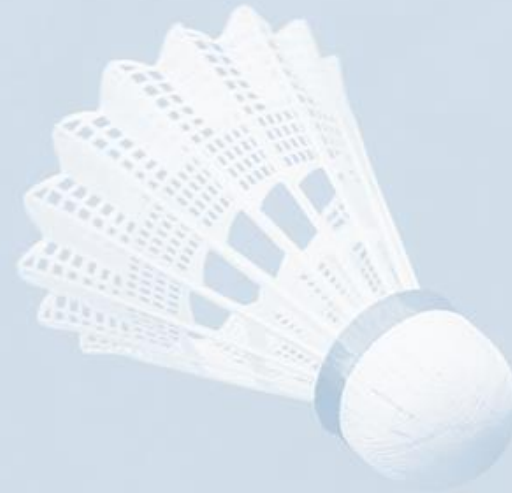


DENMARK OPEN

PUBLIKUMSUNDERSØGELSE
2022



// DENMARK OPEN 2022

Eventen

Den absolutte verdenselite gæstede i efterårsferien 2022 Jyske Bank Arena til Denmark Open. Det var 16. gang at Odense var vært for BWF World Tour Super 750-turneringen.

Spørgeskema

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

- Besøgstype
- Oplevelsen
- Økonomisk betydning
- Baggrund

Dataindsamling

I samarbejde med Wilke Markedsanalyse har Destination Fyn gennemført 353 interviews blandt tilskuere on site til eventen. Interviewene er indsamlet i perioden 20.-23. oktober 2022.

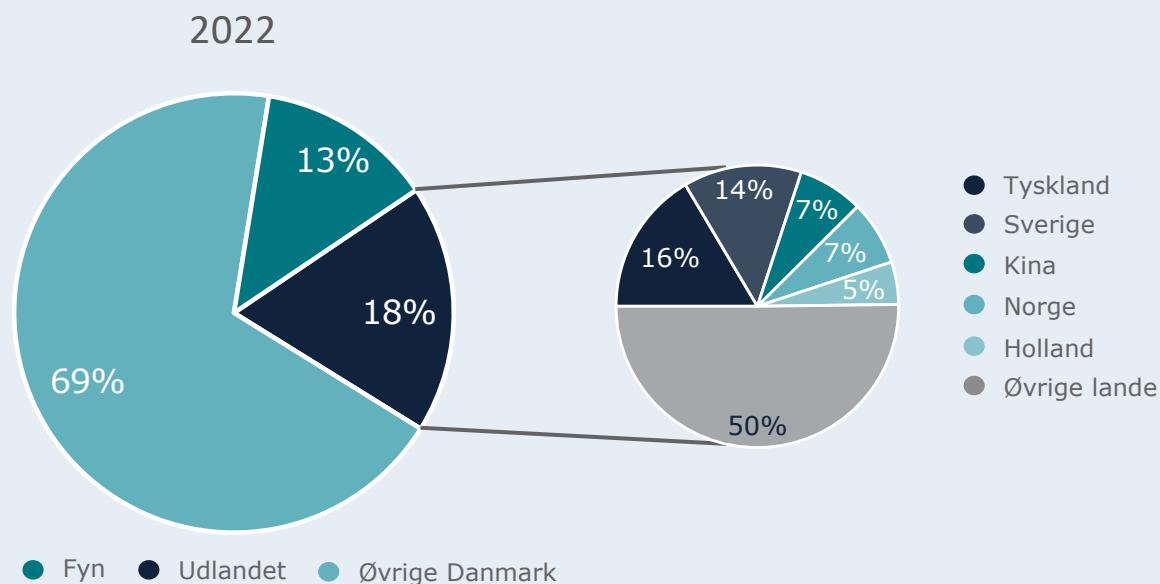
Effekt

Denne rapport samler op på tilskuernes svar og viser, hvordan de har oplevet eventen. Herudover beregnes den turismøkonomiske effekt for Fyn ved at ligge jord til eventen.

// BESØGSTYPE

Geografisk spredning

af publikum



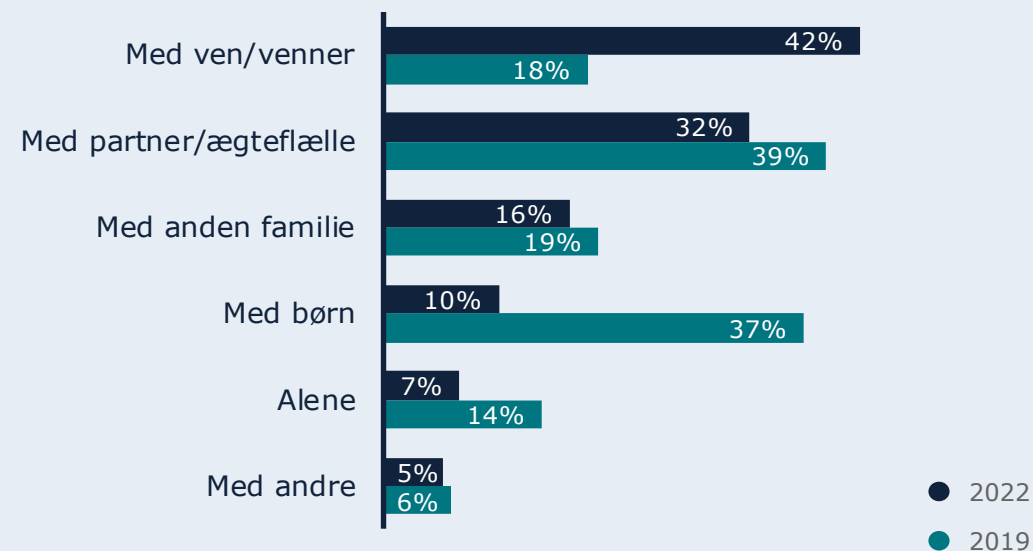
Note: Faktiske tal fra Badminton Danmark (n = 19.799)

Der har i alt været 19.799 unikke besøgende fordelt over hele verden, og den geografiske spredning mellem Fyn, det øvrige Danmark og udlandet, følger samme mønster som i 2018 og 2019. Af de knap hver femte tilskuer, som kommer fra udlandet, viser det lille cirkeldiagram fordelingen over top 5 lande.

Undersøgelsen viser desuden, at 99,6 pct. af alle tilskuerne primært er på Fyn for at overvære turneringen.

Hvem opleves eventen med

alene eller sammen med andre?



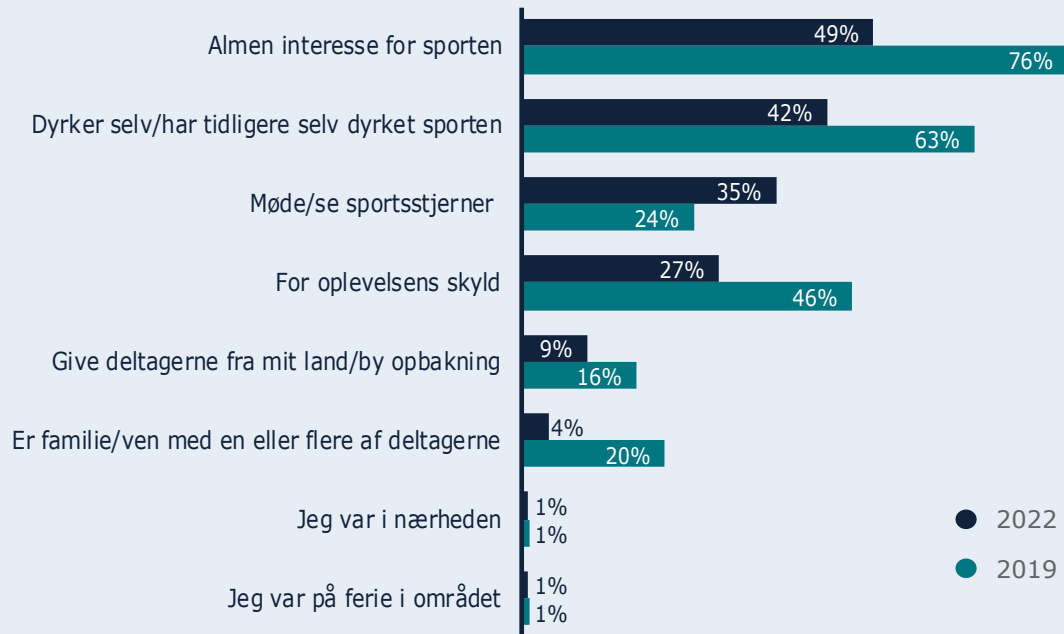
Note: Er du alene eller sammen med andre til eventen? (2022: n = 353, 2019: n = 418)

Denmark Open opleves i højere grad med ven/venner, sammenlignet med 2019. Der er desuden sket en væsentlig fald i andelen af besøgende, som besøger eventen med børn.

// BESØGSTYPE

Primære årsager til at deltage

Muligt at vælge flere årsager.



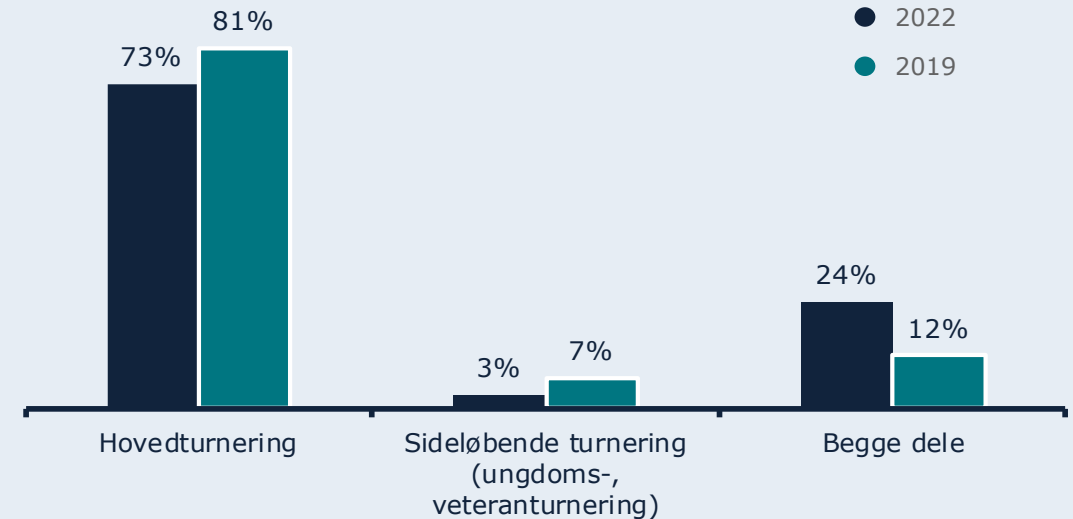
Note: Hvad er de primære årsager til, at du valgte at tage til eventen? (2022: n = 353, 2019: n = 418)

Den almene interesse for sporten er fortsat den primære årsag til at deltage i eventen, efterfulgt af, at den besøgende selv dyrker eller selv har dyrket sporten.

At møde og se sportsstjerner bliver ligeledes valgt som en vigtig årsag til at deltage.

Hovedturneringen lokker flest

sammenlignet med de sideløbende turneringer



Note: Er det primært hovedturneringen eller en af de sideløbende turneringer der har gjort, at du deltagte ved denne event? (2022: n = 353, 2019: n = 418)

Det er primært hovedturneringen, som tilskuerne kommer for at overvære. Knap hver fjerde angiver, at det samtidig også er for at overvære de sideløbende turneringer, hvilket er en væsentlig stigning sammenlignet med 2019.

// BESØGSTYPE

Hvor tilskuerne overnatter

af de som ikke er bosat på Fyn

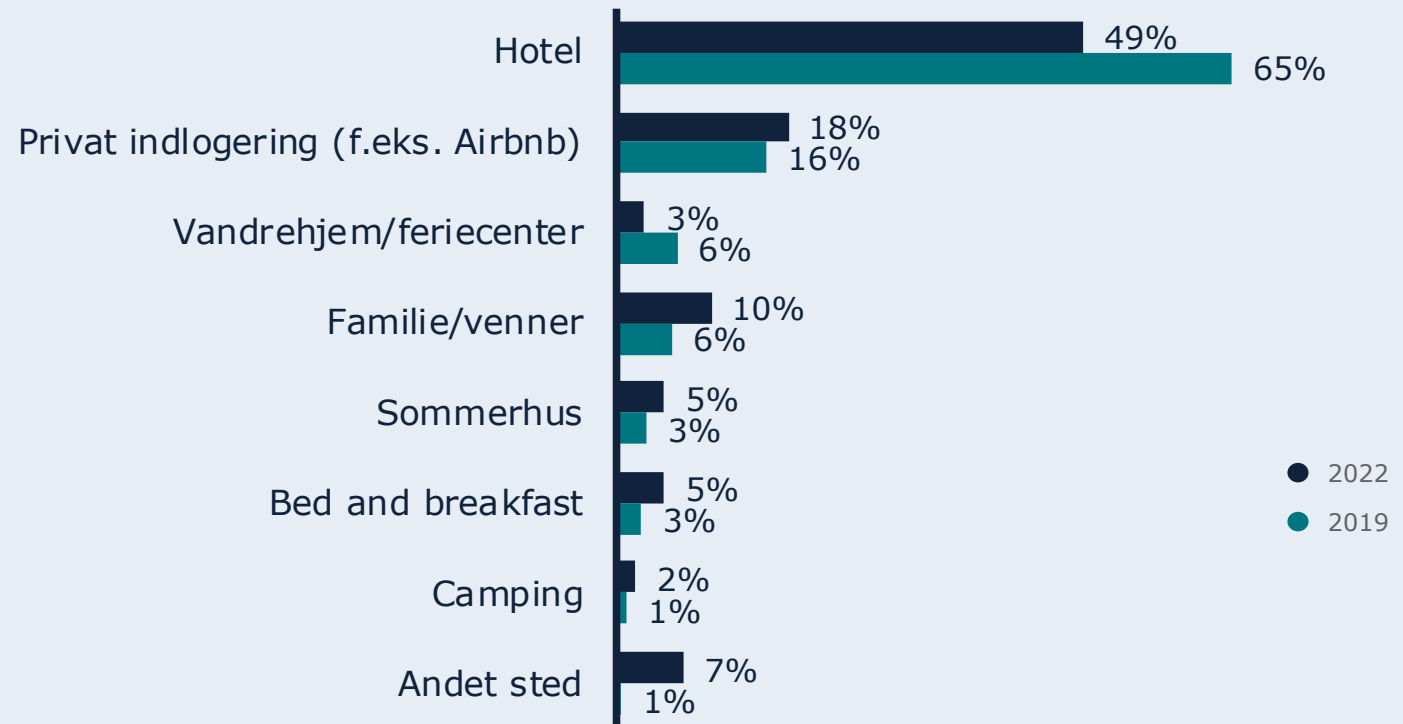
Ud af de adspurgte, som ikke er bosat på Fyn, overnattede 54 pct. minimum én gang på Fyn i forbindelse med Denmark Open (59 pct. i 2019).

Figuren viser, at de mest udbredte overnatnings-typer blandt tilskuerne fortsat er hotel, efterfulgt af private indlogeringer, som bl.a. tæller Airbnb.

Ud af alle overnatninger i forbindelse med eventen, fandt 87 pct. af disse sted i Odense (80 pct. i 2019).

I 2022 var gennemsnittet 3,1 overnatning pr. tilskuer (bosiddende uden for Fyn), sammenlignet med 2,7 i 2019.

Derudover kan 94 pct. af alle overnatningerne betegnes som kommercielle overnatninger, sammenlignet med 90 pct. i 2019.



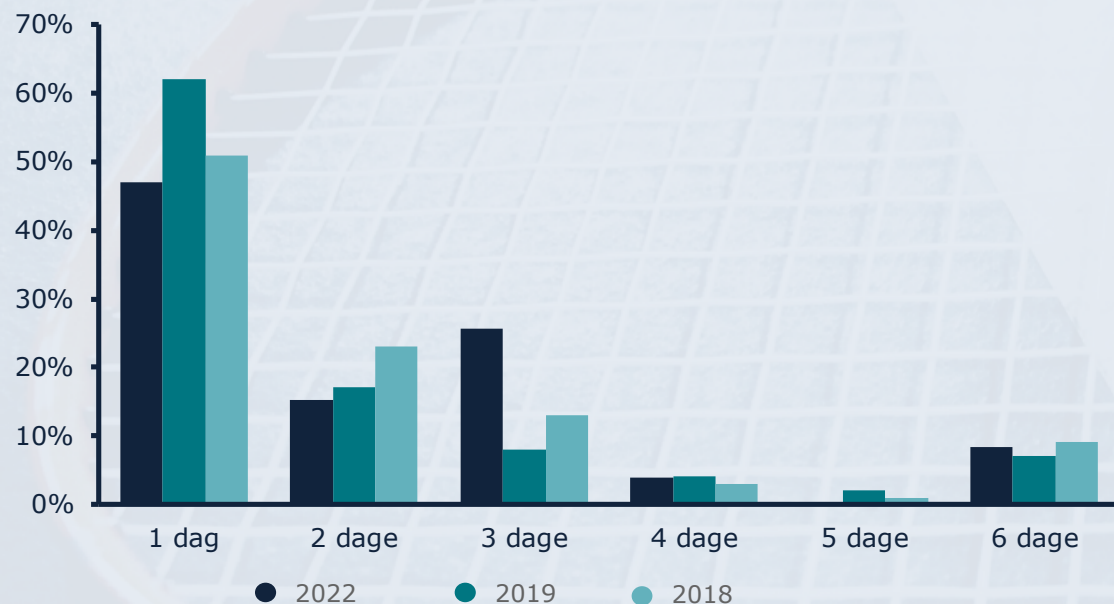
Note: Figuren viser kun overnatningsformerne for de tilskuere, som er ikke er bosiddende på Fyn. (2022: n = 189, 2019: n = 169).

//BILLETTER

Fordeling af billetter

fordelt på antal dage

Figuren viser, at knap halvdelen af tilskuerne har endagsbillet. Dog er der en markant større andel der har billet til tre dage, sammenlignet med 2018 og 2019.



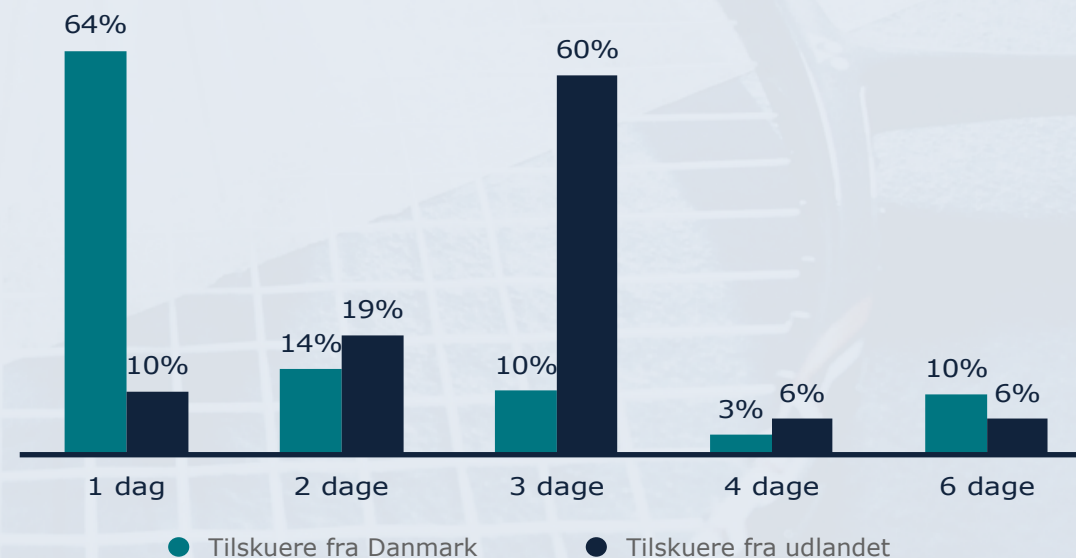
Note: Hvor mange dage har du billet til denne event? (2022: n = 289, 2019: n = 334, 2018: n = 271)

Danske og udenlandske billetkøb

fordelt på antal dage

Figuren viser fordelingen af billettyper købt af danske tilskuere, og billettyper købt af udenlandske tilskuere.

3 ud af 5 udenlandske tilskuer har 3-dagsbilletter og 1 ud af 5 har billet til to dage. Omvendt har knap 2 ud af 3 danske tilskuere endagsbillet til Denmark Open.

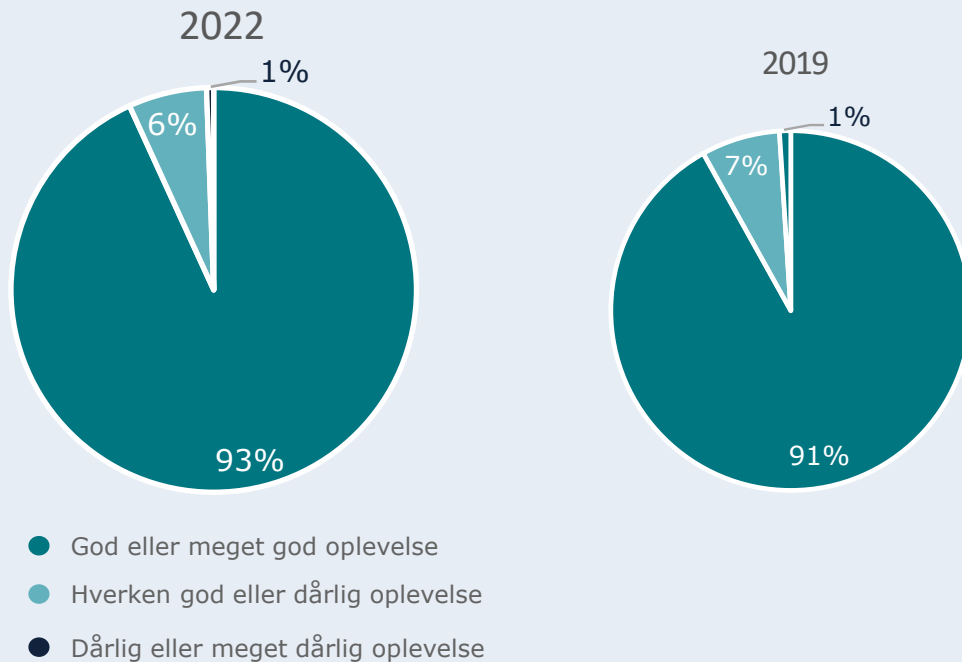


Note: Hvor mange dage har du billet til denne event, fordelt på nationalitet (n = 289)

// OPLEVELSEN

Den samlede vurdering af eventen

Fortsat god eller meget god oplevelse blandt størstedelen af tilskuerne

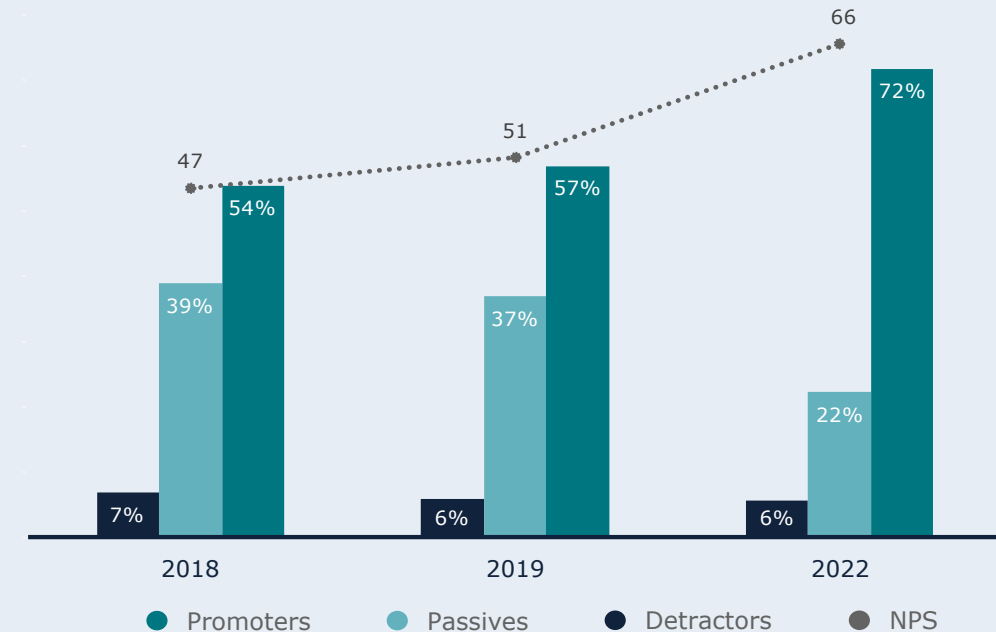


Note: Hvis du skulle give en overordnet vurdering af din samlede oplevelse af eventen, hvordan ville du så vurdere den? (2022: n = 353, 2019: n = 418)

De besøgende blev bedt om at give en overordnet vurdering af deres 'samlede oplevelse' af eventen. Figurerne viser, at tilskuerne i overvejende grad har haft en enten god eller meget god oplevelse med eventen, og en lille forbedring på 2 procent point siden 2019.

Net Promoter Score

Sandsynlighed for anbefaling af eventen



Note: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale eventen til din familie, ven eller kollega? (2022: n = 353, 2019: n = 418, 2018: n = 420)

Af de adspurgte, har 72 pct. angivet, at de vil anbefale eventen til andre, hvilket også afspejler den meget høje NPS på 66. Det er markant bedre end resultaterne fra både 2018 og 2019.

// OPLEVELSEN

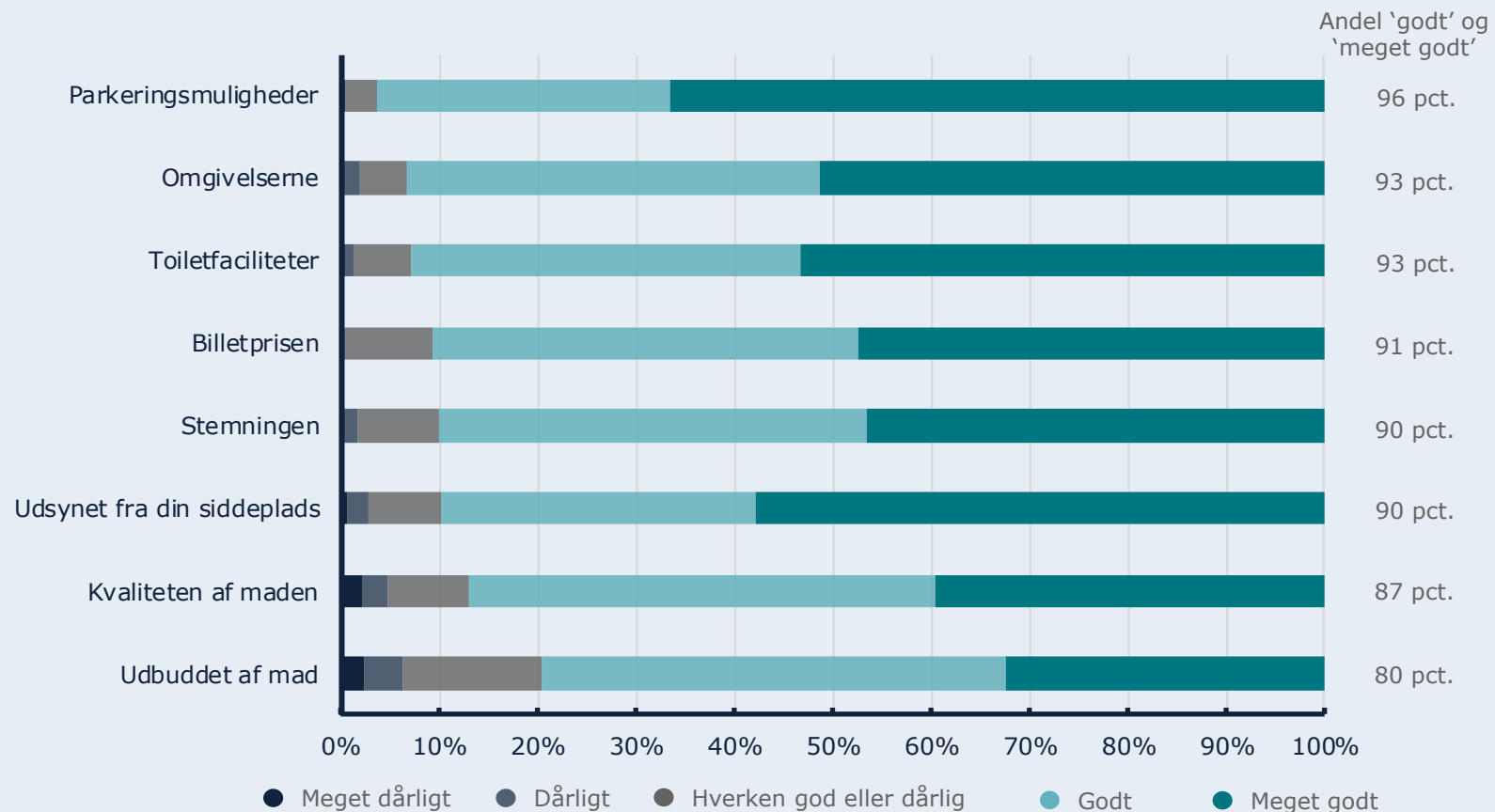
Tilskuernes rangering af specifikke forhold omkring eventen

vurderes i overvejende grad som værende 'godt' eller 'meget godt'

Figuren viser tilskuerens vurdering af en række forhold omkring eventen, sorteret fra højeste til laveste vurdering.

Generelt set giver tilskuerne en høj vurdering af de enkelte forhold, og især parkeringsmuligheder, omgivelserne, toiletfaciliteter og billetprisen har mere end 9 ud af 10 vurderet som værende 'godt' eller 'meget godt'.

I den modsatte ende ligger 'kvaliteten af maden' samt 'udbud af mad', som er de eneste to forhold, som tilskuerne (2 pct.) har vurderet 'meget dårlig'.

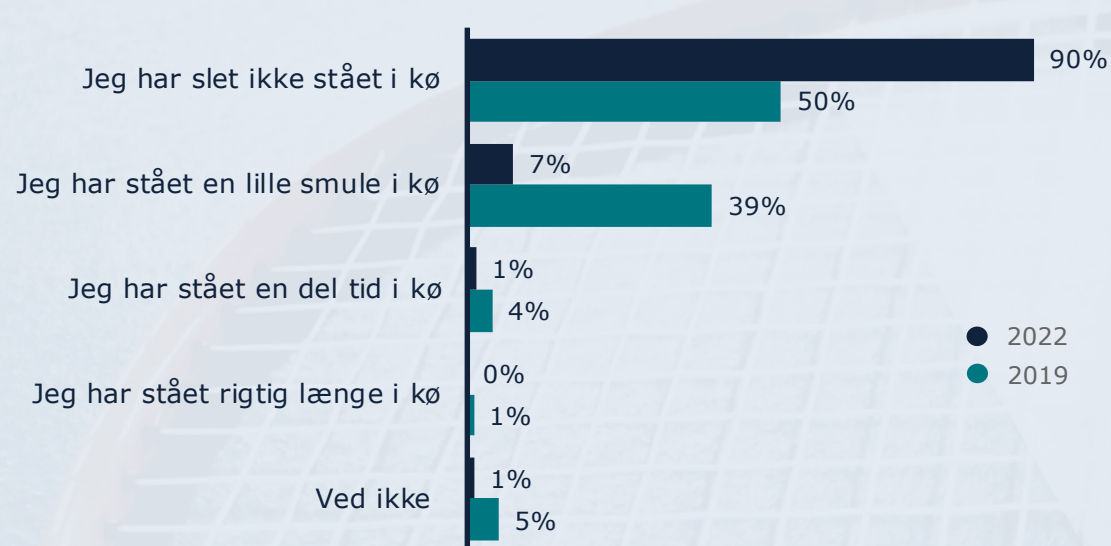


Note: Hvordan vil du vurdere følgende forhold omkring eventen? (n = 353)

// OPLEVELSEN

Vurdering af køforholdene

herunder toiletter, mad, mv.

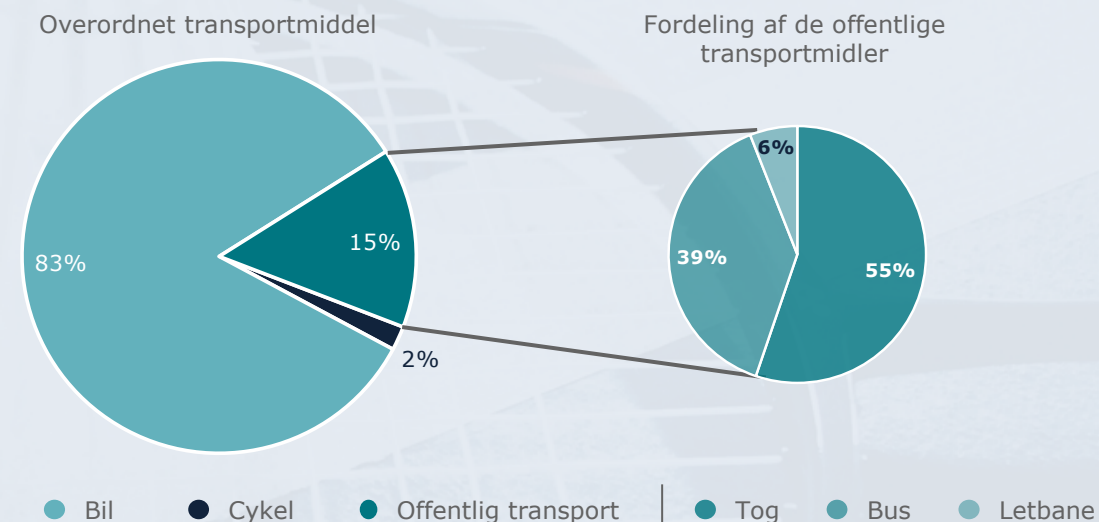


Note: Hvad er din oplevelse af køforholdene i forbindelse med eventen? (fx ifm. toiletter, mad ect.) (2022: n = 353, 2019: n = 418)

Tilskuernes vurdering af køforholdene til Denmark Open har fået en væsentlig bedre vurdering, sammenlignet med 2019. Undersøgelsen viser, at hele 90 pct. af tilskuerne i år 'slet ikke har stået i kø' til toiletter, mad, mv., og blot 7 pct. angiver, at de har 'stået en lille smule i kø'. I 2019 angav 43 pct., at de enten havde stået en lille smule eller en del tid i kø, sammenlignet med 8 pct. i år.

Transport til og fra eventen

samt fordeling af offentlig transport



Note: Hvordan kom du til og fra arenaen? (n = 353)

Cirkeldiagrammet til venstre viser tilskuernes transportmiddel til og fra eventen, fordelt på bil, cykel og på offentlige transportmidler, mens cirkeldiagrammet til højre viser fordelingen af de offentlige transportmidler tog, bus og letbane.

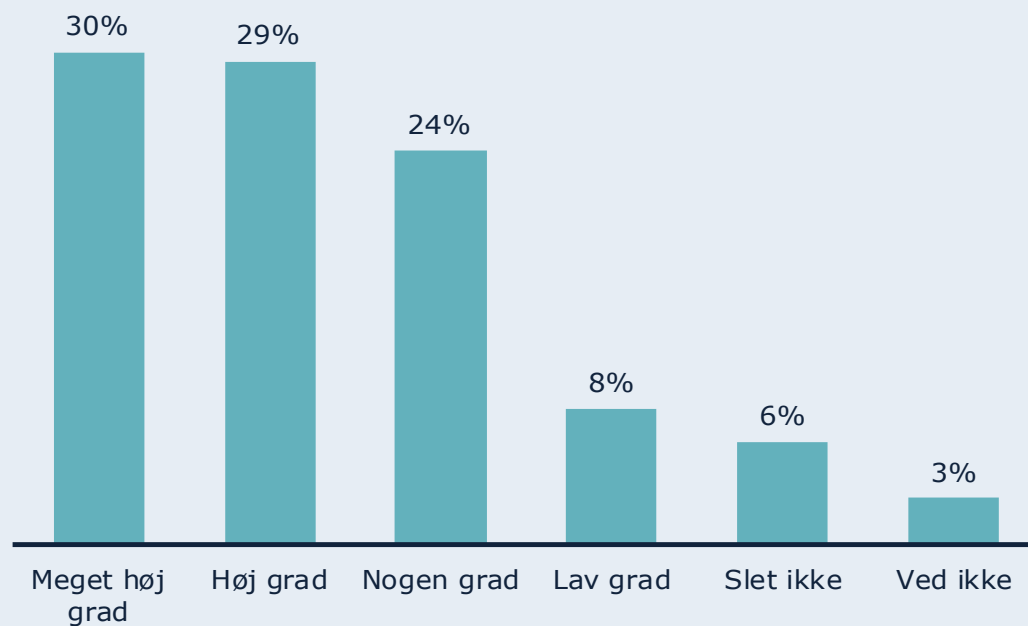
Størstedelen af tilskuerne (83 pct.) benytter bil til og fra eventen, mens 15 pct. benytter offentlig transport. Heraf benytter lidt over halvdelen toget (55 pct.), mens bus er det sekundære transportmiddel med 39 pct.

// OPLEVELSEN

Nedbringe CO2-aftryk

ifm. afholdelse af events

Figuren viser, at 59 pct. af tilskuerne mener, at det i høj eller meget høj grad er vigtigt, at arrangørerne af Denmark Open arbejder med bæredygtighedsinitiativer, med henblik på at nedbringe eventens CO2-aftryk.

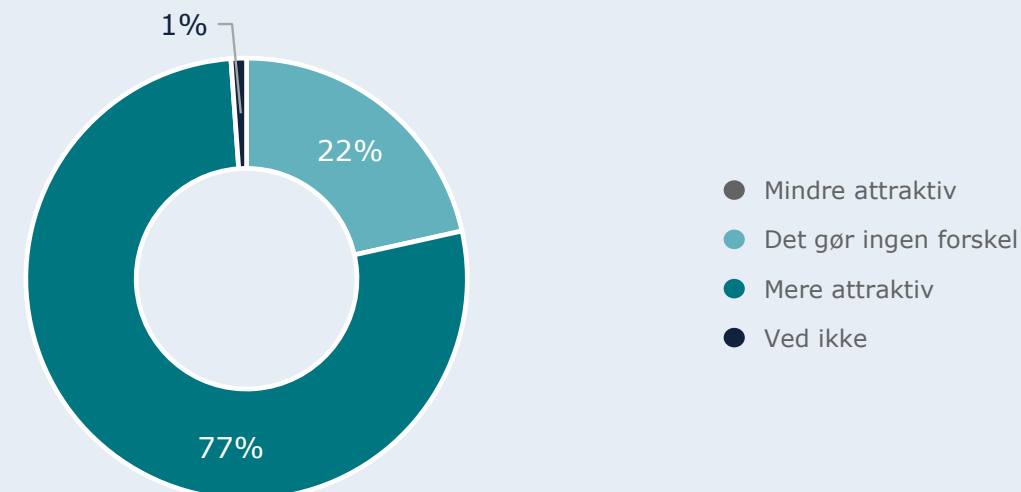


Note: I hvilken grad synes du, det er vigtigt, at arrangørerne af Denmark Open arbejder med bæredygtighedsinitiativer, med henblik på at nedbringe eventens CO2-aftryk? (n = 353)

Fyns attraktivitet øges,

ved at afholde events som denne

Der er blandt tilskuerne spurgt ind til, hvorvidt events som Denmark Open gør Fyn mere eller mindre attraktiv, og hele 77 pct. tilkendegiver, at Fyn bliver mere attraktiv ved afholdelse af events som denne.



Note: Mener du at Fyn bliver mere eller mindre attraktiv ved at afholde events som denne? (n = 353)

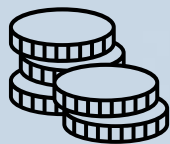
//TURISMEØKONOMISKE EFFEKTER

Investering og effekt

af værtskabet af Denmark Open

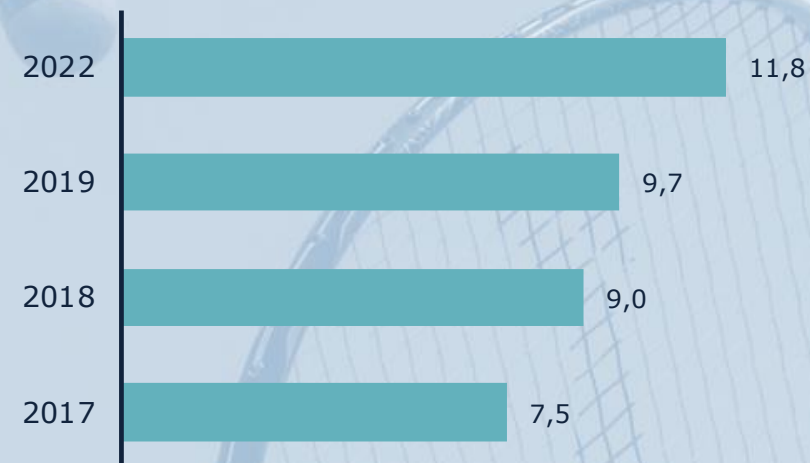
Der er i alt **investeret 2.476.326** kr. i Odenses/Fyns værtskab af Denmark Open 2022, mens beregninger viser en **bruttoomsætning på 29.320.048 kr.**

Dette betyder, at for hver krone der er investeret i eventen, giver det pengene **11,8 gange igen.**



Investeringen på 2,4 mio. består dels af Odense Kommunes/Destination Fyns sponsorat, dels af Odense Kommunes/Destination Fyns aktiveringstiltag. Derudover har en række private aktører ligeledes tegnet sponsorater såvel som Destination Fyn investerer ressourcer i form af mandskab til afvikling og koordinering. Disse investeringer er ikke medregnet i effekten af investeret krone.

Afkastet på eventen er stigende år for år



Figuren viser afkastet ifm. værtskabet af Denmark Open siden 2017 og frem til 2022. Afkastet har været stigende i hele perioden.

// METODE

Generelle forhold

Undersøgelsens metode

Undersøgelsen udgøres af 353 personlige interview (CAPI) med personer der er tilstede under eventen.

Målgruppe

Tilskuere ved eventen.

Interviewperiode

De 353 interview er gennemført i perioden 20. oktober – 23. oktober 2022 i Jyske Bank Arena.

Udvælgelse af respondenter

Respondenterne er rekrutteret ud fra et tilfældighedsprincip, hvor interviewererne har spurgt hver femte forbigående. Interviewene er ydermere blevet gennemført på forskellige lokationer ved eventen og over hele åbningstiden. Tilsammen danner dette grundlag for et repræsentativt sammensat udsnit af målgruppen.

Målingens styrke

Med en stikprøve på 353 interview, ligger den maksimale usikkerhed med et 95 pct. konfidensinterval mellem +/- 5,2 procentpoint.

Kvalitet og kontrol

Før dataindsamlingen

Skemaet er kontrolleret mht. spørgsmålsformulering, svaralternativer og visningsbetingelser ved manuel gennemgang af skemaet og ved kontrol af tilfældigt genererede testinterview.

Pilottest

Der er gennemført pilottest på undersøgelsen onsdag den 11. oktober 2022. Pilottesten gav ingen anledninger til korrektioner i skema eller fremgangsmåde. Undersøgelsen blev herefter sat i gang den 20. oktober.

Efter dataindsamlingen

Data er kontrolleret i forhold til svarmønstre på tværs af udvalgte variabler, afvigelser i forhold til den gennemsnitlige interviewtid og kontrol af de verbale besvarelser.

Herefter er data kontrolleret i forhold til det endelige spørgeskema.

//METODE

Turistøkonomiske effekter

Datakilder og forbehold

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

- Spørgeskemaundersøgelsen (tilskuernes antal overnatninger og dagsforbrug på Fyn)
- Eventregnskab fra Badminton Danmark (antal deltagere, dommere, trænere m.v. og udgifter til overnatning, transport og forplejning)
- Oplysninger fra Badminton Danmark om antal solgte billetter

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

1. Tilskuere med fast bopæl på Fyn
2. Tilskuere, som alligevel var på ferie på Fyn
3. Tilskuere, som alligevel var i nærheden (f.eks. forretning)
4. Tilskuere, 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 borgere 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 oplevelsesprodukter, fordi deres samlede rådighedsbeløb er begrænset.

For segmenterne 2 til 4 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.

Eventen blev afholdt i Jyske Bank Arena og dermed kunne tilskuere fra de øvrige kommuner på Fyn være medtaget i analysen. Destination Fyn har dog 10 fynske ejerkommuner, og organisationens indsats omfatter hele Fyn. Dette er baggrunden for den valgte afgrænsning af turister, der således omfatter alle tilskuere, der ikke har fast bopæl på Fyn.

Forbruget for deltagere, ledere/officials, dommere m.v. til overnatning, forplejning og transport er oplyst af Badminton Danmark. Da der ikke er blevet foretaget en deltagerundersøgelse, har det ikke været muligt at beregne dagsforbruget pr. deltager, frivillige og delegerede.

De økonomiske effekter af billetsalget er ikke medregnet i analysen. Dette skyldes at indtægterne tilfalder Badminton Danmark og dækker en del af de samlede udgifter ved eventen.

//METODE

Net Promoter Score

Hvad er NPS?

NPS måler kunders **loyalitet** til virksomhedens brand, og adskiller sig fra tilfredshedsundersøgelser. Tilfredse kunder og loyale kunder er ikke det samme, da loyale kunder **anbefaler** virksomheden og giver værdifuld feedback.

Hvorfor NPS?

NPS muliggør at evaluere sandsynligheden for, at en virksomhed får mersalg eller nye kunder. På baggrund af scoren vurderes virksomhedens potentiale for vækst gennem kundefastholdelse samt **anbefalinger** til andre virksomheder og personer i det professionelle netværk.

Hvor kommer NPS fra?

Udviklet i 1993 af Fred Reichard, og er udviklet over tusinde af spørgeskemaer siden da. I 2003 adopterede Bain & Company og Satmetrix den, og derefter blev den brugt til at forudsige kunders anbefalinger.

I denne undersøgelse er spørgsmålet formuleret således:

"Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale eventen til din familie, en ven eller kollega?"

Svaret angives på en skala fra 0 – 10, og inddeles i tre grupper:

Detractors: Negative og illoyale kunder. Svarer 0-6 på skalaen.

Passives Neutrale kunder. Svarer 7-8 på skalaen.

Promoters Positive og loyale kunder. Svarer 9-10 på skalaen.



$$\text{NPS} = \text{promoters} - \text{detractors}$$

{	[-100 ; -1]	Behøver forbedring
	[0 ; 29]	Godt
	[30 ; 69]	Rigtig godt
	[70 ; 100]	Fantastisk

