



Välkomna

Volvo Car
Scandinavian Mixed 2022
i Halmstad

Sommarens stora golffest





Mätningar

- Upplevelseinstitutet genomförde en undersökning på besökarna genom 1501 på-platsintervjuer och 427 kompletta intervjuer via webbenkät
- Företaget Yougov Sport mätte mediasifforna

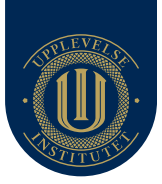


Hur många kom

- Betalande publikbesök: 40 300 st
- Antal turister: 18 600 st
- Turistomsättning 50 miljoner SEK total: 65-70 miljoner kr
- Mycket nöjda besökare. De ger evenemanget 4,6 av 5 möjliga

Besökarna

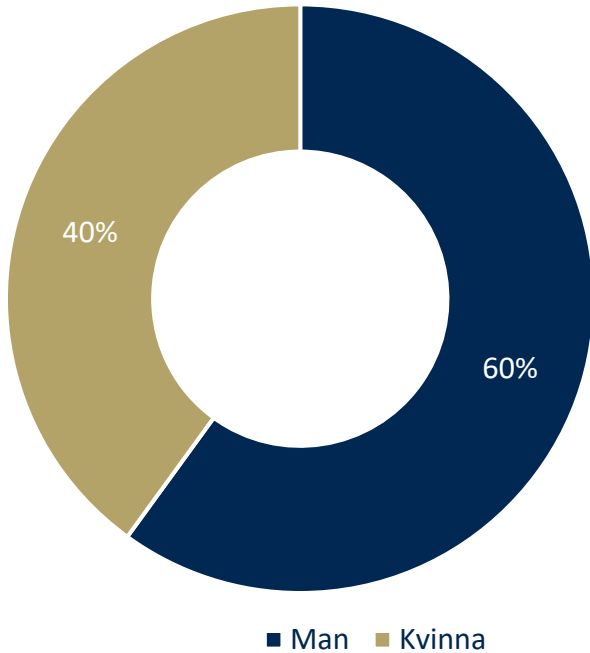
- 69% turister varav 4% från utlandet
- Genomsnittstid för besöket: 1,8 dagar
- 90% av betalande besökare tog bilen (22% av dem i någon form av miljöbil)
- 48% dagpendlare
- 52% övernattare
- 83% övernattade i Halmstads kommun i snitt tre nätter
- 93% golfen huvudreseanledning



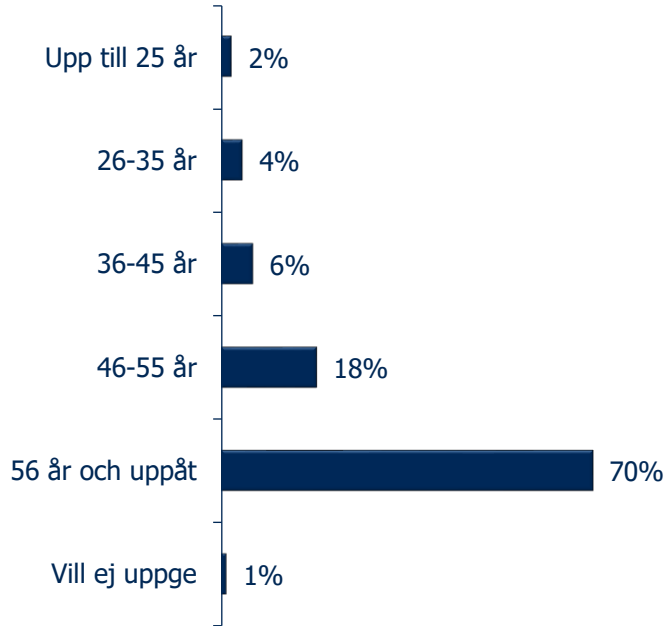
DEMOGRAFI

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

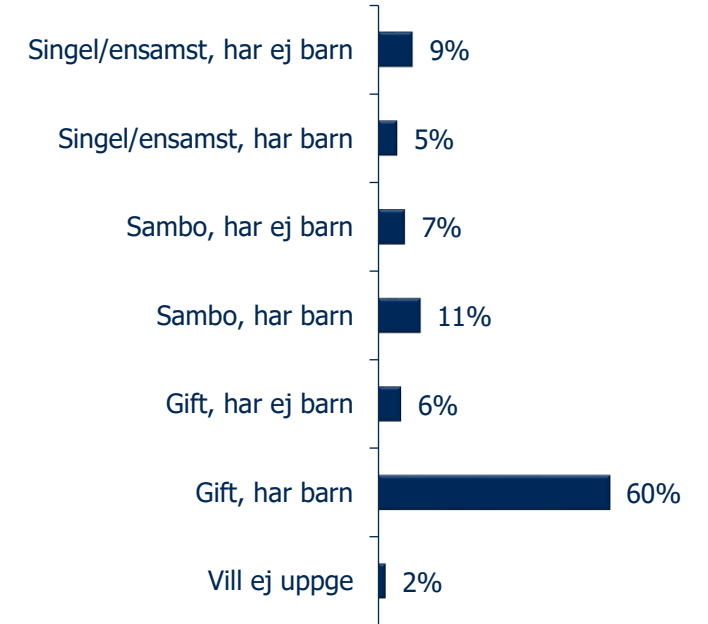
Kön



Ålder

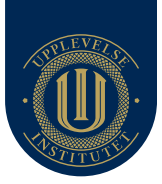


Livsskede



NOT; de tre yngsta åldersgrupperna innehåller få individer varpå resultaten för dessa grupper enbart kan ses som indikativa i rapporten

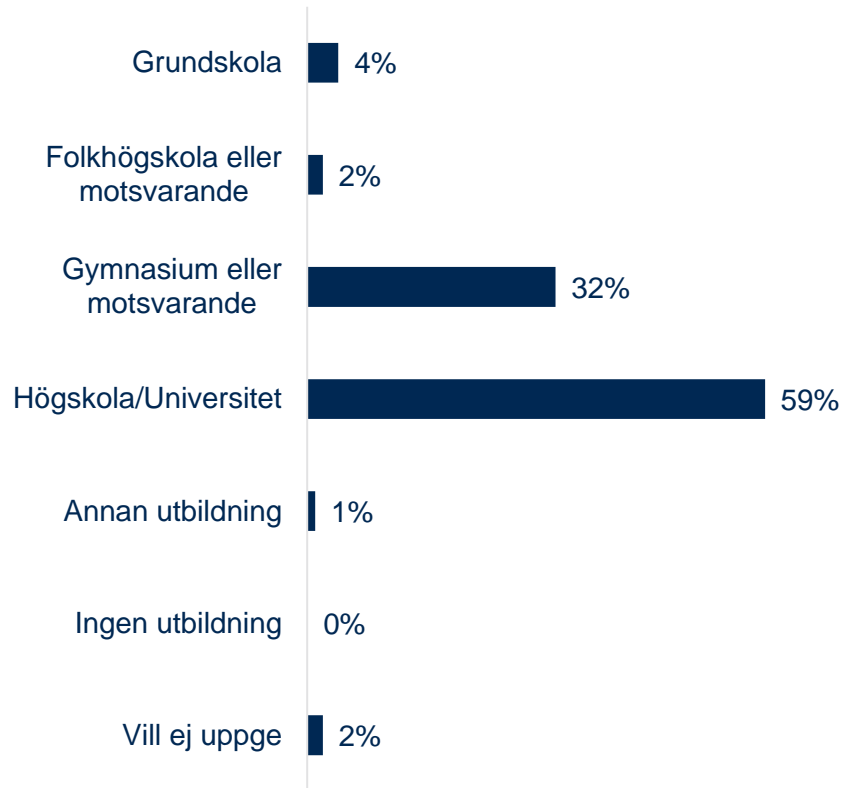
Det var en något större andel män än kvinnor bland respondenterna, samt att åldersgruppen "56 år eller äldre" var betydligt större än övriga åldersgrupper. Med ålder följer att en stor del av respondenterna var i livsskedet att man var gift och hade barn.



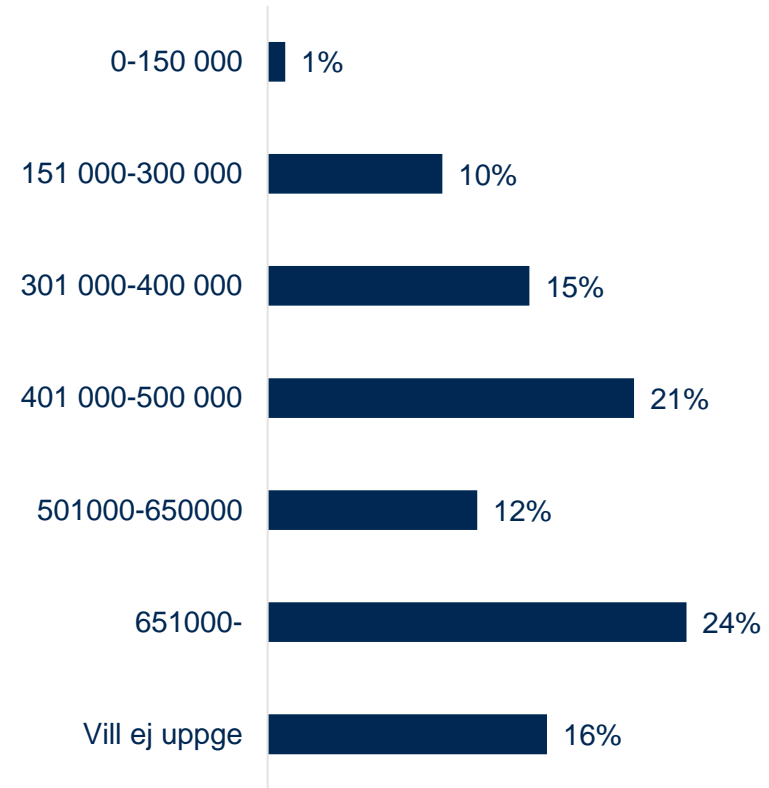
DEMOGRAFI

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Utbildning



Årsinkomst (personlig, före skatt)



Majoriteten av respondenterna hade universitetsutbildning, och ca 36% uppgav att de tjänade mer än 500.000 kr före skatt om året.

Publiken

Enligt den officiella statistiken hade evenemanget ca 40.300 besökare. Den lokala publiken besökte i genomsnitt ca 2,3 dagar medan den turistande delen av publiken besökte 1,6 dagar i genomsnitt.

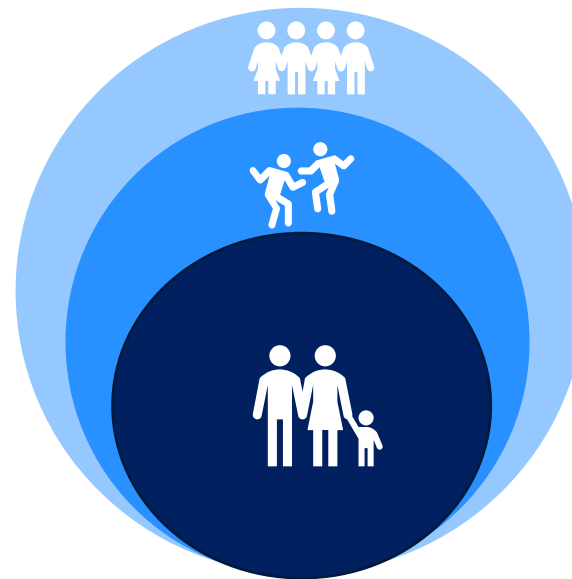
Det var ca 23.600 unika personer i publiken:

Lokala

- Ca 5.400 kom från Halmstads kommun

Turister

- Ca 1.700 kom från övriga kommuner i Halland
- Ca 5.000 kom från Skåne
- Ca 5.700 kom från Västra Götaland
- Ca 4.900 kom från övriga län i Sverige
- Ca 900 kom från andra länder



= Ca 18.600 unika turister

Medföljare & turister

Den del av publiken som var turister hade ca 400 medföljare med sig till Halmstad, dvs personer som följde med utan att titta på tävlingen.

Sammanlagt kom det därmed ca 18.600 unika turister (inkl. medföljare) till Halmstad med anledning av Volvo Car Scandinavian Mixed

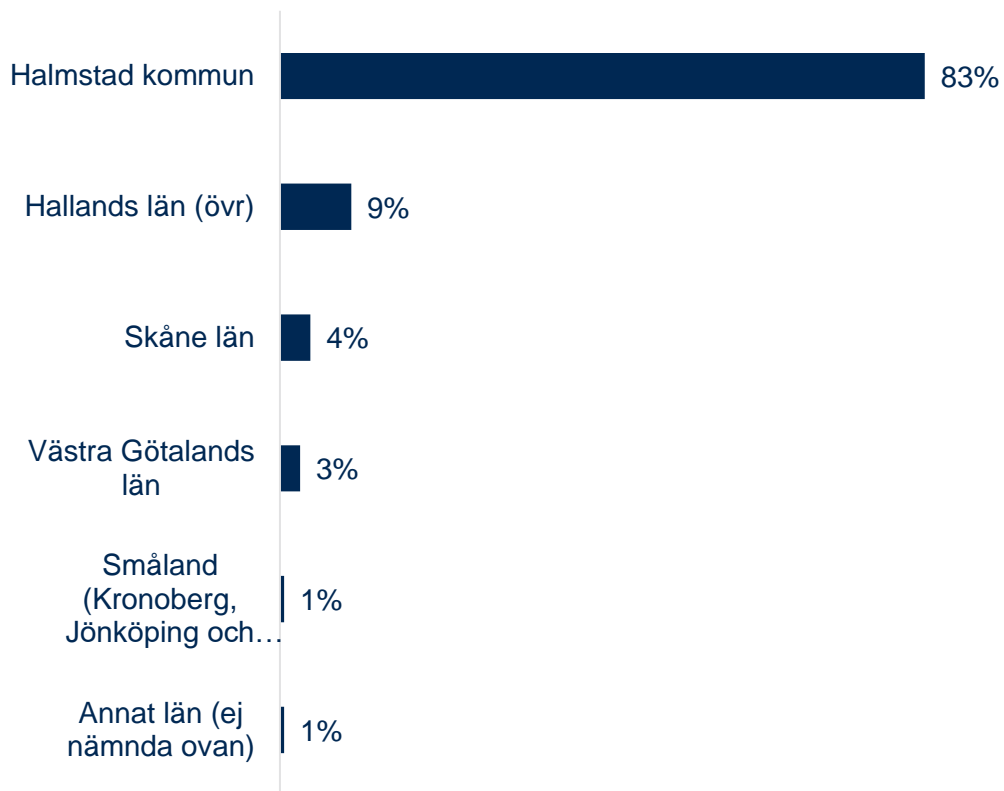
Det var sammanlagt 40.300 publikbesök under årets Volvo Car Scandinavian Mixed. Antalet unika personer i publiken beräknades till ca 23.600 personer, av vilka ca 5.400 kom från Halmstads kommun och ca 18.200 var turister. Med den turistande delen av publiken följde ytterligare ca 400 medföljare, dvs personer som kom till regionen utan att själva besöka evenemanget. Antalet turister som kom till regionen till följd av evenemanget beräknas till ca 18.600 personer.



KONSUMTION

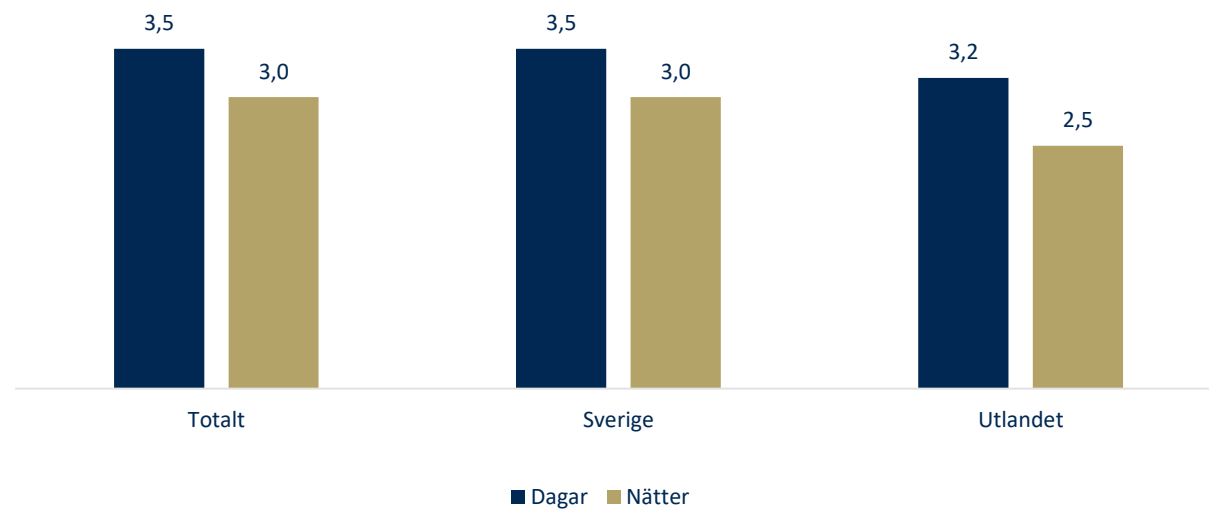
BAS: SAMTLIGA (PÅ-PLATS)

Var bor du i samband med besöket till Halmstad (kommun)?



BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Hur många dagar respektive nätter tillbringade du totalt sett i Halmstadsregionen (inkl. tid före resp. efter evenemanget)?



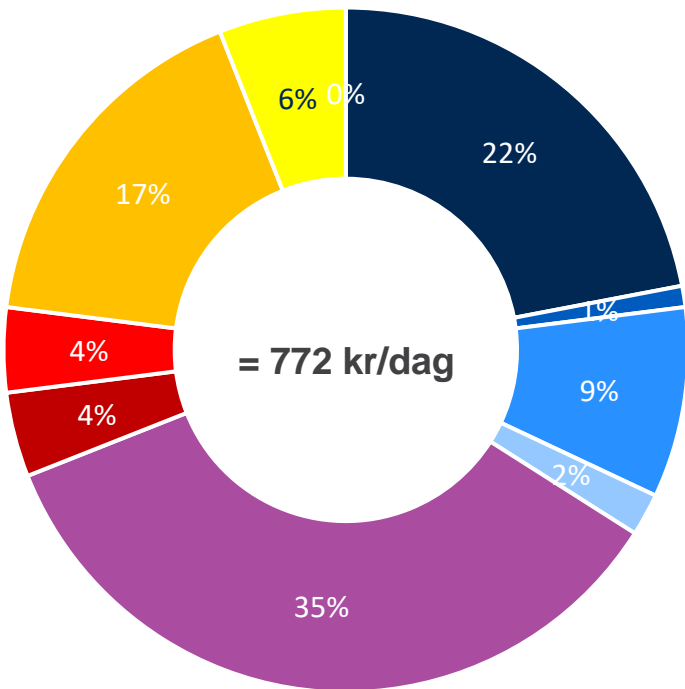
En övervägande majoritet (83%) av de övernattande turisterna bodde i Halmstads kommun under besöket. Vidare så tillbringade de i snitt 3,5 dagar och 3,0 nätter i Halmstadsregionen. De svenska turisterna tillbringade i snitt något längre tid i regionen än de utländska turisterna.



KONSUMTION

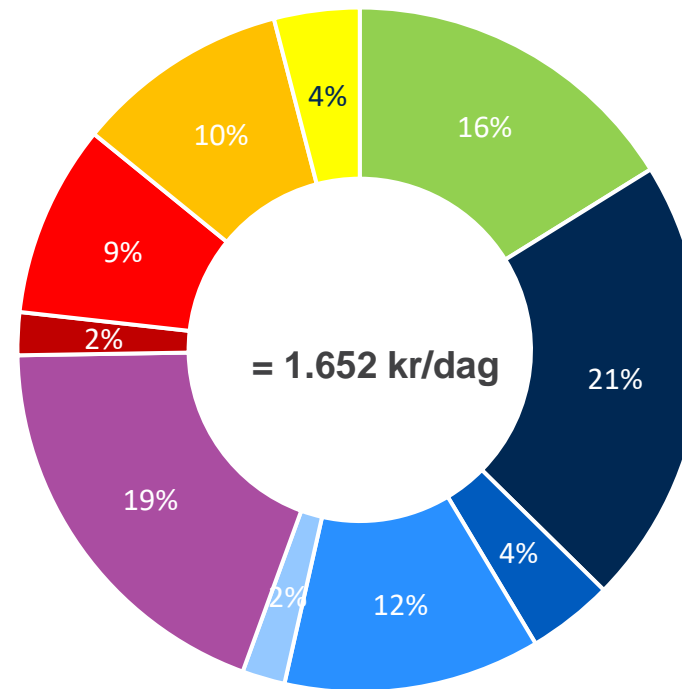
BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Turistkrona - dagpendlare



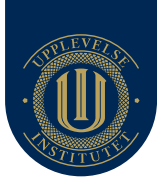
Logi	0 kr
Restaurang & Café	170 kr
Nöjen & Uteliv	10 kr
Shopping & souvenirer	70 kr
Lokala transporter	15 kr
Entrébiljetter till VSM	269 kr
Övriga entréer & biljetter	28 kr
Livsmedel	29 kr
Bensin & parkering	132 kr
Övrigt	49 kr

Turistkrona - övernattare



Logi	271 kr
Restaurang & Café	344 kr
Nöjen & Uteliv	69 kr
Shopping & souvenirer	205 kr
Lokala transporter	33 kr
Entrébiljetter till VSM	315 kr
Övriga entréer & biljetter	32 kr
Livsmedel	152 kr
Bensin & parkering	161 kr
Övrigt	70 kr

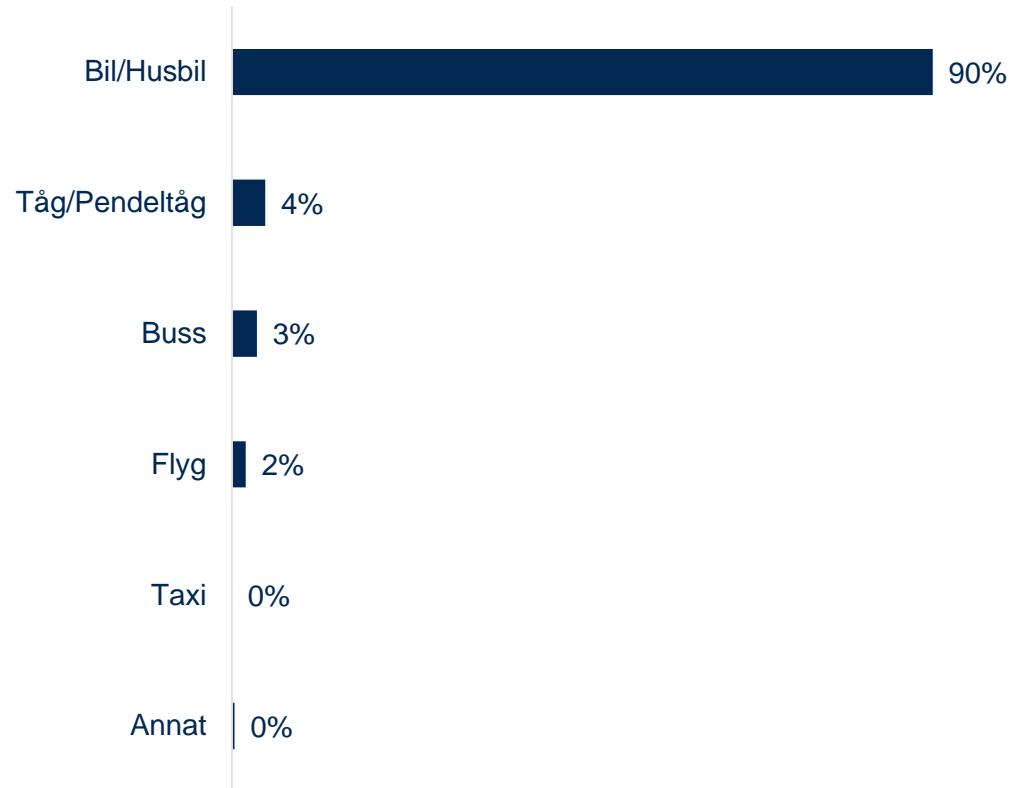
- Logi
- Restaurang & Café
- Nöjen & Uteliv
- Shopping & souvenirer
- Lokala transporter
- Entrébiljetter till VSM
- Övriga entréer & biljetter
- Livsmedel
- Bensin & parkering
- Övrigt



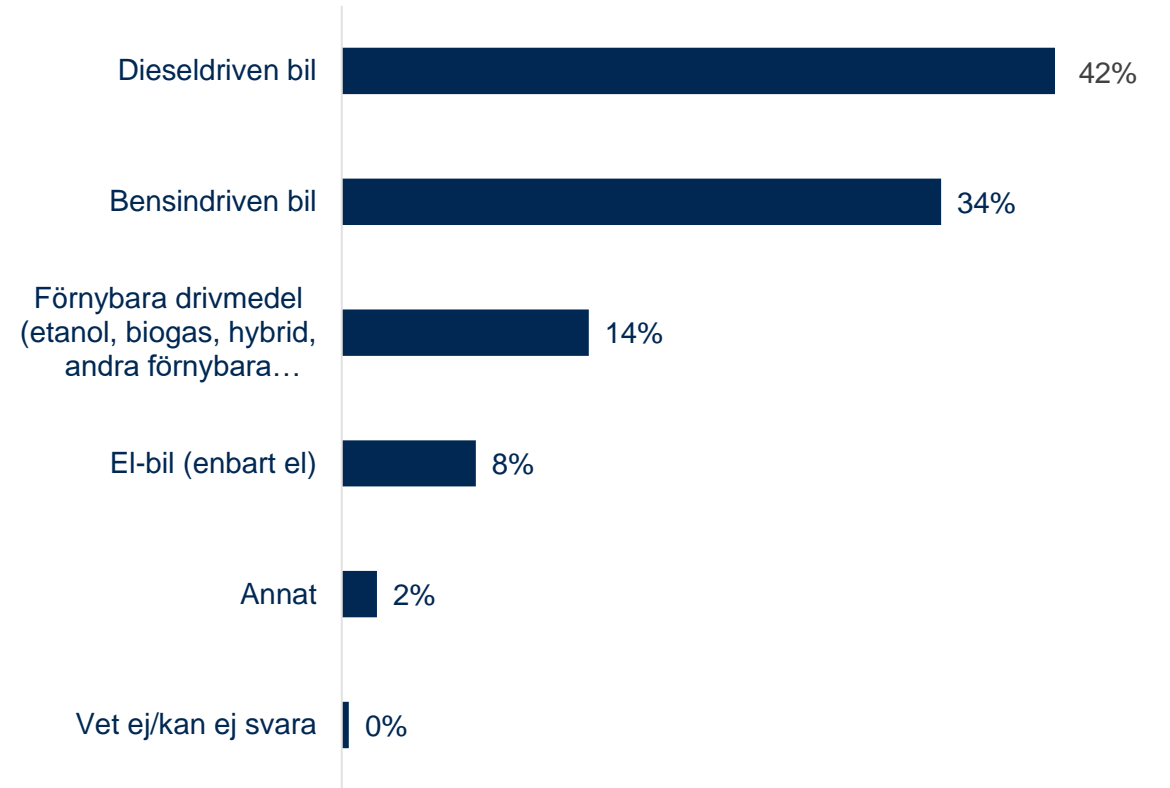
RESAN & SÄLLSKAPET

BAS: SAMTLIGA (WEBB)

Hur tog du dig till evenemanget?
(dvs resan från din bostadsort till Halmstadsregionen)



Vad var det för typ av bil?



En mycket stor majoritet (90%) tog bilen för att ta sig till evenemanget. Av de som tog bilen så färdades ca 22% i bilar som kan anses som miljövänliga bilar (elbilar eller drivna av förnybara drivmedel).

Aktiva besökare

- 92% av övernattande besökare utförde en eller flera andra aktiviteter
- Majoriteten vill gärna besöka Halmstad igen

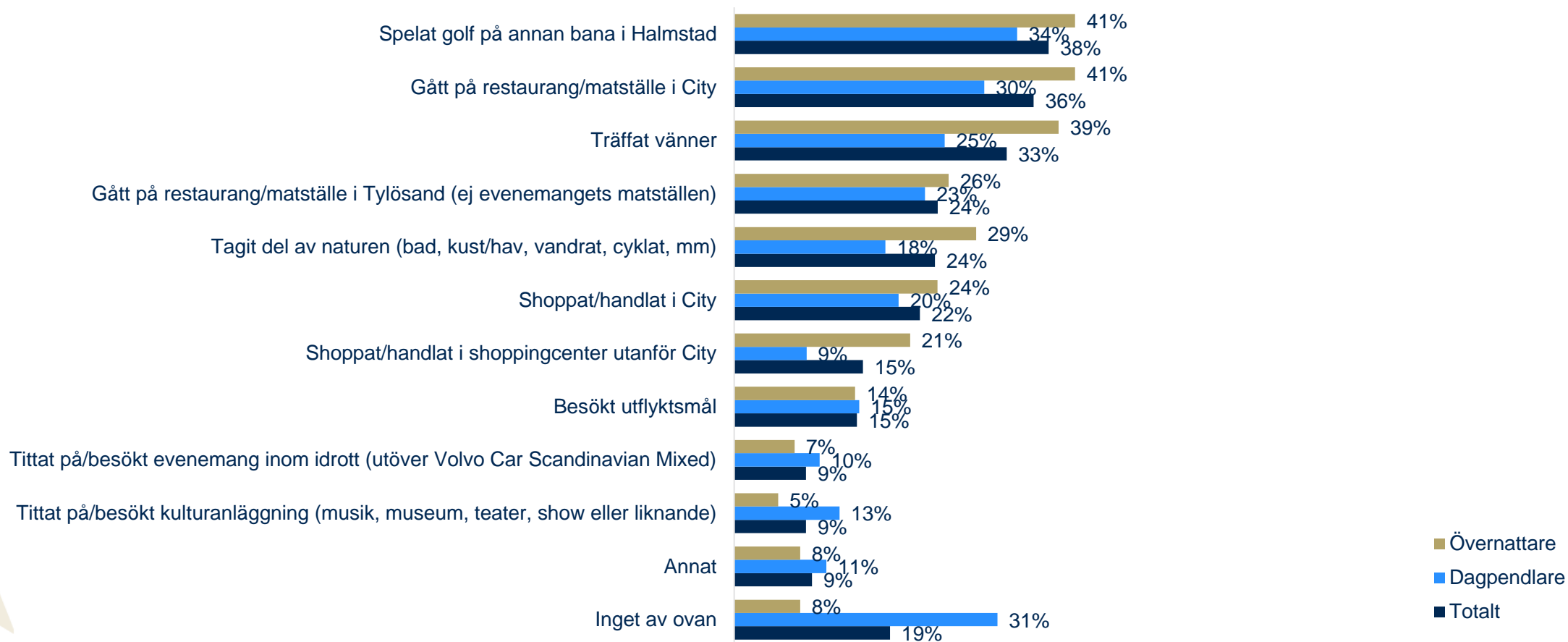




DESTINATION HALMSTAD

BAS: SAMTLIGA TURISTER (WEBB)

Vad av följande har du gjort/besökt i samband med din vistelse i Halmstad?



Turisterna var väldigt aktiva i samband med besöket till Halmstad. 69% av dagpendlarna gjorde/utförde en eller flera aktiviteter i samband med besöket medan motsvarande siffra bland övernattarna var 92%. De populäraste aktiviteterna var "spelat golf", "gått på restaurang", "träffat vänner", "tagit del av naturen" och "shoppat/handlat".



Halmstadborna gillar sina turister

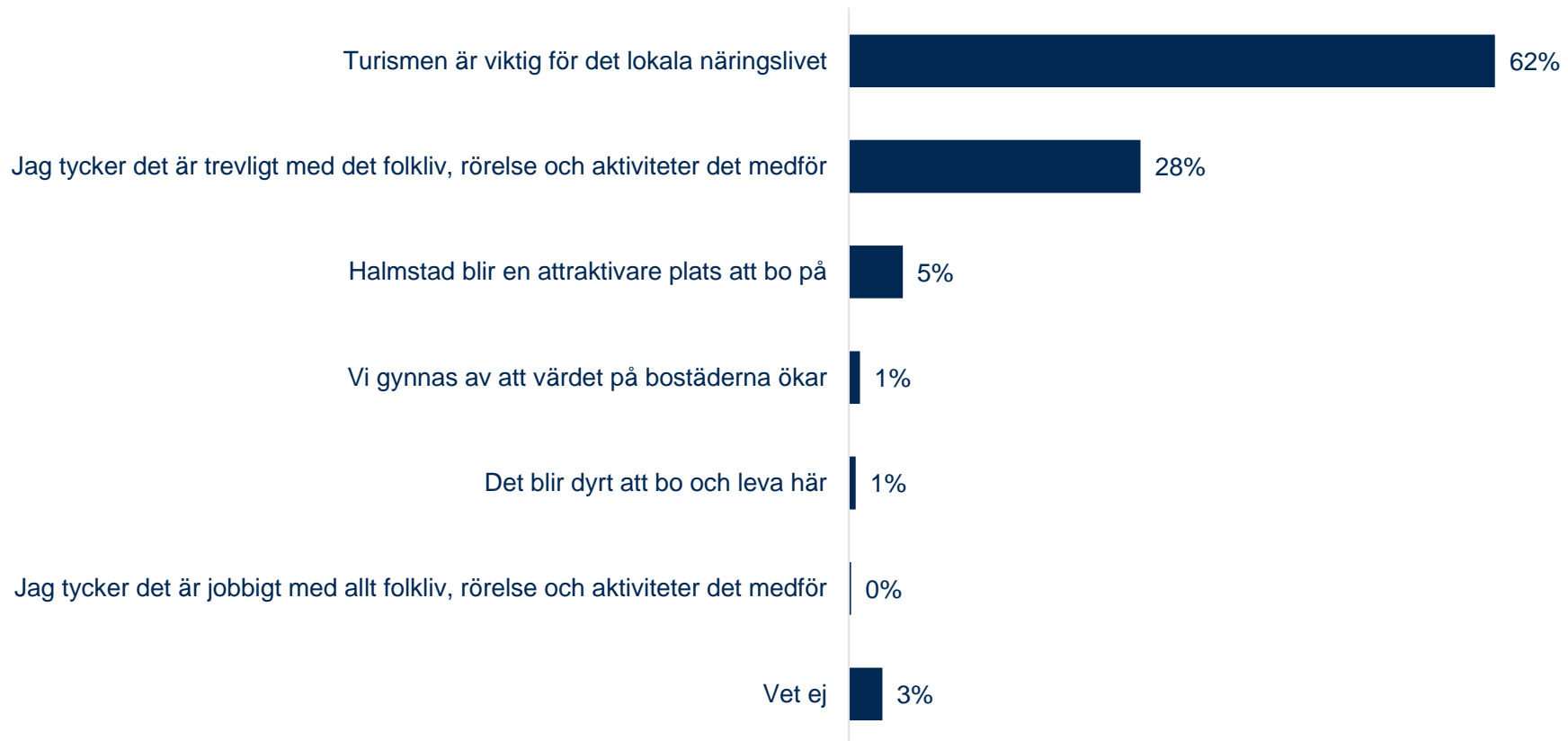
Majoriteten av tillfrågade
lokalinvånare lyfter särskilt nyttan för
lokala näringslivet, samt glädjen och
stämningen på det lokala planet



DESTINATION HALMSTAD

BAS: SAMTLIGA LOKALT BOENDE (PÅ-PLATS)

Halmstad är en attraktiv turistdestination, och som resultat kommer det mycket turister till Halmstad. Hur ser du på turismen – vilket av följande påståenden överensstämmer bäst med hur du känner?



Halmstadsborna är i grunden positiva till turismen. En majoritet (62%) lyfte särskilt fram nyttan för det lokala näringslivet medan en stor del såg positiva följder på det personliga planet i form av att turismen medförde folkliv, rörelse och aktiviteter som upplevdes som trevligt (28%) samt att Halmstad blev en attraktivare plats att bo på (5%).

Mediasiffror

- Mediavärdet totalt: 113 miljoner dollar
- Mediavärdet för Halmstad : 8,4 miljoner dollar (dagens värde ca 95 miljoner SEK)
- Sändningstimmar: 2 567
- Sändningsländer: 162
- Social media intryck: 132 miljoner
- Artiklar: 1 184 st
- Potentiella hushåll nådda: 558 miljoner

Hotellröster

Mikael Petterson, hotelldirektör Halmstad Plaza:

Volvo Car Scandinavian Mixed var ett mycket välkommet inslag på hotellet, där en normalt relativt låg period blev en mycket bra vecka med hög beläggning och bra snittpriser. Lägg därtill en härligt internationell atmosfär, där flertalet gäster besökte både restaurangen och våra barer. Ett event vi gärna ser som återkommande, tack.

Anna Bradford, bokningsansvarig Tylebäck Hotell och Konferens:

”Scandinavian Mixed är ett unikt internationellt evenemang som ökat synligheten för Golvhuvudstaden och verksamheterna i Halmstad. Årets tävling genomfördes med smidighet och ett mycket gott värdskap tack vare samarbetet mellan Destination Halmstad och övriga aktörer. Exponeringen av staden och vad den har att erbjuda attraherar både privatresenärer samt företag även efter tävlingen vilket är positivt för vår besöksnäring.”

-

Röster från andra golfklubbar

Henrik Jönne, Klubbchef Ringenäs GK:

”Att få möjligheten att uppleva golf i världsklass på hemmaplan och cykelavstånd betyder mycket för våra golfare, inte minst våra juniorer. För Halmstad som golfdestination betyder den massmediala uppmärksamheten också väldigt mycket, och det ger förhoppningsvis ringar på vattnet för lång tid framöver. Att vi även fick möjlighet att upplåta vår bana för minnestävlingen för Fredrik Andersson Hed, där hallands juniorer fick spela med stora delar av Sveriges bästa golfare, gav dem ett härligt golfminne för livet.”

Håkan Bisseberg, klubbchef Haverdals GK

”För Haverdals GK innebar veckan ökad klubbkänsla via volontärsarbetet, ökad stolthet för vår bana till följd av måndagskvalet och ökat socialt engagemang via vår träff med det härliga gänget med funktionsvariationer!

En riktigt höjdarvecka helt enkelt!

Cityaktivering

- Fan zone – besöktes av drygt 15 000 personer
- Äventyrsgolfbanan (juni-aug) – spelades av drygt 10 000 personer





Evenemanget med så mycket mer

Människor och Möten

Minnen för livet

Glädje

Erfarenhet

Hållbarhet

Innovationer

Avtryck för framtiden- legacy

Helt enkelt :

People, Planet, Profit och Innovation



Jonathan Caldwell, 2021 års segrare av den första upplagan av Scandinavian Mixed, flankeras av de svenska världsstjärnorna och värdarna Henrik Stenson och Annika Sörenstam. 2022 kommer tävlingen till Halmstad. Bild: Mathias

Världsstjärnorna spelar om miljoner i Halmstad redan 2022

I prispotten ligger en bra bit över tio miljoner kronor och någonstans mellan 80 000–100 000 åskådare beräknas komma om pandemin inte begränsar antalet.

Nu kommer den unika stortävlingen i golf, Scandinavian Mixed, världselitens tjejer mot killar, till Halmstad.

Men inte 2023. Utan – 2022.

– Man är ju van vid att allting

för Malmö var tänkt som spelplats 2022.

– Vi fick en förfrågan om det var möjligt att åta oss värdskapet ett år tidigare och eftersom det också var kopplat till att Halmstad kommun till viss del går in med ekonomiska garantier behövdes det tas den vägen först. Men där rådde total politisk enighet att flytta medel till 2022 i stället, säger Ann Johansson på Destination Halmstad.

– Jag menar, det är ju det här som vi behöver efter pandemin, där vi

”

Många var ju skeptiska till spelformen och trodde att det skulle bli ojämnt, men det blev ju precis tvärtom.

Christian Jacobsson

kliv i utvecklingen. Många var ju skeptiska till spelformen och trodde att det skulle bli ojämnt, men det blev ju precis tvärtom, påpekar Christian.

Jodå, nordirländaren Jonathan Caldwell kunde efter en avslutande 64-runda vinna på 17 slag under par och för det kvittera ut 145 160 euro med spanjoren Adrian Otaegui som tvåa på -16 och – Ladies European Tour-vinnaren, Alice Hewson, trea, bara två slag efter segraren.

– Allt beror ju på deras s... ma i övrigt, hur det passas... hur Major-tävlingarna ligg... sett till succén i somras är... intresserade och nyfikna a... på, tror Jacobsson.

Att prissumman på drygt miljoner påstår öka kommande naturligtvis en annan fakt...

HGK:s klubbdirektör b... att 300... Monäre... från a... kom... vara igång under tävlingsv...

Med allting flyttat ett år tid...

HALMSTAD

**HALM
STAD ▶**

SAMMANFATTNING

Besöksgrupp

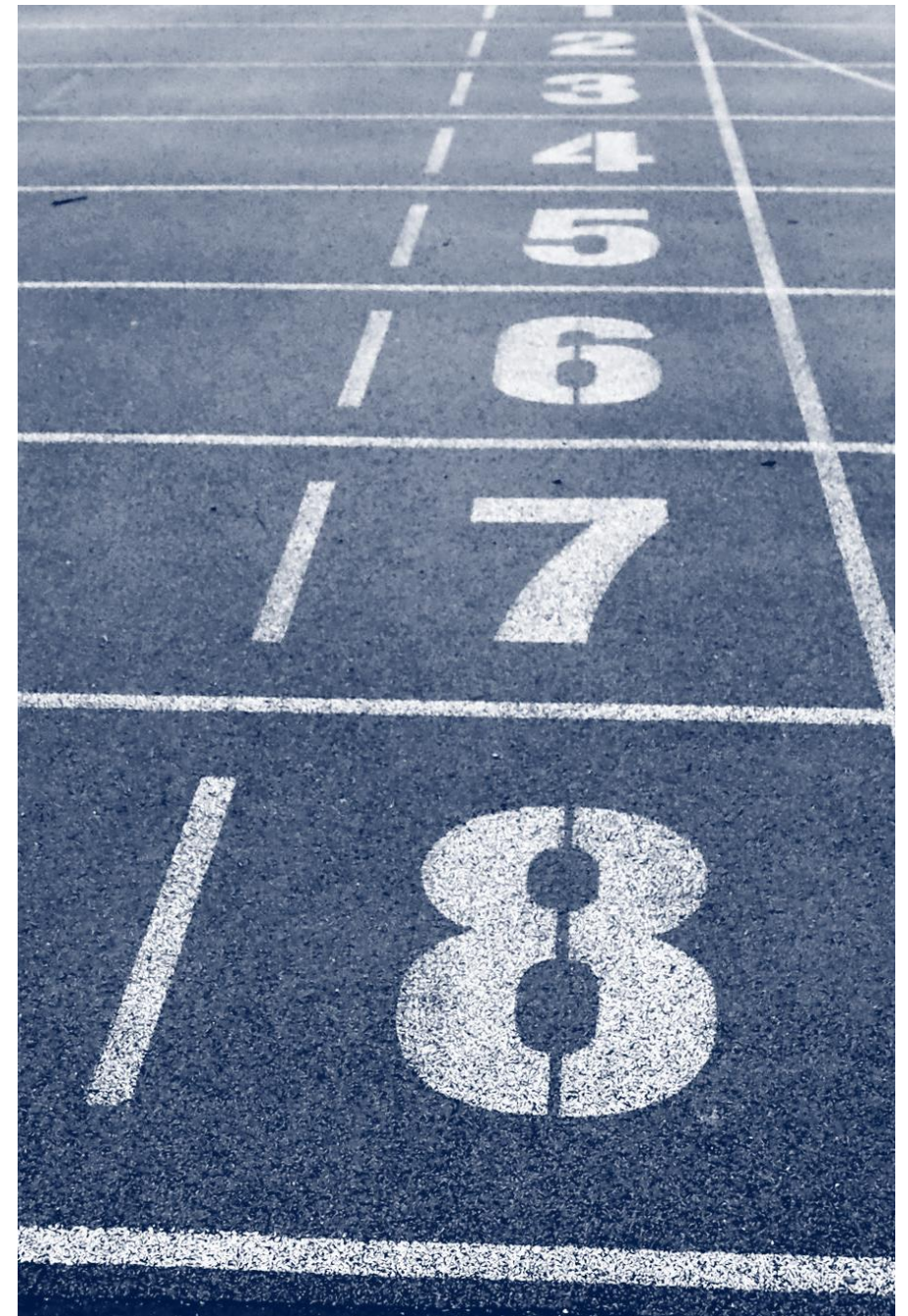
- 31% av publiken var lokala besökare, dvs personer som bor permanent i Halmstads kommun, vilket gör att turistandelen var 69%; medan exportandelen var 4% (bor permanent i utlandet). Den genomsnittlige besökaren besökte evenemanget 1,8 dagar; vi kunde se en skillnad mellan lokala besökare som besökte evenemanget 2,3 dagar och turister som besökte evenemanget 1,6 dagar.

Resan & sällskapet

- Den genomsnittlige turisten kom i resesällskap om 2,8 personer; av vilka 2,7 besökte evenemanget (som publik) och 0,1 var medföljare, dvs personer som följde med till Halmstad men som ej besökte evenemanget. De utländska turisterna kom i något större sällskap än de svenska turisterna, samt att dagpendlarna i snitt kom i något större sällskap än övernattarna.
- En mycket stor majoritet (90%) tog bilen för att ta sig till evenemanget. Av de som tog bilen så färdades ca 22% i bilar som kan anses som miljövänliga bilar (elbilar eller drivna av förnybara drivmedel).

Konsumtion

- Knappt hälften (48%) av besökarna var dagpendlare, dvs de besökte evenemanget över dagen och åkte sedan hem till sin permanentbostad över natten. Därmed kan vi konstatera att ca 52% var övernattare, och dessa kan delas in i ca 31% som bodde kommersiellt och 21% som bodde icke-kommersiellt.
- En övervägande majoritet (83%) av de övernattande turisterna bodde i Halmstads kommun under besöket. Vidare så tillbringade de i snitt 3,5 dagar och 3,0 nätter i Halmstadsregionen. De svenska turisterna tillbringade i snitt något längre tid i regionen än de utländska turisterna.



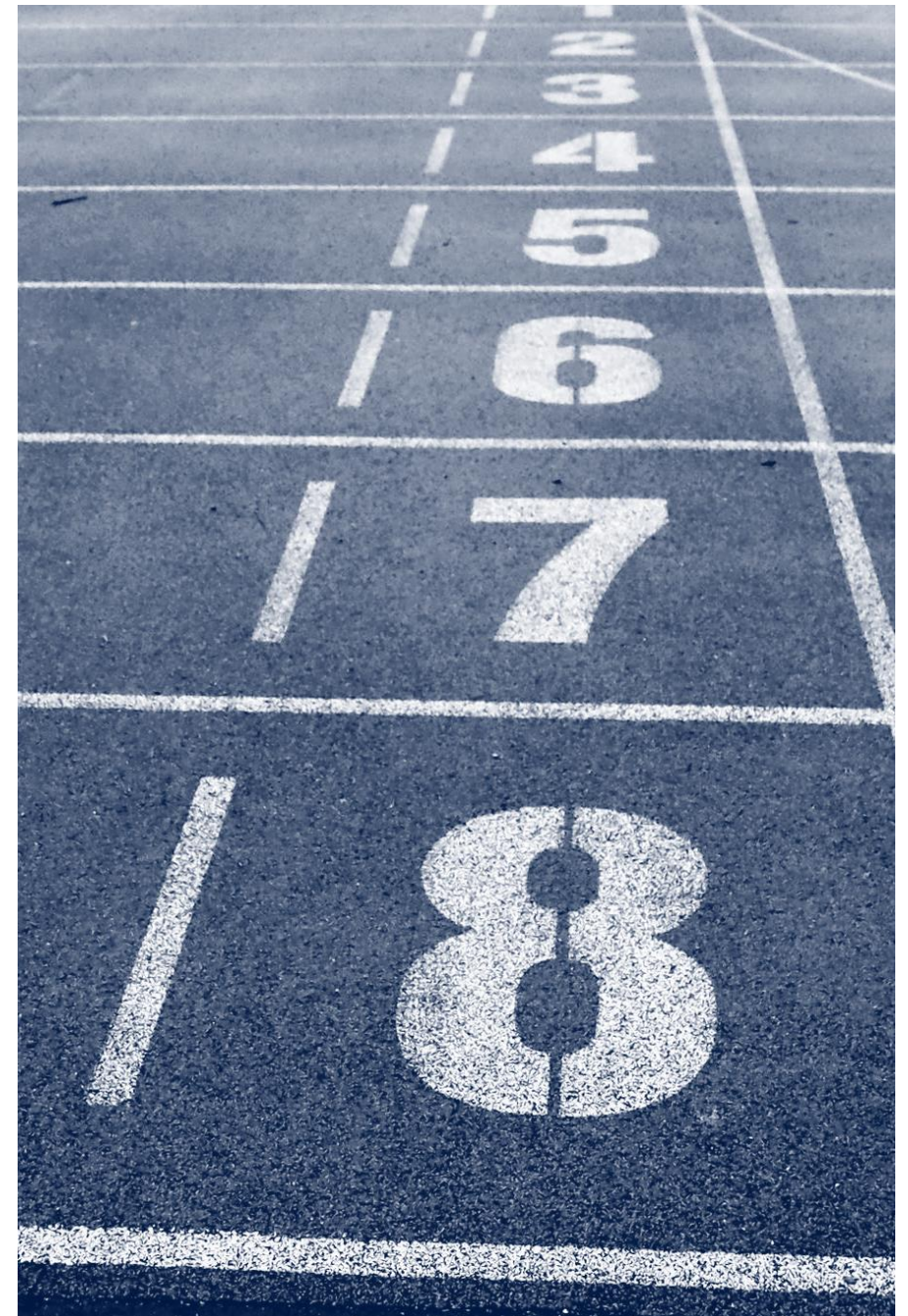
SAMMANFATTNING

Konsumtion (forts)

- Dagpendlarna spenderade i genomsnitt ca 503 kr per dag (772 kr inkl. biljetten) av vilket restaurang & café samt bensin & parkering var de två största utgiftsposterna. Övernattarna spenderade i genomsnitt 271 kr på logi samt 1.066 kr per dag på övrig konsumtion (1381 kr inkl. biljetten), av vilket restaurang & café, bensin & parkering samt logi var de största utgiftsposterna.
- För en stor majoritet (93%) av besökarna var besöket till Volvo Car Scandinavian Masters den huvudsakliga anledningen till att man besökte Halmstad. I gruppen dagpendlare var evenemanget huvudanledning för 99% av respondenterna medan motsvarande siffra bland övernattare var 88%.

Turistekonomisk omsättning

- Det var sammantaget 40.300 publikbesök under årets Volvo Car Scandinavian Mixed. Antalet unika personer i publiken beräknades till ca 23.600 personer, av vilka ca 5.400 kom från Halmstads kommun och ca 18.200 var turister. Med den turistande delen av publiken följde ytterligare ca 400 medföljare, dvs personer som kom till regionen utan att själva besöka evenemanget. Antalet turister som kom till regionen till följd av evenemanget blir då ca 18.600 personer.
- Den generella turistomsättningen kopplat till Volvo Car Scandinavian Mixed ligger på ca 49,5 miljoner kronor. Tittar vi på den specifika turistomsättningen (dvs de som hade evenemanget som primär besöksanledning) så ligger den på ca 46,1 miljoner kronor. Den del av turistomsättningen som omsätts i Halmstad beräknas vara ca 48,1 miljoner kronor (generell omsättning), medan resterande omsättning hamnar i kringliggande kommuner och län.
- Biljettintäkterna har exkluderats från beräkningen då de inte tillfaller den lokala ekonomin i Halmstad.



SAMMANFATTNING

Destination Halmstad

- Besökarna var genomgående mycket nöjda med intrycket av besöket/vistelsen i Halmstad och gav ett medelvärde om 4,6. Samtliga grupper låg inom intervallet 4,5 till 4,7.
- En mycket stor majoritet om 94% svarade att de besökt Halmstad tidigare, medan det för 6% var första gången man besökte staden.
- Turisterna var väldigt aktiva i samband med besöket till Halmstad. 69% av dagpendlarna gjorde/utförde en eller flera aktiviteter i samband med besöket medan motsvarande siffra bland övernattarna var 92%. De populäraste aktiviteterna var "spelat golf", "gått på restaurang", "träffat vänner", "tagit del av naturen" och "shoppat/handlat".
- Halmstad fick genomgående mycket fina betyg av turisterna när de betygsattes som destination. Bäst betyg fick man för "golfbanor" följt av "säkerhet/trygghet", "natur & friluftsliv", "service & bemötande" samt "boende", men alla parametrar fick värden inom intervallet 3,8 till 4,7 vilket måste anses som mycket bra.
- En mycket stor andel svarade att de vill komma tillbaka som turist till Halmstad någon gång i framtiden; 78% svarade "ja absolut" medan 19% svarade "ja kanske".
- 22% av turisterna uppmärksammade Fan zone vid Stora Torg och hälften av dessa passade även på att besöka Fan zone. Äventyrsgolfen nådde inte samma uppmärksamhet; 8% av turisterna svarade att de uppmärksammade Äventyrsgolfen – av vilka 2% även besökte den.
- Halmstadsborna är i grunden positiva till turismen. En majoritet (62%) lyfte särskilt fram nyttan för det lokala näringslivet medan en stor del såg positiva följder på det personliga planet i form av att turismen medförde folkliv, rörelse och aktiviteter som upplevdes som trevligt (28%) samt att Halmstad blev en attraktivare plats att bo på (5%).

