
Red Bull Conquer the Castle

DELTAGERUNDERSØGELSE

2018



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN



Red Bull®

CONQUER THE CASTLE



Event

Red Bull Conquer the Castle er et unikt OCR-event, hvor deltagerne indtager rollen som renæssancekriger, og samtidig oplever følelsen af at erobre det ikoniske Egeskov Slot. Sport Event Fyn har i samarbejde med Red Bull og Egeskov skabt rammerne for det første Red Bull Conquer the Castle event på fynsk jord.



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 378 interview blandt deltagerne, hvilket giver en svarprocent på 41%. Besvarelserne er indsamlet fra d. 31. oktober til d. 13. november 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.

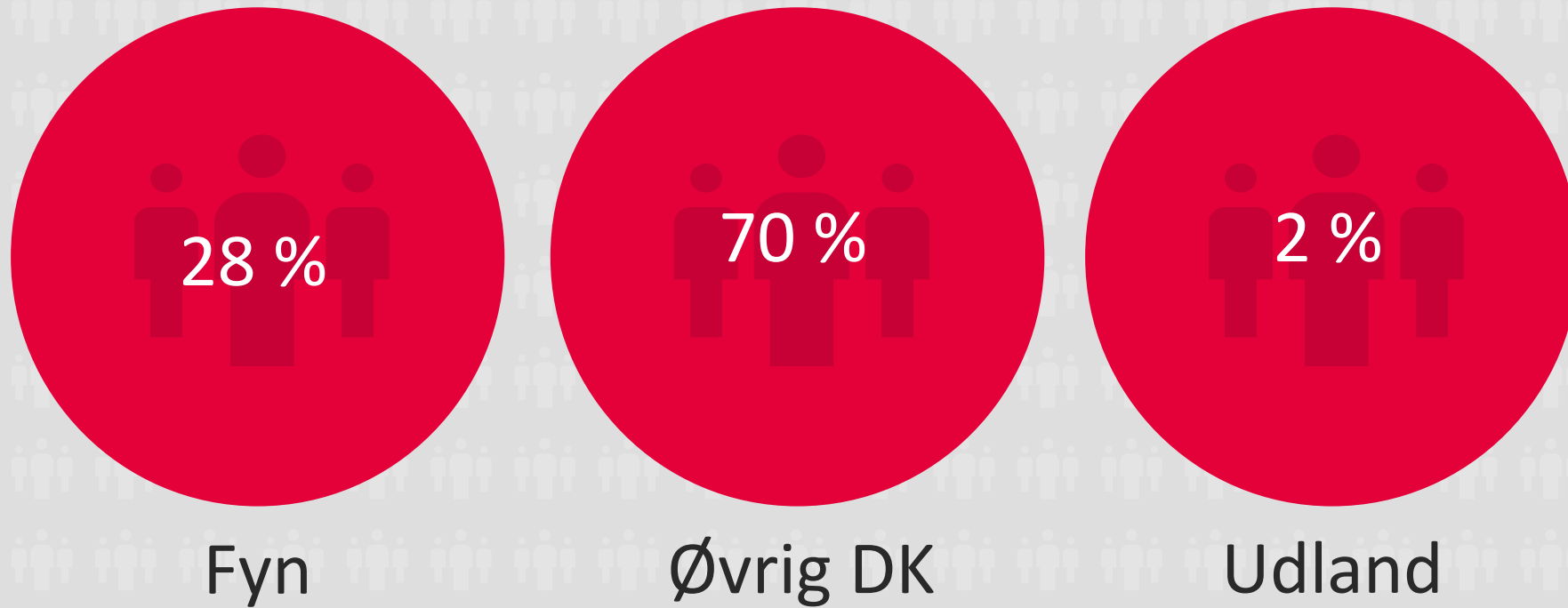
OM DELTAGERNE OG DERES ADFÆRD



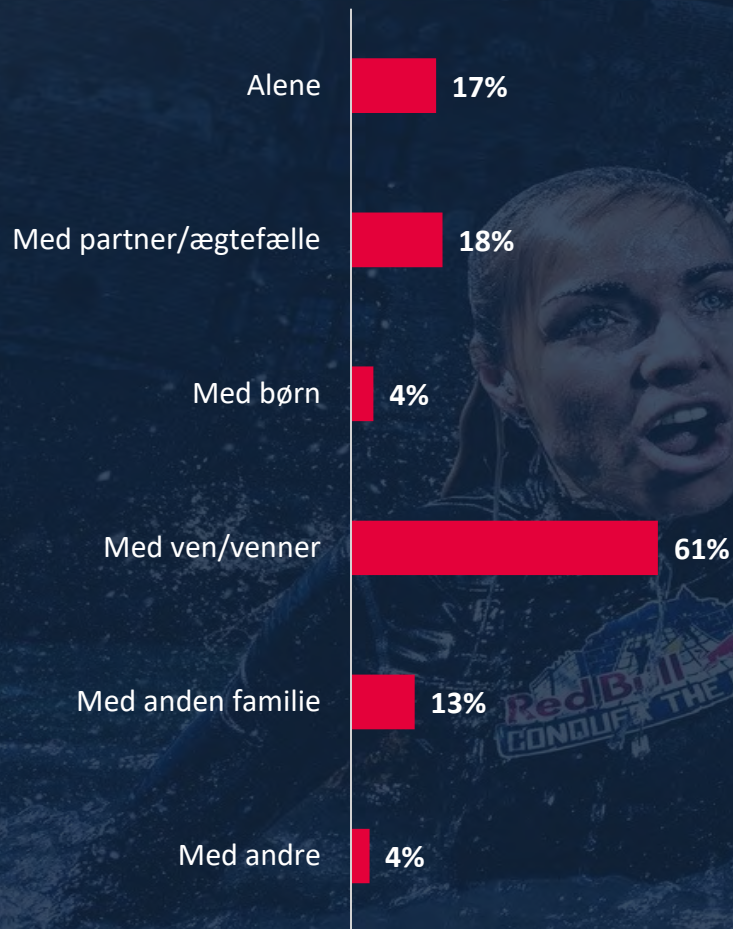
SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Geografisk spredning af deltagerne



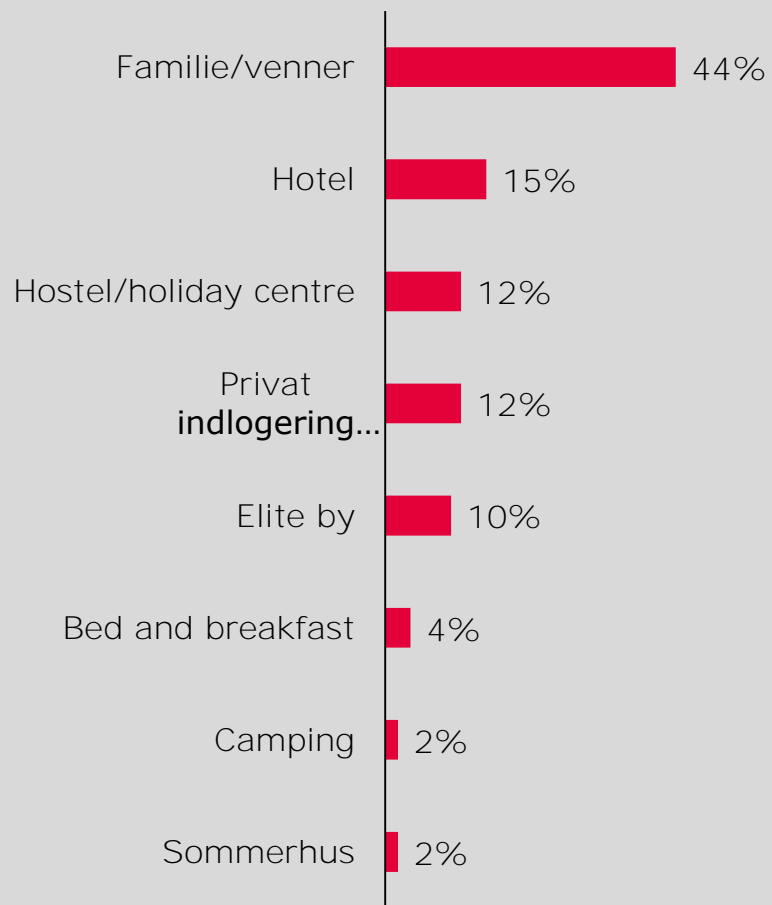
Hvem opleves eventen med?



I gennemsnit følger der 1 medrejsende med hver deltager.



Overnatningsform blandt deltagerne



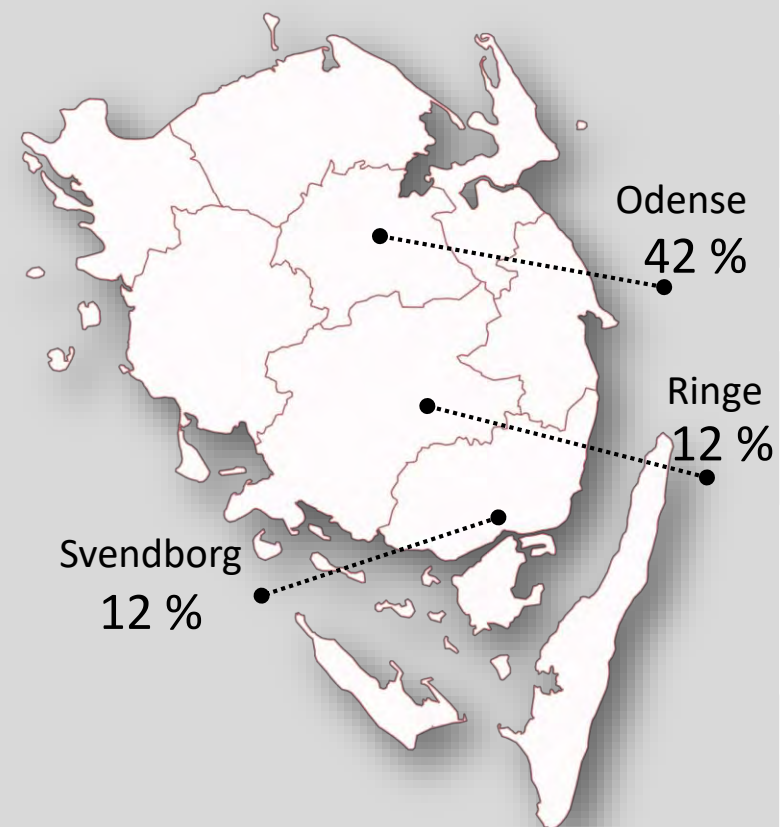
n = 52

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

Antal overnatninger

1,35
nætter
i gennemsnit pr.
deltager (bosiddende
uden for Fyn)

Overnatningssted



OPLEVELSEN



SPORT EVENT
FYN

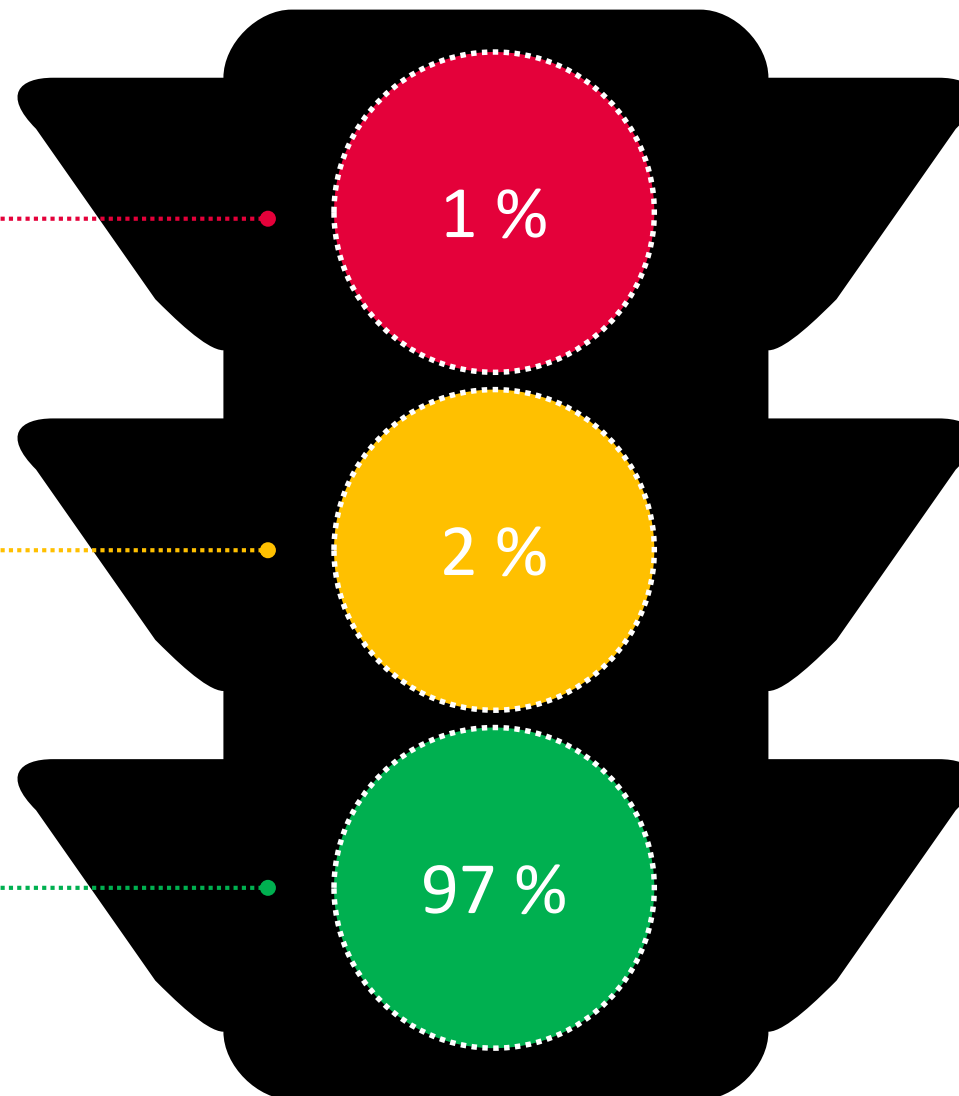
EN DEL AF
UDVIKLING FYN

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

Mere end 9 ud af 10 har haft en
god eller meget god oplevelse!



Begrundelse for den gode oplevelse

"I loved the atmosphere in the race village, and the way total strangers helped each other overcome obstacles. I will definitely attend again, and I will recommend this event to my friends"

"Very nice atmosphere and surroundings"

"Amazing event, fantastic course, especially the water obstacles was extremely nice. Very nice that you could have 3 people with you to the event"

"It was the event of the year, so cool!"

"Loved that all participants got a medal and a T-shirt"



Hvad kunne have været bedre?

"There was a really long queue, and it took around 30 minutes - it was almost impossible to reach the start in time"

"Shower and changing facilities would have been nice"

"Der manglede flere typiske OCR-forhindringer. Man kunne med fordel fjerne katapult-forhindringen"

"The queue was to long – a lot of waiting time"

"Better atmosphere around the event"

Net promoter score

Svarskala:



NPS
54

Deltagerne er i høj grad villige til at anbefale eventen til andre

TURISTØKONOMISKE EFFEKTER



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Investering & effekt



Investering
Samlet

Kr. 70.000

heraf...

- Sport Event Fyn

Kr. 70.000 (100 %)



Effekt
Værditilvækst

Kr. 393.025

For hver 1 kr. investeret i eventen får Fyn 5,6 kr. igen.

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

Brutto omsætning

Investering & effekt



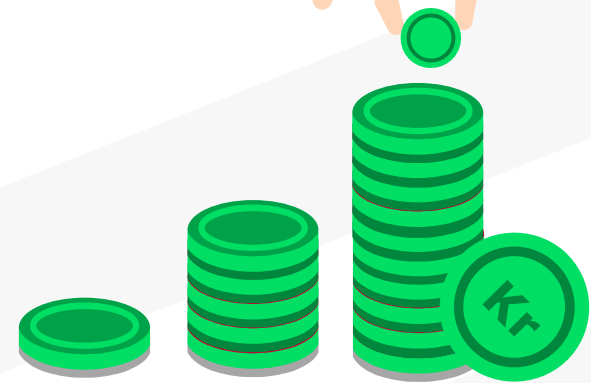
Investering
Samlet

Kr. 70.000

heraf...

- Sport Event Fyn

Kr. 70.000 (100 %)



Effekt
Brutto omsætning

Kr. 688.317

For hver 1 kr. investeret i eventen får Fyn 9,8 kr. igen.

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

METODEBESKRIVELSE



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Generelle forhold

Undersøgelsens metode

Undersøgelsen udgøres af 378 interview (CAWI) med deltagere til Red Bull Conquer the Castle.

Målgruppe

Deltagere til eventen.

Interviewperiode

De 378 interview er gennemført d. 31 oktober til d. 13 november 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 378 interview ligger den maksimale usikkerhed med et 95 pct. konfidensinterval mellem +/- 5,04 procentpoint.

Kvalitet og kontrol

Før dataindsamlingen

Spørgeskemaet er udformet på engelsk: 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:

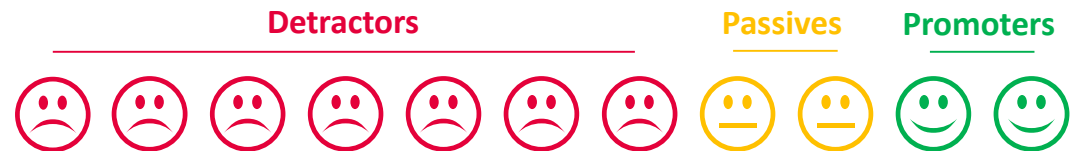
Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale denne event til familie og venner?

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? 

Jeanette Lund Clausen

Event Manager

 +45 26 36 53 32

@ kariv@udviklingfyn.dk



Daniel Kargaard Svendsen

Business Intelligence Manager

 +45 22 45 35 38

@ dansv@udviklingfyn.dk



SPORT EVENT
FYN

EN DEL AF
UDVIKLING FYN

Forskerparken 10 C
5230 Odense M
www.udviklingfyn.dk