

Enhancing the Attractiveness of Swedish Sport Events: A Study of Participation Events and Highly Involved International Sport Tourists

Medverkande forskare: Erik Lundberg, Harald Dolles, Tommy Andersson och Donald Getz

Svenska deltagareevenemang inom olika sporter kan attrahera fler internationella deltagande evenemangsturister, vilket skulle medföra en växande svensk besöksnäring. För att locka fler internationella sportevenemangsturister och öka konkurrenskraften inom denna sektor behövs teoretiska insikter samt marknadsinformation om evenemangsdeltagarna. Denna forskning kan dessutom bidra till att utveckla teorier om serious leisure, delaktighet, event design och marknadsföring av evenemang.

Projektets teoretiska syften:

- Att beskriva och analysera internationella sportevenemangsdeltagare med fokus på deras resemotiv, evenemangskarriärer, evenemangsportföljer.
- Att kartlägga och utforska sportevenemangsdeltagares sociala världar och strategier för informationsinsamling.

Projektets praktiska syfte är att generera kunskap för att stödja sportevenemangsindustrin och besöksnäringen i deras strategiska arbete, event design och marknadsföring:

- Att öka attraktionskraften och konkurrenskraften hos svenska deltagandevenemang samt för hela besöksnäringen.
- Att stödja kompetensutveckling genom samverkan och återkommande möten och work-shops för forskare och intressenter inom turism- och evenemangsindustrin.
- Att samverka för att skapa en svensk evenemangssektor som kan möta kraven från internationella sporturister.
- Att utveckla kommunikations- och mediestrategier för att nå detta segment av internationella sportturister.

Projektet drivs av Centrum för turism vid Göteborgs universitet (CFT), som har över 30 års erfarenhet inom evenemangs- och turismforskning. Projektet startas i samarbete med evenemangen GöteborgsVarvet och En svensk klassiker samt ett internationellt nätverk av forskare.

Projektet består av tre delar: att beskriva deltagare i sportevenemang, att studera arrangörerna av deltagareevenemang och att skapa kompetensutveckling genom möten och workshops för att diskutera och utveckla strategier för evenemang och turism. Den första delen innebär att enkäter skickas till deltagare vid sex svenska evenemang och upp till sex internationella evenemang. Enkäterna bör vara identiska för alla evenemang för att möjliggöra jämförelser. Fokus är på deltagarnas resevanor, beteende, deltagande i sportaktiviteter, deltagande i andra sportevenemang, mediekonsumtion och hur de söker information samt sociodemografisk data inför evenemangsdeltagande. Den andra delen innebär att intervjuer med evenemangsarrangörer kommer att genomföras där evenemangstrategier, evenemangets historia och dagens situation när det gäller evenemangsdeltagare diskuteras. Den tredje delen innebär att möten och workshops med svenska arrangörer, inbjudna forskare och internationella evenemangsarrangörer kommer att arrangeras. Syftet är att sprida och

diskutera resultat från studien och diskutera evenemangsstrategier. Målet är att etablera en plattform för permanent kapacitets- och kompetensutveckling som kan fortleva efter projektets slut.

Projektet kommer att skapa följande bidrag till sportevenemangsindustrin, destinationer och besöksnäringen:

- Ökad forskningskompetens
- Bättre marknadsinformation vilket leder till bättre konkurrenskraft
- Benchmarking mot internationella sportevenemang och destinationer som kan leda till nya nationella strategier
- Nya och förbättrade evenemang, effektivare marknadsförings, evenemangsportföljer, bättre image av Sverige som en destination för sportevenemang.
- Ökad cross-promotion bland evenemang.