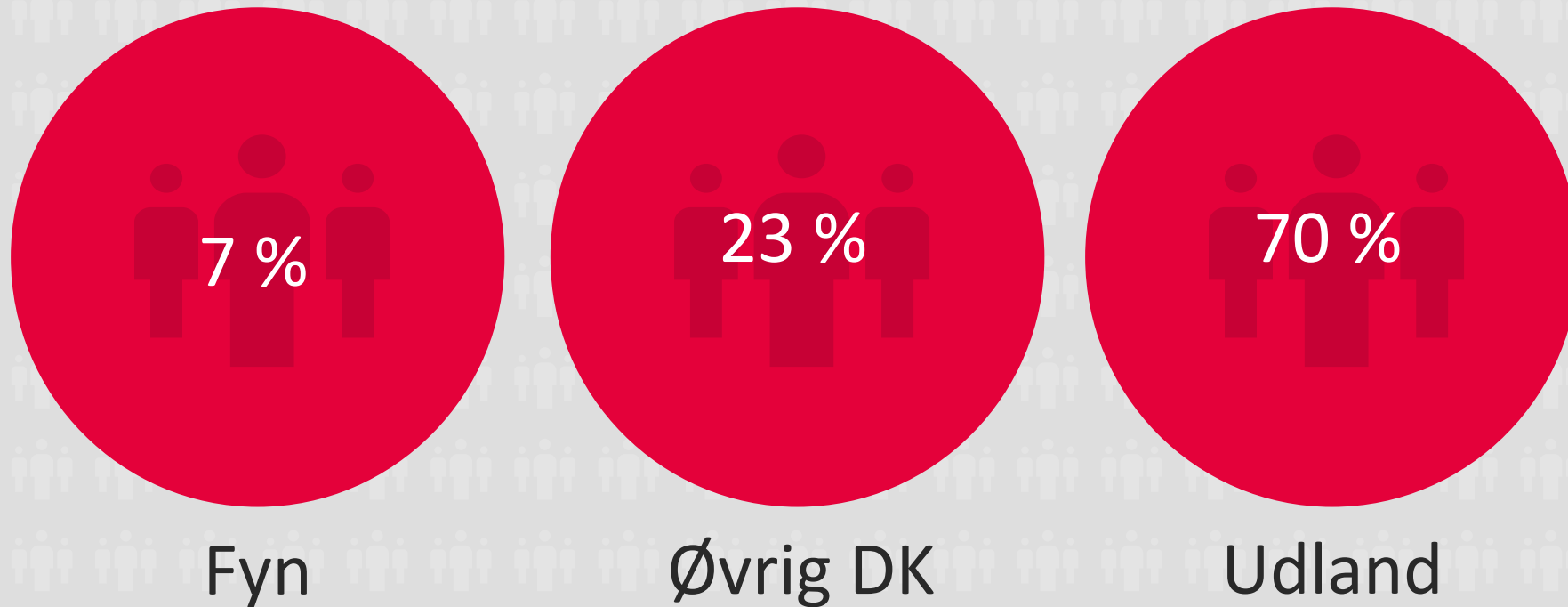


Antal deltagere, der deltog i løbet

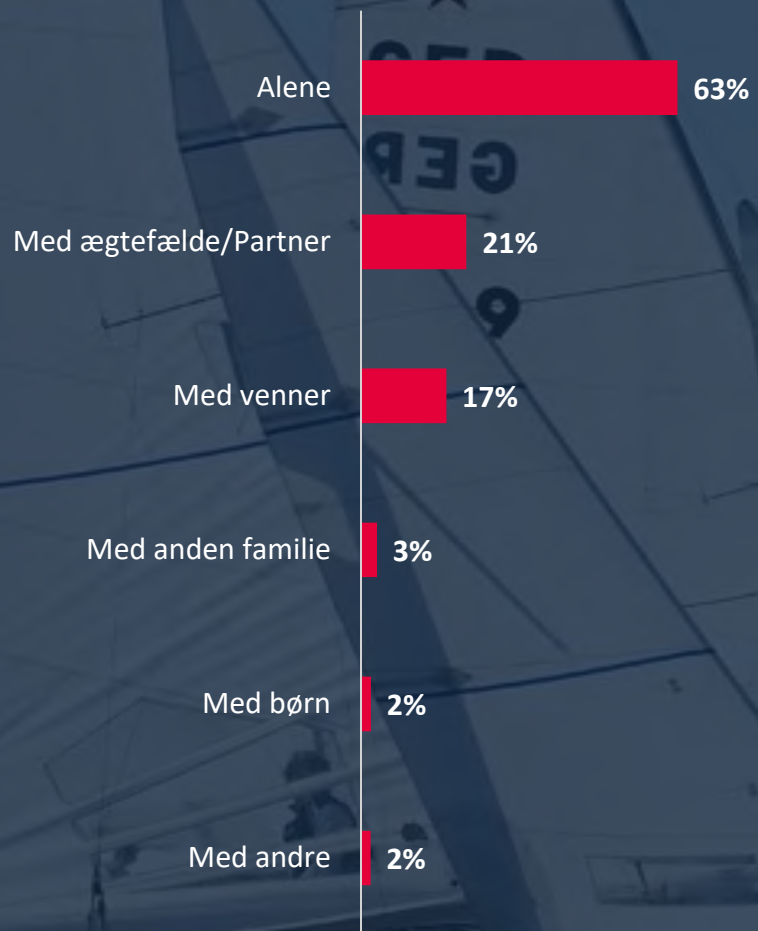
223



Geografisk spredning af deltagerne

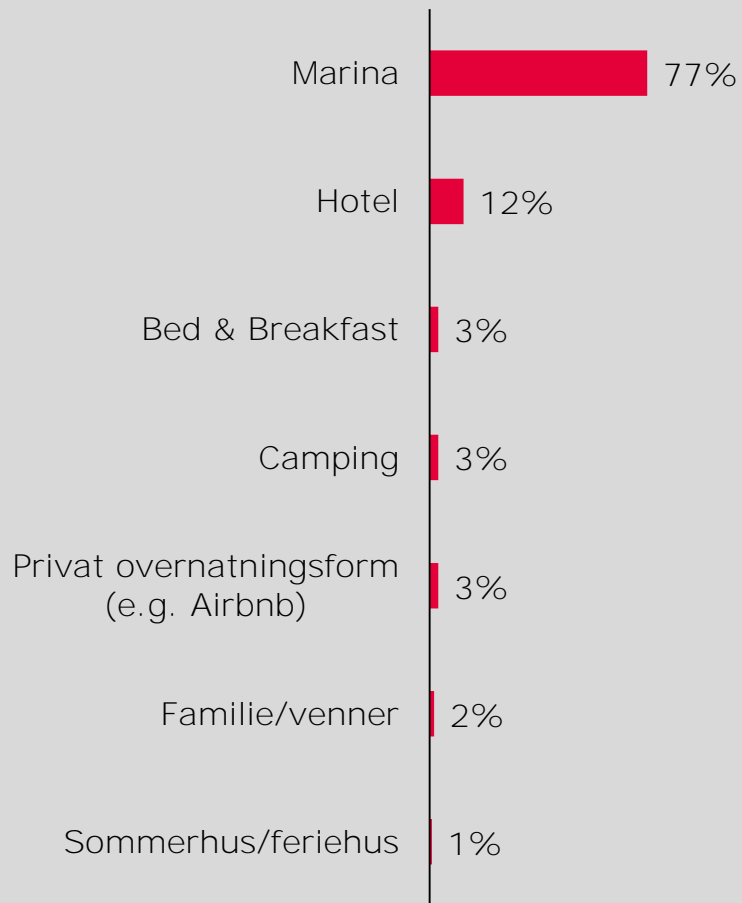


Hvem opleves eventen med?



Udover event deltagere, var du alene eller sammen med andre til denne event?
(n = 145)

Overnatningsform blandt deltagerne



n = 133

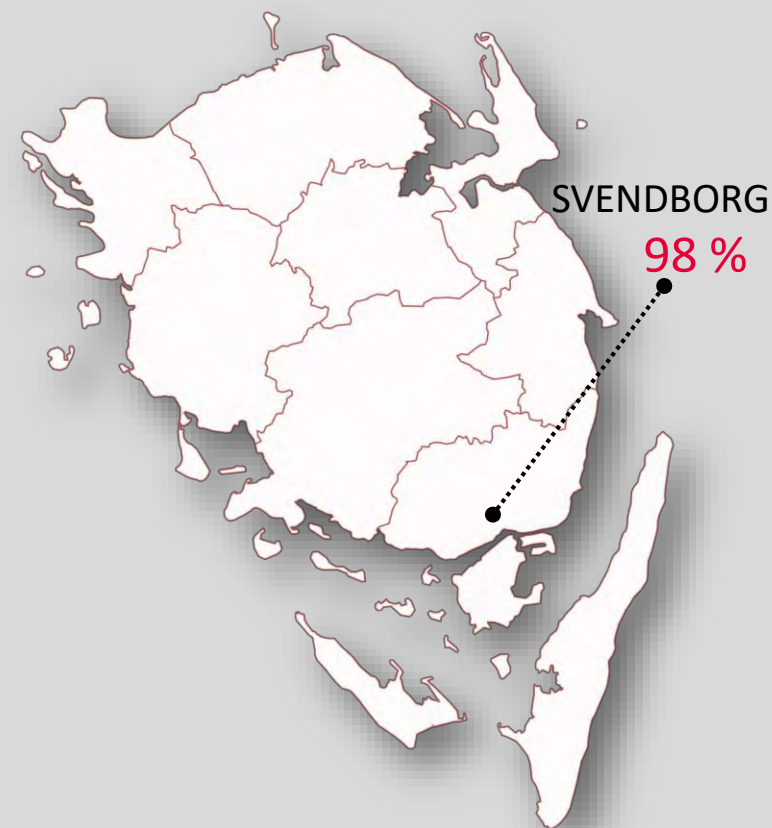
NB! Alle (ikke fynboer) deltagere overnattede på Fyn ifm. eventen

Antal overnatninger

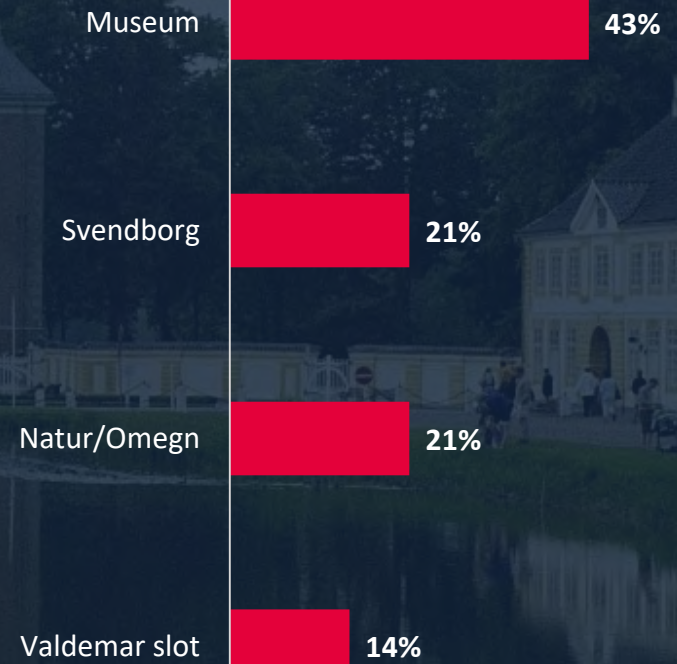
3,5
nætter

i gennemsnit pr.
deltager (bosiddende
uden for Fyn)

Overnatningssted



Deltagerne, som har besøgt Fyn har oplevet forskellige attraktioner.



OPLEVELSEN



SPORT EVENT
FYN

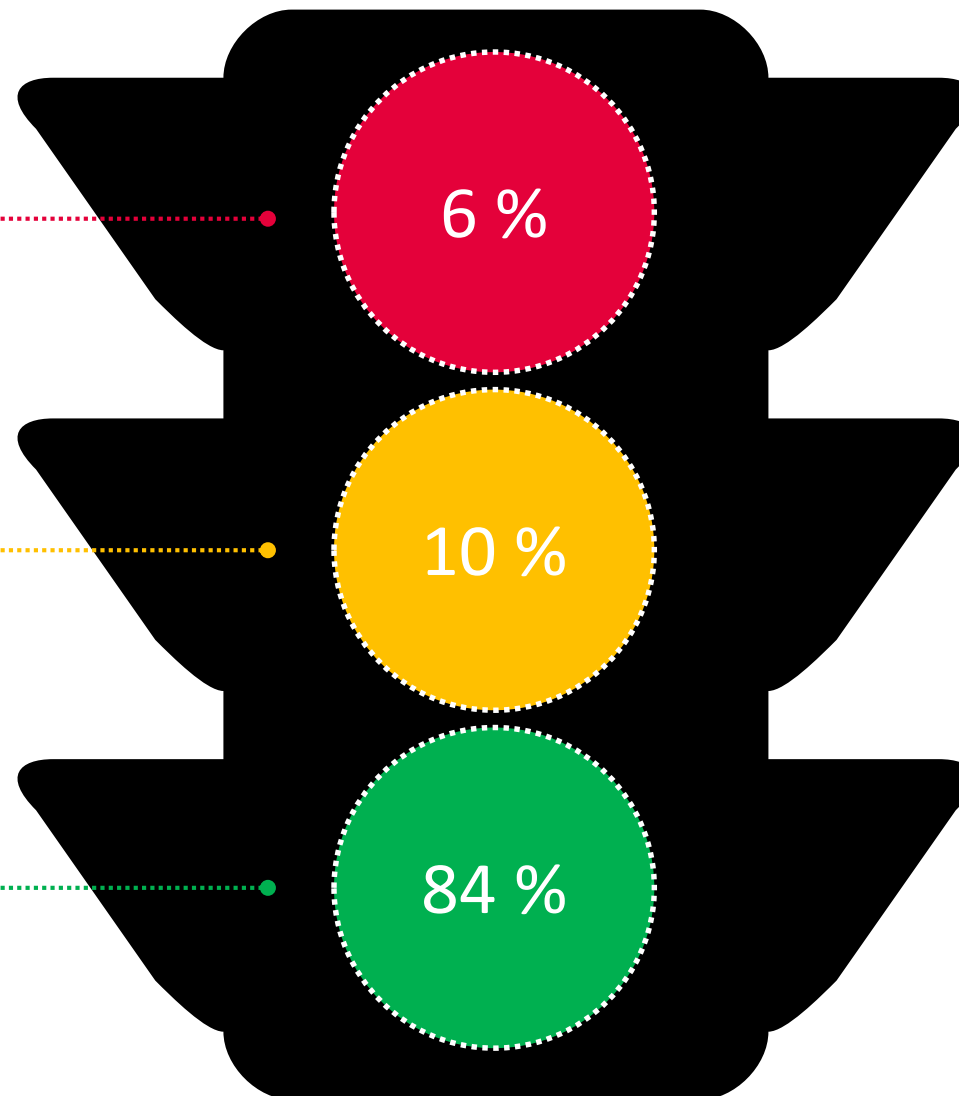
EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Den samlede oplevelse af eventen er meget positiv!

Meget få har haft en decideret dårlig eller meget dårlig oplevelse

Ganske få forholder sig neutralt og har hverken vurderet deres samlede oplevelse som god eller dårlig

Største delen af deltagerne har haft en god eller meget god oplevelse!



Begrundelse for den gode oplevelse

"The very personal service of Silverrudder's crew is the main reason to visit this event. The extremely nice environment around Svendborg and Fyn is the second best reason to join Silverrudder"

"Best sailing Event ever in the last 20 years!"

"Great event, with nice organization, nice Town and harbor accommodation"

"A very nice and professionally held event"

"The team was helpful and the atmosphere was very good"

Hvad kunne have været bedre?

“The information available online before - and especially during and after the event - is appalling”

“Early bird-reservation for previous year attendants”

“A good idea to post any further instructions onto the SR homepage but parallel into Facebook too.”

“The safety measures for the sailors should be improved”

“Better information on the website”

Net promoter score

Svarskala:



NPS
48

Deltagerne er villige til at anbefale Silverrudder til deres familie, venner eller kollegaer

TURISTØKONOMISKE EFFEKTER



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Investering & effekt



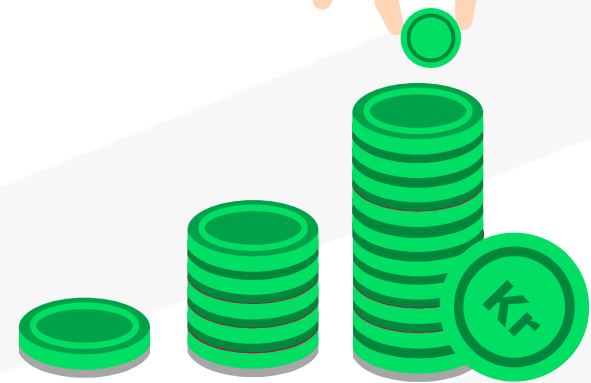
Investering
Samlet

Kr. 250.000

heraf...

- Svendborg Kommune Kr. 100.000 (40 %)
- Sport Event Fyn Kr. 150.000 (60 %)

Udover ovenfor nævnte støtte kroner har en række private aktører ligeledes tegnet sponsorater. Disse er ikke indregnet i effekten pr. investeret krone.



Effekt
Værditilvækst

Kr. 747.330

For hver 1 kr. investeret i eventen får Fyn 3,0 kr. igen.

Investering & effekt



Investering
Samlet

Kr. 250.000

heraf...

- Svendborg Kommune Kr. 100.000 (40 %)
- Sport Event Fyn Kr. 150.000 (60 %)

Udover ovenfor nævnte støttekroner har en række private aktører ligeledes tegnet sponsorater. Disse er ikke indregnet i effekten pr. investeret krone.



Effekt
Brutto omsætning

Kr. 1.170.347

For hver 1 kr. investeret i eventen får Fyn 4,7 kr. igen.

METODEBESKRIVELSE



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Generelle forhold

Undersøgelses metode

Undersøgelsen udgøres af 197 interview (CAWI) med deltagere til Silverrudder 2018.

Målgruppe

Deltagere til eventen.

Interviewperiode

De 197 interview er gennemført d. 4 til 26. oktober 2018.

Udvælgelse af respondenter

Alle deltagere er inviteret til undersøgelse via den e-mail de har registreret ved tilmeldingen.

Målingens styrke

Med en stikprøve på 197 interview ligger den maksimale usikkerhed med et 95 pct. konfidensinterval mellem +/- 6,98 procentpoint.

Kvalitet og kontrol

Før dataindsamlingen

Spørgeskemaet er udformet på engelsk, da langt største delen af deltagerne kommer fra udlandet. Skemaet er kontrolleret mht. spørgsmålsformulering, svaralternativer og visningsbetingelser ved manuel gennemgang af skemaet og ved kontrol af tilfældigt genererede testinterview.

Efter dataindsamlingen

Data er kontrolleret i forhold til svarmønstre på tværs af udvalgte variabler, afvigelser i forhold til gennemsnit og kontrol af de verbatime besvarelser.

Herefter er data kontrolleret i forhold til det endelige skema.

Net promoter score

Net promoter score (NPS) er et loyalitetsmål, der har gået sin sejrsgang verden over i takt med, at virksomhedsledere ved selvsyn har konstateret dets evne til at forudsige kundeloyalitet og virksomhedens fremtidige vækst og bundlinjeresultater.

NPS er udviklet af Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company, Inc. og Fred Reichheld og bygger på en række analytiske og forskningsmæssige resultater, der dokumenterer, at man rent faktisk kan koge virksomhedens overordnede måling og varsling af kundeloyaliteten ned til et spørgsmål om anbefalingsvillighed.

I denne undersøgelse er spørgsmålet formuleret således:

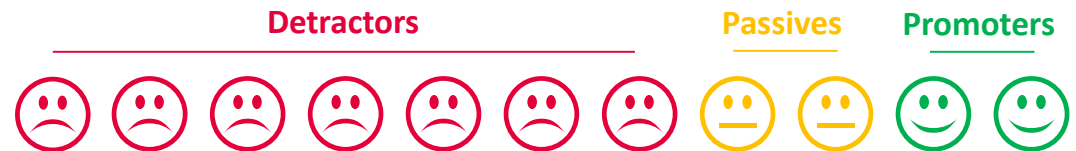
Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale denne event til familie og venner?

Svaret angives på en skala fra 0-10, og inddeles i 3 grupper:

Promoters eller ambassadører (scorer 9-10) er loyale entusiaster, der bliver ved med at købe og ofte anbefaler din virksomhed eller dit produkt til andre. Disse kunder er med til at styrke virksomhedens image gennem positiv word-of-mouth og driver ofte profitabel bæredygtigt vækst.

Passives eller indifferente (scorer 7-8) er tilfredse, men uden særlig præference for virksomheden, og disse vil derfor også være modtagelige overfor dine konkurrenters udbud.

Detractors eller kritikere (scorer 0-6) er utilfredse kunder, der kan skade virksomhedens brand og hindrer virksomhedens vækst gennem negativ omtale.



$$\text{NPS} = \text{Promoters} - \text{Detractors}$$

Turistøkonomiske effekter

Datakilder og forbehold

Data til beregning af de turistøkonomiske effekter stammer fra forskellige kilder:


- Spørgeskemaundersøgelsen (deltagere/medrejsendes antal overnatninger og dagsforbrug på Fyn)
- Estimat ift. tilskuere og øvrige tilstedeværende (antal personer, antal overnatninger og dagsforbrug på Fyn)

Følgende segmenter, som er medtaget i deltagerundersøgelsen, indgår ikke i beregningerne af de turistøkonomiske effekter:

1. Deltagere med fast bopæl på Fyn
2. Deltagere, som har flyttet et alternativt besøg på Fyn frem pga. eventen.

Forbrug fra segment 1 skal ikke medregnes i analysen af de turistøkonomiske effekter, da deltagere bosiddende på Fyn ikke kan betegnes som turister. Desuden må det antages, at fynboernes forbrug i forbindelse med eventen vil betyde et mindre forbrug på andre services/produkter, fordi deres samlede rådighedsbeløb er begrænset.

For segment 2 kan eventen ikke ses som den primære årsag for deres tilstedeværende på Fyn. Samlet set er udgangspunktet for den turistøkonomiske analyse derfor at kun de midler, der kan betegnes som "fresh money" for Fyn kan medregnes i analysen.

Vil du vide mere? 

Kasper Roe Iversen

Event Manager

 +45 26 36 53 32

@ kariv@udviklingfyn.dk



Daniel Kargaard Svendsen

Business Intelligence Manager

 +45 24 61 94 77

@ dansv@udviklingfyn.dk



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Forskerparken 10 C
5230 Odense M
www.udviklingfyn.dk