

Handläggare
Dahlmann Christian
Jo Linder Roger

Datum
2016-06-07

Diarienummer
KSN-2015-1239

Kommunstyrelsen

Värdskap för O-Ringen 2020

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslås besluta

att Uppsala kommun åtar sig värdskapet för O-Ringen år 2020,

att uppdra till Destination Uppsala AB att tillsammans med O-Ringen AB och berörda intressenter utforma en plan för genomförandet av O-Ringen 2020,

att avsätta en budgetram på 6 000 000 kronor för genomförande av O-Ringen 2020,

att avsätta maximalt 2 420 000 kronor under åren 2017-2020 för planering, genomförande och projektledning,

att uppdra till stadsdirektören att teckna avtal med O-Ringen AB inom ramen för de ekonomiska förutsättningar som redovisas i föredragningen,

att uppdra till kommunledningskontoret att beakta de ekonomiska förutsättningarna i Mål och budgetarbetet 2017-2020, samt

att uppdra till stadsdirektören att söka medfinansiering till projektet hos andra aktörer i Uppsala såsom näringsliv, universitet och övriga.

Sammanfattning

O-Ringen är världens största orienteringsarrangemang som avgörs varje år i juli månad på olika platser. Tävlingarna samlar mellan 15 000 och 20 000 orienterare som tillsammans under tävlingsveckan gör cirka 75 000 starter. Efter dialog med Destination Uppsala AB (DUAB) har orienteringsföreningen OK Linné uttryckt intresse för att arrangera O-Ringen i Uppsala 2020. En förutsättning för arrangemanget är att Uppsala kommun går in som medarrangör och delfinansiär. Det innebär bland annat att Uppsala kommun behöver svara för

en insats på 6 miljoner kronor samt vissa kostnader för planering, genomförande och projektledning. Arrangemanget genererar uppskattningsvis en turistekonomisk intäkt med cirka 120 miljoner kronor.

Ärendet

Destination Uppsala AB (DUAB) har inkommit med en skrivelse till kommunstyrelsen, i vilken DUAB föreslår att Uppsala kommun går in som medarrangör till O-Ringen 2020. Se **bilaga 1**.

Föredragning

O-Ringen är världens största orienteringstävling och samlar mellan 15 000 och 20 000 deltagare som tillsammans under tävlingsveckan gör runt 75 000 starter. Därutöver beräknas ytterligare mellan 8 000 och 10 000 personer bevista arrangemanget. Deltagarna kommer från hela världen och ett 40-tal nationer brukar vara representerade. När tävlingen startade 1965 var det under namnet 5-dagars. Uppsala arrangerade O-Ringen senast 1980 och var etappvärd 2001.

Svenska Orienteringsförbundet äger arrangemanget men har en egen organisation för utveckling och drift av O-Ringen, O-Ringen AB. Kommande arrangörer utses tre till fyra år i förväg och sedan planeras allt i samråd mellan O-Ringen AB, värdkommun och lokala arrangörer. År 2015 genomfördes O-Ringen i Borås. De kommande åren genomförs O-Ringen på följande platser:

2016 – Sälen
2017 – Värmland
2018 – Höga kusten
2019 - Kolmården

Tävlingen är uppdelad i fem etapper, med en etapp varje dag. Tävlingen är uppdelad i klasser efter ålder och kunnande. Totalt brukar det handla om strax över 100 klasser varje år, från de yngsta i 10-årsklasserna till de verkliga veteranerna i 90-årsklassen.

O-Ringen är i mångt och mycket en stor familjefest. Familjen tillbringar en semestervecka på O-Ringen och alla kan delta efter sina förutsättningar. O-Ringen arrangeras på olika platser år från år. Centrum för tävlingen är en speciellt uppbyggd ”O-Ringenstad”, där tusentals husvagnar och tält ställs upp, liksom all övrig nödvändig infrastruktur i form av servicebyggnader, försäljning och mässor.

Under våren 2015 uppvaktade DUAB orienteringsföreningen OK Linné i syfte att väcka intresse hos OK Linné för att arrangera O-Ringen i Uppsala 2020. Föreningen ställde sig positiv till att gå vidare och undersöka förutsättningarna för att arrangera O-Ringen 2020. Efter detta inleddes diskussioner med O-Ringen AB om vad det innebär mer i detalj för kommunen, rättighetsinnehavaren och lokala idrottsföreningar att arrangera O-Ringen i Uppsala 2020.

Om Uppsala kommun åtar sig ett värdskap innebär det följande åtagande:

- Stödja genomförandet av O-Ringen Uppsala 2020 med 6 000 000 kronor. Hela beloppet behöver inte betalas ut som ekonomisk ersättning till O-Ringen AB. Kommunen kan svara för kostnader i samband med genomförandet för hela eller delar av det totala beloppet. Det vill säga att kommunen kan antingen betala 6 000 000 kronor eller utföra tjänster till O-Ringen AB upp till ett värde av 6 000 000 kronor. Egna tjänster ska utföras till självkostnadspris.
- Tillhandahålla ett kontor i Uppsala för genomförandet av O-Ringen 2020 med plats för 1-3 personer samt ett mötesrum för cirka 15 personer. Kontoret behöver finnas från sommaren 2017. Beräknad kostnad: 200 000 kr per år
- Svara för, planera och bjuda in till O-Ringen Uppsala 2020:s invigningsmiddag. Beräknad kostnad: 90 000 kronor.
- Tillsammans med O-Ringen AB samfinansiera en tjänst som generalsekreterare för O-Ringen 2020. Generalsekreteraren fungerar även som kontaktperson och koordinator av Uppsala kommuns insatser. Tjänsten tillsätts sommaren 2017 och O-Ringen AB och Uppsala kommun delar på lönekostnaden. Beräknad kostnad: 430 000 kronor per år. Målsättningen är att rekrytera en person som kan fungera både som kontaktperson och koordinator av Uppsala kommuns insatser och samtidigt ha kompetens kring orientering och O-Ringen för att fungera som generalsekreterare för tävlingarna. Finns inte nödvändig kompetens för att klara hela uppdraget i en och samma person kan tjänsten behöva delas upp i två halvtidstjänster.
- Ersätta O-Ringen AB med 125 000 kronor i rollen som etappvärd.
- Svara för lön för 30-50 sommarjobbare under juli månad år 2020. Sommarjobbarna ska fylla en funktion som funktionärer under tävlingarna. Kostnaden ryms inom ramen för ordinarie verksamhet.

Ett evenemang som O-Ringen genererar stora turistekonomiska intäkter för tävlingens värdkommun. När Skåne stod värd för tävlingarna 2014 uppgick den turistekonomiska effekten till 120 miljoner kronor. Den extra skatteintäkt som evenemanget bidrog med uppskattas till 8 miljoner kronor. En utförlig analys av O-Ringens turismekonomiska effekter återfinns i **bilaga 2**.

Som värd och delfinansiär regleras relationerna mellan Uppsala kommun och rättighetsinnehavaren, O-Ringen AB, genom ett avtal. Stadsdirektören föreslår, för Uppsala kommuns räkning, underteckna avtalet.

I anslutning till ett flertal tidigare evenemang har det genomförts vetenskapliga studier på hur skog och mark positivt påverkas av det stora antalet löpare som springer i skogen. Dessa kan läsas på; <http://www.orientering.se/Arrangera/Markfragor/Vetenskapligastudier/>

Ett arrangemang av den här stoleken kräver samverkan mellan olika intressenter. Förutom Uppsala kommun och O-Ringen AB är orienteringsföreningarna OK Linné, IF Thor och Långhundra IF- orientering stora intressenter likväl som berörda markägare. Eftersom O-Ringen planeras att fysiskt placeras inom Sveriges Lantbruksuniversitet domäner är universitet en självklar intressent.

Ekonomiska konsekvenser

Den totala kostnaden för Uppsala kommun för planering och genomförande av O-Ringen 2020 beräknas uppgå till 8 420 000 kronor fördelat årsvis på

2017	315 000 kronor
2018	1 630 000 kronor
2019	2 630 000 kronor
2020	3 845 000 kronor

Totalt 8 420 000 kronor

Det beräknade turistekonomiska nettot uppskattas till 120 miljoner kronor. Kommunledningskontoret föreslås få i uppdrag att beakta kostnaden i Mål och budget för 2017-2020.

Kommunledningskontoret

Joachim Danielsson
Stadsdirektör

Christoffer Nilsson
Chef kommunledningskontoret

O-ringen 2020

Bakgrund

Under våren 2015 uppvaktades orienteringsföreningen OK Linné av Destination Uppsala i ett försök att få OK Linné att vilja ansöka om och ta på sig ett värdskap för evenemanget O-ringen, i Uppsala. Föreningen ställde sig efter årsmötet i mars, positiva till att gå vidare med en från marknadsbolaget Destination Uppsala och föreningen gemensam ansökan.

Parallella diskussioner har pågått med rättighetsinnehavaren O-ringen AB (ett av Orienteringsförbundets helägda bolag) om möjliga år att söka samt vad det innebär i detalj för staden, rättighetsinnehavaren och den lokala idrottsföreningen.

Då O-ringen är ett evenemang av större karaktär, med en stark organisation och en väl uppbyggd struktur gör genomförande så finns en tydlig kalkyl för vilket stöd man behöver av en kommunal aktör.

Ansökan för 2020 års evenemang ska vara inne senast i mars 2016 och beslut om vald destination för evenemanget tas i under sommaren 2016.

Utifrån Mötes- och evenemangsstrategin (beslutad av Kommunfullmäktige i november 2014) ska DUAB verka för att värva och vinna hem evenemang som gynnar den lokala besöksnäringen i perioder där beläggningen i övrigt är låg. O-ringen som evenemang uppfyller kriterierna i den nämnda strategin.

Frågeställning

1. Ett evenemang av denna storlek behöver en kommunal insats på 6 miljoner kronor (i 2015-års penningvärde). Vi önskar kommunstyrelse/kommunfullmäktige besluta om detta stöd för antingen ett evenemang 2020 eller 2021 (beroende på när/om evenemanget beviljas ett genomförande i Uppsala).

2. Vid ett bifall om finansiering från Uppsala kommun, föreslås en handläggare tillsättas, från Uppsala kommun (eller kommunalt bolag) att arbeta för att evenemanget uppnår bästa effekt för Uppsala och att våra värderingar och krav uppfylls på bästa sätt. (miljö, säkerhet, upplevelse, marknadsföring osv)

Korta fakta om evenemanget i Uppsala 2020

Datum: Mitten av juli, v 30

Antal deltagare: ca 25 000 personer (samt ca 8 000 medföljande)

Arrangör: OK Linné (totalt arbetas ca 75 000 ideella timmar fördelat på ca 1000 volontärer) och O-ringen AB. Även andra uppländska orienteringsklubbar engageras.

Personal anställs så fort ett positivt besked lämnas från O-ringen AB. OK Linné är Sveriges största orienteringsförening. Arrangören får en ersättning om ca 4 miljoner kronor, vilket möjliggör en hel del satsningar på både bredd och elit inför, under och efter ett O-ringen evenemang.

Tidigare/beslutade orter: 2010 Örebro, 2011 Hälsingland, 2012 Halland, 2013 Boden, 2014 Skåne, 2015 Borås, 2016 Sälen, 2017 Värmland, 2018 Höga Kusten (Örnsköldsvik), 2019/2020/2021 Åre/Kolmården/Stockholm/Uppsala (ej beslutat)

Senast O-ringens arrangerades i Uppsala var på 80-talet, en arena byggdes i kommunen 2001 när tävlingen var i Märsta)

Vad innebär det för insats av kommunen (ekonomiskt)?

I dagens pengavärde; 6 miljoner kronor. Kan vara rena pengar och/eller Value in kind (dvs arbetskostnader).

Turistekonomisk effekt i Skåne 2014: ca 120 miljoner kronor

Skatteintäkt i Skåne 2014: ca 8 miljoner kronor

Läs mer om de ekonomiska effekterna av O-ringens i den bifogade rapporten.

Vad innebär det för insats av kommunen eller kommunens bolag (arbetsinsats)?

O-ringens innebär att det byggs en temporär camping (kan delas upp) samt minst två tävlingsarenor (troligt tre tävlingsarenor). Campingen omfattar ca 400 000 kvm och det ska tillhandahållas mellan 2000-2500 platser.

Kommunen behöver ge tillämpliga tillstånd till de platser som föreslås för ett eventuellt O-ringens i Uppsala, 2020. Avstängningar och eventuella tillgänglighetsanpassningar av mark.

I anslutning till ett flertal tidigare evenemang (nu senast i Skåne 2014) har det genomförts vetenskapliga studier på hur skog och mark positivt påverkas av det stora antalet löpare som springer i skogen. Alla studier finns att hitta här;

<http://www.orientering.se/Arrangera/Markfragor/Vetenskapligastudier/>

Nyttjande av elnät, vatten samt avlopp på camping och arenor. I bästa fall görs detta på platser där det efter genomförande ska byggas bostäder.



RubinResearch

WHEN VALUE COUNTS

Deltagargrupper: Från den officiella statistiken framgår att 77% av deltagarna var föranmälda medan resterande 23% var deltagare som anmälde sig direkt på plats. Av undersökningen framgår vidare att 98% var övernattare och 2% dagpendlare.

Viktigt på O-Ringen: Då respondenterna fick rangordna vad de ansåg viktigast på eller runt omkring O-Ringen så var det tydligt att "hög kvalitet på terräng, kartor och banor" var den faktor som värdesattes högst. Hela 51% lyfte ut detta som viktigast. Vid summering av samtliga tre faktorer/områden så var det 77% som nämnde "hög kvalitet på terräng, kartor och banor". Det visade sig också att "smidiga transporter till och från arenor" (52%) kom som god tvåa följt av "möjlighet att umgås..." (36%), "hög kvalitet på servicefunktioner..." (35%), "hög kvalitet på boende..." (23%) och "fri starttid i kortklasser" (20%), osv.

Nästa år: En stor del svarade att de vill delta även nästa år. 40% svarade att det är mycket troligt att de deltar nästa år medan 26% sade att det är till viss del troligt. 10% visste inte riktigt hur de känner, medan 12% svarade att det inte är särskilt troligt och 8% svarade att det inte alls är troligt. Genomsnittsvärdet låg på 3,8.

Kristianstad som turistregion: Respondenterna tyckte bra om Kristianstad som turistregion/besöksmål. 77% gav ett positivt omdöme (mycket bra eller bra) medan 14% förhöll sig neutrala (varken eller) och 1% gav negativt omdöme (dåligt eller mycket dåligt). Totalt sett fick Kristianstad 4,0 i betyg.

Vad man gjort under vistelsen: Det varma vädret fick stort genomslag på hur deltagarna aktiverade sig. "Badat i hav eller sjö" (83%) var den aktivitet som var i särklass populärast. Även "besökt Åhus" (64%) och "Shoppat i Kristianstad" (31%) fick bra genomslag. Sannolikt har en stor del kombinerat "bad" och "besökt Åhus". "Shoppingen i Kristianstad" har sannolikt blivit lite lidande av det fina vädret då bad i viss mån prioriterats framför shopping, och möjligen hade förhållandena varit omvända vid en något mildare sommar. Bland de mer konkreta besöksmålen så var Naturum Vattenriket (13%) mest besökt, följt av "Bäckaskog slott" (8%), "Humleslingan" (7%), "Tykarpsgrottan" (5%) och "Wanås" (3%), osv.

Återbesök: Kristianstadsregionen har absolut gjort avtryck bland respondenterna. 84% kunde tänka sig att komma tillbaka till Kristianstad som turist i framtiden, vilket fördelades på 28% som svarade "ja absolut" och 56% som svarade "ja kanske".

Information om Kristianstad: 91% upplevde att de fått den information som de behövde för att kunna turista och upptäcka Kristianstad med omnejd.

Det vanligaste sättet att få information var genom att "googla det man sökte efter" (49%), följt av att få information via "vänner och bekanta" (25%), besökt "Kristianstad Turism Hemsida" (20%), "Skånes websida" (11%) respektive att söka information på "annat sätt" (28%).

Resan: En mycket stor majoritet (97%) tog bilen för att komma till evenemanget. Man var i genomsnitt 3,2 personer per bil. En stor majoritet (88%) av de som åkte bil övervägde aldrig andra transportsätt för att ta sig till och från Kristianstad. Man valde bilen eftersom den upplevdes flexiblare, enklare samt att man hade nytta av bilen under O-Ringen. Den genomsnittlige deltagaren åkte ca 53 mil och lade ungefär 886 kr på sin resa till och från evenemanget.

Resesällskapet: Det genomsnittliga resesällskapet bestod av 4,7 personer av vilka 4,1 själva deltog i evenemanget och 0,6 var medföljare, dvs personer som följde med utan att själva delta.

Hur man bodde: 2% av deltagarna pendlade till evenemanget från sin egen permanentbostad medan 98% övernattade i samband med deltagandet i O-Ringen. En övervägande majoritet av "övernattarna" bodde kommersiellt (ca 92%) medan andra hittade icke kommersiellt boende (ca 6%).

Vistelselängd: Deltagarna tillbringade i genomsnitt 7,7 dagar och 7,1 nätter i regionen i anslutning till deltagandet i O-Ringen. De utländska deltagarna stannade något längre i regionen än de svenska.

Boendekostnad: De som övernattade i samband med deltagandet i O-Ringen var i genomsnitt 4,5 personer som delade boende och i genomsnitt betalade de 137 kr per person och natt under vistelsen i boendekostnad. De utländska deltagarna i genomsnitt lade något mer på sitt boende än de svenska.

Hittade boende: 57% av de som ej bodde på den officiella campingen hittade sitt boende via annonser på internet, 24% ordnade boende via släkt och vänner, 1% fick boende genom traditionella annonser i tidningar och magasin och resterande 18% hittade sitt boende på annat sätt.

Turistkonsumtion: Uträkningarna ger vid handen att de 23.897 turister (deltagare och medföljare) som kom till regionen i samband med evenemanget har spenderat ca 124 miljoner kronor under sitt vistelse.

Logi/boende står för ca 21 miljoner medan övrig konsumtion står för ca 103 miljoner. Vidare kan ses att 'svenska turister' är den stora gruppen och de står för ca 92 miljoner av omsättningen medan 'utländska turister' omsätter ca 32 miljoner.

Sammanfattning	2-3
Innehållsförteckning	4
Bakgrund	5
Syfte	6
Bortfallsredovisning	7
Felmarginalstabell	8
Demografi	9-11
Deltagargrupper	12-15
Anledning till deltagande	16-21
Kristianstad som region	22-34
Resan	35-54
Boende	55-70
Turistekonomisk beräkning	71-78

O-Ringen är Sveriges största idrottsäventyr och världens största orienteringsfest som avgörs varje år i juli vecka 30, på nya platser år efter år. När tävlingen startade 1965 var det under namnet 5-dagars, och som det namnet antyder är det tävling i fem dagar för deltagarna, med en etapp varje dag men där det sammanlagda resultatet efter hela veckan räknas i tävlingen.

O-Ringen är en mötesplats för ca 15.000 - 25.000 orienterare som tillsammans under tävlingsveckan gör ca 75.000 starter. Deltagarna kommer från hela världen och ett 40-tal nationer brukar vara representerade. Tävlingen är uppdelad i klasser efter ålder och kunnande. Totalt brukar det handla om strax över 100 klasser varje år, från de yngsta i 10-årsklasserna till de verkliga veteranerna i 90-årsklassen.

O-Ringen är i mångt och mycket en stor familjefest. Familjen tillbringar en semestervecka på O-Ringen och alla i familjen kan delta efter sina förutsättningar. Barn, ungdomar och föräldrar träffar gamla kompisar och nya bekantskaper. Centrum för tävlingen är en speciellt uppbyggd O-Ringenstad, där tusentals husvagnar och tält ställs upp, liksom all övrig nödvändig infrastruktur i form av servicebyggnader, försäljning och mässor.

En stor del av deltagarna och medföljarna är turister (personer som ej bor lokalt i den arrangerande kommunen). Turisterna tillbringar tid och konsumerar under sin vistelse i kommunen. Turistkonsumtionen är viktig för kommunen/regionen då den tillför omsättning till det lokala näringslivet, skatteintäkter till kommun och stat samtidigt som den genererar arbetstillfällen.

Den här undersökningen är genomförd på de deltagare som var med och sprang i 2014 års upplaga av O-Ringen som arrangerades i Kristianstad.



Syfte:	Studien är en utvärdering av de turistekonomiska effekterna som tillförs regionen med anledning av O-Ringen 2014. Studien tar sin utgångspunkt i det tillflöde av turister och den konsumtion som annars inte skulle ägt rum (om det ej vore för evenemanget).
Begränsningar:	Studien omfattas av följande begränsningar: Undersökningen tar endast hänsyn till de som deltar i evenemanget (och deras medföljare) och exkluderar den tillresta publiken som följer evenemanget på plats. Studien tar endast hänsyn till den direkta konsumtionen, och alltså ej indirekt konsumtion som äger rum i form andrahandskonsumtion (t. ex de medverkande samarbetspartnerns egna konsumtion i området, B2B, etc). Studien tar endast hänsyn till den del av den direkta konsumtionen som är att hänföra till turisternas konsumtion, och tar alltså inte hänsyn till lokal konsumtion eller regionens investeringar i infrastruktur, etc. Studien redovisar en bruttokonsumtion, och tar ej hänsyn till skatteutjämnningseffekter eller annan omfördelningspolitisk påverkan. Undersökningen genomförs på svenska och engelska, vilket kan exkludera vissa besökare från möjligheten att medverka i studien.
Turister:	Samtliga deltagare anses definitionsmässigt vara turister då andelen "lokala deltagare" (personer som bor permanent i den arrangerande kommunen) anses vara så liten att den summerar till 0% och därmed inte påverkar den turistekonomiska beräkningen.
Målgrupp:	Samtliga deltagare äldre än 15 år som medverkat under veckan. Undantag för den absoluta eliten. Intervjuerna är genomförda på föranmälda deltagare, och de erhållna resultaten har efter schablon applicerats på de direktanmälda deltagarna.
Urval:	Obundet slumpmässigt urval bland deltagare från deltagarlistan erhållen från Orienteringsförbundet
Metod:	1229 genomförda webbenkäter i målgruppen deltagare i perioden 28/7 – 15/8, 2014
Uppdragsgivare:	O-Ringen
Projektledare:	Rubin Research & Consulting AB

Bortfallsredovisning

Bruttourval/Bruttoutskick	2496
Felaktig mejladress/mejl studsade	- 51
Nettourval/Nettoutskick	2445
Ej svar trots 2 påminnelser	- 1216

Antal genomförda intervjuer 1229

Svarsfrekvens 50%

Kompletterande information

Antal som öppnat/tittat på mejlutsicket	1956
Antal som startat undersökningen	1669
Antal som hoppat av/avslutat i förtid	- 440
Antal fullt ifyllda enkäter	1229 (= 63% av de som öppnat mejlet och 74% av de som startat undersökningen)

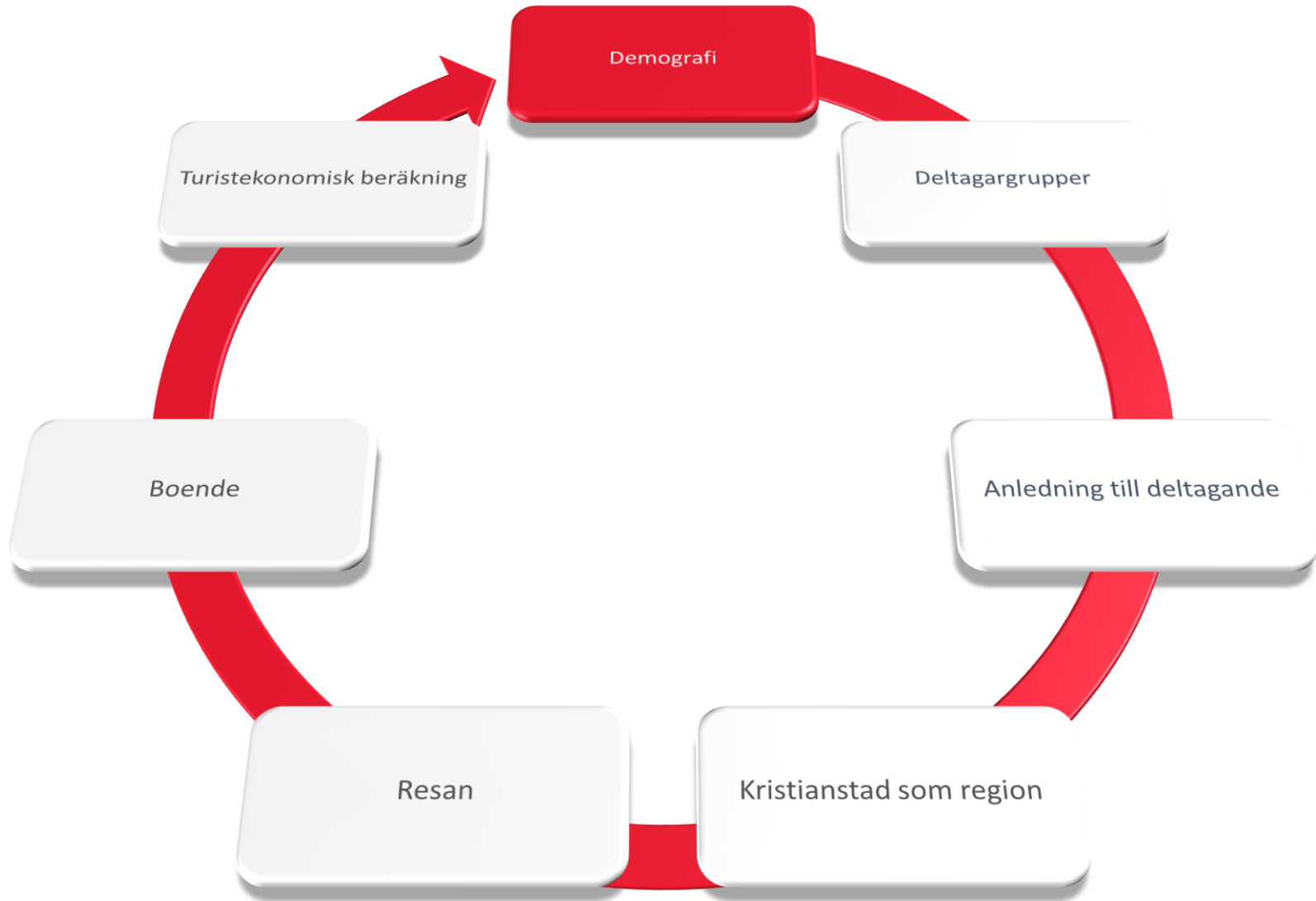
Genomsnittlig intervjutid 15 minuter

Resultat från marknadsundersökningar som bygger på stickprov är behäftade med vissa "fel" och har en viss osäkerhet. En del av den osäkerheten kan skattas till sin storlek, nämligen den så kallade statistiska felmarginalen. Men observera att felmarginalen bara kan beräknas om urvalet är gjort obundet slumpmässigt ur register över en större population. För kvoturval eller andra enklare urvalsformer kan ingen motsvarande skattning av säkerheten göras. Felmarginalen påverkas av hur många individer som ingår i urvalet och vilket procentvärde man vill beräkna osäkerheten kring. Ju större urval, desto mindre felmarginal. Ett värde kring 50% har vidare en större felmarginal än ett värde kring 10 eller 90%.

Det "sanna" värdet, dvs. det procentvärde som vi försöker komma åt, är med 95 procents sannolikhet det i undersökningen observerade, +/- det värde som visas i tabellen. Exempel: 10% svarar "ja" på en viss fråga. Undersökningen omfattar ca 1230 intervjuer. Det "sanna" värdet är då 10% +/- 1,7%. Det ligger alltså med 95 procents sannolikhet inom intervallet 8,3 och 11,7%.

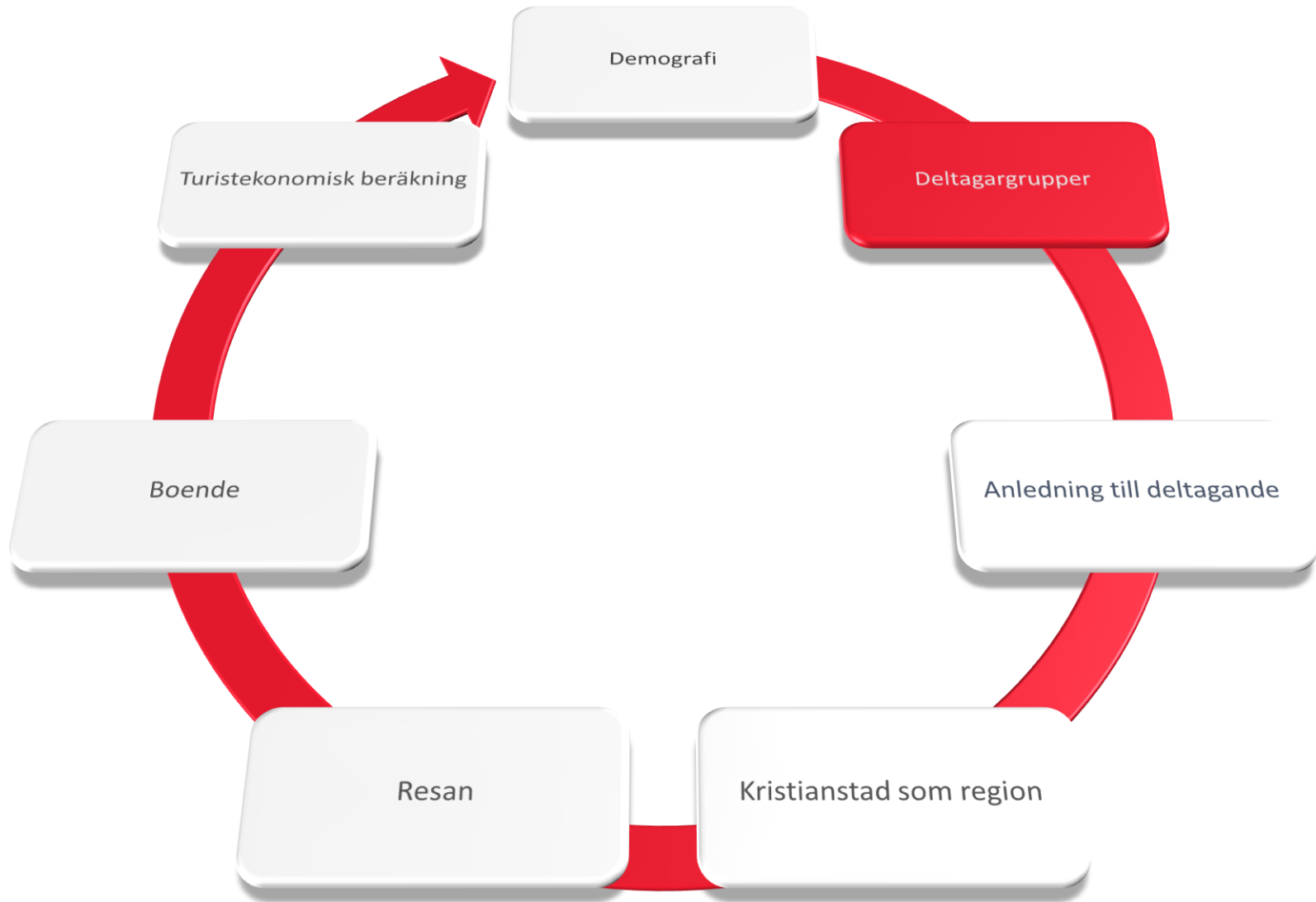
Observera att det finns andra felkällor i stickprovsundersökningar än felmarginalen. Dit hör t ex det statistiska bortfallets storlek, dåliga frågeformuleringar, etc. Dessa felkällors betydelse kan man inte på samma sätt beräkna storleken på. Det krävs en professionell planering av undersökningen och ett omsorgsfullt genomfört fältarbete för att minska effekten av sådana felkällor.

Antal Intervjuer	10 eller 90%	15 eller 85%	20 eller 80%	25 eller 75%	30 eller 70%	35 eller 65%	40 eller 60%	45 eller 55%	50%
100	6,0	7,1	8,0	8,7	9,2	9,5	9,8	9,9	10,0
200	4,2	5,1	5,6	6,1	6,5	6,8	6,9	7,0	7,1
300	3,5	4,1	4,6	5,0	5,3	5,5	5,7	5,8	5,8
400	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,8	4,9	5,0	5,0
500	2,7	3,2	3,6	3,9	4,1	4,3	4,4	4,5	4,5
700	2,3	2,7	3,0	3,3	3,5	3,6	3,7	3,8	3,8
900	2,0	2,4	2,7	2,9	3,1	3,2	3,3	3,3	3,3
1000	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,0	3,1	3,1	3,1
2000	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2

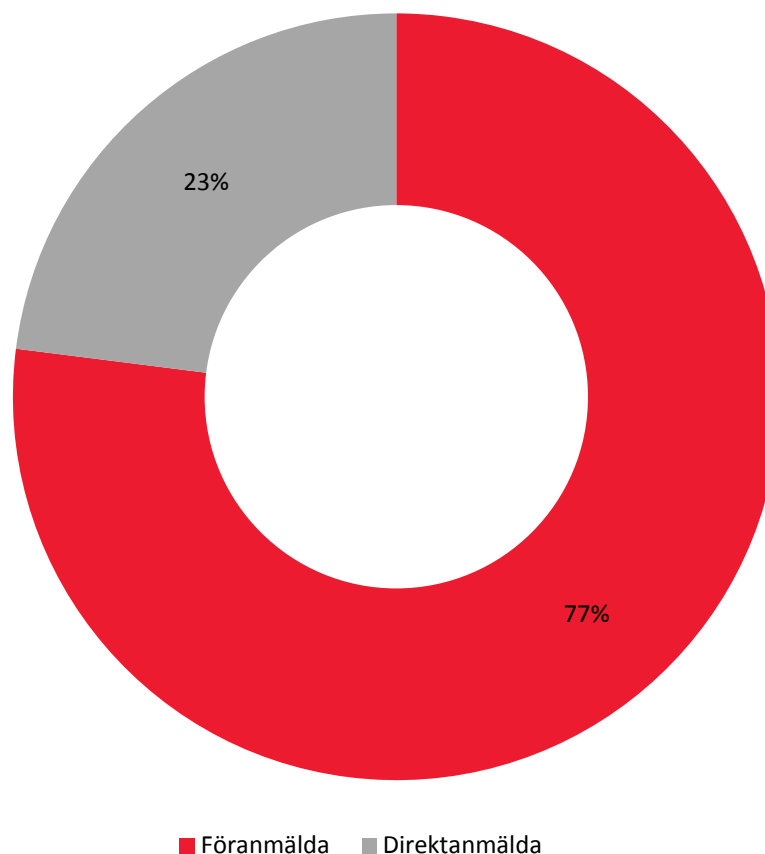


	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Kön							
Man	58%	62%	56%	65%	63%	56%	60%
Kvinna	42%	38%	44%	35%	37%	44%	40%
Ålder							
15-25 år	7%	7%	7%	4%	12%	22%	19%
26-35 år	7%	9%	8%	7%	10%	5%	10%
36-45 år	25%	21%	26%	24%	28%	22%	24%
46-55 år	28%	33%	34%	29%	26%	22%	19%
56-75 år	33%	28%	25%	36%	24%	29%	27%
Land							
Sverige	83%	77%	77%	82%	79%	75%	75%
Utlandet	17%	23%	23%	18%	21%	25%	25%

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Län (de som bor i Sverige)							
Stockholm	16%	16%	14%	14%	17%	12%	10%
Västra Götaland	22%	16%	23%	16%	19%	18%	22%
Dalarna	6%	8%	6%	9%	6%	6%	6%
Skåne	7%	6%	10%	6%	7%	9%	6%
Örebro	4%	3%	4%	4%	2%	5%	2%
Västmanland	2%	4%	4%	4%	3%	3%	5%
Östergötland	6%	7%	5%	4%	5%	7%	4%
Södermanland	4%	4%	5%	5%	4%	6%	%
Västernorrland	3%	4%	2%	5%	3%	3%	4 %
Jönköping	5%	4%	6%	5%	5%	5%	7%
Uppsala	4%	6%	4%	4%	4%	5%	4%
Halland	4%	2%	1%	4%	4%	7%	3%
Kalmar	3%	2%	2%	3%	3%	4%	2%
Västerbotten	1%	2%	1%	1%	2%	0%	1%
Värmland	3%	3%	4%	4%	4%	3%	3%
Blekinge	3%	1%	3%	2%	2%	2%	4%
Norrbottn	1%	4%	1%	3%	2%	1%	1%
Gävleborg	3%	4%	3%	4%	3%	2%	5%
Kronoberg	1%	2%	3%	2%	3%	0%	2%
Jämtland	0%	2%	0%	2%	2%	0%	2%
Gotland	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%



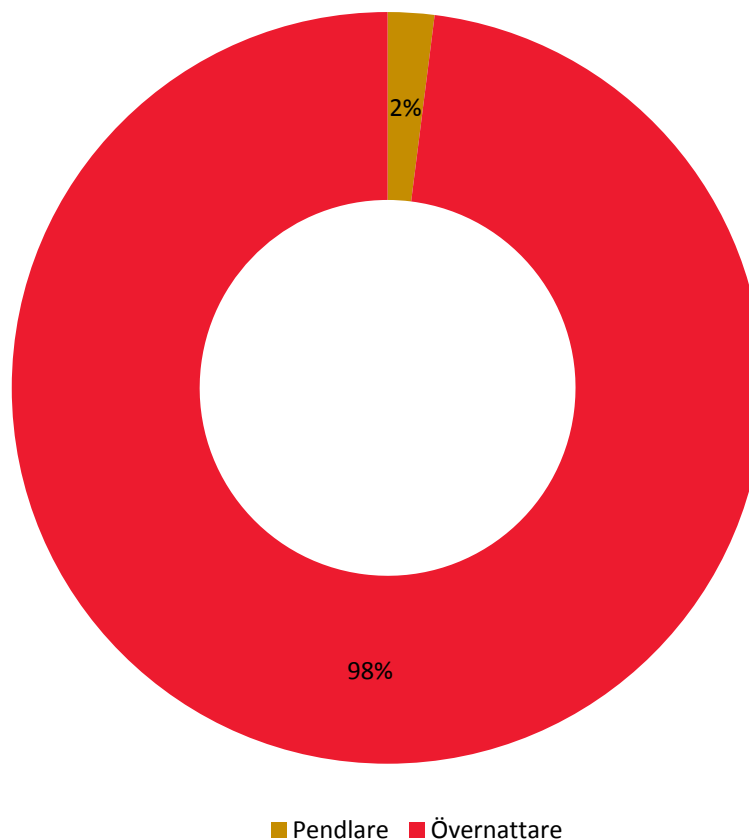
Fördelning mellan föranmälda och direktanmälda deltagare
Bas: Samtliga 21081 unika deltagare (från O-Ringens officiella statistik)



Årets tävlingar hade totalt sett 21.081 unika deltagare vilka fördelas på 20.669 föranmälda deltagare (77%) och 412 direktanmälda deltagare (23%).

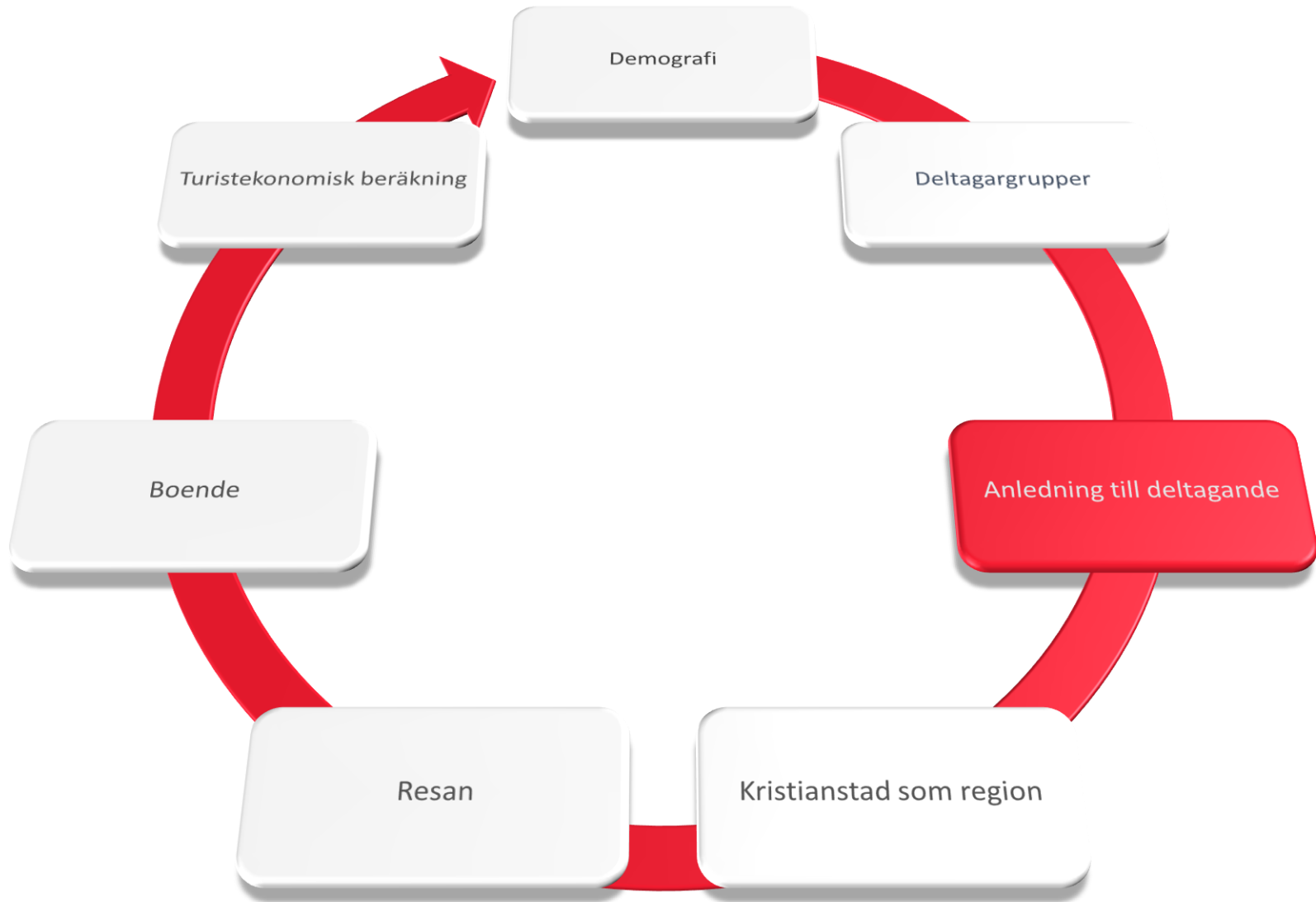
**Översiktsbild över deltagargrupper på O-Ringen 2014.
Nyckeltal till den turistekonomiska beräkningen.**

Bas: Samtliga 1229 respondenter



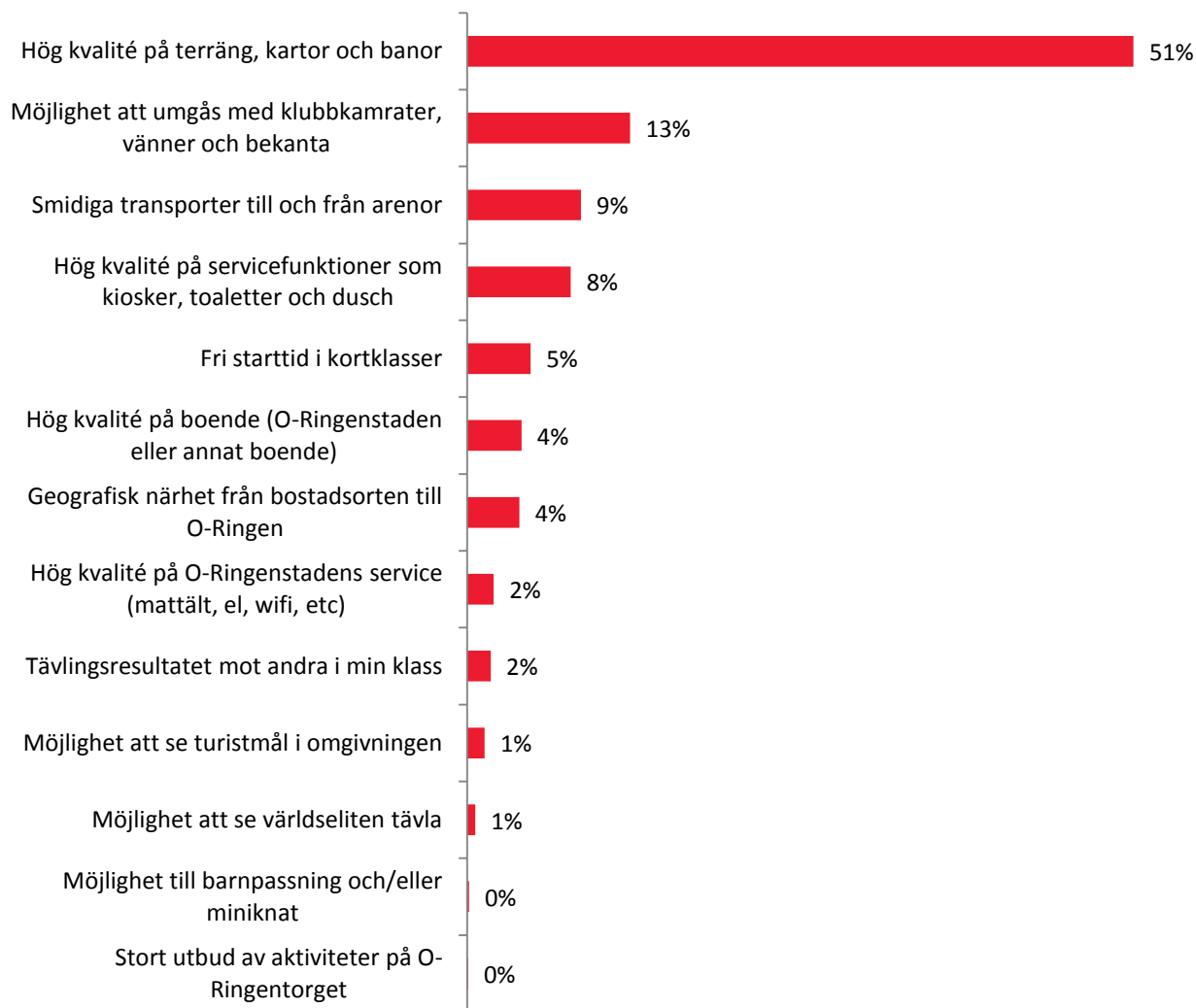
Studerar man besökarnas sammansättning/fördelning så kan man se att en mycket stor majoritet (98%) av deltagarna övernattade i samband med deltagandet i O-Ringen medan 2% pendlade till evenemanget och 0%.

Deltagargrupper: Från den officiella statistiken framgår att 77% av deltagarna var föranmälda medan resterande 23% var deltagare som anmälde sig direkt på plats. Av undersökningen framgår vidare att 98% var övernattare och 2% dagpendlare.



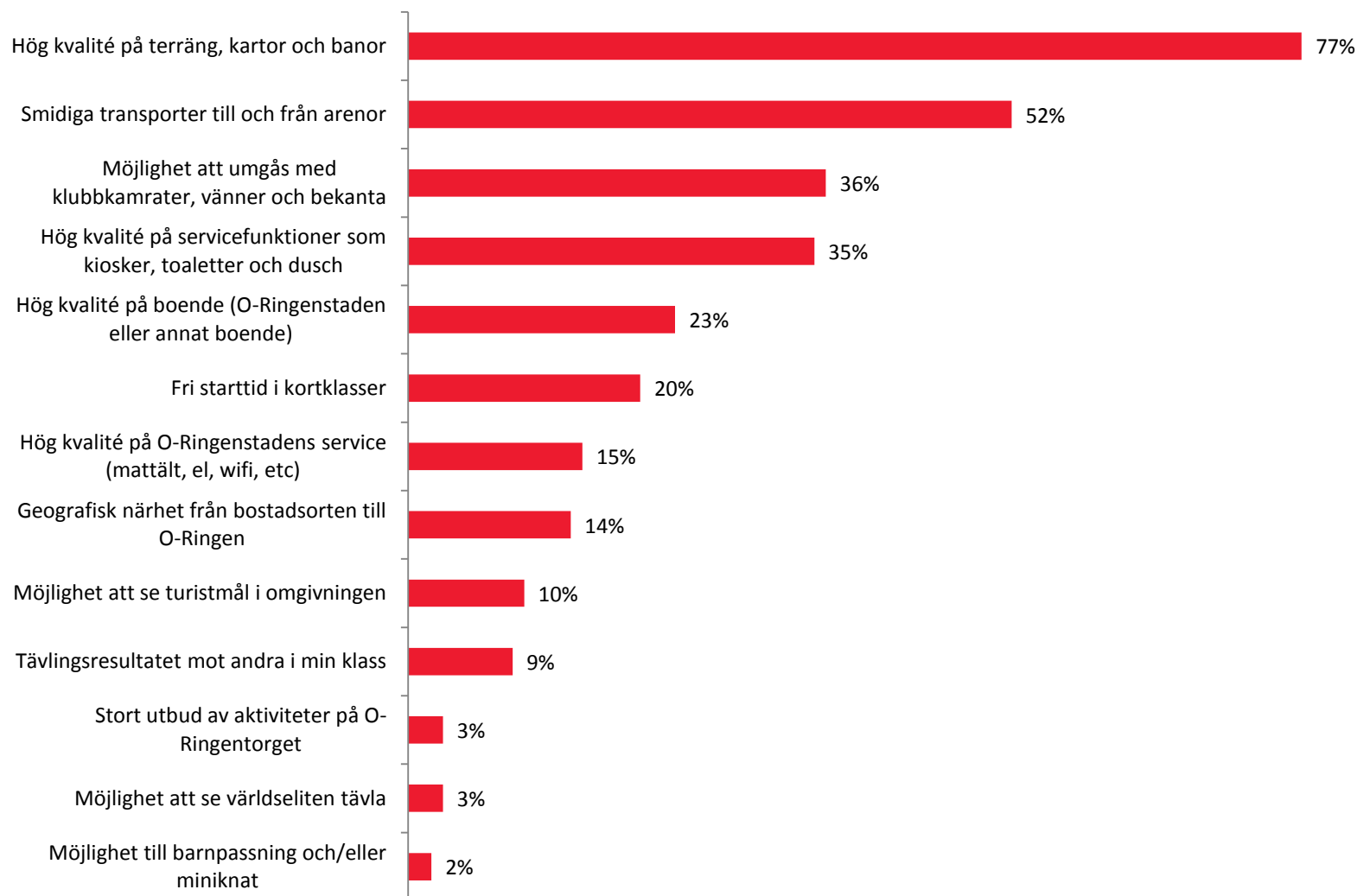
Nedan listas ett antal olika anledningar till vad som kan uppfattas som viktigt på eller runt omkring O-Ringen. Vi ber dig att rangordna de tre anledningar som du tycker är viktigast på O-Ringen. (Viktigaste anledningen)

Bas: Samtliga 1229 respondenter



Nedan listas ett antal olika anledningar till vad som kan uppfattas som viktigt på eller runt omkring O-Ringen. Vi ber dig att rangordna de tre anledningar som du tycker är viktigast på O-Ringen. (Samtliga tre anledningar)

Bas: Samtliga 1229 respondenter

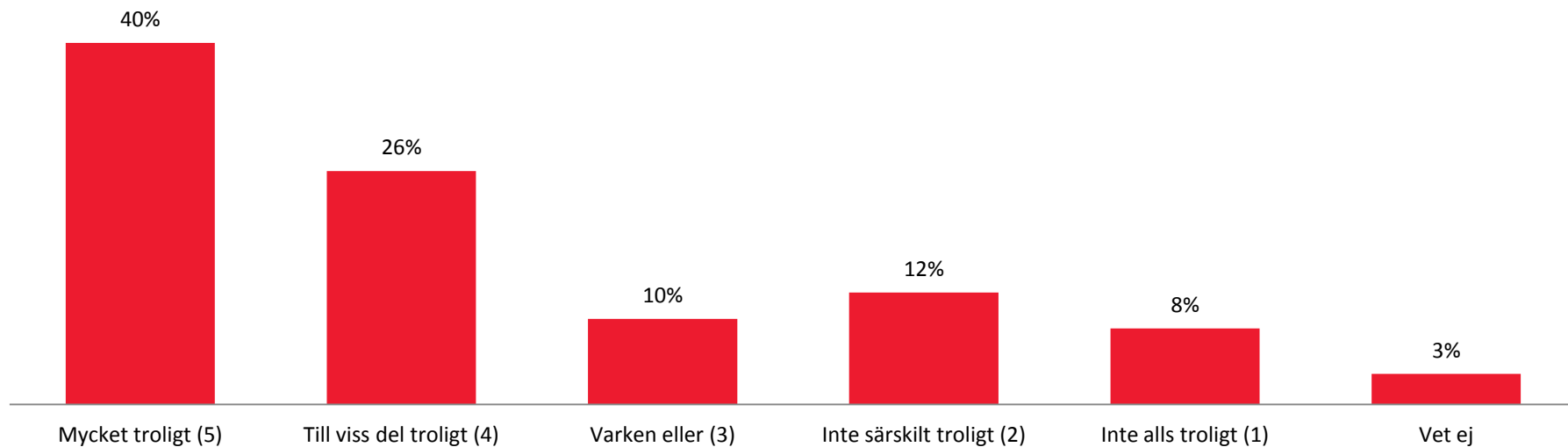


Hur troligt är det att du deltar i O-Ringen nästa år då det äger rum i Borås?

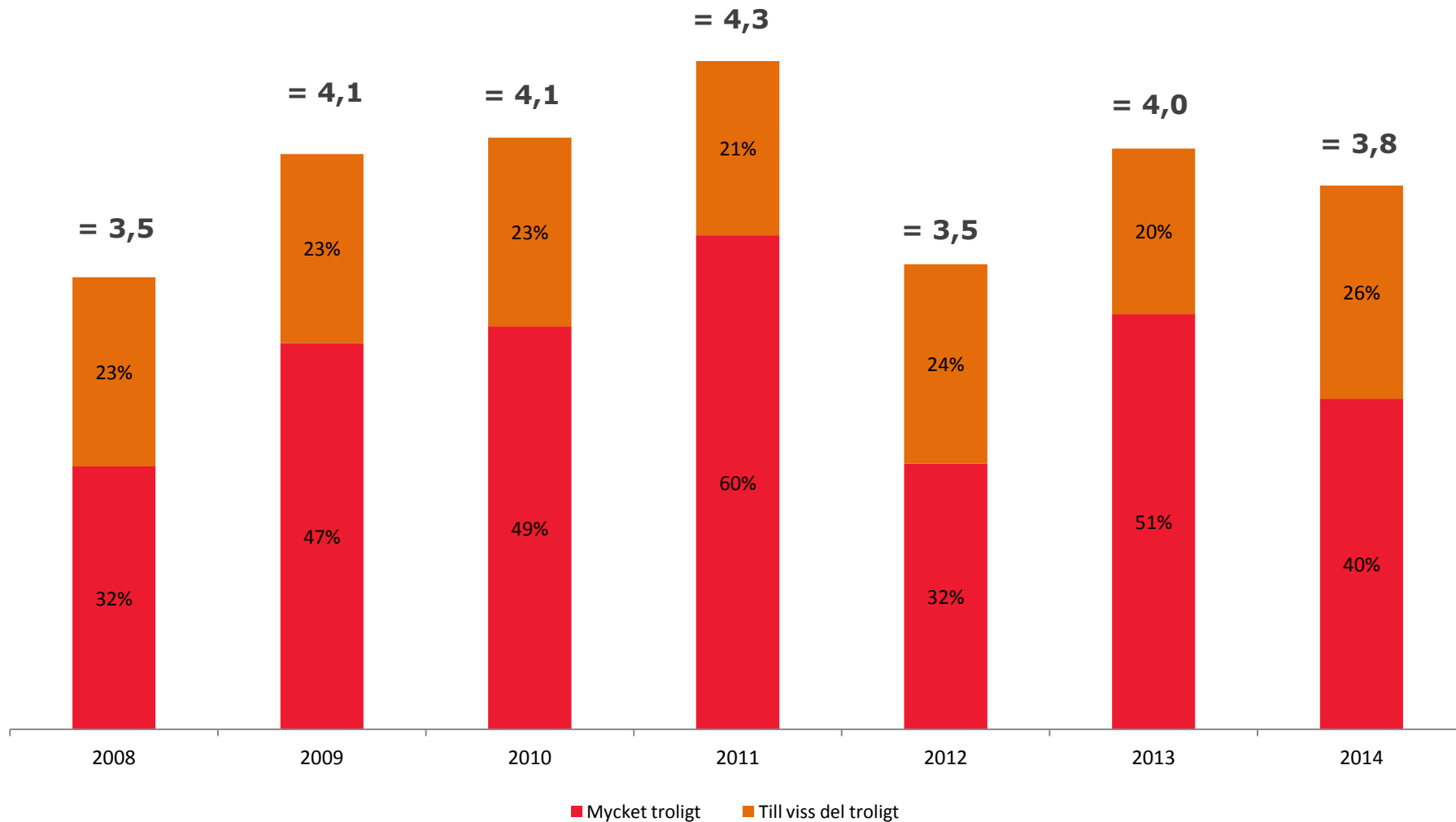
Bas: Samtliga 1229 respondenter

Medelvärden

Totalt	Sverige	Utlandet	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
3,8	3,9	3,4	3,8	3,8	4,1	3,6	3,9	3,8	3,7



Utveckling - benägenhet att delta det nästföljande året



Viktigt på O-Ringen: Då respondenterna fick rangordna vad de ansåg viktigast på eller runt omkring O-Ringen så var det tydligt att "hög kvalitet på terräng, kartor och banor" var den faktor som värdesattes högst. Hela 51% lyfte ut detta som viktigast.

Vid summering av samtliga tre faktorer/områden så var det 77% som nämnde "hög kvalitet på terräng, kartor och banor". Det visade sig också att "smidiga transporter till och från arenor" (52%) kom som god tvåa följt av "möjlighet att umgås..." (36%), "hög kvalitet på servicefunktioner..." (35%), "hög kvalitet på boende..." (23%) och "fri starttid i kortklasser" (20%), osv.

Nästa år: En stor del av respondenterna svarade att de vill delta evenemanget även nästa år. 40% svarade att det är mycket troligt medan 26% sade att det är till viss del troligt. 10% visste inte riktigt hur de känner, medan 12% svarade att det inte är särskilt troligt och 8% svarade att det inte alls är troligt. Genomsnittsvärdet låg på 3,8.

Benägenheten att vilja delta det nästkommande året ligger därmed ganska genomsnittligt sett över en sjuårsperiod. Resultaten tenderar att fluktuera baserat på var någonstans som det kommande O-Ringen skall komma att hållas, men också beroende på hur många deltagare som deltar det aktuella året – år med lite färre deltagare tenderar att ha större andel 'hard core utövare' vilket gör att benägenheten att komma tillbaka är högre än år med högt deltagarantal då 'occasional utövarna' är med i större utsträckning.

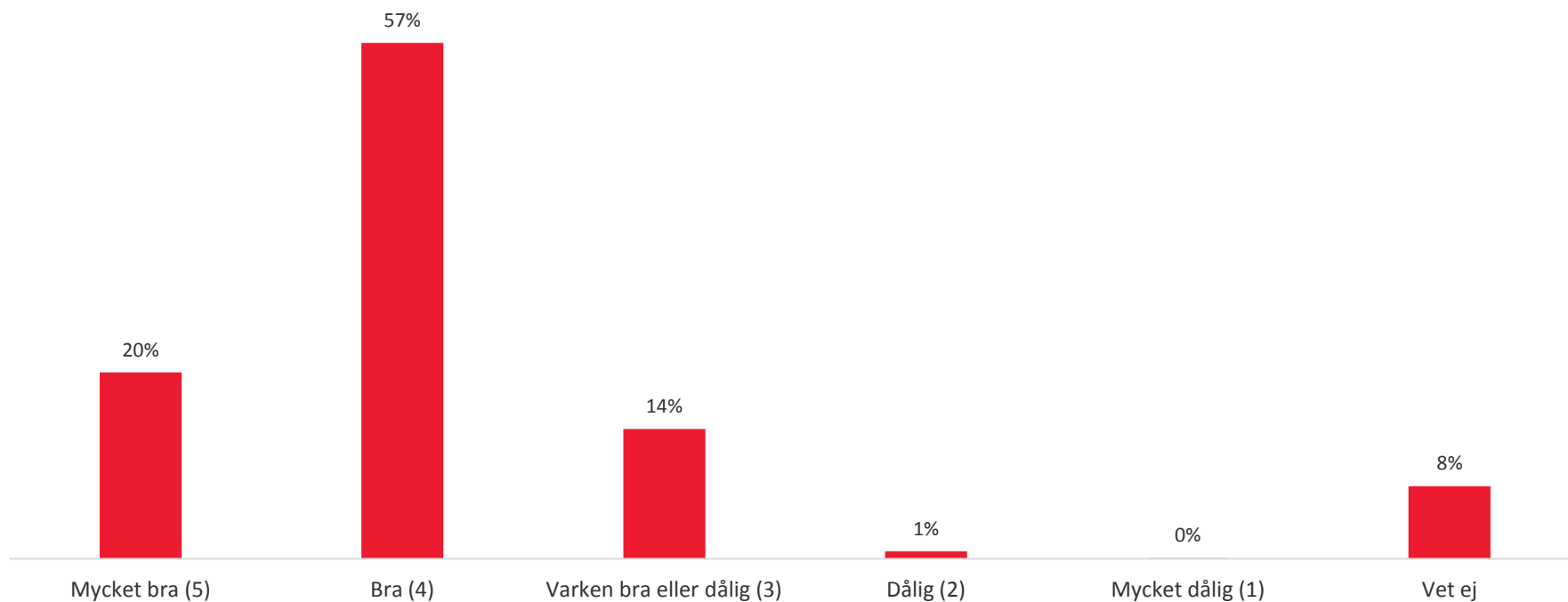


Vad tycker du om Kristianstad som turistregion/besöksmål?

Bas: Samtliga 1229 respondenter

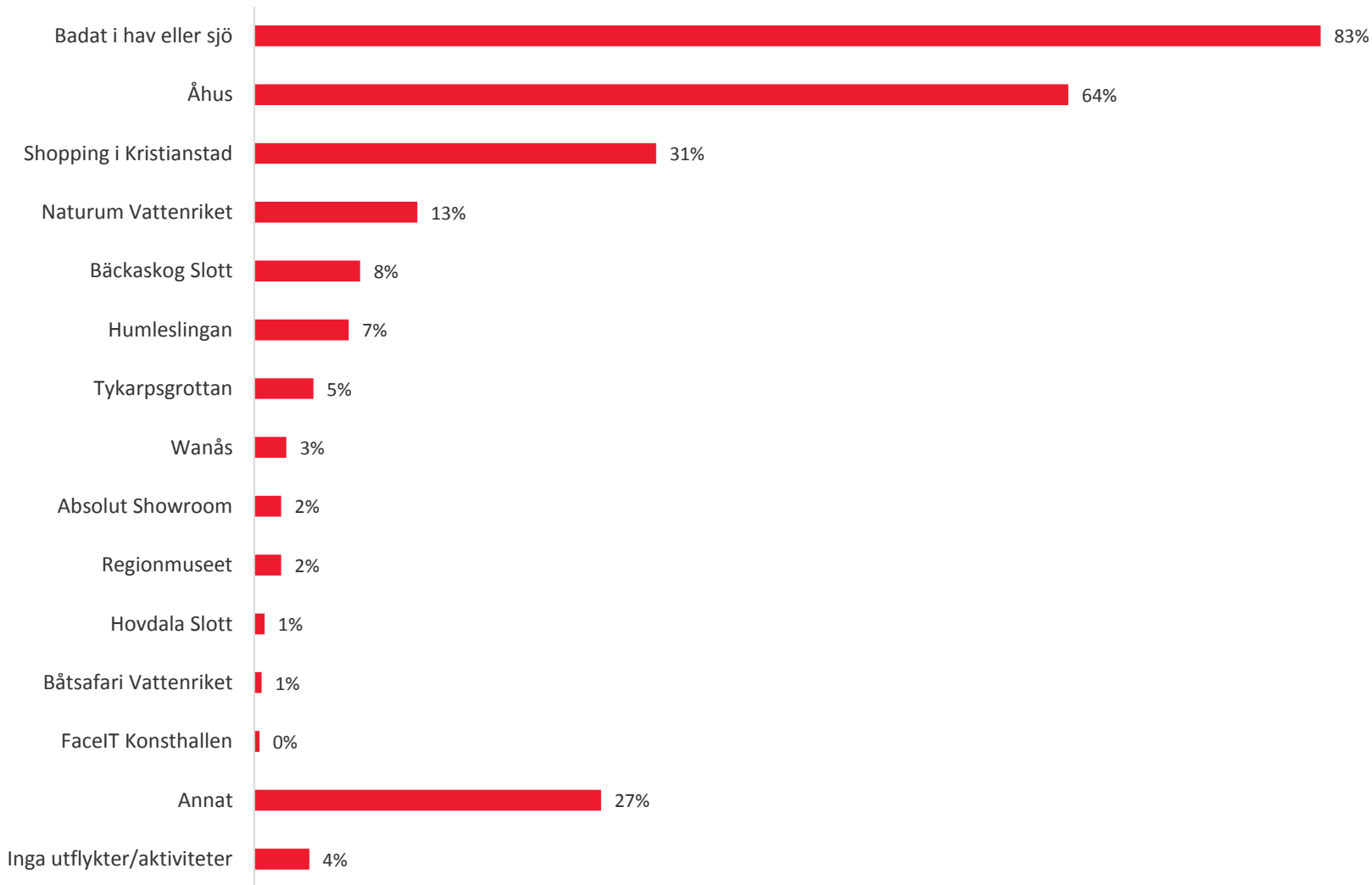
Medelvärden

Totalt	Sverige	Utlandet	Pendlare	Övernattare	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
4	4	4,1	4,2	4	4	4,1	3,8	4	4,1	4	4

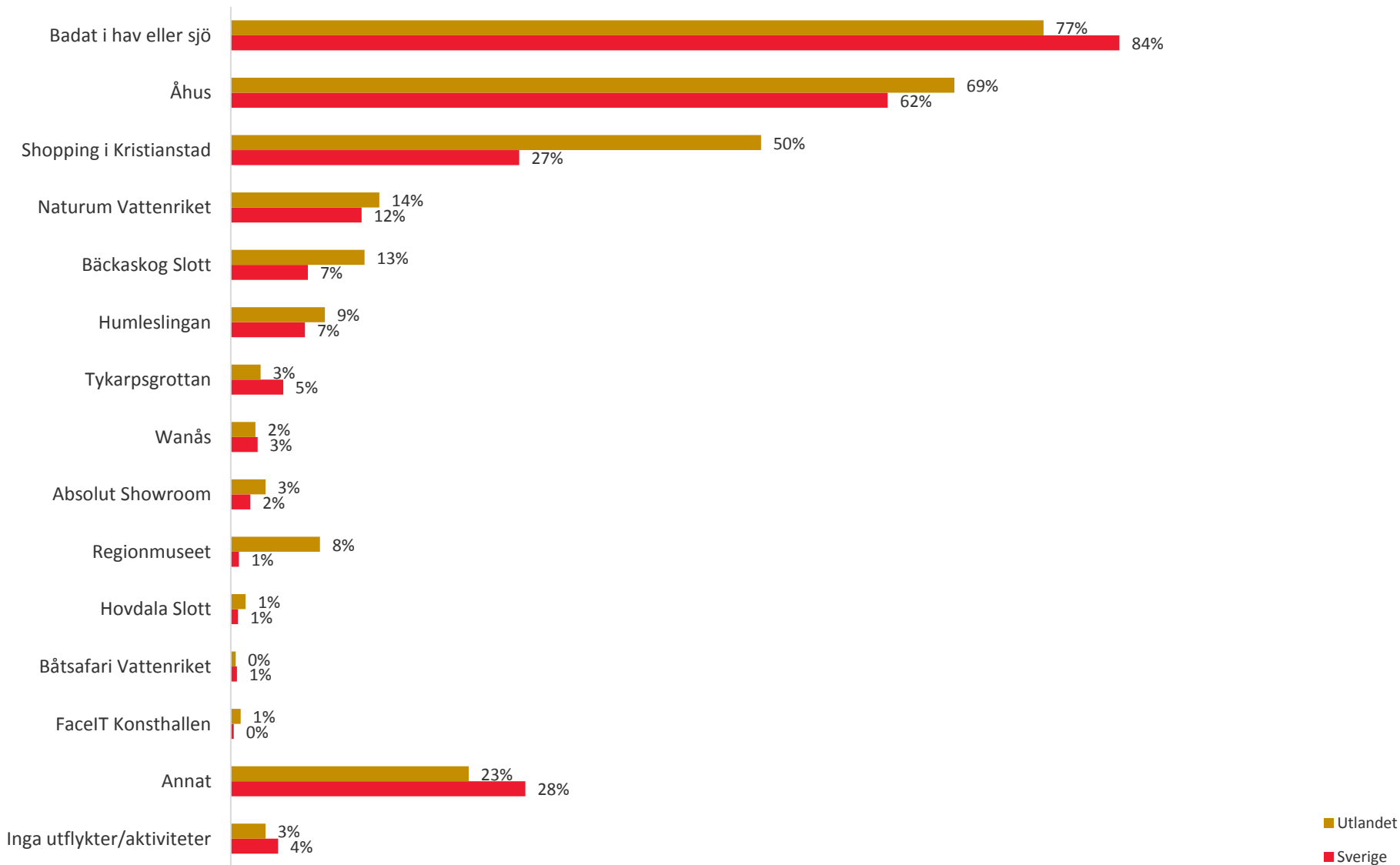


Vad av följande har du/ni gjort och/eller besökt i samband med er vistelse i Kristianstad med omnejd? (fyll i de saker som ni gjort/besökt)

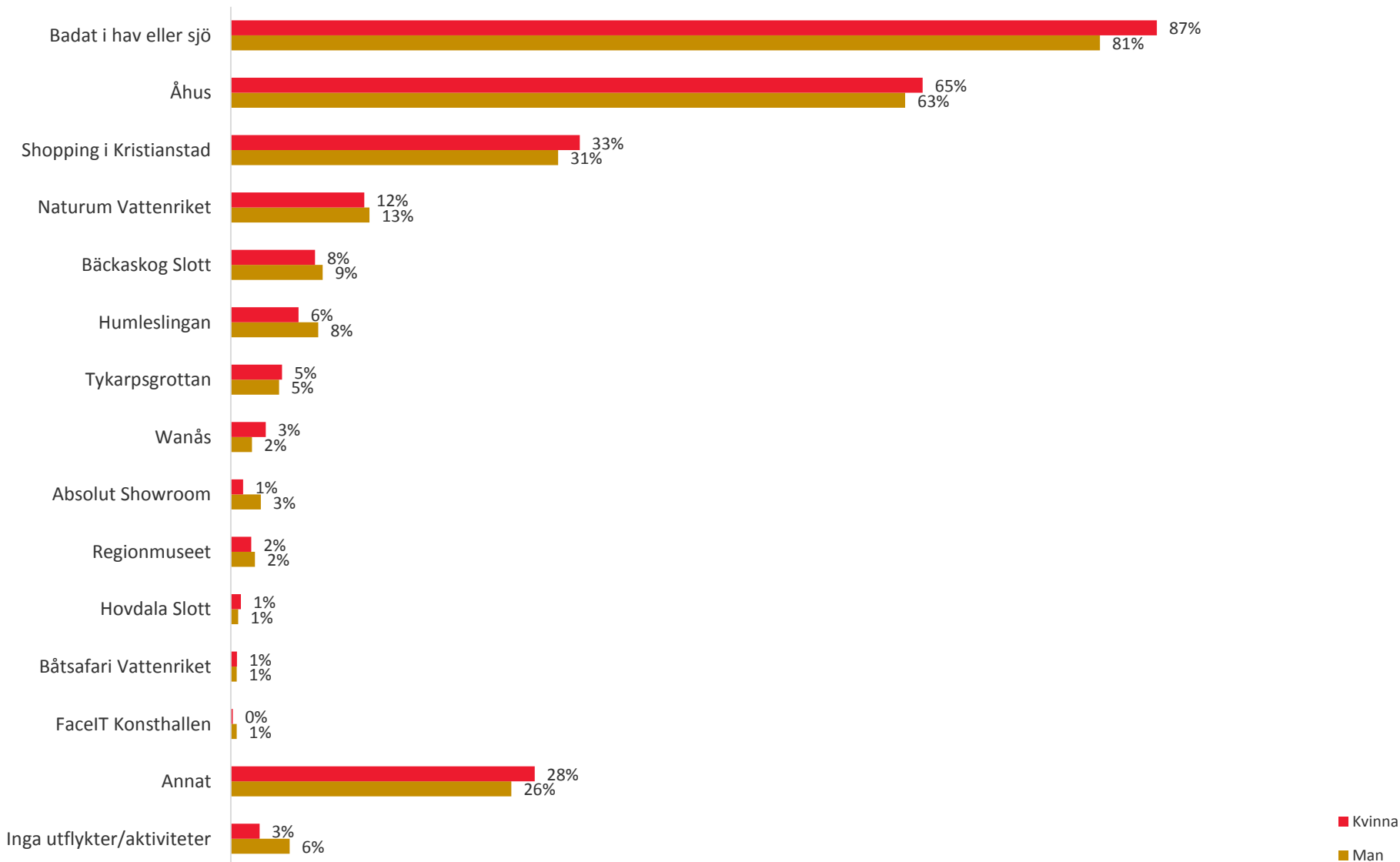
Bas: Samtliga 1229 respondenter



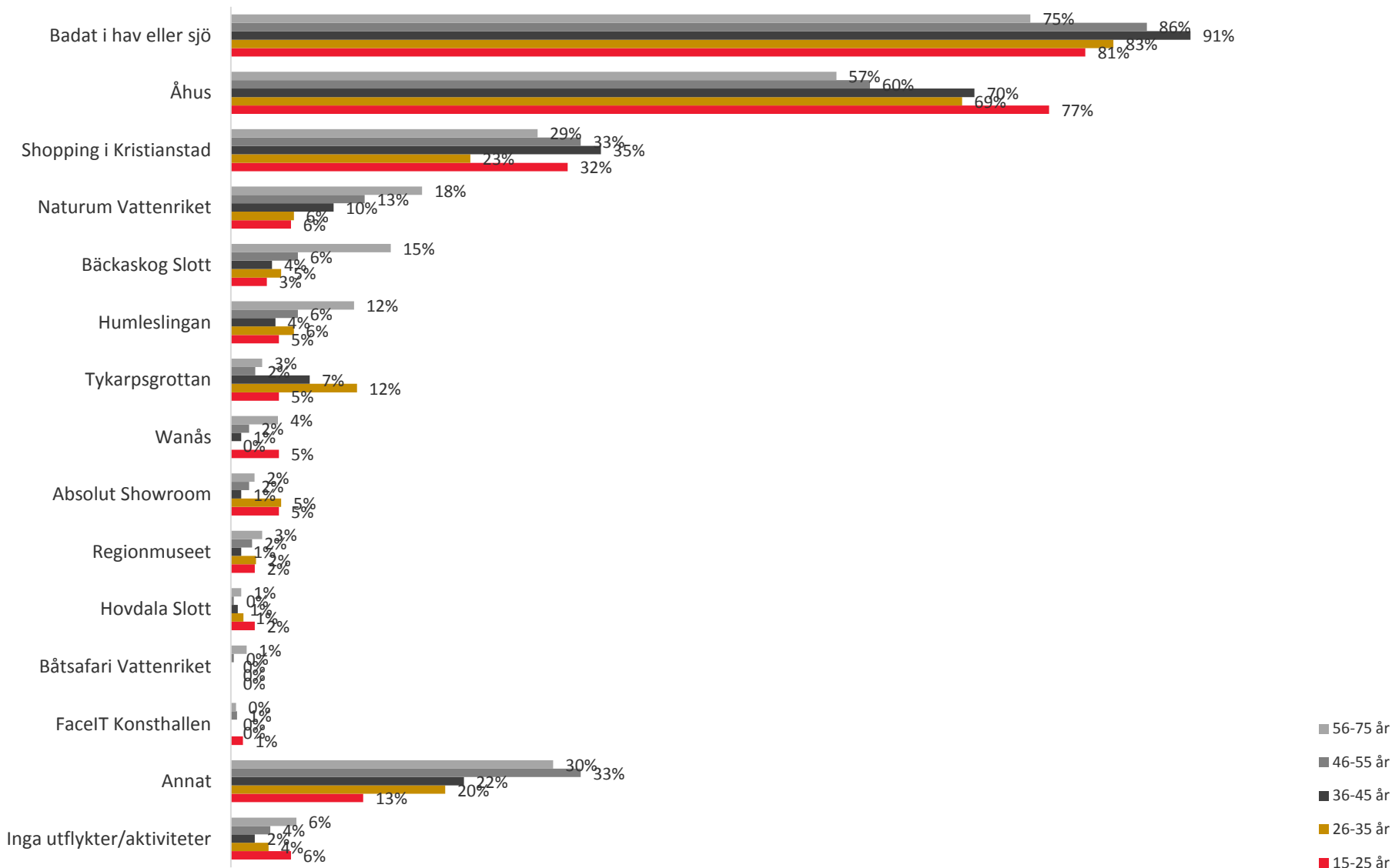
Vad man gjort under vistelsen - jämförelse mellan Sverige och Utlandet



Vad man gjort under vistelsen - jämförelse mellan män och kvinnor

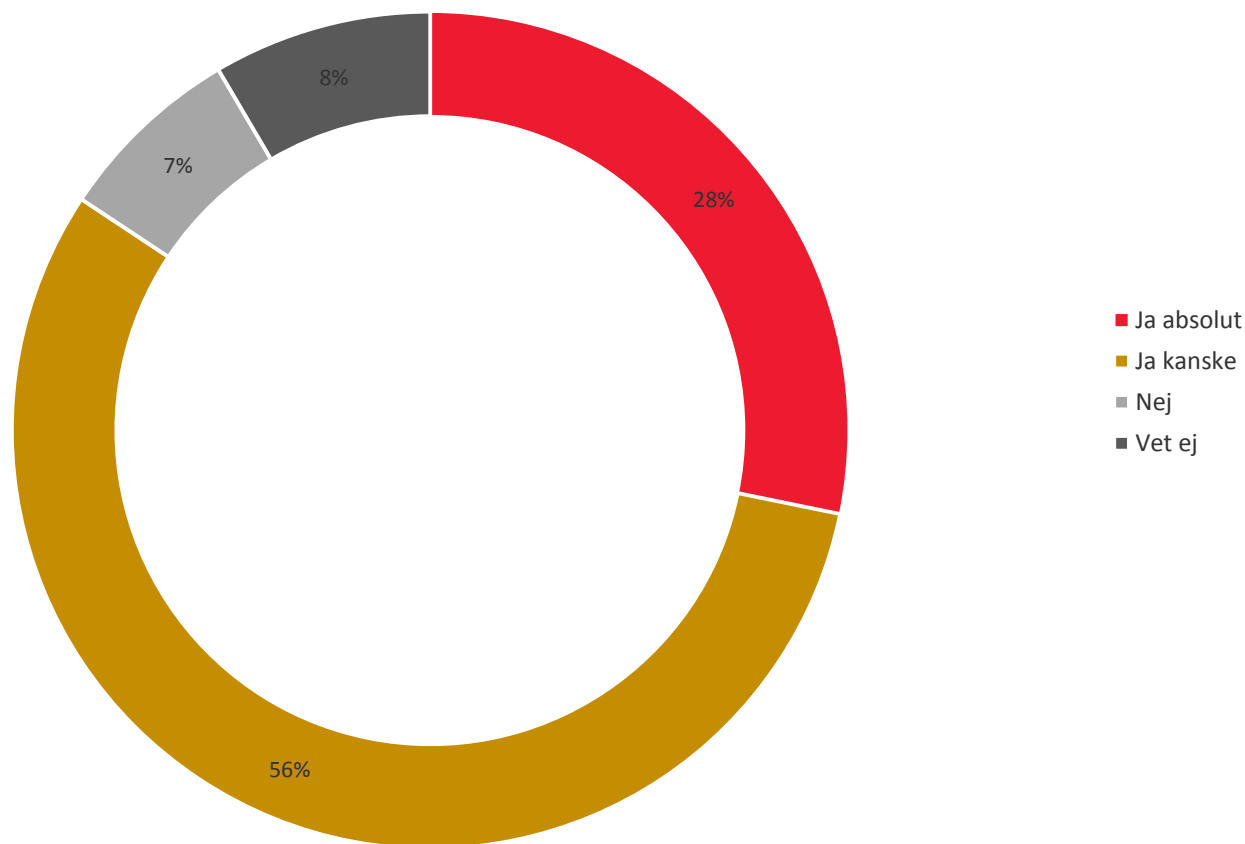


Vad man gjort under vistelsen - jämförelse mellan åldersgrupper



Är Kristianstad med omnejd ett ställe/en plats som du skulle vilja komma tillbaka till som turist någon gång i framtiden?

Bas: Samtliga 1229 respondenter

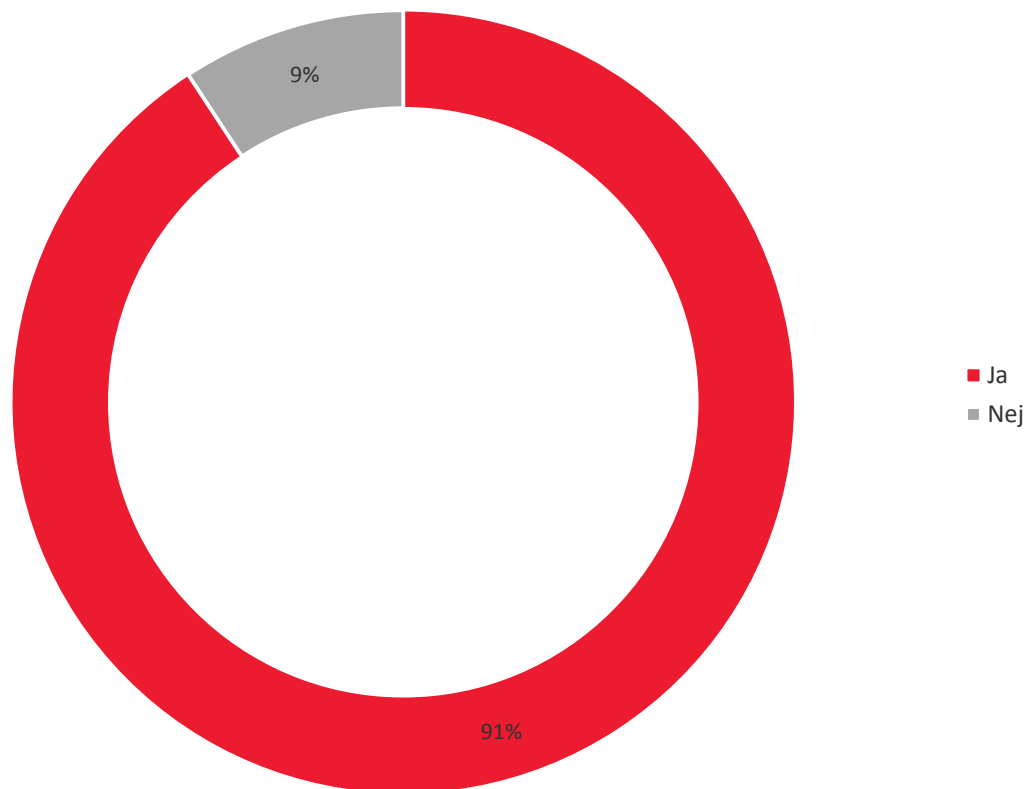


Andel som kan tänka sig komma tillbaka i framtiden

	Sverige	Utlandet	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
Ja absolut	30%	21%	27%	30%	18%	23%	37%	26%	27%
Ja kanske	55%	62%	57%	55%	56%	56%	51%	61%	56%

**Tycker du att du har hittat/fått den information som du behövde
för att upptäcka och turista i Kristianstad med omnejd?**

Bas: Samtliga 1229 respondenter



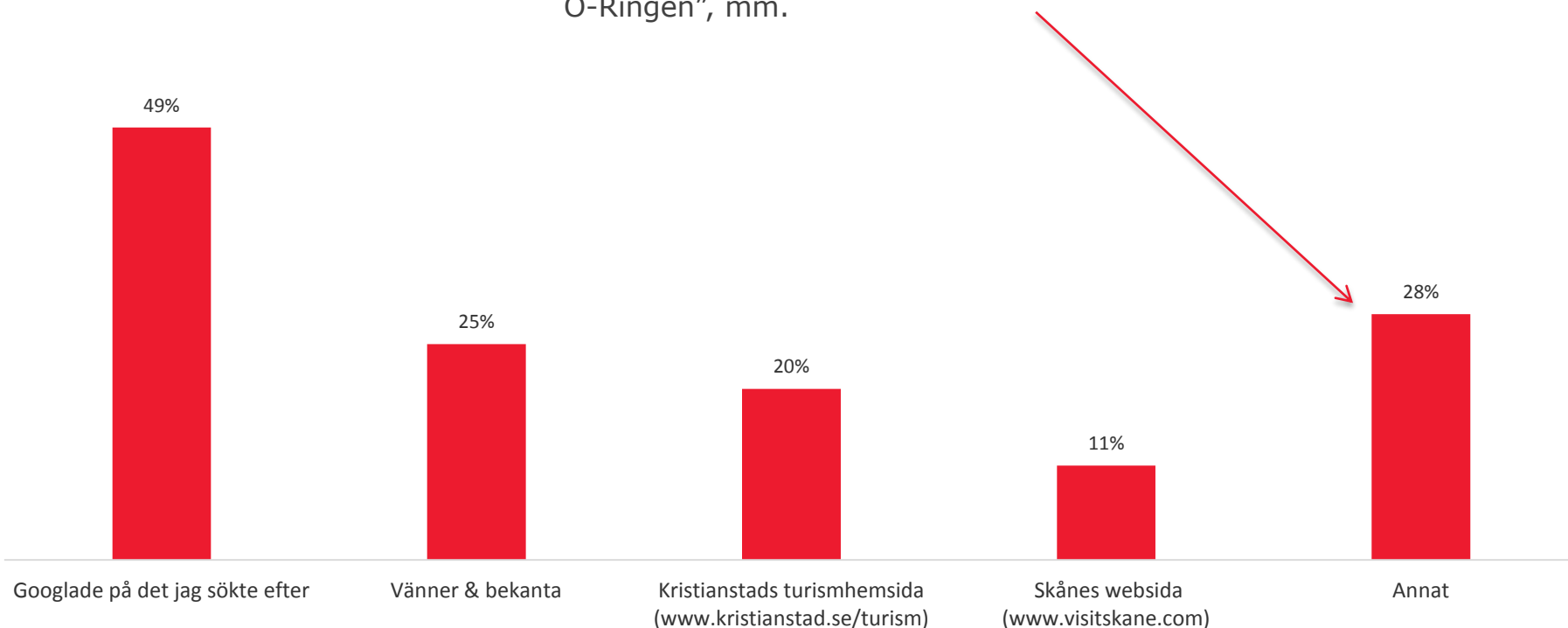
Andel som kan tänka sig komma tillbaka i framtiden

Sverige	Utlandet	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
90%	94%	91%	91%	86%	90%	90%	89%	93%

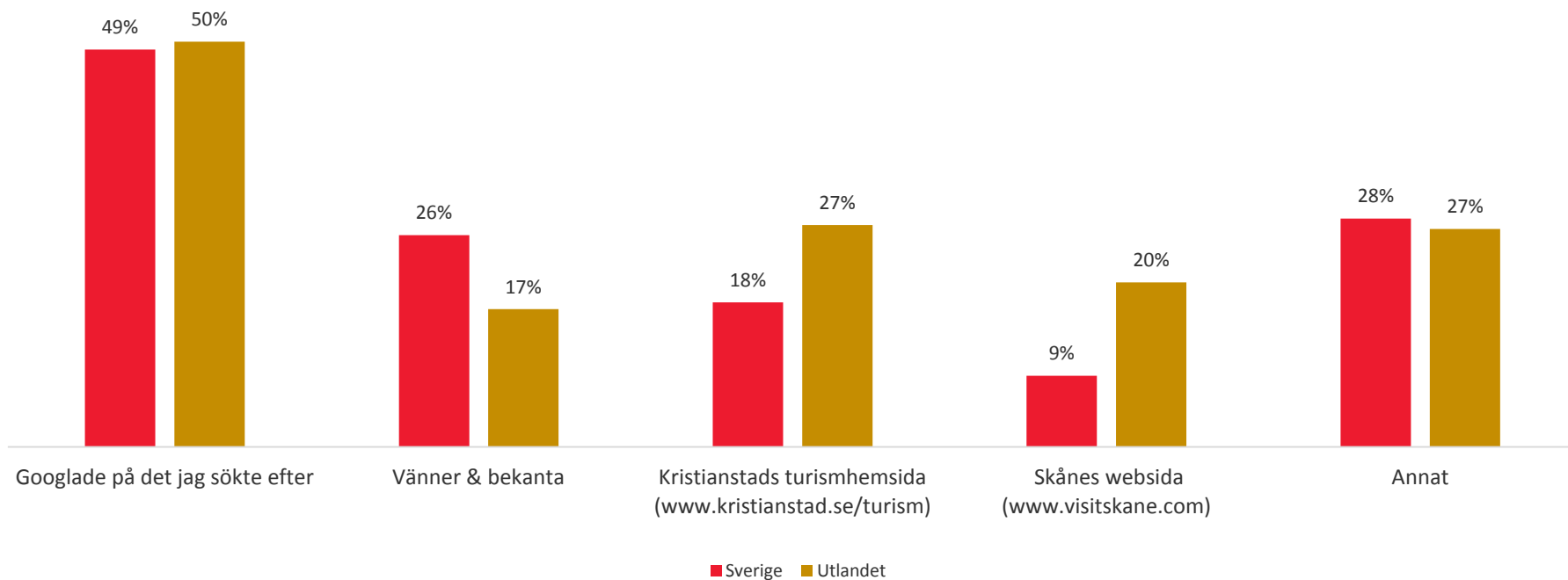
Var har du sökt och/eller fått information om vad som finns att uppleva i Kristianstad med omnejd? (multipel)

Bas: Samtliga 1229 respondenter

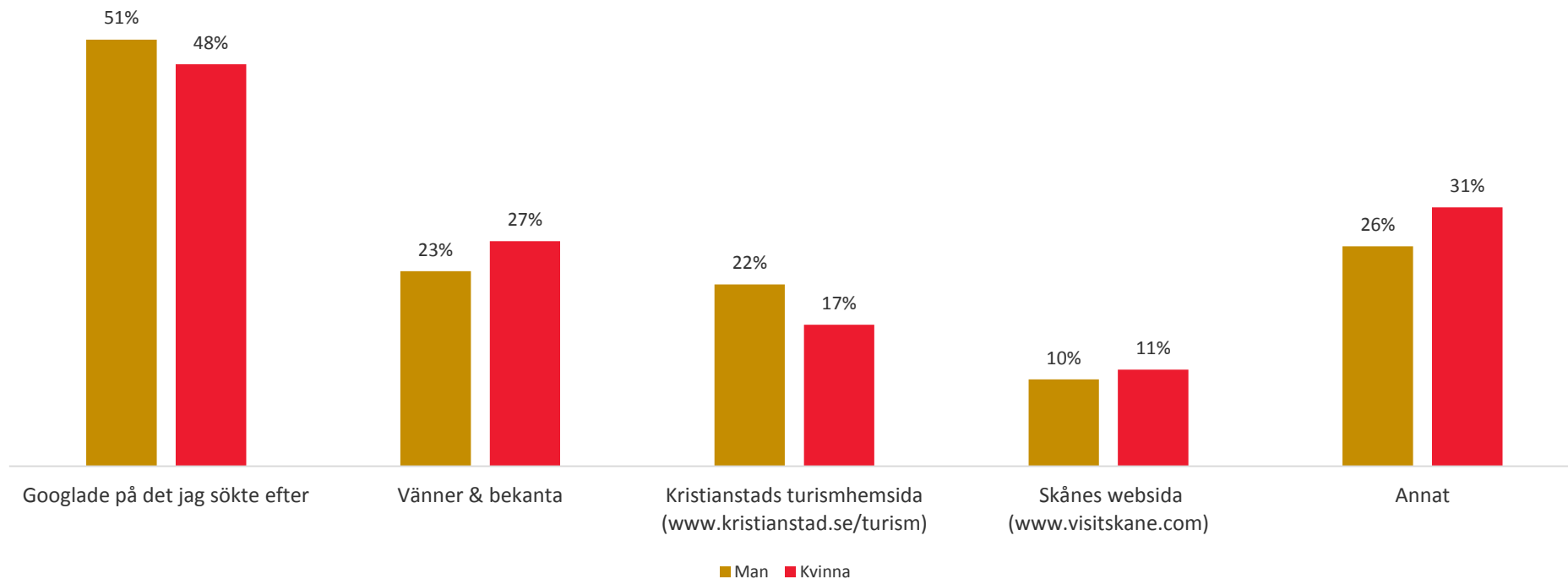
De som svarat "annat" nämner i stor utsträckning "Turistbyrån", "O-Ringentidningen", "Broschyrer på O-Ringentorget", "Känner till Kristianstad sedan tidigare", "Turistinfo på C-orten" och "Info från O-Ringen", mm.



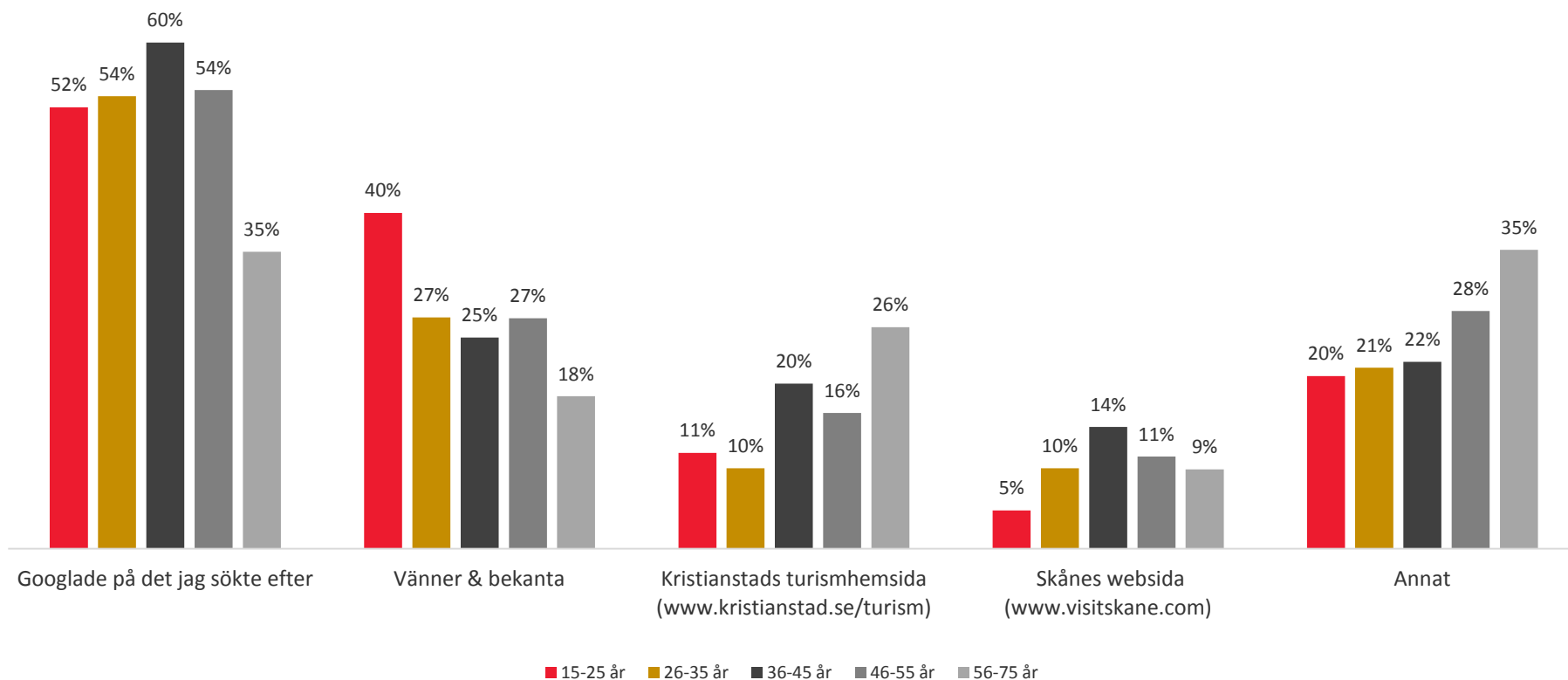
**Var man fått information om Kristianstad
- jämförelse mellan Sverige och Utlandet**



Var man fått information om Kristianstad - jämförelse mellan män och kvinnor



Var man fått information om Kristianstad - jämförelse mellan åldersgrupper



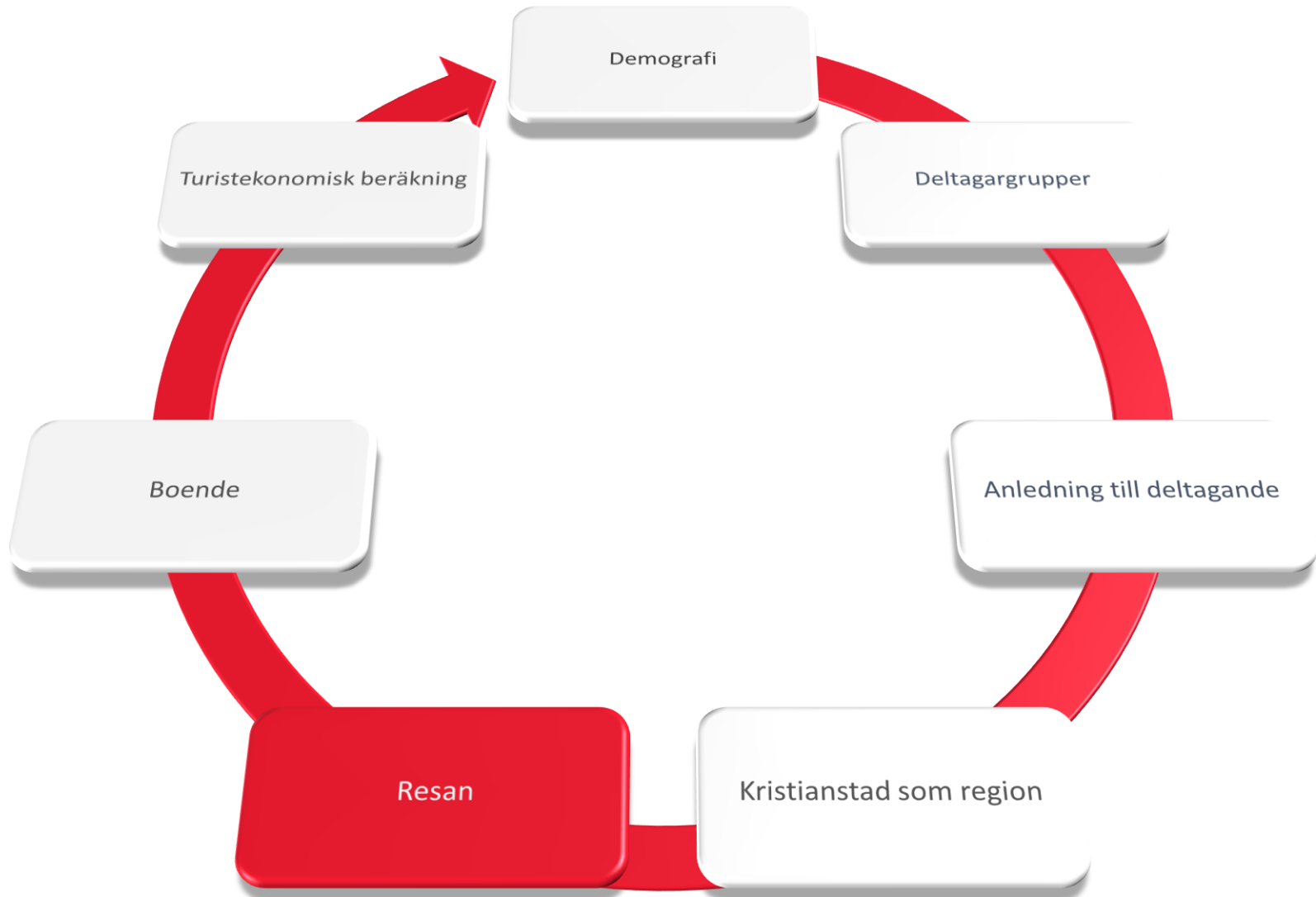
Kristianstad som turistregion: Respondenterna tyckte bra om Kristianstad som turistregion/besöksmål. 77% gav ett positivt omdöme (mycket bra eller bra) medan 14% förhöll sig neutrala (varken eller) och 1% gav negativt omdöme (dåligt eller mycket dåligt). Totalt sett fick Kristianstad 4,0 i betyg.

Vad man gjort under vistelsen: Det varma vädret fick stort genomslag på hur deltagarna aktiverade sig i samband med vistelsen i Kristianstadsregionen. "Badat i hav eller sjö" (83%) var den aktivitet som var i särklass populärast. Även "besökt Åhus" (64%) och "Shoppat i Kristianstad" (31%) fick bra genomslag. Sannolikt har en stor del kombinerat "bad" och "besökt Åhus". "Shoppingen i Kristianstad" har sannolikt blivit lite lidande av det fina vädret då bad i viss mån prioriterats framför shopping, och möjligen hade förhållandena varit omvända vid en något mildare sommar. Bland de mer konkreta besöksmålen så var Naturum Vattenriket (13%) mest besökt, följt av "Bäckaskog slott" (8%), "Humleslingan" (7%), "Tykarpsgrottan" (5%) och "Wanås" (3%), osv.

Återbesök: Kristianstadsregionen har absolut gjort avtryck bland respondenterna. 84% kunde tänka sig att komma tillbaka till Kristianstad som turist i framtiden, vilket fördelades på 28% som svarade "ja absolut" och 56% som svarade "ja kanske".

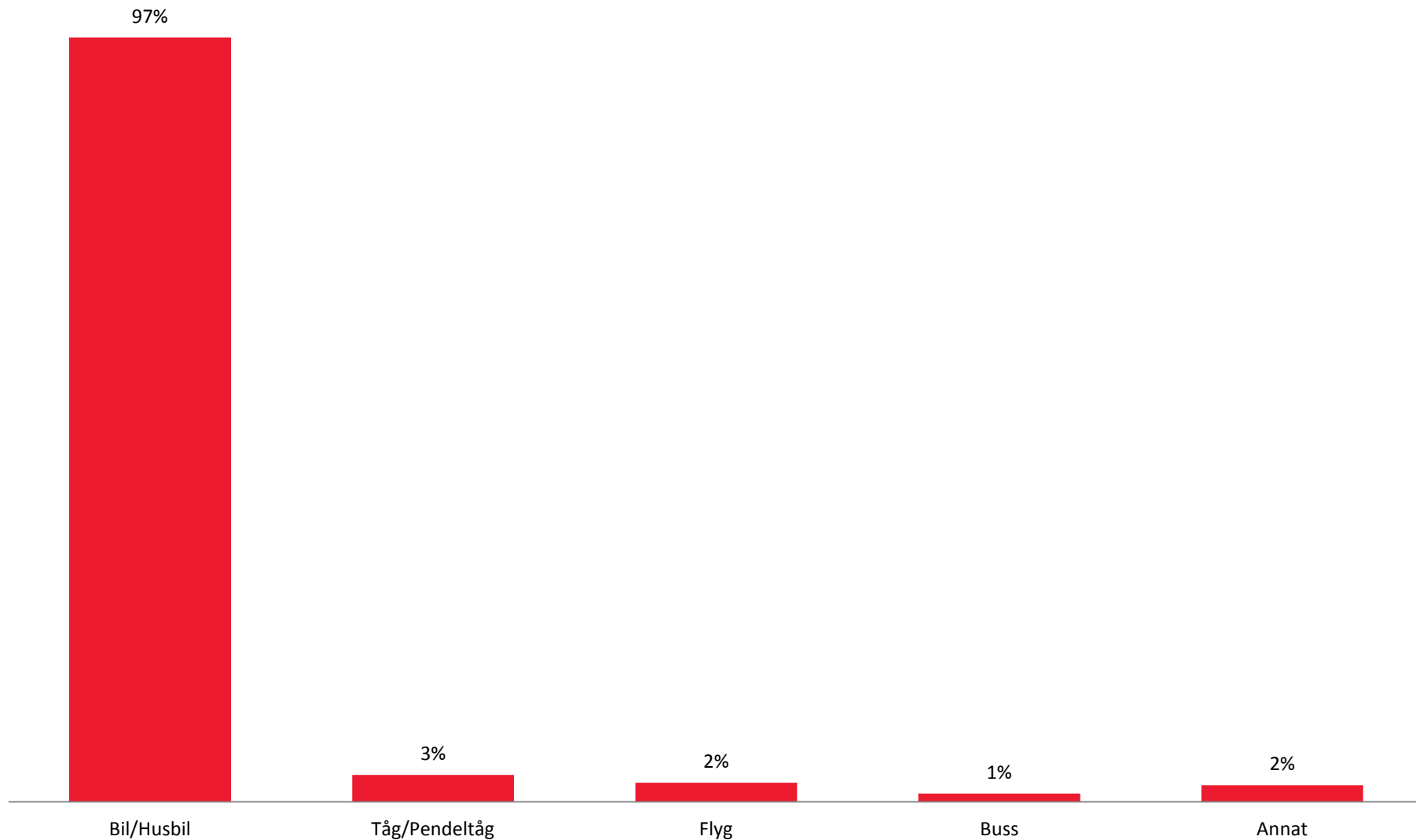
Information om Kristianstad: 91% upplevde att de fått den information som de behövde för att kunna turista och upptäcka Kristianstad med omnejd.

Det vanligaste sättet att få information var genom att "googla det man sökte efter" (49%), följt av att få information via "vänner och bekanta" (25%), besökt "Kristianstad Turism Hemsida" (20%), "Skånes websida" (11%) respektive att söka information på "annat sätt" (28%).

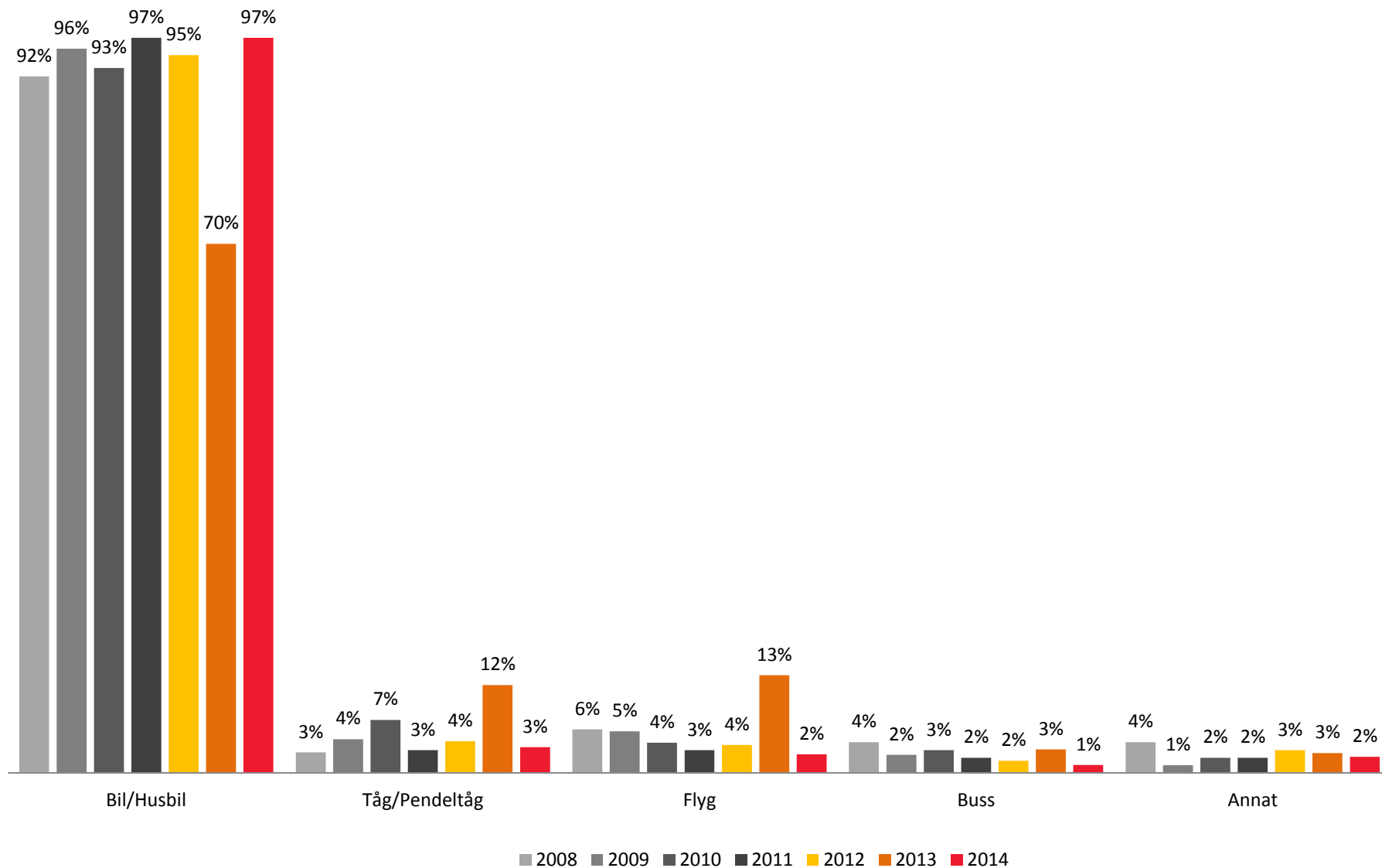


Hur tog Du dig till O-Ringen och Kristianstad och då avses resan från din bostadsort till ditt boende under O-Ringen?

Bas: Samtliga 1229 respondenter



Utveckling - hur man reser till/från evenemanget

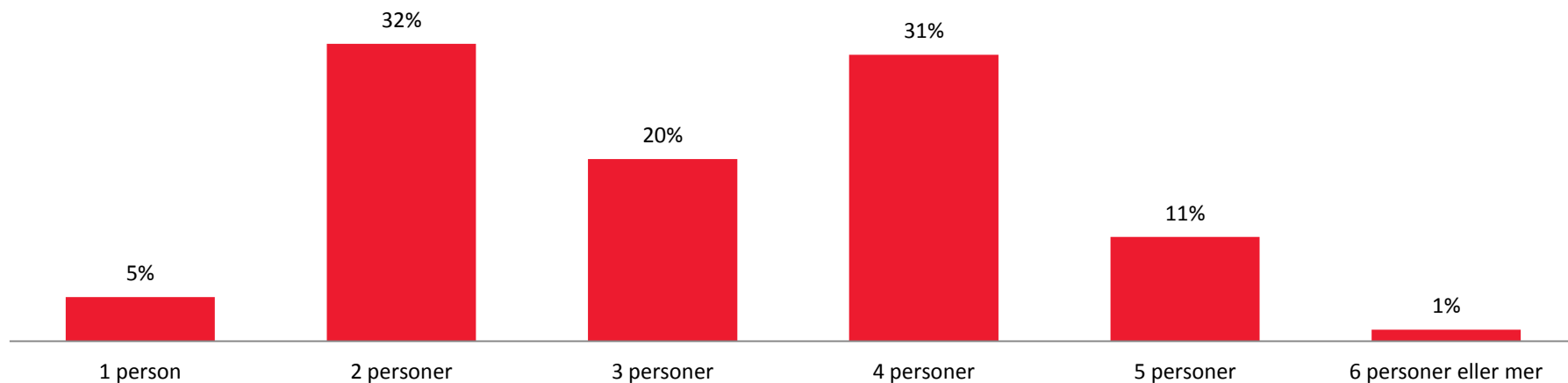


Hur många var ni som åkte i samma bil?

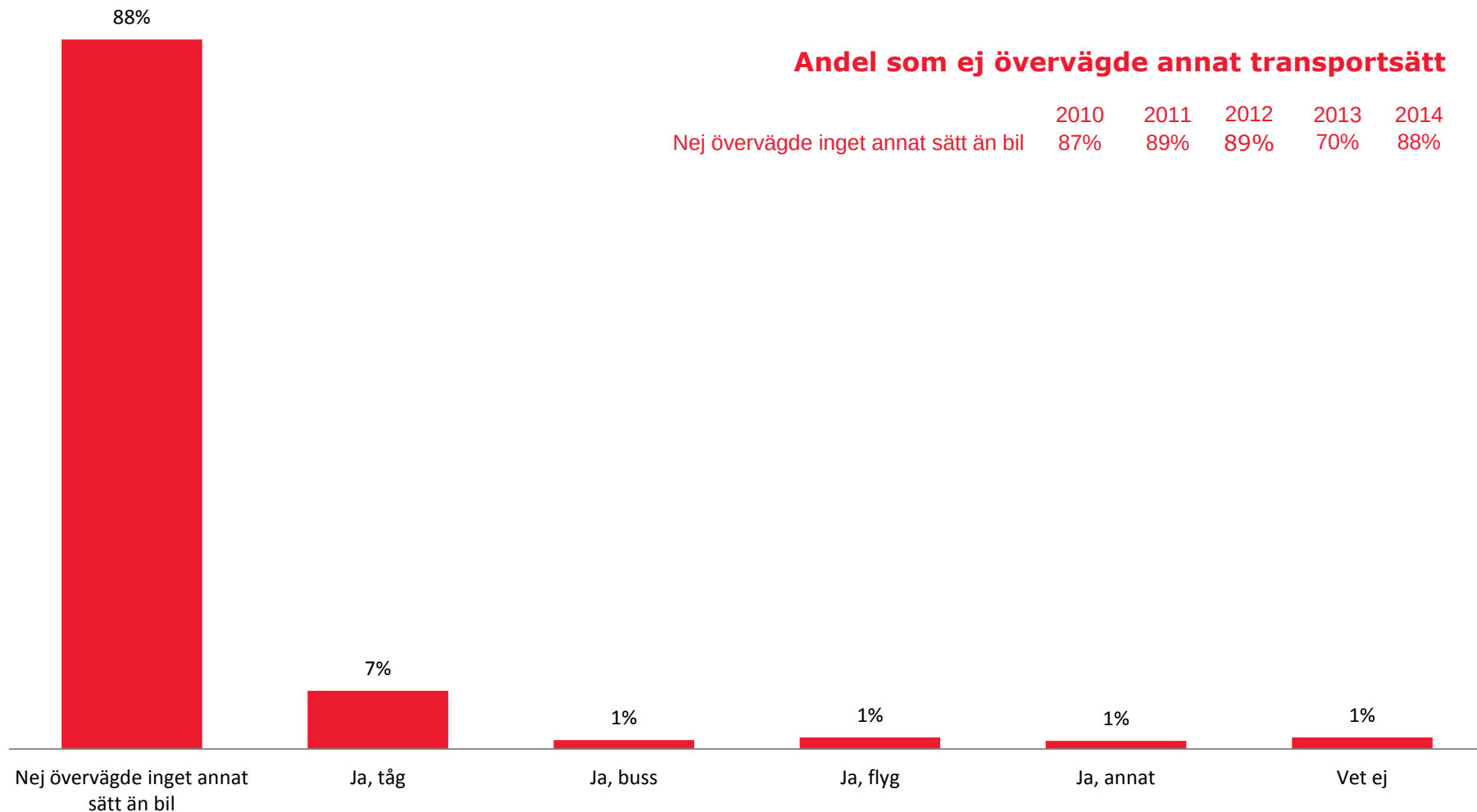
Bas: De 1192 respondenter som åkte bil till/från evenemanget

Genomsnitt antal personer/bil

	2010	2011	2012	2013	2014
Antal i bilen	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2

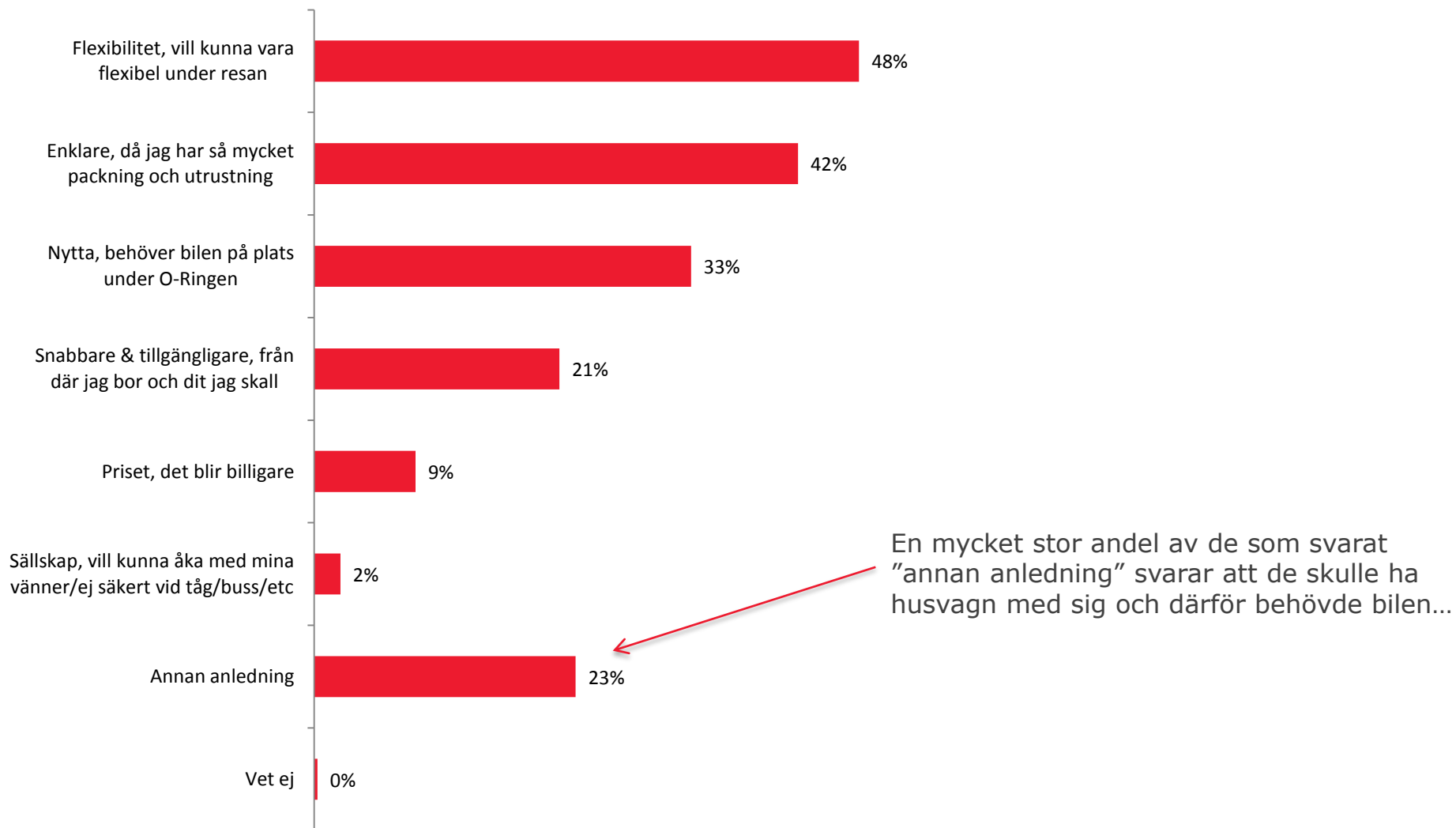


Övervägde du att åka på annat sätt än bil? Och i så fall vilket/vilka transportsätt skulle du kunna tänka dig?
Bas: De 1192 respondenter som åkte bil till/från evenemanget

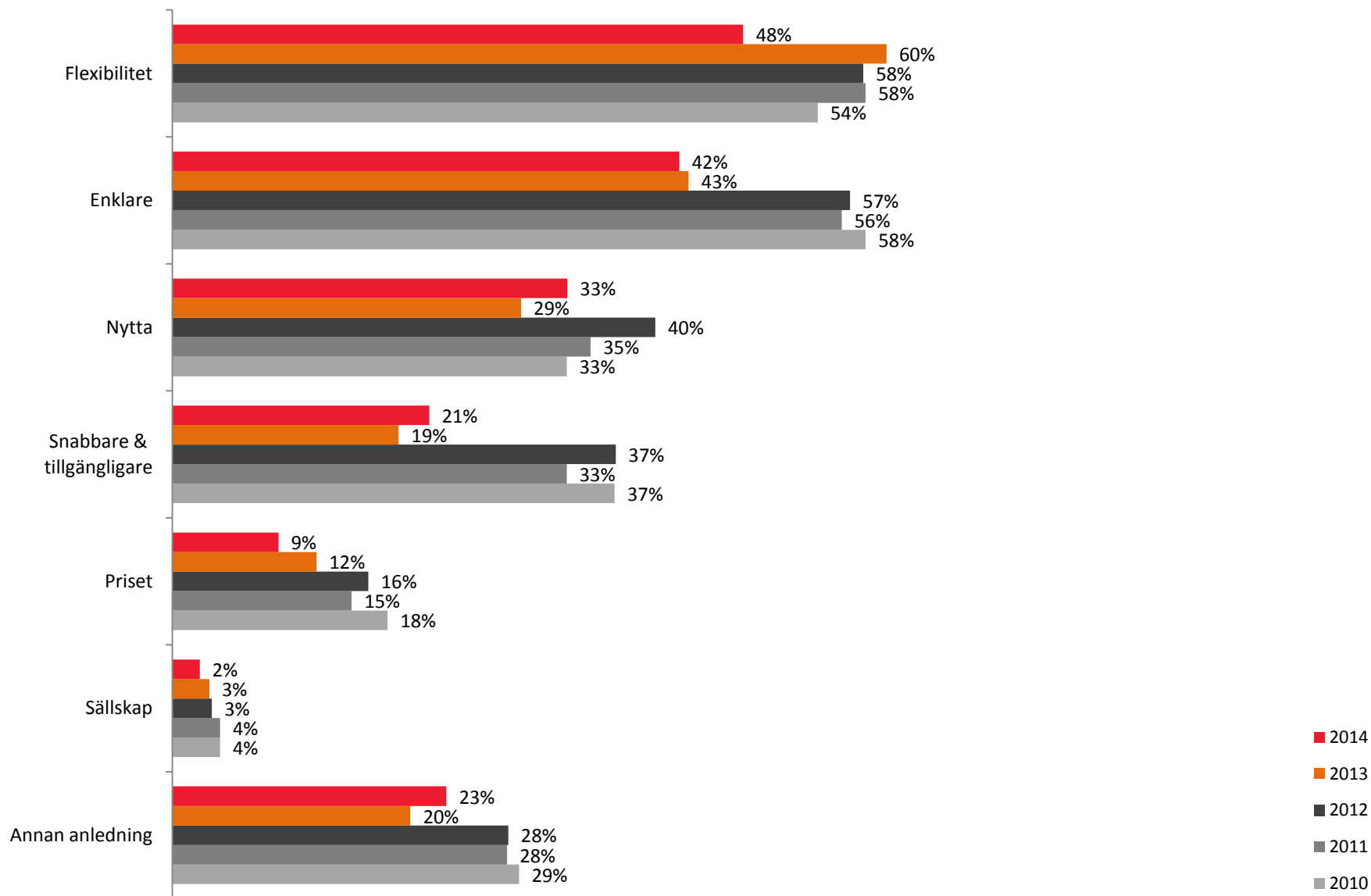


Vad är det som gör att bil är att föredra framför andra transportsätt? Är det huvudsakligen.... (multipel)

Bas: De 1047 respondenter som åkte bil till/från evenemanget och som ej övervägde annat resealternativ

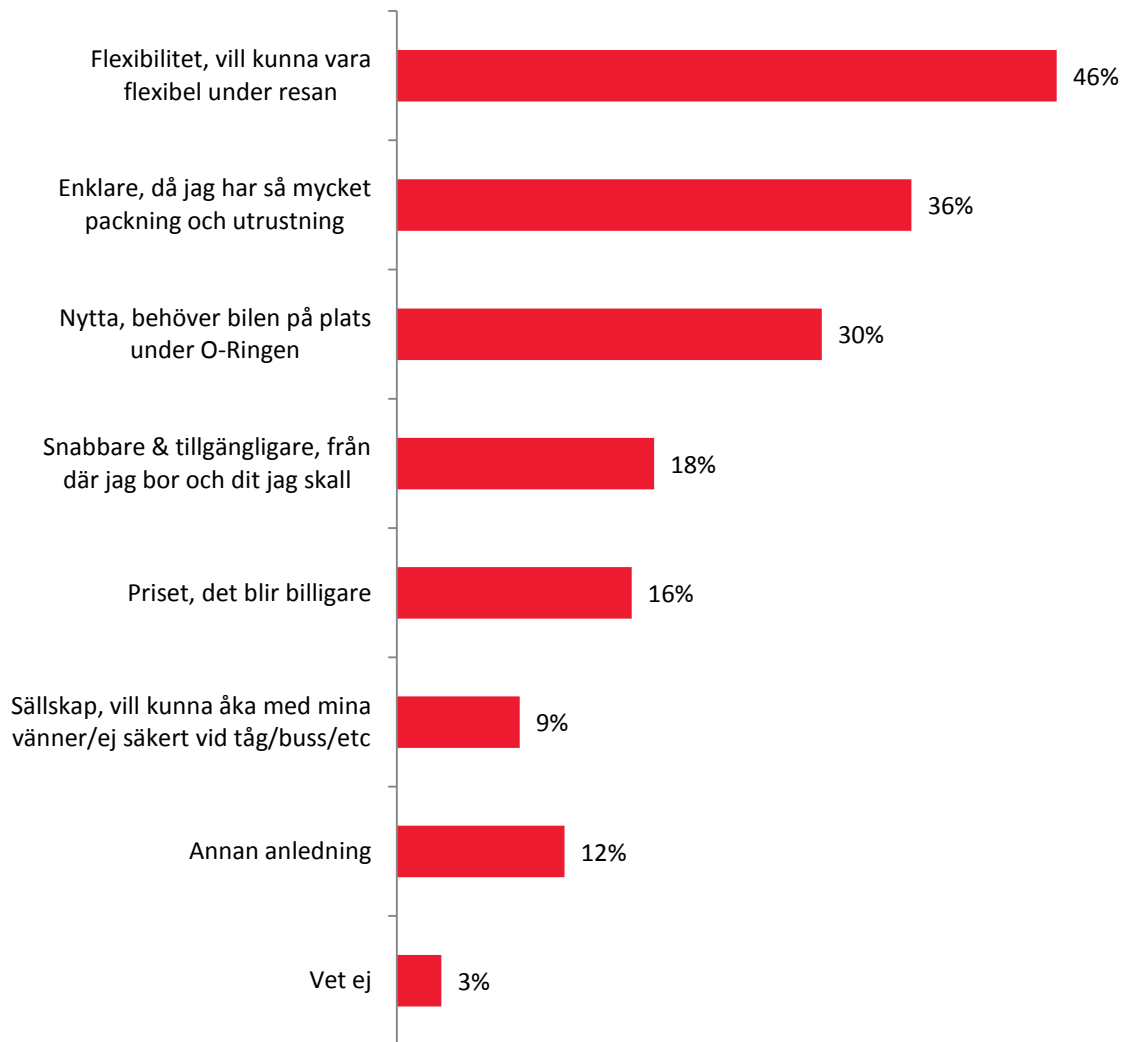


Utveckling - varför är bil att föredra

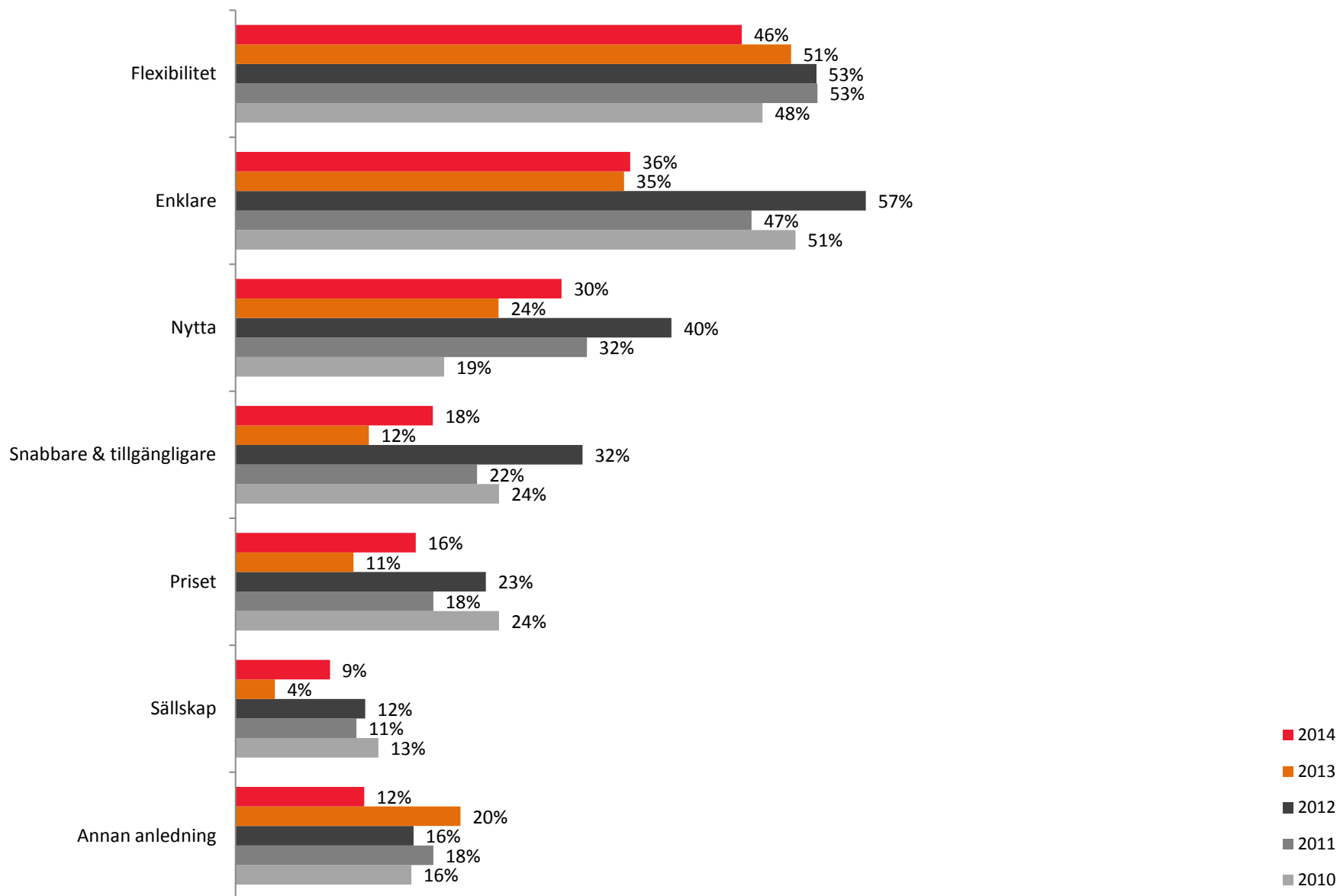


Vad var det som gjorde att du till slut valde bilen framför de andra alternativen? Var det huvudsakligen.... (multipel)

Bas: De 128 respondenter som åkte bil till/från evenemanget och som övervägde annat resealternativ

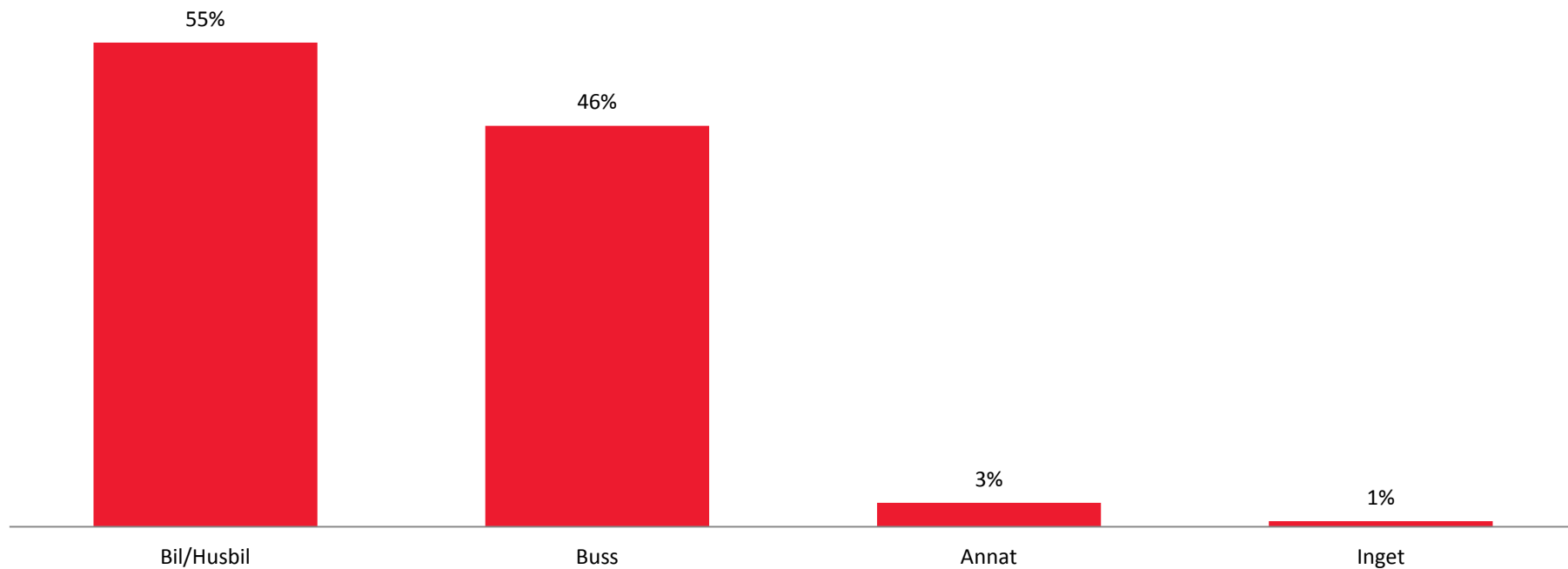


Utveckling - varför man till slut valde bilen

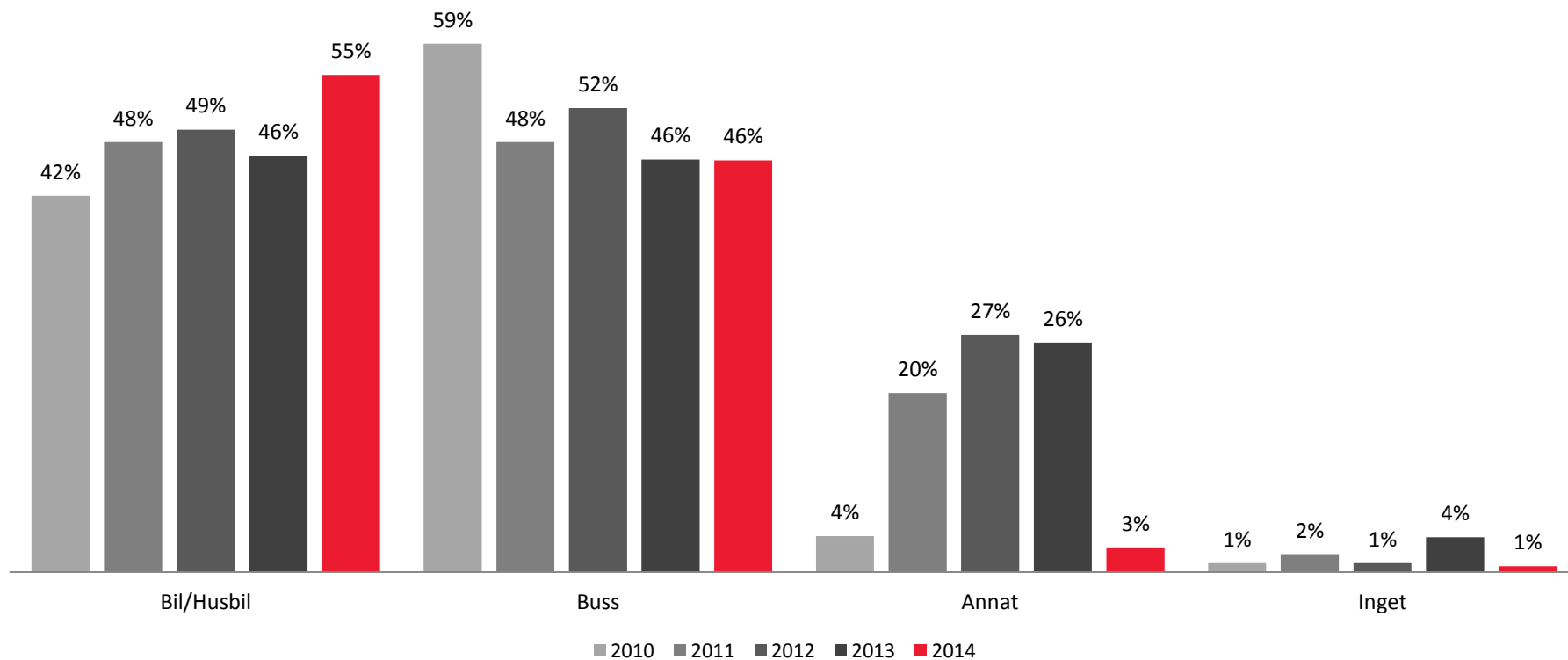


**Med vilket/vilka transportmedel tog du dig från ditt boende till arenan?
(FLERVAL)**

Bas: Samtliga 1229 respondenter

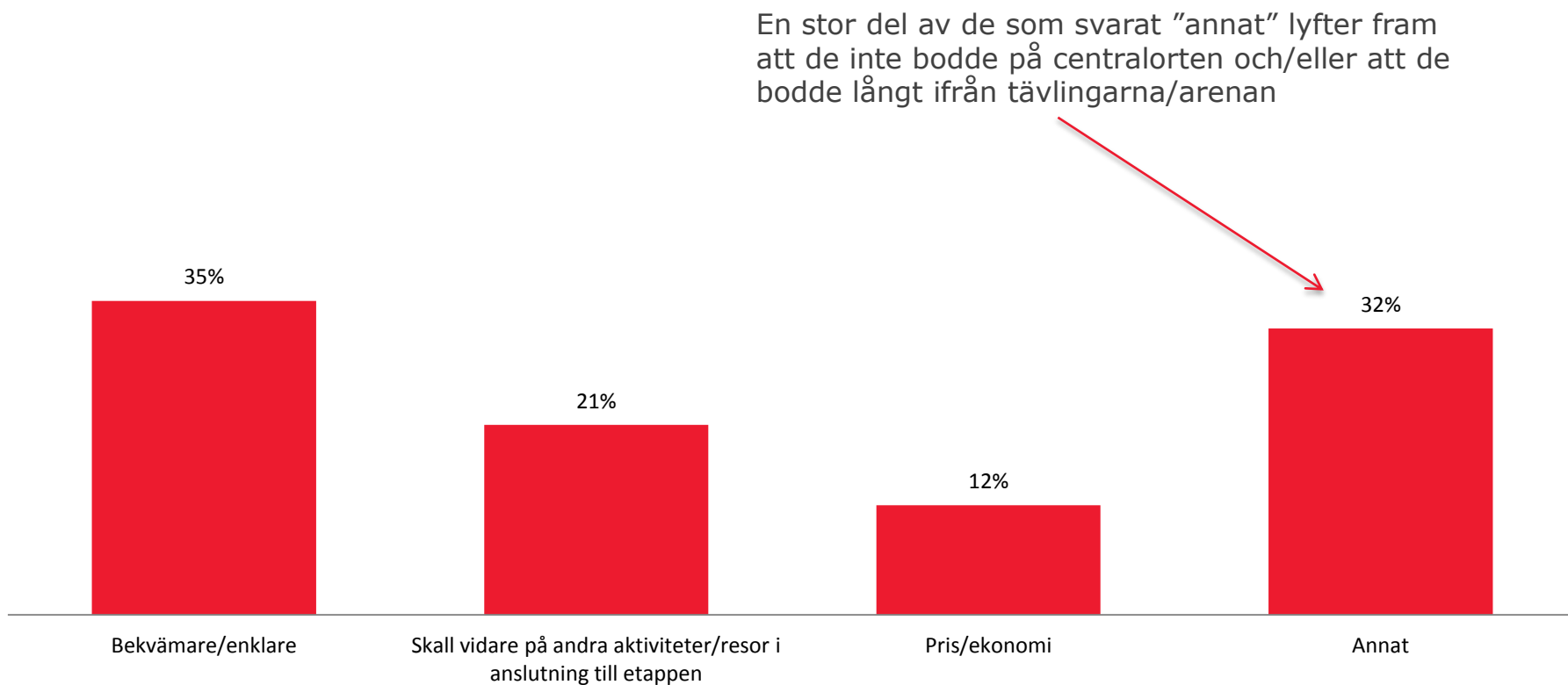


Utveckling - hur man tog sig från boendet till arenan

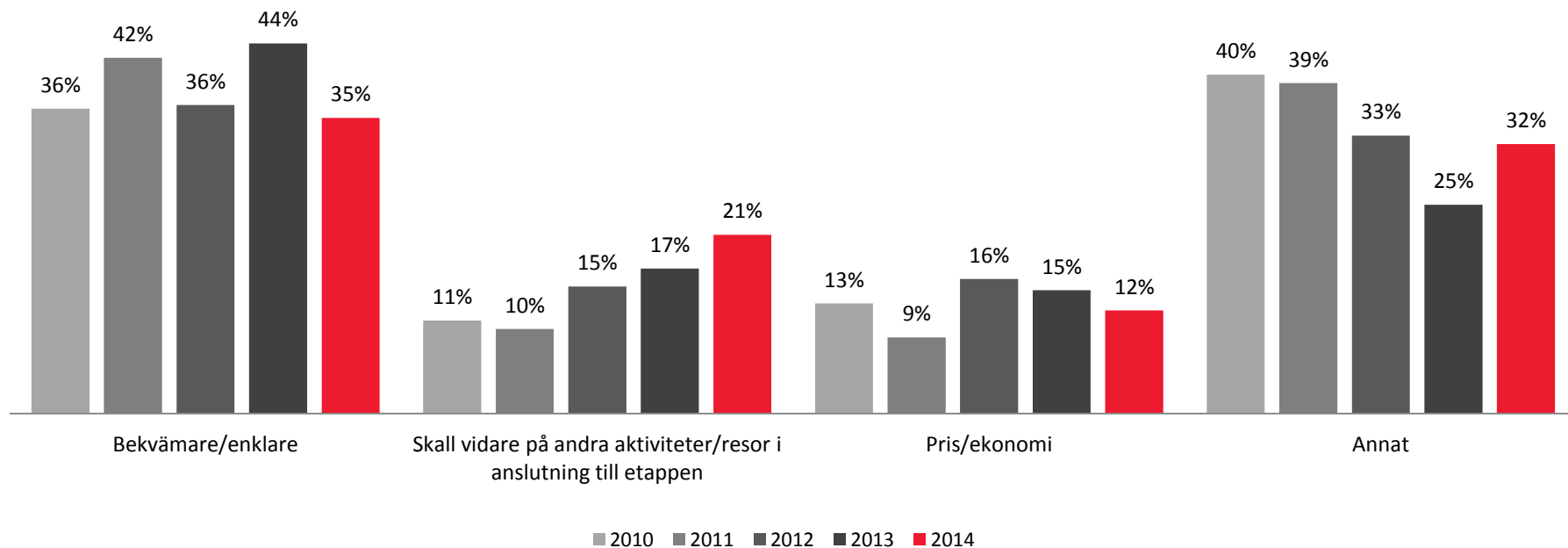


Du som åkte bil till arenan. Vad är skälet till att du inte åkte buss?

Bas: De 682 respondenter som åkte bil till arenan

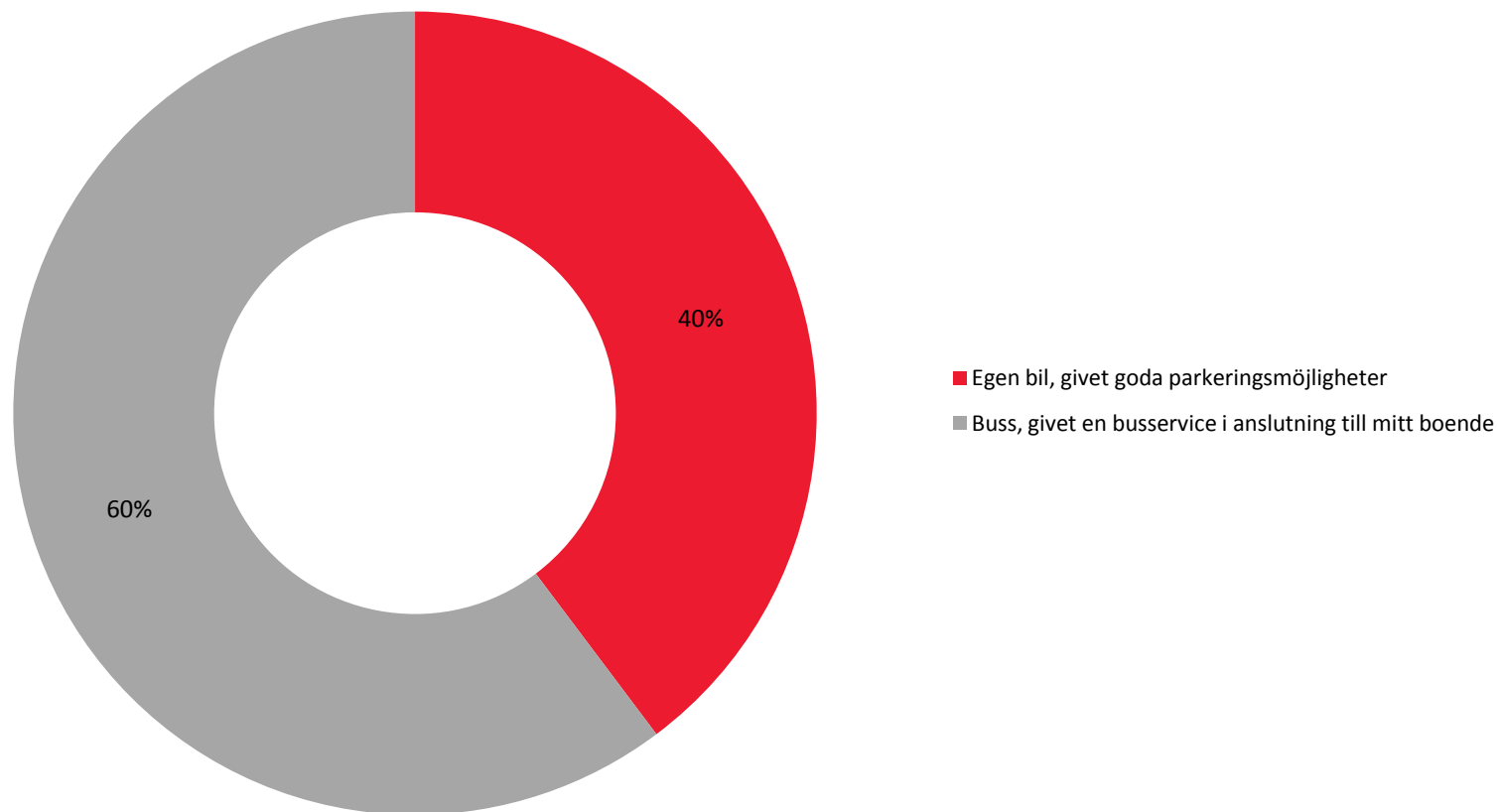


Utveckling - anledning till att bilåkarna inte åkte buss till arenan



Hur skulle du helst vilja ta dig till arenan om du måste välja ett av följande två alternativ?

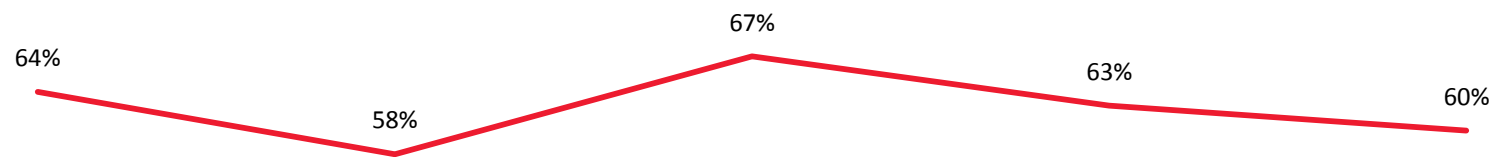
Bas: De 682 respondenter som åkte bil till arenan



Andel som skulle föredra att åka buss till arenan

	Sverige	Utlandet	Dagpendlare	Övernattare	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
Buss, givet en busservice i anslutning till mitt boende	62%	51%	45%	61%	57%	66%	68%	60%	52%	62%	62%

**Utveckling - andel som tog bil till arenan men som helst skulle
föredra att åka buss (givet en busservice i anslutning till boendet)**



2010

2011

2012

2013

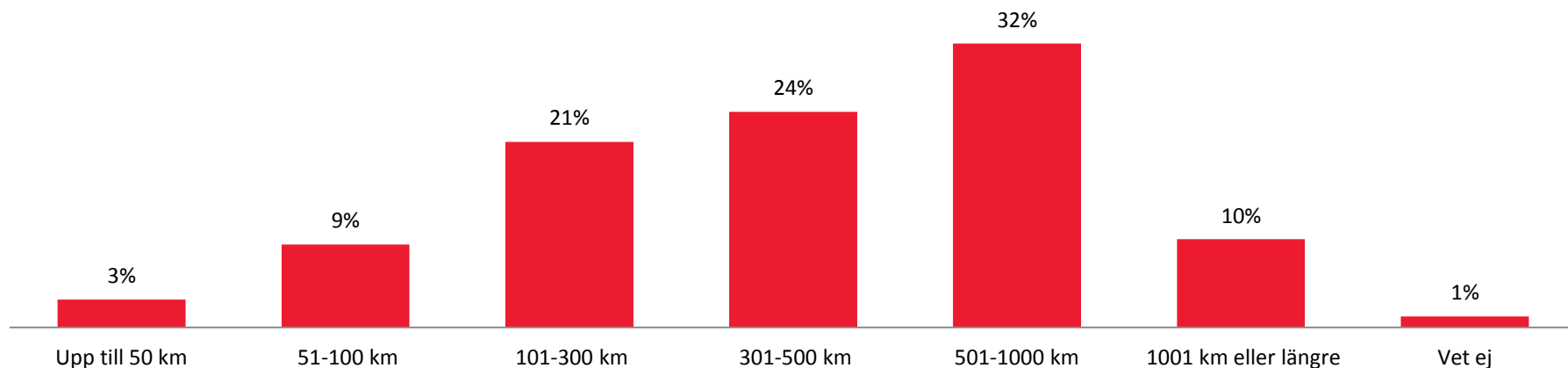
2014

Ungefär hur långt har du rest för att komma till Kristianstad och O-Ringen tävlingarna? (Resan från egen bostad till boendet i samband med O-Ringen)

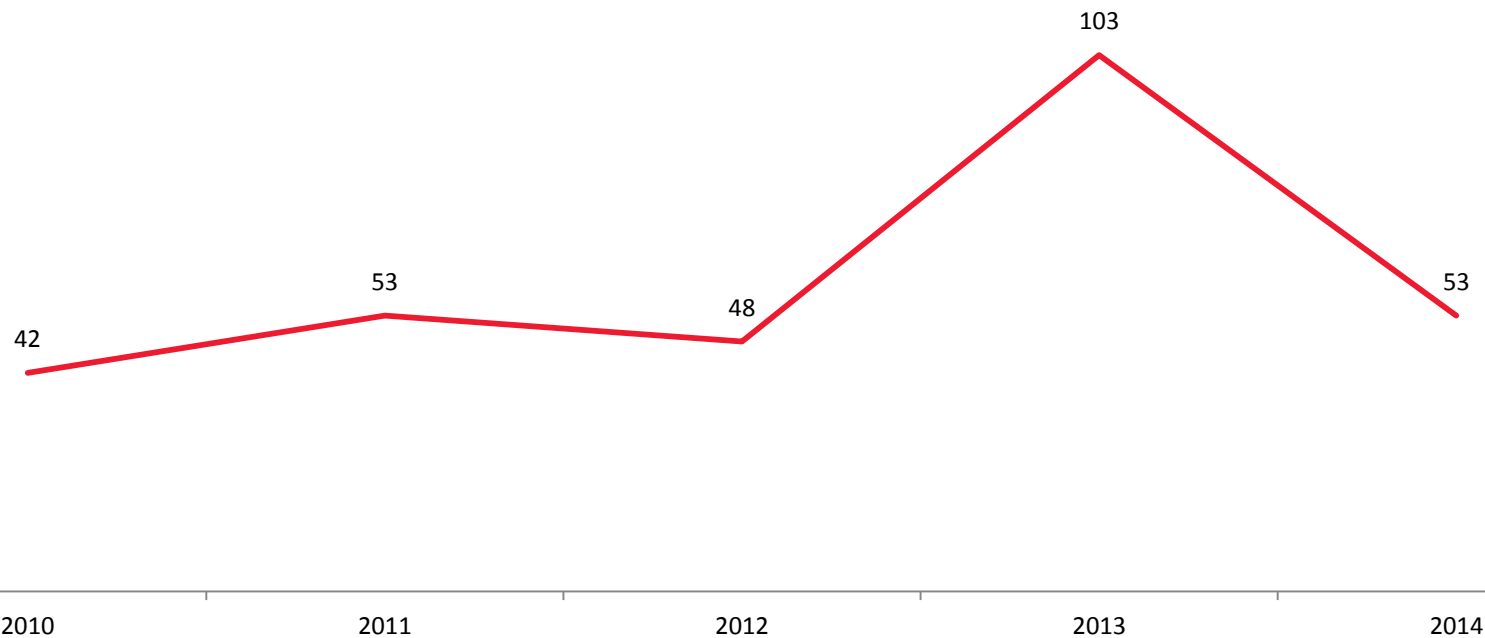
Bas: Samtliga 1229 respondenter

Genomsnitt antal mil man åkt för att komma till evenemanget

Totalt	Sverige	Utländet	Dagpendlare	Övernattare	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
53 mil	47 mil	84 mil	19 mil	54 mil	55 mil	50 mil	41 mil	45 mil	51 mil	58 mil	55 mil



**Utveckling - genomsnittligt antal mil som deltagarna
rest för att komma till O-Ringentävlingarna**

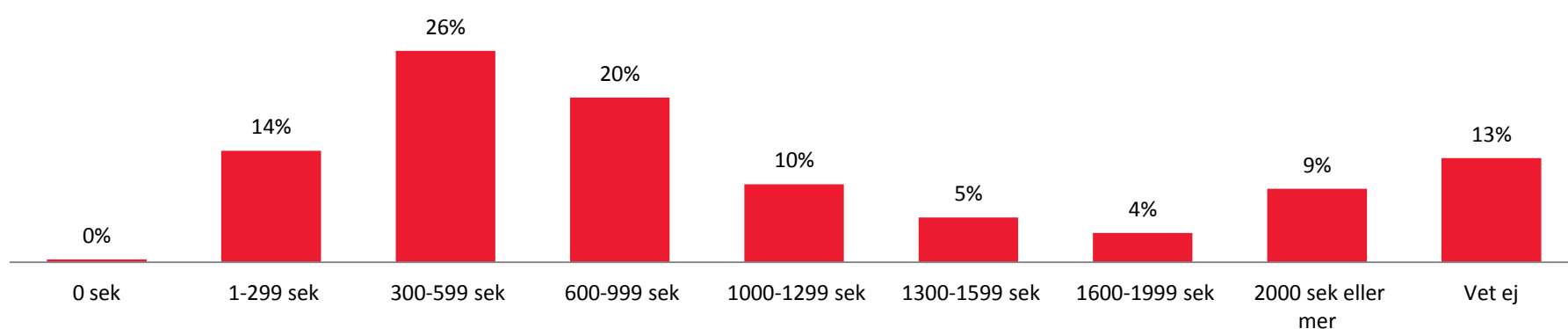


Ungefär hur mycket pengar uppskattar du att resan till och från Kristianstad kostat dig, dvs om du slår ut totala resekostnaden på så många som reste i ert sällskap? (Resekostnad per person)

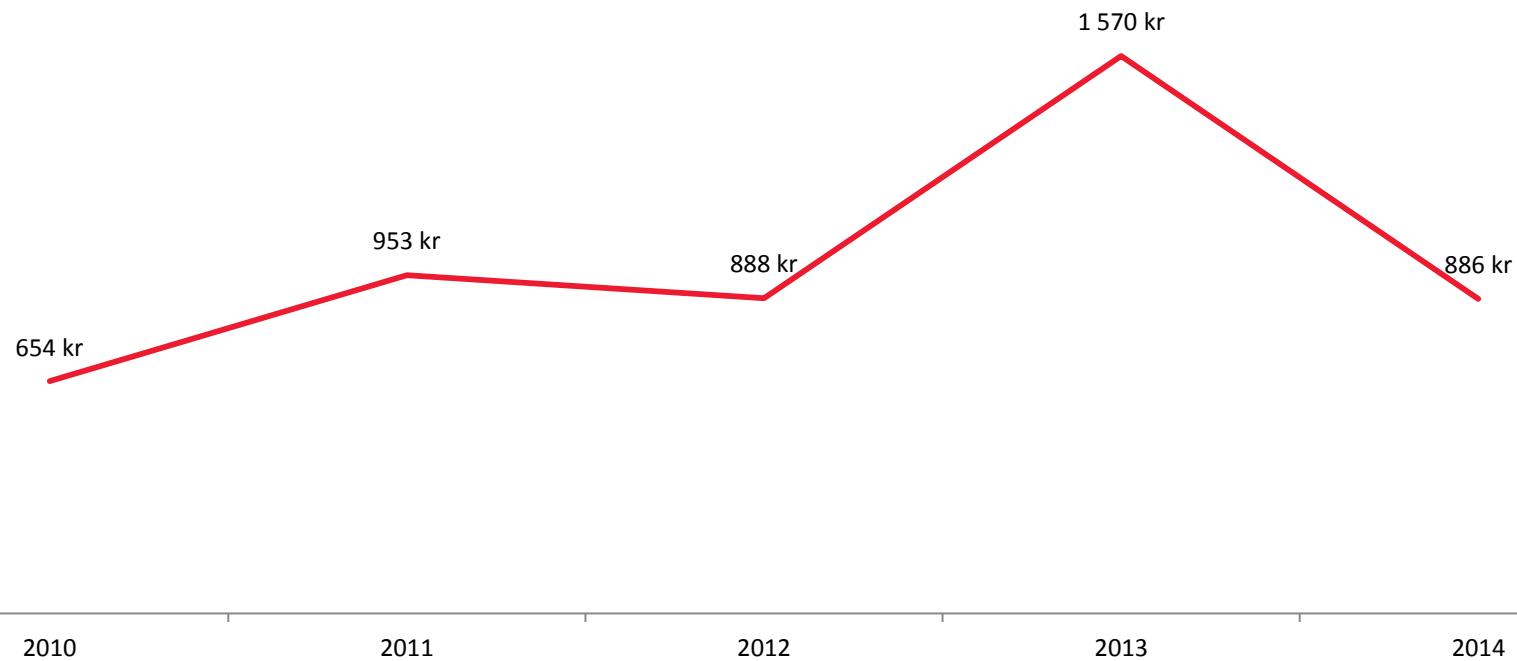
Bas: Samtliga 1229 respondenter

Genomsnittlig resekostnad för att komma till evenemanget

Totalt	Sverige	Utlandet	Dagpendlare	Övernattare	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
886 kr	783 kr	1 371 kr	595 kr	892 kr	939 kr	803 kr	597 kr	709 kr	835 kr	936 kr	967 kr



Utveckling - resekostnad till/från evenemanget

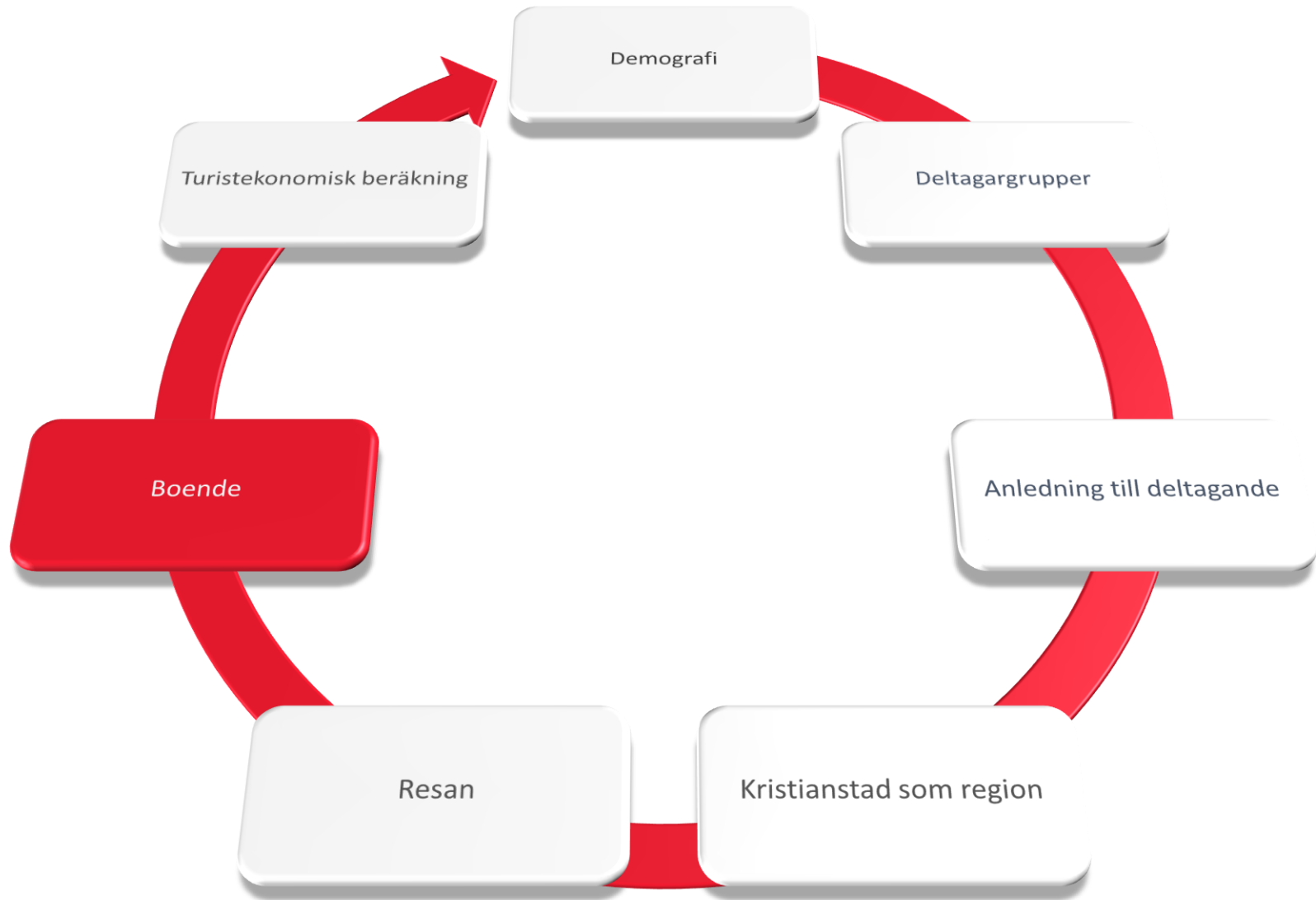


Resan: En mycket stor majoritet (97%) tog bilen för att komma till evenemanget. Man var i genomsnitt 3,2 personer per bil.

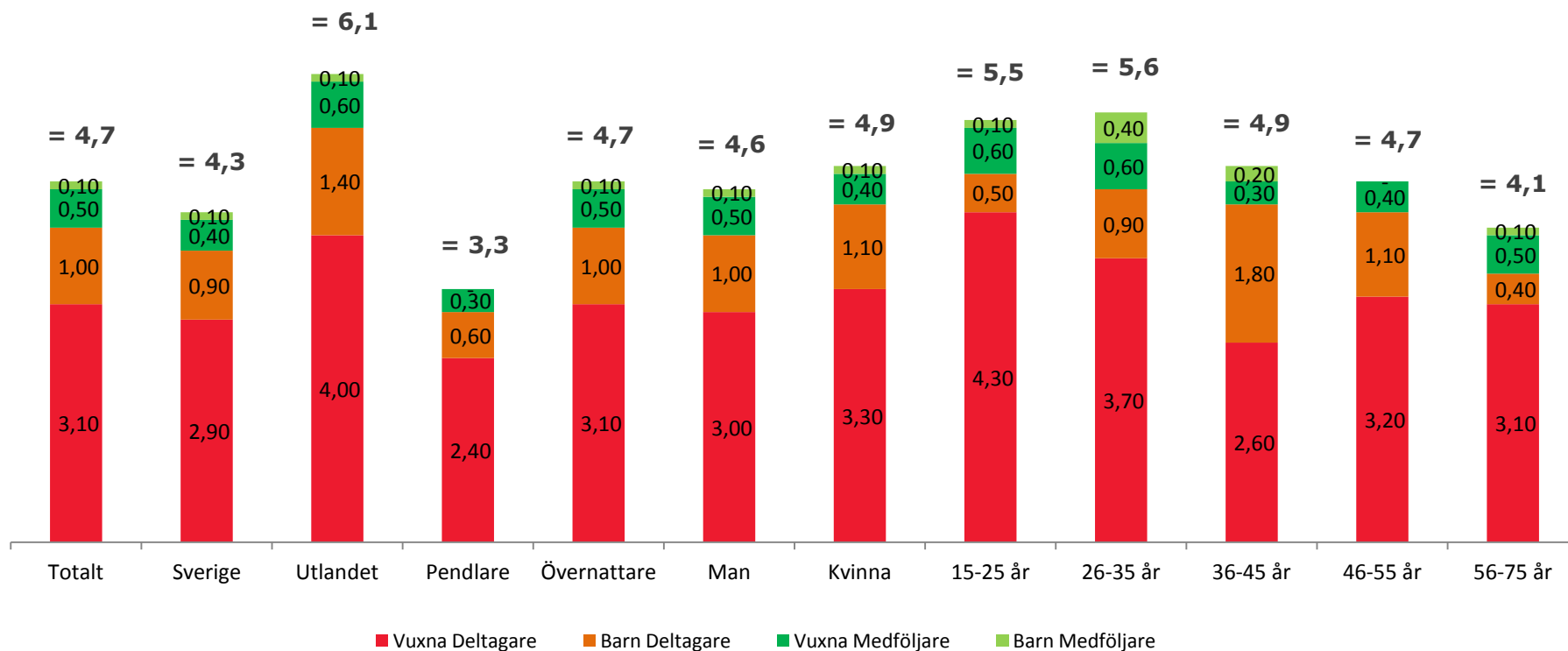
En stor majoritet (88%) av de som åkte bil övervägde aldrig andra transportsätt för att ta sig till och från Kristianstad. De som övervägde annat transportsätt funderade i störst utsträckning på tåg (7%). De som ej övervägde annat transportsätt motiverade valet av bil med "flexibilitet" (48%), "enklare" (42%), "nytta" (33%), "snabbare & tillgängligare" (21%), "priset" (9%) och "sällskap" (2%). De som valde bilen trots att de övervägt tåg eller andra transportsätt motiverade sitt beslut på likartat sätt som de som inte övervägde annat alternativ.

Bil (55%) var något populärare än buss (46%) då det handlade om att ta sig från boendet till arenan, medan några svarade att de tog sig dit på annat (3%) sätt. Av ovanstående förstås att vissa kombinerade sannolikt bil och buss. De som föredrog bilen angav som skäl att det var "bekvämare" (35%), "skulle vidare på annat" (21%), "priset" (12%) samt "annat" (32%). I annat inryms att man ej bodde på centralorten och/eller att det var långt från boendet till tävlingarna/arenan. Givet en busservice i anslutning till boendet så skulle 60% av de som tog bilen till arenan föredra att åka buss istället.

Den genomsnittlige respondenten har åkt ca 53 mil och lagt ungefär 886 kr på sin resa till och från evenemanget.

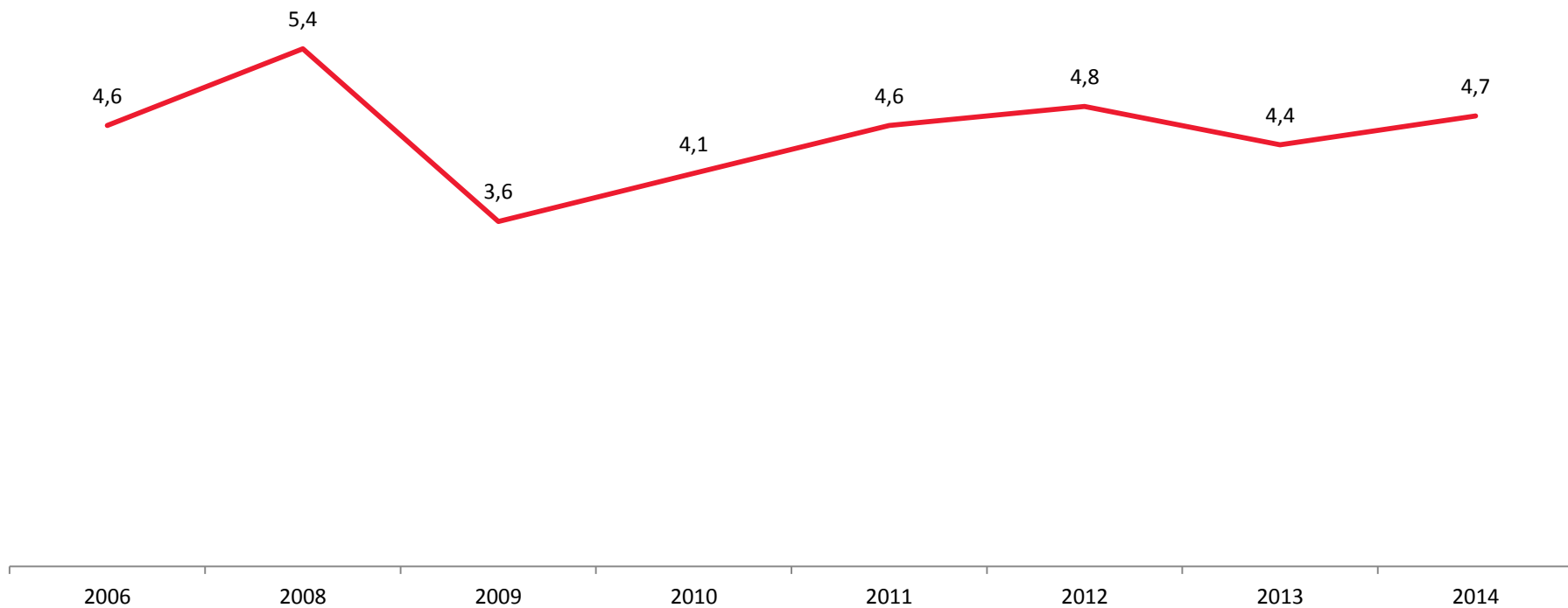


Resesällskapets storlek och sammansättning i samband med O-Ringen 2014 i Kristianstad



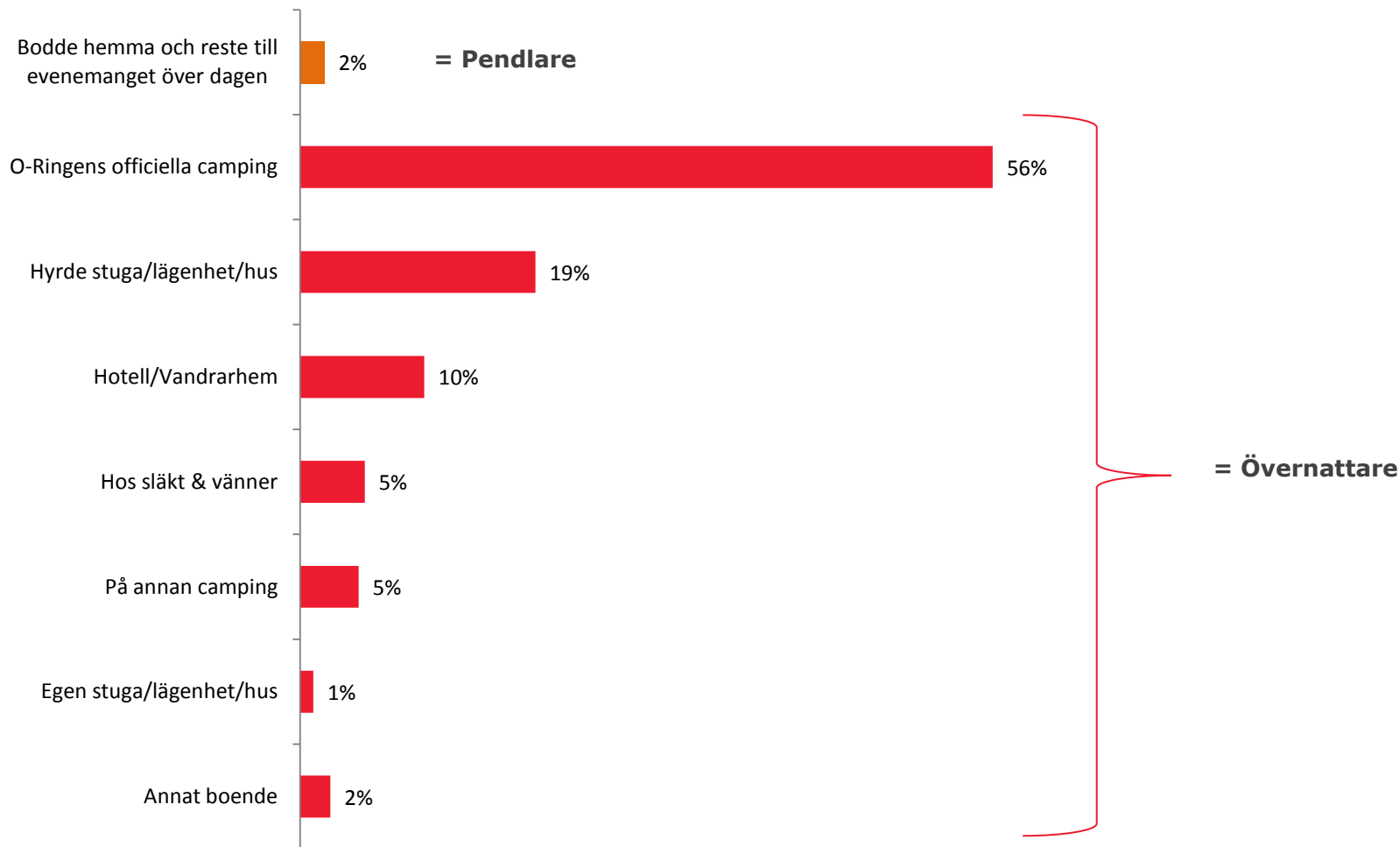
Det genomsnittliga resesällskapet bestod av 4,7 personer av vilka 4,1 deltog och 0,6 var medföljare som inte deltog i evenemanget. De svenska resesällskapen bestod i snitt av 4,3 personer medan de utländska var större och bestod av 6,1 personer. De som bodde hemma i sin egen bostad och pendlade till evenemanget över dagen åkte i mindre sällskap än de som övernattade i samband med deltagandet.

Utveckling resesällskapets storlek



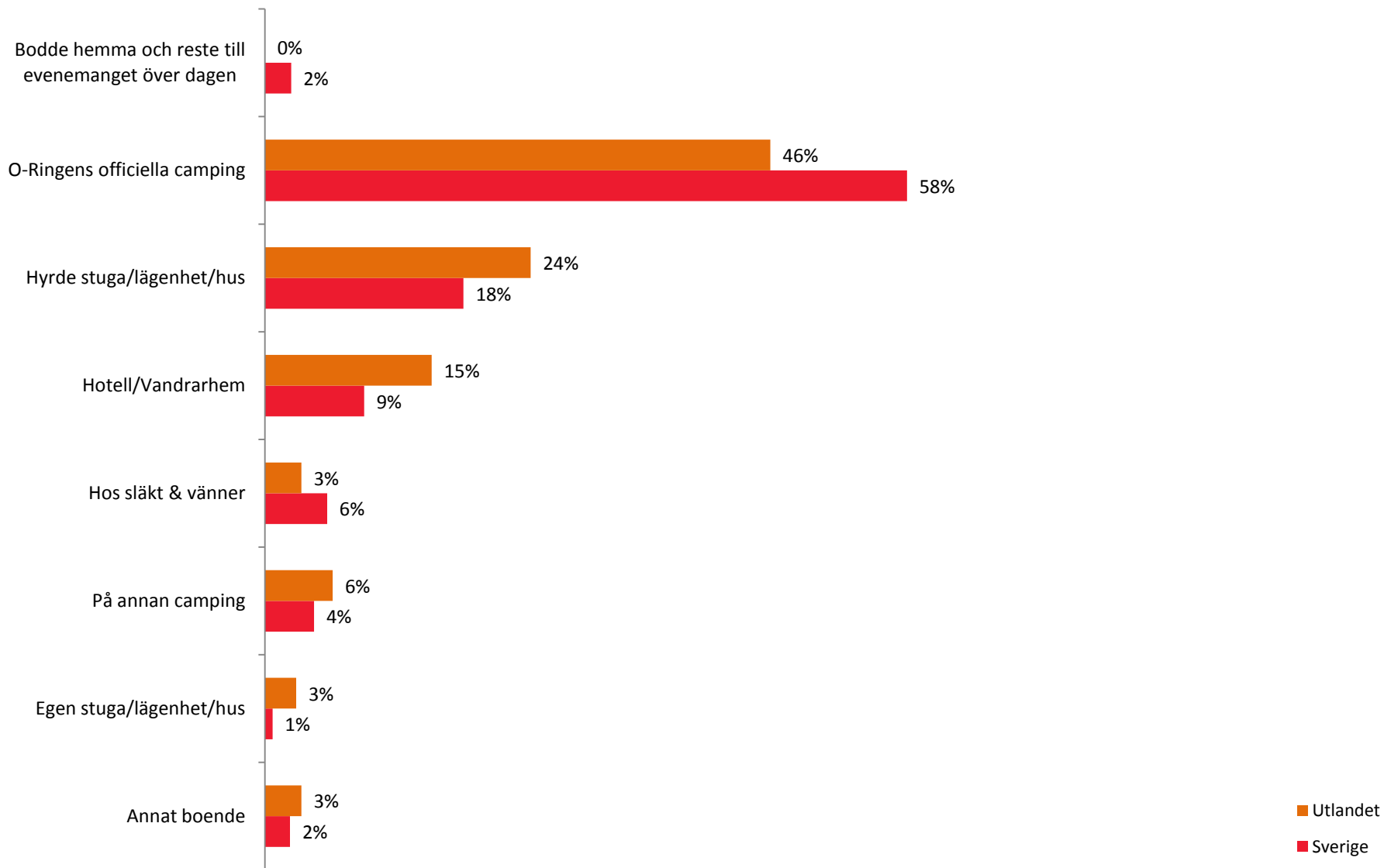
Hur bodde du i samband med ditt deltagande i O-Ringen?

Bas: Samtliga 1229 respondenter

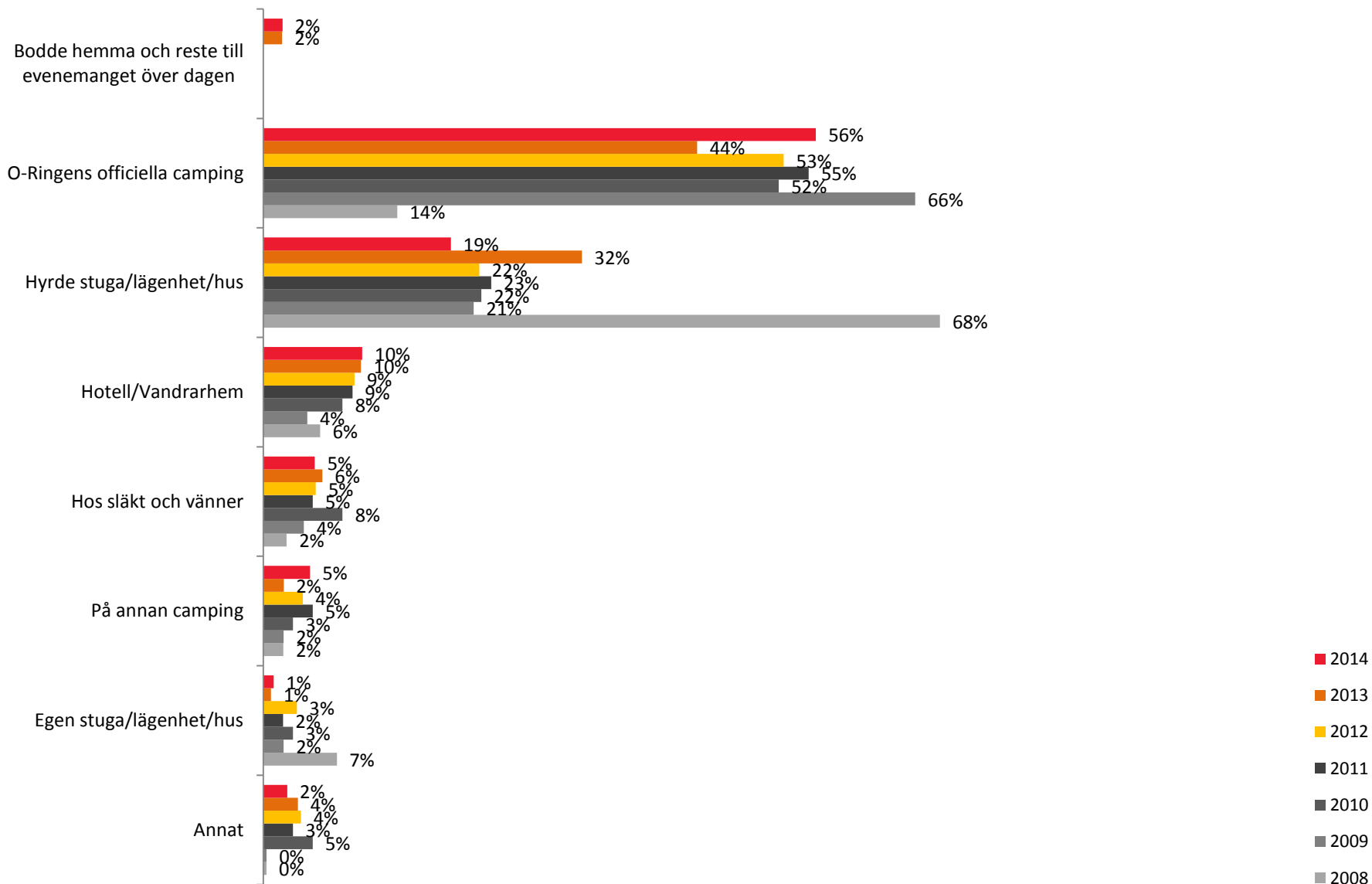


2% av deltagarna pendlade till evenemanget från sin egen permanentbostad – denna grupp utgör "pendlarna". Övriga 98% övernattade i samband med vistelsen och de benämns fortsättningsvis "övernattarna". En övervägande majoritet av "övernattarna" bodde kommersiellt (ca 92%) medan andra hittade icke kommersiellt boende (ca 6%).

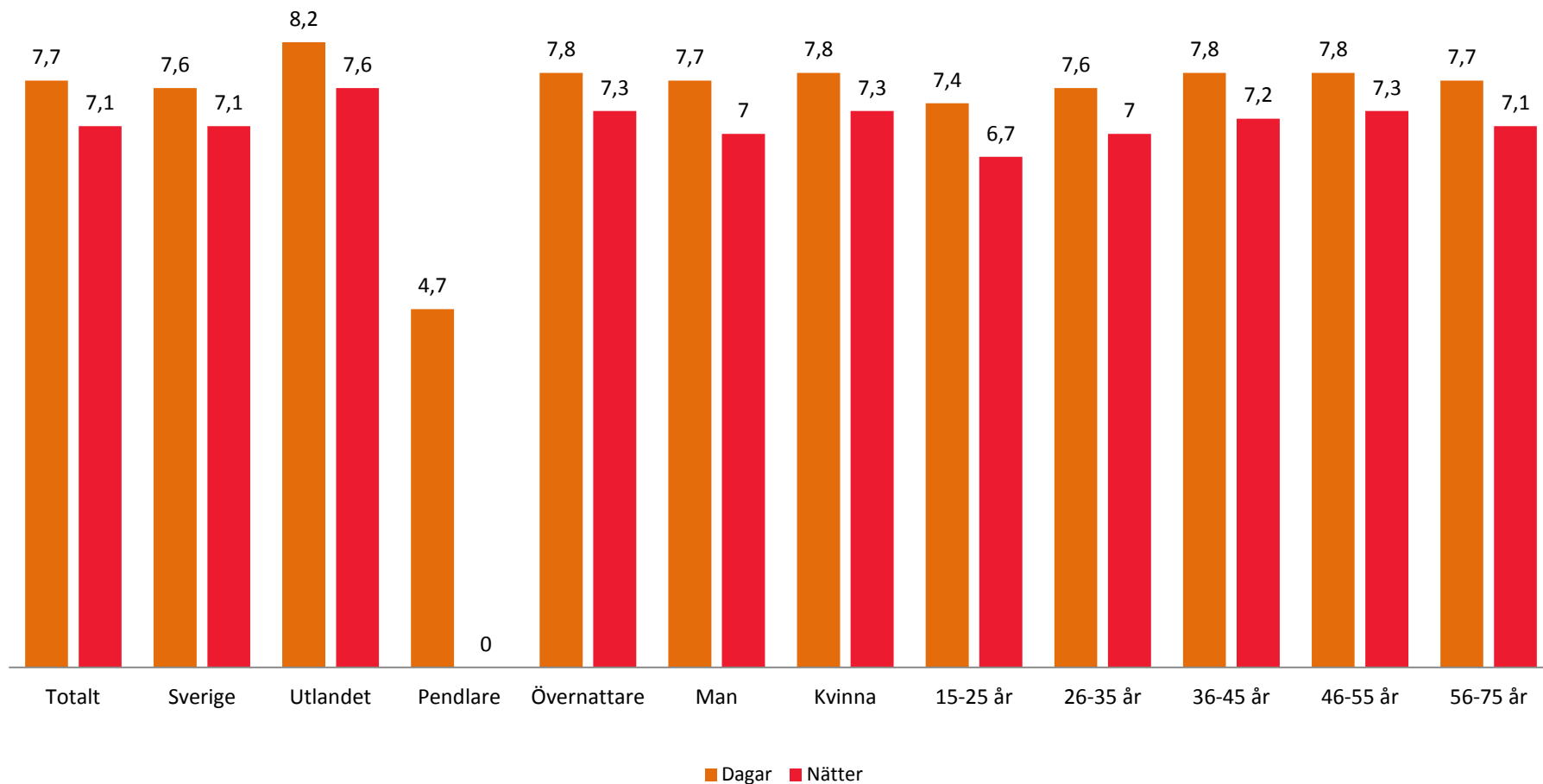
Boende - jämförelse mellan Sverige och Utlandet



Utveckling - boendet i samband med O-Ringen



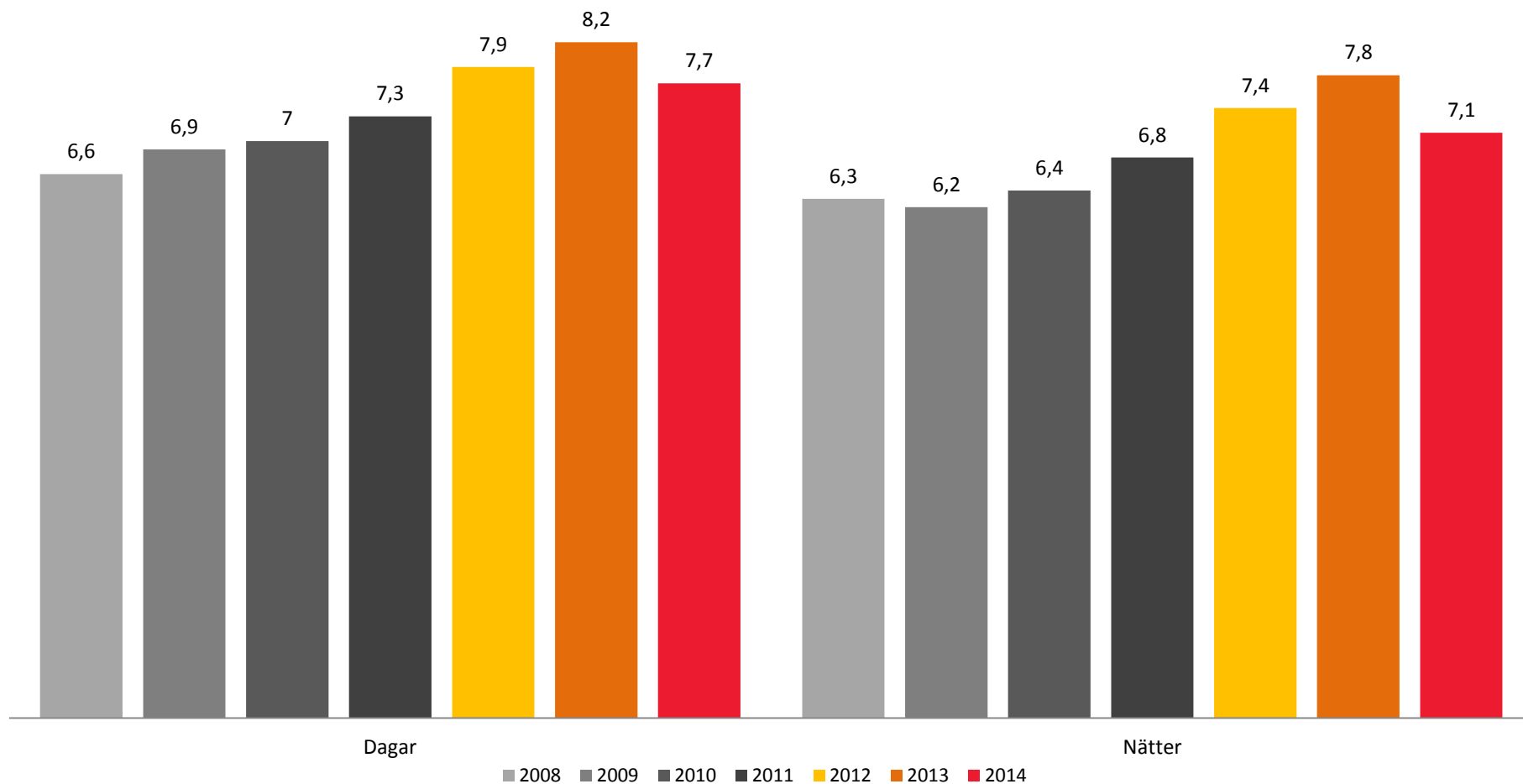
Genomsnittligt antal dagar och nätter som man tillbringade i regionen i anslutning till deltagandet i O-Ringen



Deltagarna tillbringade i genomsnitt 7,7 dagar och 7,1 nätter i regionen i anslutning till deltagandet i O-Ringen. De utländska deltagarna stannade något längre i regionen än de svenska.

Utveckling; genomsnittligt antal dagar och nätter i regionen

Trenden med en allt längre vistelselängd bryts och går i år tillbaka något igen

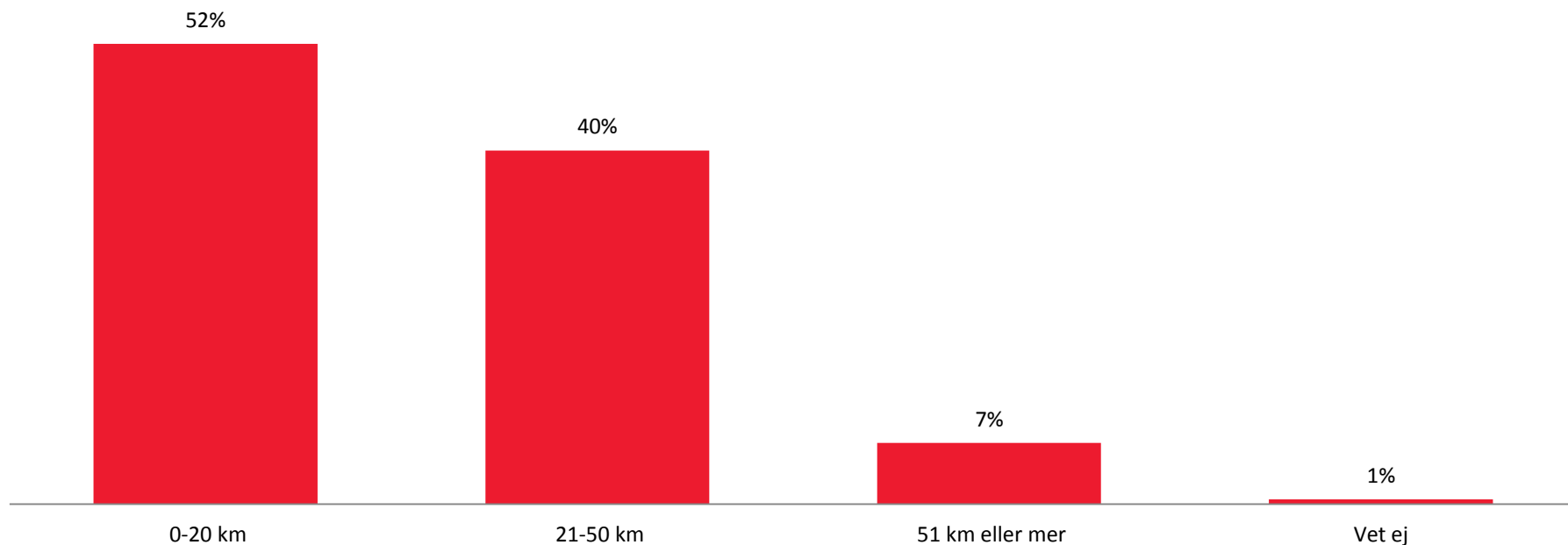


**Ungefär hur långt var det från den plats där du
bodde under O-Ringen till själva O-Ringenstaden?**

Bas: De 545 respondenter som ej bodde på O-Ringens officiella camping

Genomsnittlig distans (mil) från boende till O-Ringenstaden

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Distans till start (km)	1,6	1,7	3,0	2,0	2,0	1,8	2,4

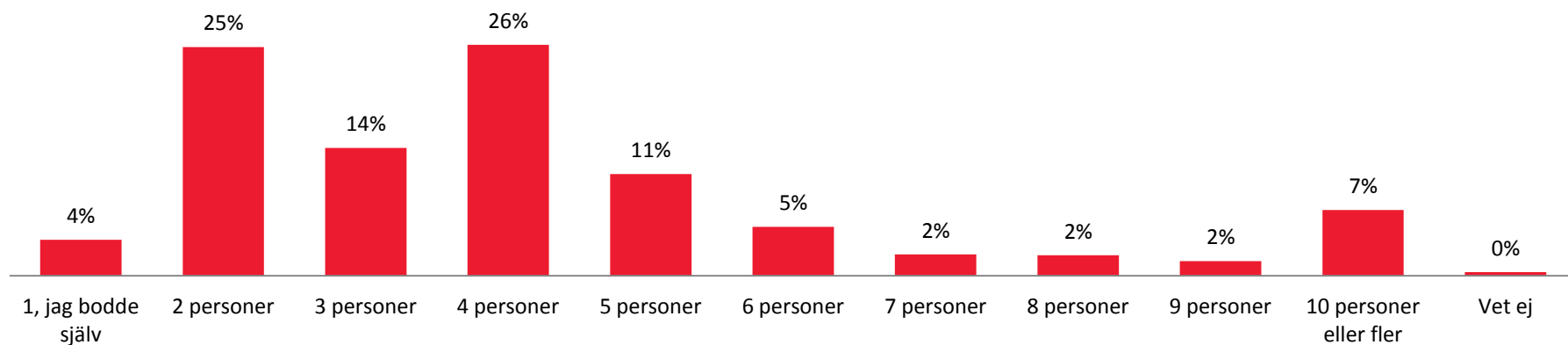


Hur många var ni som delade boende/bodde tillsammans?

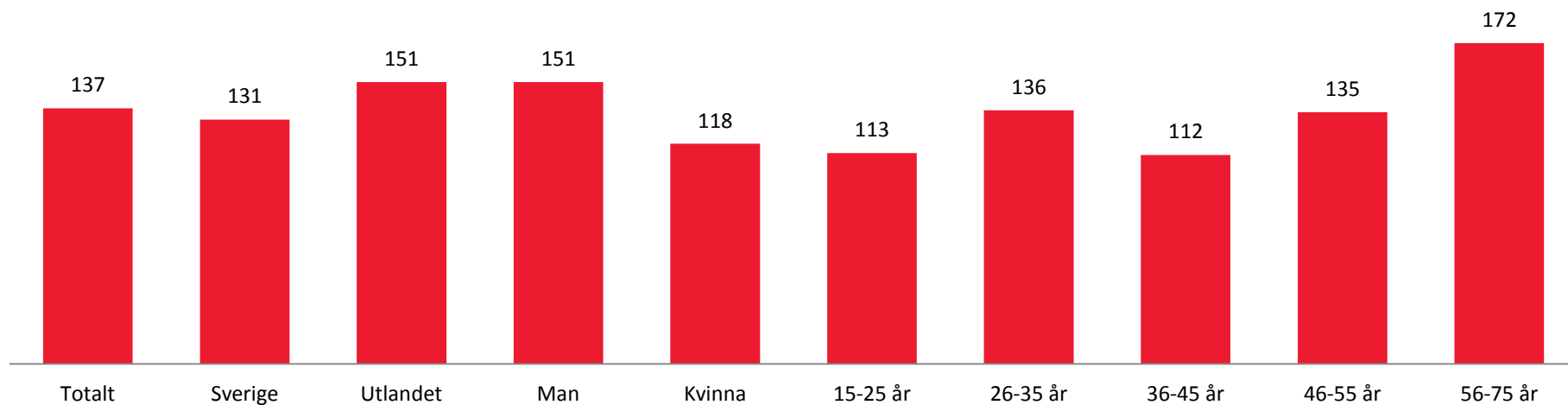
Bas: Samtliga 1229 respondenter

Genomsnittligt antal personer som delade boende

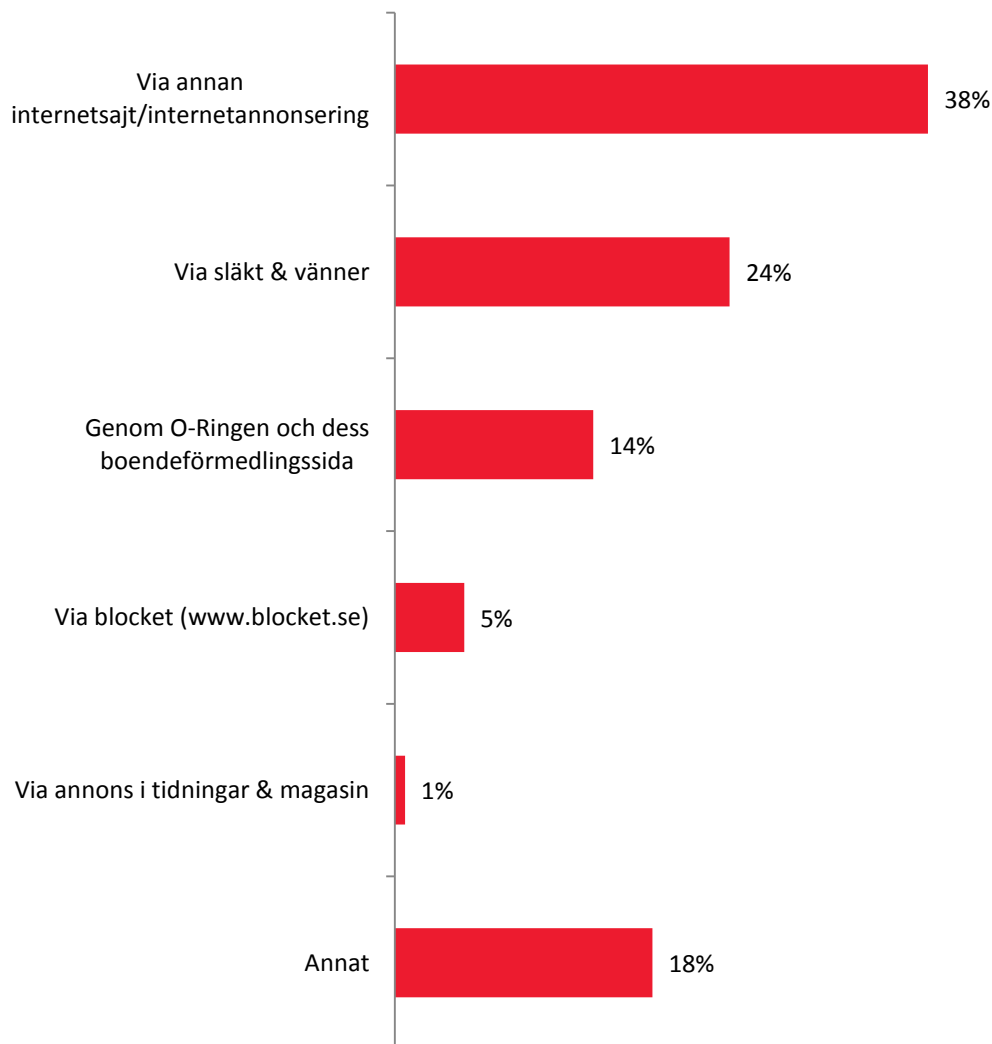
Totalt	Sverige	Utlandet	Man	Kvinna	15-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-75 år
4,5	4,3	5,4	4,4	4,6	4,9	5,6	5,1	4,7	3,5



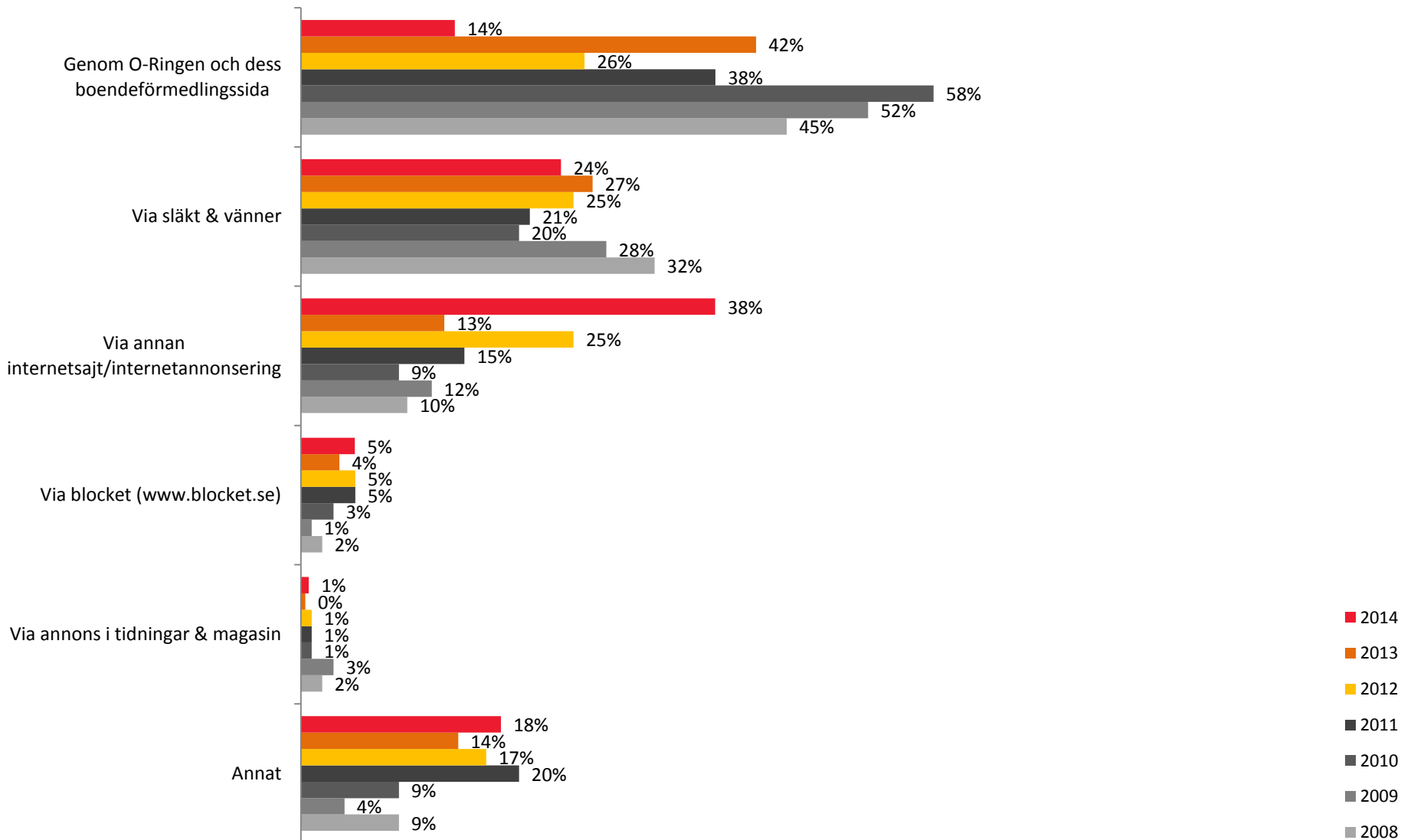
Boendekostnad per individ och natt under vistelsen i Kristianstad



Hur hittade du, eller hur ordnade du ditt boende?
Bas: De 545 respondenter som ej bodde på O-Ringens officiella camping

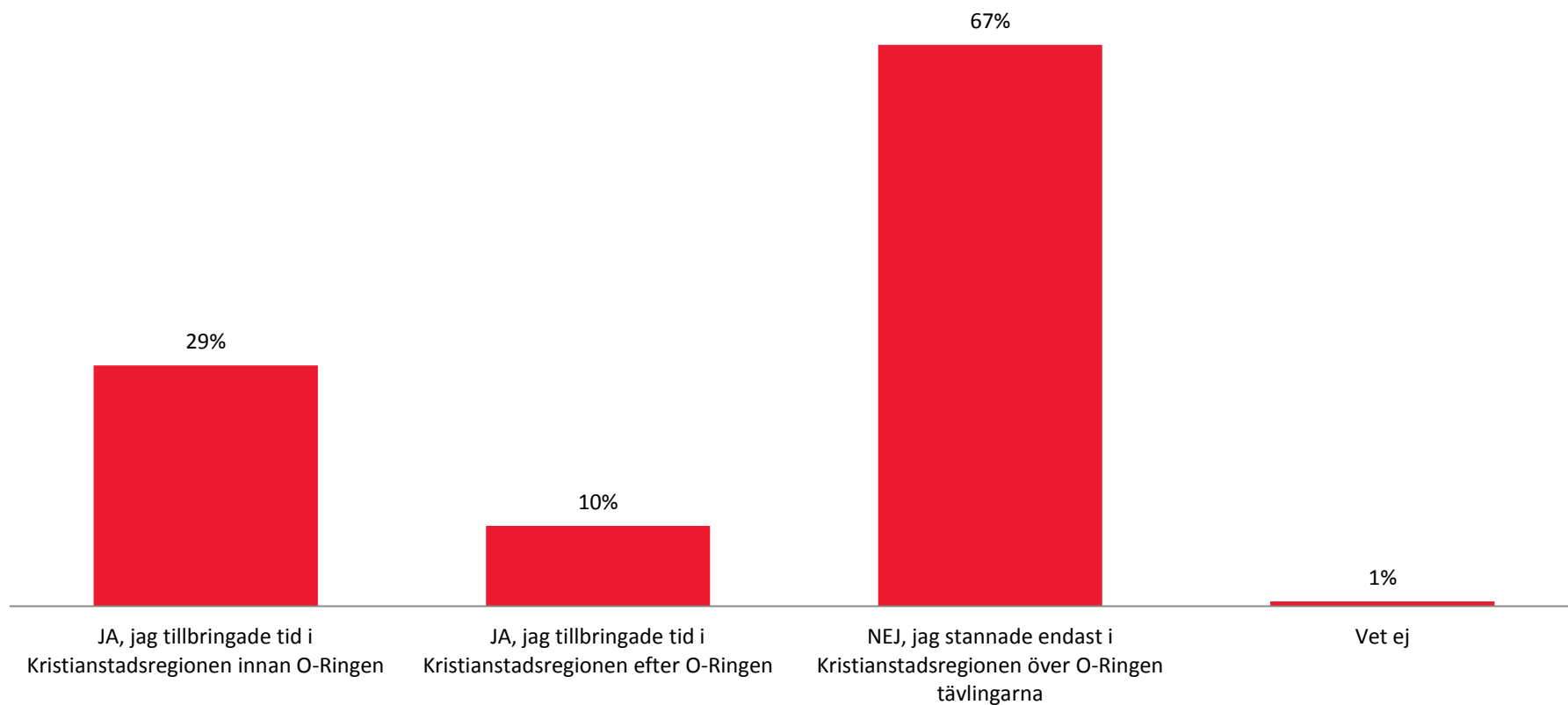


Utveckling - hur man hittade sitt boende (de som ej bodde på O-Ringens officiella camping)



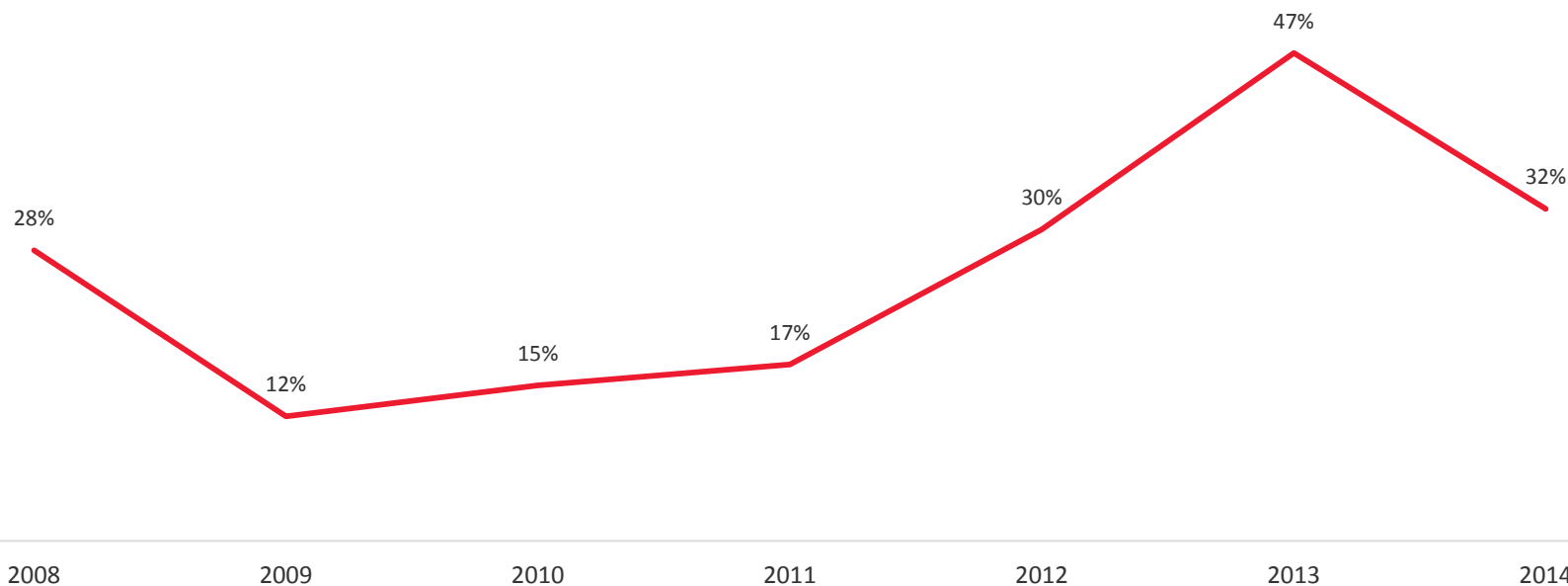
Tillbringade du tid i Kristianstad med omnejd utöver den tid som hade med deltagandet i O-Ringen att göra? (multipel, flera svar möjliga)

Bas: Samtliga 1229 respondenter



Utveckling - andel som tillbringade tid i regionen utöver deltagandet i O-Ringen

Begränsad tillgång till boende i och kring Kristianstad i samband med O-Ringen kan ha bidragit till att vistelselängden i regionen är kortare än den varit på senare år



Resesällskapet: Det genomsnittliga resesällskapet bestod av 4,7 personer av vilka 4,1 själva deltog i evenemanget och 0,6 var medföljare, dvs personer som följde med utan att själva delta. De utländska deltagarna kom i större resesällskap (6,1 personer) än de svenska (4,3 personer). Vidare så kom övernattarna (4,7 personer) i större resesällskap än pendlarna (3,3 personer).

Hur man bodde: 2% av deltagarna pendlade till evenemanget från sin egen permanentbostad medan 98% övernattade i samband med deltagandet i O-Ringen. En övervägande majoritet av "overnattarna" bodde kommersiellt (ca 92%) medan andra hittade icke kommersiellt boende (ca 6%).

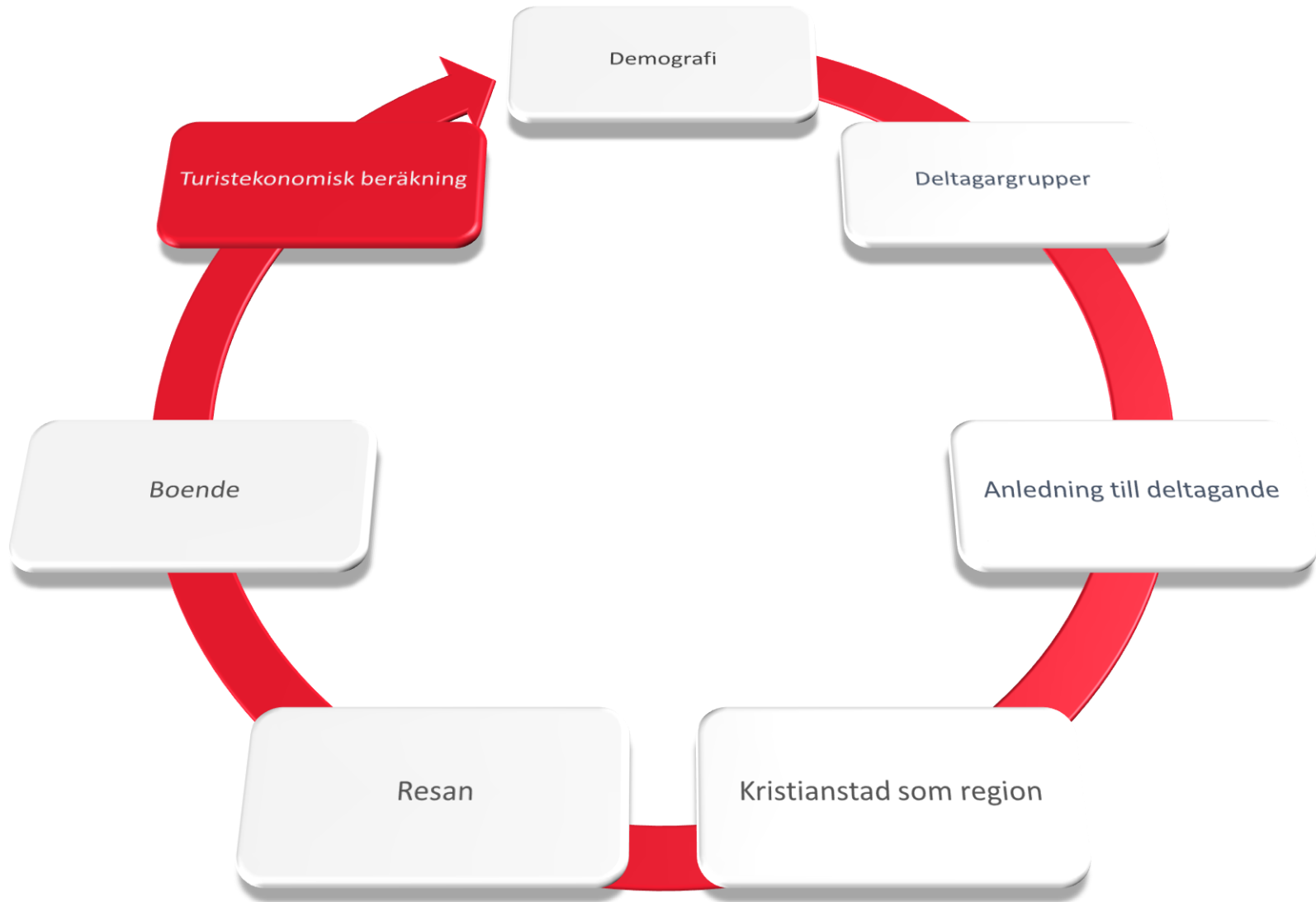
Vistelselängd: Deltagarna tillbringade i genomsnitt 7,7 dagar och 7,1 nätter i regionen i anslutning till deltagandet i O-Ringen. De utländska deltagarna stannade något längre i regionen än de svenska.

Logi/boendekostnad: De som övernattade i samband med deltagandet i O-Ringen har i genomsnitt varit 4,5 personer som delade boende ihop och de har i genomsnitt betalt 137 kr per person och natt under vistelsen i logikostnad. De utländska deltagarna i genomsnitt lagt något mer på sitt boende än de svenska.

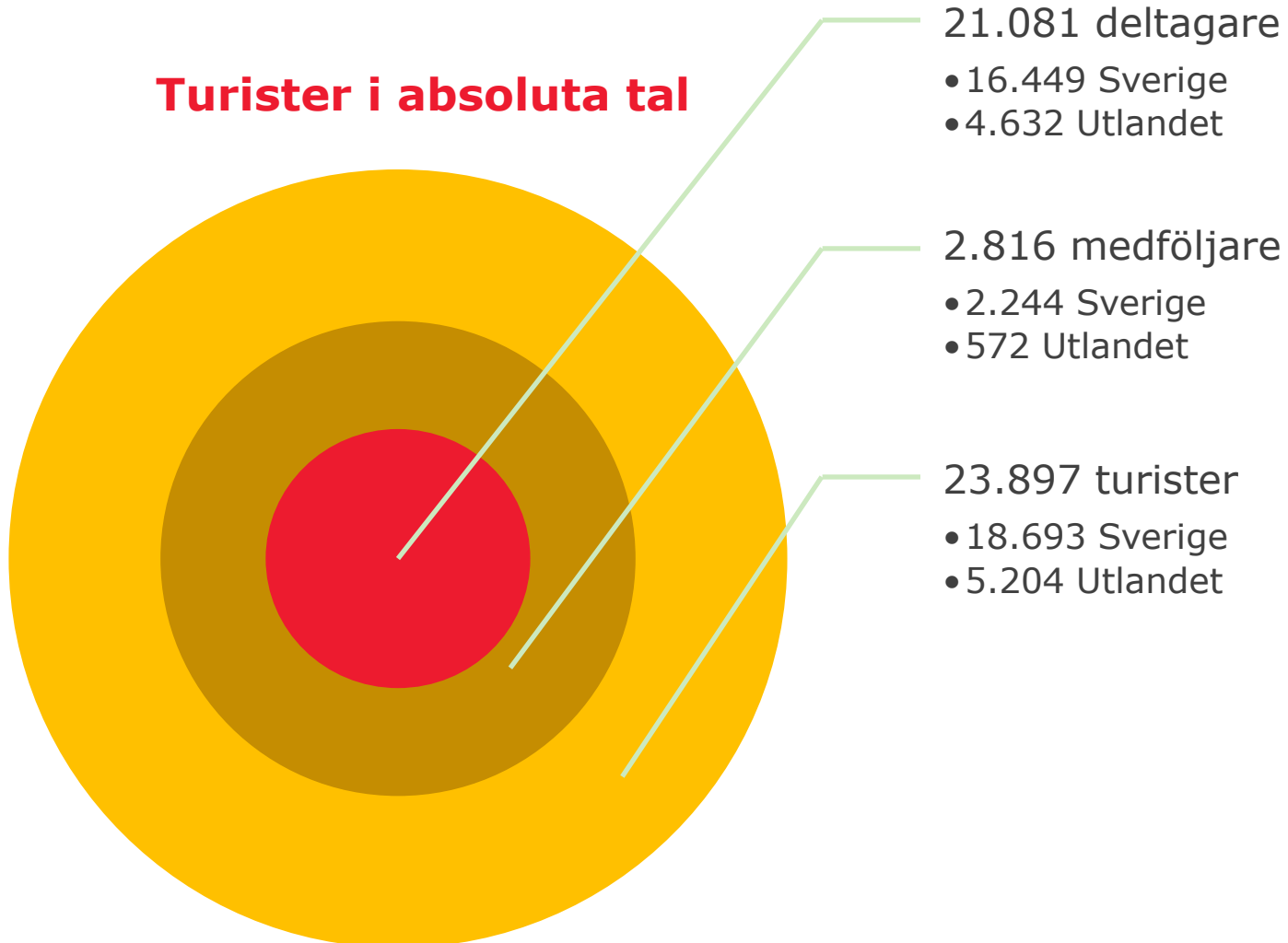
Hittade boende: 57% av de som ej bodde på den officiella campingen hittade sitt boende via annonser på internet, 24% ordnade boende via släkt och vänner, 1% fick boende genom traditionella annonser i tidningar och magasin och resterande 18% hittade sitt boende på annat sätt.

De som hittade boende genom internetannonsering kan delas upp enligt följande: O-Ringens boendeförmedlingssida (14%), blocket.se (5%) och övrig internetannonsering (38%).

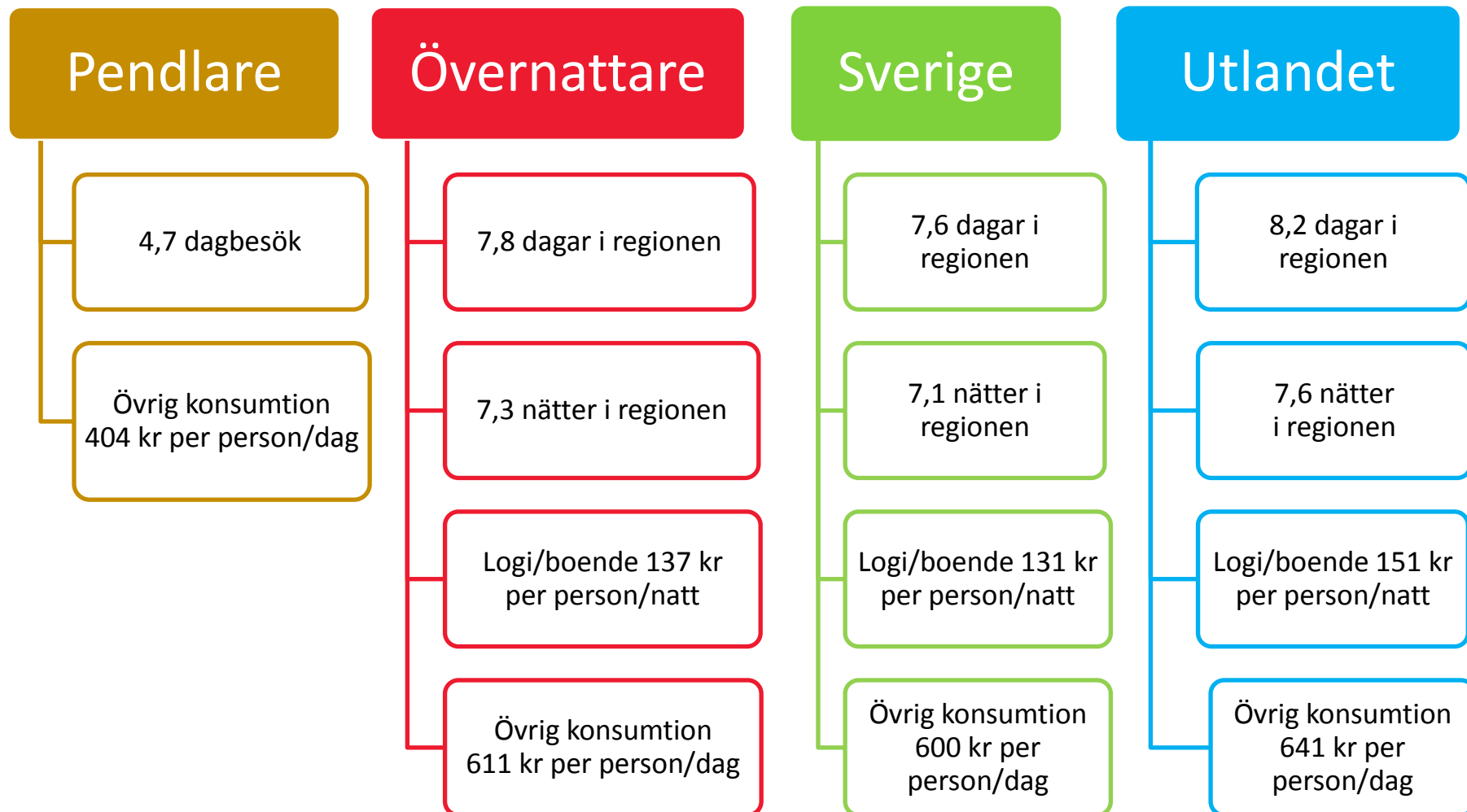
Förlängd vistelse: 32% av deltagarna stannade i Kristianstadsregionen utöver själva deltagandet i O-Ringen. 29% tillbringade tid i regionen innan O-Ringen tävlingarna medan 10% stannade kvar efter tävlingarna. Av detta förstås att ca 7% tillbringade tid i regionen såväl före som efter O-Ringen.



Turister i absoluta tal



Nyckeltal vistelselängd & konsumtion



Övrig konsumtion uppdelad på konsumtionsområden (per person & dygn)

Pendlare

- Restaurang/café 71 kr
- Nöjen/uteliv 18 kr
- Shopping/souvenirer 75 kr
- Lokala transporter 25 kr
- Entréer/biljetter 10 kr
- Livsmedel 42 kr
- Bensin/parkering 143 kr
- Övrigt 21 kr

• SUMMA 404 kr

Övernattare

- Restaurang/café 132 kr
- Nöjen/uteliv 41 kr
- Shopping/souvenirer 95 kr
- Lokala transporter 24 kr
- Entréer/biljetter 24 kr
- Livsmedel 129 kr
- Bensin/parkering 108 kr
- Övrigt 58 kr

• SUMMA 611 kr

Svenska

- Restaurang/café 128kr
- Nöjen/uteliv 40 kr
- Shopping/souvenirer 91 kr
- Lokala transporter 23 kr
- Entréer/biljetter 23 kr
- Livsmedel 128 kr
- Bensin/parkering 108 kr
- Övrigt 58 kr

• SUMMA 600 kr

Utländska

- Restaurang/café 145 kr
- Nöjen/uteliv 41 kr
- Shopping/souvenirer 115 kr
- Lokala transporter 26 kr
- Entréer/biljetter 23 kr
- Livsmedel 126 kr
- Bensin/parkering 110 kr
- Övrigt 55 kr

• SUMMA 641 kr

Turistkonsumtion brutet på Sverige & Utlandet

	Total logi/boende	Total övrig konsumtion	Total omsättning
Sverige direktanmälda	• 2.636.000 kr	• 13.543.000 kr	• 16.179.000 kr
Sverige föränmälda	• 12.822.000 kr	• 62.864.000 kr	• 75.686.000 kr
Utlandet direktanmälda	• 385.000 kr	• 1.847.000 kr	• 2.232.000 kr
Utlandet föränmälda	• 5.336.000 kr	• 24.441.000 kr	• 29.777.000 kr

Turistkonsumtion brutet på Pendlare & Övernattare

Pendlare direktanmälda	• 0 kr	• 73.000 kr	• 73.000 kr
Pendlare föränmälda	• 0 kr	• 663.000 kr	• 663.000 kr
Övernattare direktanmälda	• 3.170.000 kr	• 15.842.000 kr	• 19.012.000 kr
Övernattare föränmälda	• 18.009.000 kr	• 86.117.000 kr	• 104.126.000 kr

Total turistkonsumtion

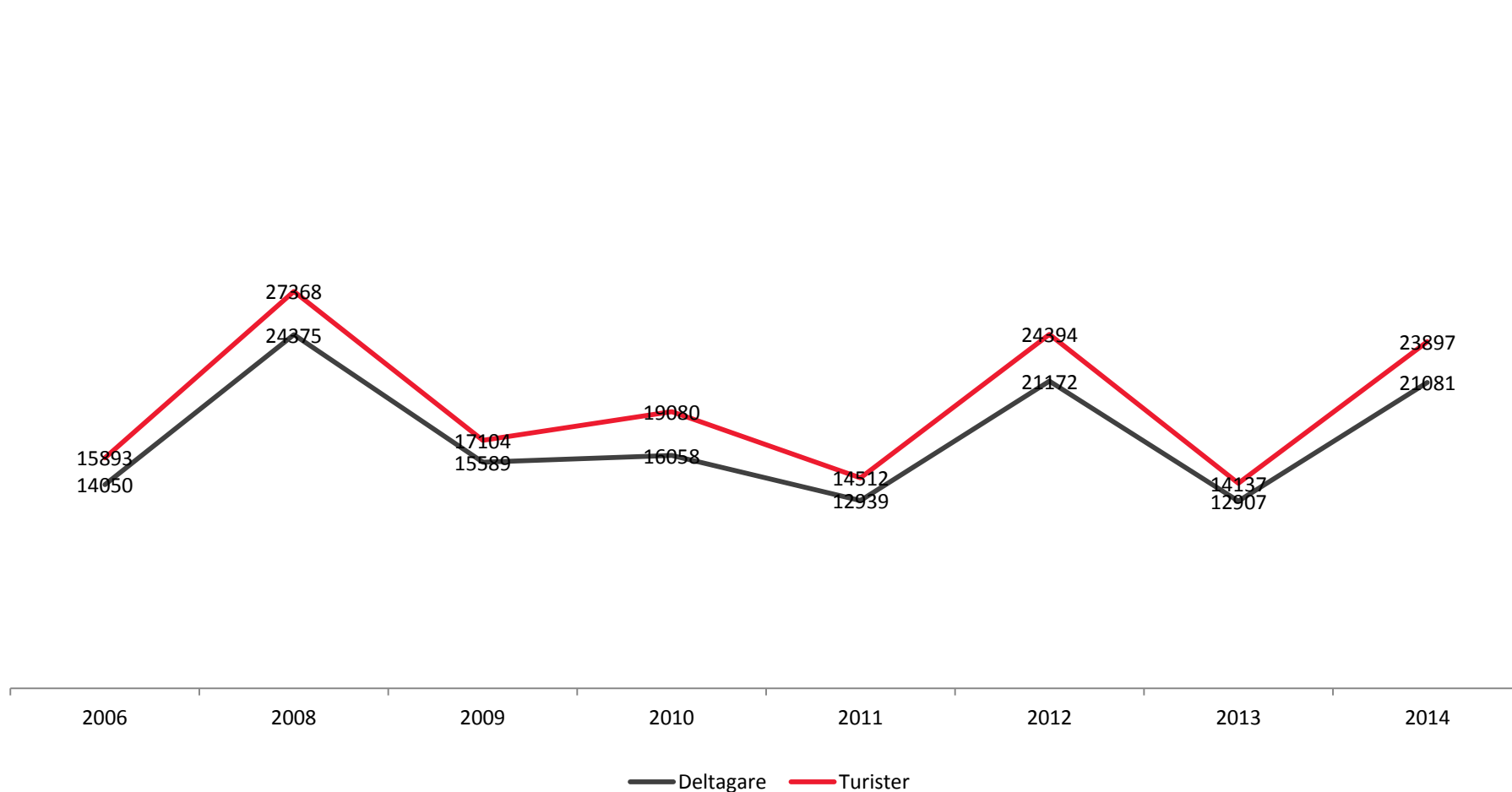
SUMMA:

• 21.179.000 kr

• 102.695.000 kr

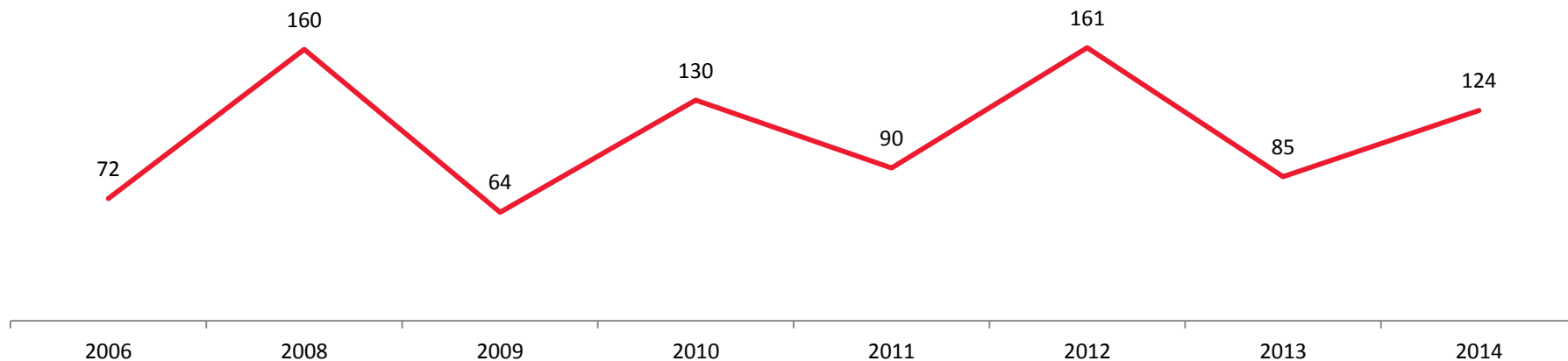
• 123.874.000 kr

Utveckling - antal deltagare och antal turister



Antalet deltagare, medföljare och därmed turister i den arrangerande regionen har fluktuerat en hel del från ett år till ett annat och är naturligtvis hårt knutet till var och hur tillgängliga O-Ringen tävlingarna är för orienterarna såväl i Sverige som i utlandet. Årets O-Ringen har lockat ca 69% fler turister till regionen jämfört med förra årets tävlingar.

Utveckling - turistkonsumtion (MKR)



I likhet med att antalet turister fluktuerat från ett år till ett annat så följer turistkonsumtionen samma mönster. Årets evenemang omsatte ca 39 miljoner mer än förra årets evenemang (ökning med ca 46%).

Deltagare, medföljare och turister: Evenemanget hade enligt den officiella statistiken 21.081 deltagare. Dessa hade 2.816 medföljare med sig till regionen, vilket innebär att evenemanget totalt sett lockat 23.897 unika turister till regionen. De som övernattade i regionen (98%) har i genomsnitt stannat ca 7,8 dagar och 7,3 nätter i anslutning till deltagandet i O-Ringen tävlingarna, medan pendlarna i genomsnitt gjorde 4,7 dagbesök på evenemanget. De utländska (8,2 dagar och 7,6 nätter) deltagarna stannade i genomsnitt något längre än de svenska (7,6 dagar och 7,1 nätter).

Övrig konsumtion: Pendlarna har i genomsnitt spenderat ca 404 kr på övrig konsumtion per person och dag under vistelsen i regionen, medan Övernattarna spenderat ca 611 kr. Svenska deltagare har spenderat ca 600 kr medan de utländska har spenderat 641 kr.

Livsmedel och restaurang/café är de konsumtionsområden där man spenderat mest pengar följt av bensin/parkering och shopping/ souvenirer. Däremot har man spenderat mindre på nöjen/uteliv, biljetter/entréer samt på lokala transporter.

Föranmälda och daglöpare: Webbenkäten genomfördes enbart på föranmälda deltagare (direktanmälda var ej registrerade vid utskickets tidpunkt). Därför bygger beräkningarna på ett antal antaganden om de direktanmälda deltagarna. Exempelvis antas att dessa tillbringat 3,0 dagar och 3,0 nätter mindre tid i regionen jämfört med de föranmälda deltagarna (på samma sätt som tidigare års beräkningar). Däremot antas de direktanmälda ha konsumerat för motsvarande belopp per dag och person som de föranmälda deltagarna.

Omsättning: Uträkningarna ger vid handen att de 23.897 turister (deltagare och medföljare) som kom till regionen i samband med evenemanget har spenderat ca 124 miljoner kronor under sitt vistelse.

Logi/boende står för ca 21 miljoner medan övrig konsumtion står för ca 103 miljoner. Vidare kan ses att 'svenska turister' är den stora gruppen och de står för ca 92 miljoner av omsättningen medan 'utländska turister' omsätter ca 32 miljoner.

Antalet deltagare, medföljare och därmed turister i den arrangerande regionen fluktuerar förhållandevis mycket från ett år till ett annat och är naturligtvis hårt knutet till var och hur tillgängliga O-Ringen tävlingarna är för orienterarna såväl i Sverige som i utlandet. Som en naturlig konsekvens så följer evenemangets turistkonsumtion samma mönster som turistutvecklingen. Andra viktiga faktorer som påverkar omsättningen är också hur länge turisterna stannar i regionen, hur mycket de spenderar (påverkas av möjligheter till konsumtion, väder, mm) per dygn samt vilket boende som erbjuds till turisterna. Givetvis finns det också omvärldsfaktorer som spelar in såsom den finansiella situation som råder i landet/världen.