



Fakulteten för samhälls- och livsvetenskaper

Jonas Gustafsson

Idrottsturism

Med fokus på Världsmästerskapen i fotboll

Sporttourism

With focus on the World Cup in football

Turism
C-uppsats

Datum/Termin: Ht-06
Handledare: Mats Nilsson
Examinator: Thomas Blom
Löpnnummer: X-XX XX XX

1 Inledning	3
1.1 Syfte	4
1.2 Frågeställning.....	4
1.3 Avgränsningar.....	5
1.4 Tidigare forskning.....	5
2 Metod	6
2.1 Motiv metod.....	6
2.2 Val av metod.....	6
2.3 Intervjumetod.....	7
2.4 Bearbetning analys.....	8
3 Teori.....	9
3.1 Idrottsturism.....	9
3.2 Modeller för idrottsturistande	10
Utvecklad modell	12
4 Empiri	14
4.1 Resebyråer.....	14
4.2 Camp Sweden	14
4.3 Intervjuer/Enkäter	15
4.3.1 Intervju med Respondent A	15
4.3.2 Intervju med Respondent B	16
4.3.3 Intervju med Respondent C	16
4.3.4 Intervju med Respondent D	17
4.3.5 Intervju med Respondent E.....	17
4.3.6 Intervju med Respondent F.....	18
4.3.7 Enkät med Respondent G.....	18
4.3.8 Enkät med Respondent H.....	18
4.3.9 Enkät med Respondent I	19
4.3.10 Enkät med Respondent J.....	19
4.3.11 Enkät med Respondent K.....	19
4.3.12 Enkät med Respondent L	20
4.3.13 Enkät med Respondent M.....	20
4.3.14 Enkät med Respondent N.....	21
4.3.15 Enkät med Respondent O.....	21
4.3.16 Enkät med Respondent P	21
4.4 Aktivas Aktiviteter utanför arenan.....	22
4.5 Journalisters Aktiviteter utanför arenan.....	22
5 Analys	23
5.1 Idrottsturism.....	23
5.2 Modeller för idrottsturistande	25
Klassificering av besökarna på fotbolls VM.....	25
6 Resultat	27
7 Avslutning.....	29
7.1 Slutsats/egna kommentarer	29
7.2 Problem under uppsatsen	30
7.3 Förslag till fortsatt forskning	30
7.3 Källkritik.....	31

Referenser 32
Bilagor

1 Inledning

Jag har valt att skriva om varför folk idrottsturistar och fokusera detta på Världsmästerskapen i fotboll. Anledningen till detta är ett starkt brinnande intresse av idrott. Detta tillsammans med att jag har hört många kamraters diskussioner om deras äventyr i Tyskland i somras med stor entusiasm kände jag att det fanns en stor målgrupp med möjliga respondenter.

Världsmästerskapen i fotboll startades under 1920 talet av en samling med franska fotbollsadministratörer ledda av Jules Rimet. Grundidén var att samla världens starkaste landslag och att dem skulle göra upp och tävla om att bli världsmästare. Mästerskapet avgjordes tre gånger innan andra världskriget gjorde så att det blev ett 12 år långt uppehåll.¹ Sedan 1930 då det första mästerskapet avgjordes i Uruguay har hela 17 mästerskap avgjorts (sammanlagt har 18 mästerskap genomförts). Det senaste mästerskapet i Tyskland hade dock kantats av ekonomiska problem inför VM. Världsmästerskapen i fotboll och OS har helt klart de största publiksiffrorna för ett enda idrottsevenemang, trots att inget av dem är ett singelevenemang. Inför VM 1994 i USA hölls 490 kvalmatcher och varje match lockade tusentals åskådare innan de 24 avslutande matcherna spelades i USA.²

Rankas då en person som reser till fotbolls VM som en turist? Enligt min mening är detta uppenbart. En turist är någon som reser under sin fria tid och inte arbetar, är borta i minst 24 timmar och är på en plats personen inte är bosatt på. Eftersom att de personer som jag inriktat mig på rest ner till Tyskland på grund av fotbolls VM så rankar jag dessa som turister.³

Det finns lite tvivel angående att det finns en klar linje mellan turism och idrott. Samtidigt finns det även vinklar som visar på att de inte är så sammanlänkade. Exempelvis, om en ung pojke bär en Manchester United tröja på sig medan han är på semester betyder då det att han är intresserad av både turism och idrott? Olika utvärderingar inom ämnena idrott och turism försöker sammanfoga de två disciplinerna till en, idrottsturism.⁴

Olika evenemang kan vara en form av turistprodukt. Vissa större evenemang är i sig själv en turist attraktion, som attraherar potentiella turister. Vid sådana tillställningar bildas det turistorganisationer som är där för att framhäva de olika värdena destinationen har att erbjuda. Evenemang inom turismen är elastiska och kan enkelt anpassa sig till turistens krav på marknaden. Marknaden är den primära faktorn för den bestämmer vägen och strukturen för evenemanget i sig. Sport evenemang som motiv för att besöka en plats kommer att skapa en stadig skara av sportturister, som gör att rummen utnyttjas till fullo.⁵

¹ <http://www.fifa.com/en/history/history/0,1283,5,00.html> 2006-11-06

² Standeven & De Knop (1999) Sid. 112

³ Blom, T & Nilsson, M. (2005) Sid. 3ff

⁴ Standeven & De Knop (1999) Sid. 21-22

⁵ Bjelac & Radovanovic (2003) Sid. 261-262



De olika VM städerna 2006

Figur 1.1 ⁶

1.1 Syfte

Mitt syfte med denna uppsats är att få reda på varför folk väljer att resa till VM i fotboll, samt vad lockar den vid sidan fotbollen? Min första tanke med detta är att de reser på grund av ett genuint intresse av fotboll. Men som jag har uppmärksammat i tidigare undersökningar och uppsatser jag har skrivit, så kan det även vara själva evenemanget i sig som lockar, alltså inte fotbollen utan rörelsen av den stora massan av människor. Detta är en form av idrottsturistande där idrotten har blivit lite mer av ett jippo som lockar människor till en mängd olika kringvärden, självklart är det fortfarande så att själva idrotten i de flesta fall står i fokus. Som en mindre del har studien tänkt sig att undersöka hur de aktiva och media spenderade sin fria tid under mästerskapet. Denna del kommer givetvis att vara mindre än undersökningen med turisterna men fungera som en liten avstickare.

Studien har som syfte att försöka fånga in vad som karaktäriserar en besökare av fotbolls VM samt om de passar på att "turista" på de platser de befinner sig på?

1.2 Frågeställning

- Varför reser folk till Världsmästerskapen i fotboll och vad lockar vid sidan av fotbollen?
- Vad karaktäriserar en besökare av fotbolls VM?
- Vilka resebolag anordnade resor till fotbolls VM 2006?

För att uppnå syftet avser jag att göra personintervjuer via snöbollsmetoden, mer angående detta går jag igenom i metodstycket.

⁶ <http://www.sr.se/cgi-bin/Radiosporten/nyhetssidor/artikel.asp?nyheter=1&programid=2573&Artikel=844445> 2006-12-06

1.3 Avgränsningar

Studien är avgränsad att fokusera på Världsmästerskapen i fotboll 2006 och ur detta få en svensk synvinkel på det hela. Denna avgränsning sker främst på grund av att uppsatsen skulle bli allt för omfattande och svårt att genomföra annars.

1.4 Tidigare forskning

Idrottsturism är en gren inom turismen det har forskats mycket inom tidigare, bland annat ges en tidskrift ut inom ämnet och den heter *Journal of sport tourism*. I denna tidskrift har de flesta av artiklarna som teorin i denna studie utgörs av publicerats.

Att ämnet är ett forskningsämne råder det inga tvivel om, bland annat skriver Joseph Kurtzman i sin artikel ”*Sports tourism categories*” att idrottsturism var definierat som ”användningen av idrott som ett fordon för turistiska ändamål”.⁷

⁷ Joseph Kurtzman (2005) Sid. 15

2 Metod

2.1 Motiv metod

I syftet nämns att denna uppsats vill ta reda på varför folk väljer att resa till VM i fotboll, samt vad lockar den vid sidan fotbollen. För att ta reda på detta var det nödvändigt att få tag på respondenter. Detta ansågs vara enklast genom att tala med bekanta och fråga dem om de visste om några som varit nere i Tyskland under fotbolls VM. Väl framme vid denna del ansåg jag att en personintervju skulle ge mer än en enkätundersökning. Detta för att få en mer genomgående undersökning och få in mer känslor i arbetet.

I uppsatsen skrivs sedan de svar som ges på intervjun ihop till en löpande text för att på det sättet uppleva hela känslan med resan ner till fotbolls VM. Detta görs i ett empiriskt avsnitt av uppsatsen. Frågorna som skickats ut till respondenterna bifogas sedan i en bilaga av uppsatsen för att ge läsaren en bättre överblick på det hela.

I analysavsnittet sammanlänkas teorin och empirin till en analys. Detta har gjorts för att i någon form göra det möjligt att få fram ett resultat ur uppsatsen. Resultaten har sedan gjorts med analysen som utgångspunkt, i denna besvaras bland annat frågeställningen som ställs i avsnitt 1.

2.2 Val av metod

För att välja metod måste det vara klart vad som vill undersökas. Metodvalet bör sedan avspegla det studien har som syfte att få svar på. Den som lägger tyngdpunkten vid att förstå snarare än att förklara, bör använda sig av en kvalitativ metod, då de kvantitativa oftast är mindre användbara inom detta område. Det är ofta dessa personer som anser att det inte räcker att enbart ”utifrån” studera på ett positivistiskt synsätt, utan betonar vikten av hur olika aktörer subjektivt upplever sin omvärld.⁸

I uppsatsen används en kvalitativ metod med personintervjuer som underlag: de personer som intervjuas är till en början personer från min bekantskapskrets, men ju längre studien vuxit har även respondenterna vandrat ut i landet. Själva personintervjun kommer att vara semistrukturerad då detta kan ge mig en mycket god möjlighet att ställa följdfrågor.

Studien använder sig inte av en diktafon, utan istället försöka få en så öppen diskussion som möjligt och samtidigt försöka anteckna meningar och stödord, för att sedan sammanställa det till en löpande text direkt efter intervjun.

En personintervju är bra då det ger en bra referens till de svar som ges. Det går även att genom denna metod att använda långa svar som det exempelvis inte går vid en enkätundersökning. En risk med dessa intervjuer är det faktum att det går att påverka svaren hos den man intervjuar. Detta kallas för *intervjuareffekt*. Det kan faktiskt förekomma att intervjuaren styr den intervjuades svar åt det håll den vill, genom bland annat minspel dem visar hur den känner för svaret. En annan form av intervjuareffekt är

⁸ Carlsson (1991) Sid. 15-16

att intervjuaren tolkar fel. Under intervjun skall all uppmärksamhet riktas mot den intervjuade. Denna ska på det sättet känna att den står i centrum för intresse.⁹

En fördel med intervjuer är att det förekommer en dialog och att den intervjuade kan beskriva ”dilemmat” i sina egna ord.¹⁰ Huvudsyftet med en djupgående intervju är att lära sig se världen med den intervjuade personens ögon.¹¹

Denna studie har använt sig av två olika former av personintervjuer. Den första med de personer som var i närheten genomfördes intervjuerna med respondenterna ansikte mot ansikte, intervjuerna blev mer en form av samtal där intervjuaren antecknade samtliga svar som den intervjuade gav, dessa intervjuer tog cirka 20 minuter. Efter allt som har studien vuxit och detta har gjort att de intervjuade har befunnit sig på ett betydligt längre avstånd runt om i landet och därigenom har resterande intervjuer gjorts via E-post. Respondenterna har studerats mer utifrån ett synsätt där känslor är i fokus och snarare försöker förstå varför.

Med tanke på både mitt starka intresse och respondenternas starka minnen av detta anser jag att det skulle vara möjligt att genomföra en bra uppsats angående detta ämne. Denna studie kunde antagligen ha genomförts med en form av enkätundersökning för att få fram olika statistiska data, och möjligen är inte snöbollsmetoden den mest optimala för denna uppsats. Men enligt min mening skulle det bli på tok för svårt att få tag i de respondenter som rest till fotbolls VM utan denna metod. Metoden ger möjligtvis inte en korrekt bild av vad samtliga som reste till mästerskapet anser, men samtidigt ger den en god hänvisning om varför personer väljer att resa till Fotbolls VM.

Uppsatsen utgår ifrån ett deduktivt tankesätt då en teori angående varför personer väljer att resa till Världsmästerskapen i fotboll testas mot empirin.

2.3 Intervjumetod

I studien kommer jag att använda mig av en snöbollsmetod för att få tag på ytterligare respondenter. Denna metod fungerar som så att efter genomförd intervju ställs frågan om personen i fråga har något tips på ytterligare respondenter. På så sätt är mina förhoppningar att jag kan få fram ett antal respondenter. Som istället för att tas fram slumpmässigt och inte vet något om ämnet ofta brukar var ett lämpligt intervju offer.¹²

Det antal respondenter som varit med i undersökningen är 16 personer av dessa är tre kvinnor och resterande män, dessa personer är i åldrarna 18 till 32. Antalet respondenter kunde lika gärna ha varit tre eller 22 det finns ingen speciell åtanke bakom antalet respondenter utan intervjuerna slutade när jag ansåg att jag hade uppnått ett samband mellan respondenterna.

⁹ Svenning, (2003) Sid. 119-121

¹⁰ Flowerdew (1997) Sid. 111

¹¹ Ely. (1993) Sid. 66

¹² Carlsson (1991) Sid. 35

2.4 Bearbetning analys

Att vara pålitlig som kvalitativ forskare innebär inte bara att forskningsprocessen utförs korrekt. Det innebär även att resultaten överensstämmer med respondenternas upplevelser. Det skall även avgöras mellan alla inblandade om hur fakta skall samlas in och analyseras, egna antaganden och slutsatser bör kontrolleras. Pålitlighet är med andra ord mycket mer än en uppsättning procedurer. Margot Ely¹³ som skrev boken *Kvalitativ forskningsmetod i praktiken*, anser att pålitlighet är ett personligt trossystem som formar procedurer i processen. Hon nämner även vidare att reliabilitet och validitet är tillämpligt både på kvalitativa och kvantitativa studier.

Reliabilitet och validitet vid undersökningar är reliabilitet och validitet viktigt att tänka på. Reliabiliteten, eller pålitligheten, innebär att mätningen är gjord på ett regelrätt sätt. Undersökningen måste ha ett representativt urval så att resultatet inte påverkas av slumpen. Validitet, giltigheten, innebär att man verkligen undersöker det som ska undersökas. Ska man granska äpplen, så är det äpplen och inte päron, som granskas. Äppleexemplet verkar ganska självklart, men i praktiken kan det vara svårare. På 1800-talet undersöktes människors intelligens, genom att skallarna mättes. Mätningarna sköttes på ett korrekt sätt och skillnader kunde göras mellan skallarna. Undersökningen hade hög reliabilitet. Idag vet vi att intelligens inte har något med skallens storlek att göra. Undersökningen var oväsentliga, då de saknade validitet.¹⁴

I denna studie har de intervjuade samtliga varit nere i Tyskland under fotbolls VM 2006 så det är hög validitet på arbetet. Även reliabiliteten är hög i arbetet då samtliga frågor är ställda rakt ut och därigenom kom inga missförstånd fram, om det ändå kom fram några problem var de lätt lösta då intervjuerna oftast var mer som ett samtal än en strikt intervju (med undantag för enkäterna via e-post). När de som skulle intervjuas via sitt ämbete exempelvis Svenska fotbollslandslaget eller Tv4 reportrar har officiella talesmän fått enkäter via E-post.

¹³ Ely (1993) Sid. 104-105

¹⁴ Thurén (1991) Sid. 22

3 Teori

I denna del samlar jag de olika teorier jag funnit angående ämnet.

3.1 Idrottsturism

Idrottspubliken anses inte ha ett behov av kultur eller bildning (sightseeing i staden, eller besöka museum m.m.). Däremot är de mål för andra aktiviteter nära till deras sportlika intresse, så ska de även bli tillhandahållna.¹⁵ Exempelvis kan en idrottsturist välja att besöka olika idrottsarenor även om inte mästerskapsmatcherna spelas där endast för att få en glimt av den idrottsliga historien.

Nöjen och fest är viktiga inslag i samhällslivet. Nöjen måste finnas och få tid i det allvarliga samhället. I historien har den återkommande karnevalen vänt upp – och ner på samhället och normer har rubbats under den pågående perioden. Människor har då kunnat leva ut sina fantasier. Karnevalens turism speglar detta där människor reser för att ha kul och få underhållning.¹⁶ Denna grupp representerar ”den kollektiva blicken”, där många människor samlas på samma ställe. Det centrala är att umgås med mycket folk och som ger en karneval känsla.¹⁷

Undersökningar i England visar på att en idrottsturist är oftast en man i åldern 15 till 34 år gammal, med ett ickemanuellt yrke. Dessa personer håller ofta till i samhällets övre skikt.¹⁸

Åskådarna inom idrottsturism har under de senaste decennierna utvecklats till en signifikant turism del. Många gånger är de som besöker idrottsevenemang ute efter att uppnå någon form av självuttryckt erfarenhet inom idrotten i fråga. Slutligen är de så kallade åskådarbesökarna någon som identifierar sig själv med aktiviteten med stor emotionellt känslorus och personligt förhållande.¹⁹

Kurtzman och Zauhar tar i sin artikel ”*Sport Tourism consumer motivation*” upp de olika faktorer som får en person att göra en idrotts resa. De nämner att olika faktorer lockar olika personer och det finns fyra huvudkategorier.

- Fysisk motivation – direkt relaterad till fysiska behov och drifter så som fitness och idrott.
- Kulturell motivation – länkad till traditioner och olika arv, så som idrottsmuseum ”Hall of fame” och historiska besöksmål.
- Personliga motivationer – inkluderar den sociala biten som ofta kommer i sport orter, kryssningar och världsmästerskap.

¹⁵ Bjelac & Radovanovic (2003) Sid. 262

¹⁶ Karlsson S-E (1994) Sid.28 f

¹⁷ Ibid. Sid.186

¹⁸ Standeven & De Knop (1999) Sid. 73

¹⁹ Ibid. Sid. 22

- Status och prestige motivation – demonstrerad av högt profilerade personer som är engagerade av hög status platser, kända idrottsmän och vissa idrottsevenemang.²⁰

De fortsätter vidare att dela in dessa kategorier och ge en form av psykologisk aspekt på det hela.

- Aggression
- Relation
- Dominans
- Behov av igenkänning

Den aggressiva idrottsturisten söker hög nivå på idrottandet. Relationsturisten söker mer det mer sympatiska sociala. Den dominanta idrottsturisten tenderar att vara en typisk åskådare och vill helst vara längst fram där det händer. Idrottsturisten med ”behov av igenkänning” hörs på namnet vad den är ute efter.²¹ Denna uppdelning stöds även av Zhejko Bjelac och Milan Radovanovic som i sin artikel “*Sports events as a Form of tourism product, Relating to the volume and Character of Demand*” nämner att de som besöker idrottsevenemang är personer från olika sociala grupper, klasser, yrken; personer som är mer eller mindre aktiva men de identifierar sig alla med aktörerna på idrottsarenan. Det finns tre kategorier av folket inblandade som det måste tas hänsyn till före, under och efter ett idrottsevenemang:²²

1. Idrottsmännen och –kvinnorna som är de direkta utövarna, deras förbund och de officiella delegationerna så som olympiska kommittén eller FIFA.
2. Publiken som besöker och ser på evenemanget, många av dessa är turister.
3. Sportreportrar samt andra journalister, som observerar vad som händer under idrottsevenemanget, de står för en kompetent del av marknaden.²³

Turism produkten bör vara helt anpassad efter dessa tre kategorier. Exempelvis skall de tävlande idrottarna få bra träningsanläggningar och arenor. Besökare är dock inte endast de som älskar idrott, de kan bli ditlockade av andra pågående kringaktiviteter. Vissa besökare kommer trots att de inte har något större intresse av själva sporten som utövas utan vill snarare uppleva det magnifika i sig och bli sedda på evenemanget. De hoppas på att få uppleva något speciellt med hjälp av den stora massan av andra som också lockats dit av liknande anledningar. Dessa passiva deltagare betalar oftast alla sina utgifter från egen ficka.²⁴

3.2 Modeller för idrottsturistande

Tom Robinson och Sean Gammon har i sin artikel ”*Sport and Tourism: a Conceptual framework*” tagit fram en modell för att klassificera de olika idrottsturisterna.

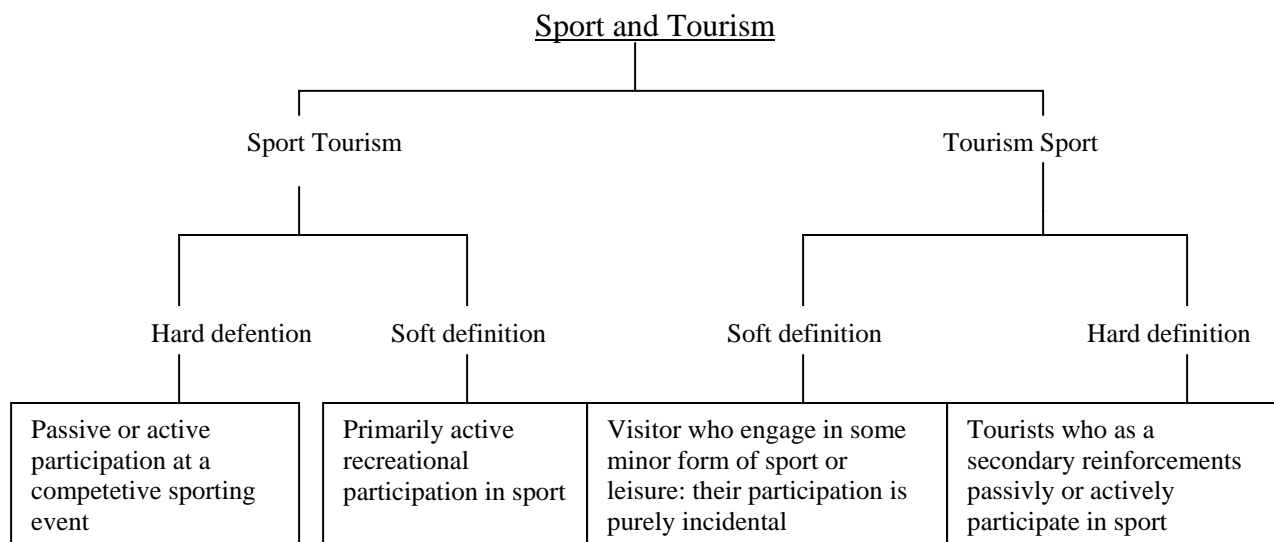
²⁰ Kurtzman & Zauhar. (2005) Sid. 27

²¹ Ibid. Sid. 27-28

²² Bjelac & Radovanovic (2003) Sid. 267

²³ Ibid. Sid. 267

²⁴ Ibid. Sid. 268



* Note there will be tourists and sport enthusiasts that will be affected by Sport and Tourism events and issues, but who do not directly qualify within the model.

Figur 3.1²⁵

Denna modell förstås enklare efter en genomgång av de olika delarna.

Sport Tourism

Den vänstra sidan av modellen fokuserar på sportturism. Denna sektion är tillägnad för att analysera de individer och/eller grupper av människor som aktivt eller passivt deltar i tävlingsinriktad eller rekreativ idrott, medan de reser och stannar på platser utanför deras vanliga miljö. Den bestämmande faktorn i denna del är att deras primära anledning för resan är idrotten, men även de turistiska kan spela in och förstärka deras helhetsbild.²⁶

Hard Definition

En hård definiering av idrottsturisten bestäms genom passivt eller aktivt deltagande i ett idrottsevenemang. Vi kan klassificera en "hård idrottsturist" som någon som reser speciellt för antingen ett aktivt eller passivt deltagande i något idrottsevenemang. Därför är idrotten deras primära anledning för resandet. Denna del innefattar större idrottsevenemang exempelvis OS, Wimbledon och London Marathon. Tävlingsdelen av dessa evenemang är den avgörande faktorn.²⁷

²⁵ Gammon & Robinson (2003) Sid. 22

²⁶ Gammon & Robinson (2003) Sid. 23

²⁷ Ibid. Sid. 23

Soft Definition

En mjukare definition av idrottsturisten skulle vara en som reser speciellt och som primärt är inblandad i aktiv rekreations idrott. Exempel på detta är skidresor till fjällen och vandrings dagar. Den aktiva rekreationsaspekten är en av de utmärkande faktorerna i denna del.²⁸

Tourism Sport

Den högra sidan innefattar personer som reser till och/eller stannar på platser utanför deras vanliga vardag och deltar i aktiv eller passiv tävlings- eller rekreativ idrott som sekundär aktivitet. Deras semester och besökandet är deras primära motivation och anledning för resan. Tourism Sport har hittills blivit ignorerad i litteraturer men den utgör fortfarande en mycket viktig del av turismen och idrotten. Även denna kan brytas ner i två bestämmande kategorier.²⁹

Hard Definition

Här går det att utmärka semesterfirare där idrottselementet agerar som ett sekundärt berikande för deras semester (passiv eller aktiv). Tävlingsinriktad eller icketävlingsinriktad idrott kan användas, exempel på vilka kan finnas i parker. Denna kategori passar hårda definitionen på turism sport på grund av att själva semestern är den primära anledningen för resan, men de förväntar sig även att få delta i idrott. Därför fungerar idrott som en sekundär förstärkare till semestern.³⁰

Soft Definition

En mjuk definition av tourism sport innefattar besökare som under en mindre del av deras resa ägnar sig åt någon form av idrott eller bildning endast på grund ett smärre missöde. Exempelvis kan de besöka Skegness över dagen och väl där kan de studera fåglar eller spela putting i en lokal park. Detta kan benämnas som mjukt för deras deltagande är endast utav olycksfall. Det går inte att utelämna från detta försök att kategorisera idrott och turism de turister som inte har något intresse av idrottsevenemang. Exempelvis reguljära besökare till Bath som fick se sin semester avbruten av de europeiska ungdomsspelen 1995. Samtidigt fanns det de lokala sportentusiasterna som fick se sina pooler upptagna i två vecka på grund av de stora mästerskapen. Båda dessa exempel har viktigt planeringsarbete för att det ska fungera och kräver noggrant övervägande med hänsyn till social och miljö hänsyn.³¹

Utvecklad modell

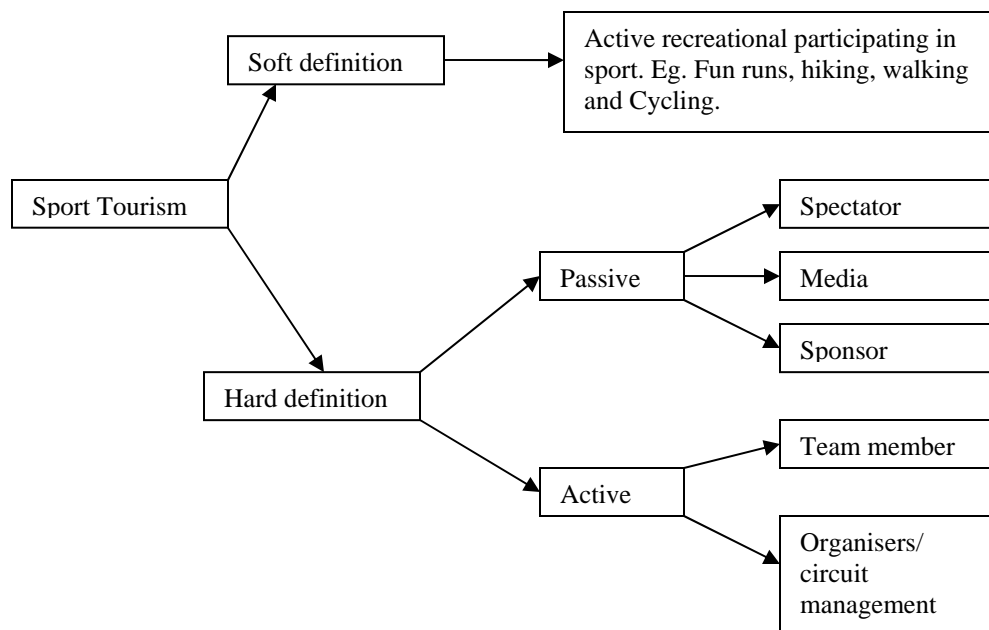
Denna figur har blivit något utvecklad av Glenn James McCartney i hans artikel *Hosting a recurring mega-event: Visitor Raison d'être*. Den utspelar sig inom sport tourism delen och klassar in olika personer som kan tänkas besöka ett idrottsevenemang.

²⁸ Gammon & Robinson (2003) Sid. 23

²⁹ Ibid. Sid. 24

³⁰ Ibid. Sid. 24

³¹ Ibid. Sid. 24



Figur 3.2³²

Denna modell är en utveckling av Gammon & Robinsons från 2003. Den fokuserar sig på Sport Tourism och kategoriserar därigenom de som kan tänkas ha något med ett idrottsevenemang att göra. Denna modell är enligt mig möjlig att utveckla ytterligare ett steg och därigenom kommer studien försöka med detta (se figur 5.1).

³² McCartney (2005) Sid. 117

4 Empiri

I denna del sammanställer jag de olika empiriska fakta jag funnit under resans gång. Bland annat alla intervjuer som genomförts kommer att visas upp i denna del av uppsatsen.

4.1 Resebyråer

Svenska fotbollsförbundet hade två stycken samarbetspartners under fotbolls VM 2006, dessa bolag var ”Björk & Boström” och ”Steve Perryman sportstravel” och de fick ”några hundra biljetter” per match.³³ Jag mailade sedan ut till både dessa bolag och frågade bland annat om de hade något annat inplanerat för sina kunder förutom själva fotbollen.

”Våra kunder/resenärer valde utifrån individuella önskemål, utöver att se Sveriges matcher, att genomföra ett antal olika aktiviteter såsom konferenser & seminarier, studiebesök, guidade stadsrundturer & båtsigthseeing, mat & vinprovningar etc.”³⁴

Björk & Boström anser inte att det är så konstigt att dem var ett av endast två bolag som fick biljetter till Världsmästerskapen, de har haft avtal med svenska fotbollsförbundet sedan 1988 och har under den tiden genomfört fem VM och fyra EM. De biljetter de fick ut inför detta VM får de inte uttala sig om efter avtal med Svenska Fotbollsförbundet, men det rörde sig om ett större antal biljetter. Dessa biljetter var det inga som helst problem att få ut på marknaden. Redan två dagar efter att biljetterna släppts var resorna till Tyskland sålda och de omsatte närmare 30 miljoner kronor och det var cirka 20 000 förfrågningar angående resorna. För att få sina gäster att trivas hade Björk & Boström endast inkvarterat sina gäster i 4-5 stjärniga hotell. På kvällarna hade de anordnat stora underhållningsshower för sina kunder och några av gästerna var bland annat Lasse Kronér, Thomas Wernersson, Ingvar Oldsberg och Thomas Nordahl. Detta vart mycket populärt bland gästerna och det gav dem ett annat inslag på resan förutom fotbollen.³⁵

4.2 Camp Sweden

Inför EM 2004 i Portugal var det en samling med kamrater som kom på att de gärna ville ner och gå på EM live. Supportrarna ansåg att det skulle vara mycket bra att lokalisera sig i ett läge nära det svenska landslaget, ett koncept som de Brasilianska fansen länge använt sig av. *Så när vi kom i husbilen och rullade in på campingplatsen och såg allt blått och gult - då blev det gåshud kan jag lova.* Camp Sweden var fött.³⁶

När det anstormande VM äventyret 2006 väntade hade Camp Sweden vuxit ordentligt. 2000 svenska supportrar som var medlemmar i supporterorganisationen Camp Sweden

³³ Staffan Stjernholm Svenska fotbollsförbundet 2006-11-07

³⁴ Tommy Gustafsson VD Steve Perryman sportstravel 2006-11-09

³⁵ Gunnar Backlund VM ansvarig på Björk & Boström 2006-11-20

³⁶ http://www.ut.se/uploaded/template/asp/ut_artikel_mall.asp?version=248345 2006-11-14

träffades den 7 juni på "Camp Hamburg" som svenskarna kallar campigplatsen "Stover am strand". Dessa svenskar tog med sig 384 tält, 94 husbilar, 303 bilar och 56 husvagnar. För svenskarna fanns även ett särskilt tält på 400 kvadratmeter vara uppbyggt och inuti detta finns en storbildsskärm och en bar som är bemannad 24 timmar om dygnet.³⁷

Samtidigt så var inte Camp Sweden som blev det största dragplåstret för svenskarna utan de allra flesta valde att dra sig ner mot Berlin för att komma närmare kärnan av mästerskapet. "De har hört att det fanns över 90 000 svenskar i Berlin, andra pratar om 70 000, några om 50 000."³⁸

4.3 Intervjuer/Enkäter

De intervjuer jag genomfört är från en början med personer i min bekantskapskrets som jag ber rekommendera nästa person som skall intervjuas, en såkallad snöbollsmetod. Sammanlagt är det 16 intervjuer där 13 är män och tre kvinnor. De intervjuade är mellan åldrarna 18-32.

4.3.1 Intervju med Respondent A

A, 23 år åkte till fotbolls VM på grund av att hennes pappa bjöd med henne. Självklart fanns intresset men det hade varit omöjligt att genomföra om inte finansiären hade funnits där. Sparredal gick på matchen Sverige – Trinidad & Tobago, "stämningen på matchen var mycket bra, det var däremot tråkigt att jag inte fick se några mål". Hela resan startade på fredagen den 9e juni 2006 när dem landade i Köln. Efter Köln blev det raka vägen i en taxi till Dortmund. Några typiska sevärdheter fanns det inte tid att ägna sig till att se, däremot hann dem gå runt och kolla i staden och ta sig något att dricka, för att suga in stämningen. Anledningen till att Sparredal åkte till fotbolls VM var helt klart fotbollen, på frågan vad som lockade mest av fotbollen och stämningen svarade hon; "fotbollen utan tvekan, folk kan jag se hemma". Resan är något av det bästa A har varit med om och hon jämför det med att få gå på en match på Stamford Bridge (Chelseas hemma arena, egen notering) som vore en dröm att få uppleva. Resan var privatarrangerad och de flög med German Wings från Säve till Köln och motsatt håll. Matchbiljetterna fick de via Svenska fotbollsförbundet.³⁹

Intervjun var avslappnad och under detta samtal hann en hel del viktigt sägas. Avslutningsvis frågade jag A om hon hade något tips på vidare respondenter, denna fråga hade jag faktiskt gett henne innan intervjun så att hon skulle ha chansen att fundera ut någon och svaret hon gav mig var B.

³⁷ <http://www.campsweden.se/news.asp?id=388> 2006-11-14

³⁸ <http://sydsvenskan.se/sport/kringvm/article166714.ece>

³⁹ Personintervju 2006-11-14

4.3.2 Intervju med Respondent B

B, 24 år bosatt i Karlstad reste ner till fotbolls VM 2006 för att ”*uppleva stämningen, dricka öl och ha allmänt trevligt*”. Han gick inte på några matcher men kände att det var roligare att vara på plats under själva evenemanget och när det var så nära hem var det inget att tveka på. Bs resa startade med att de bilade ner till Sassnitz (tog färjan dit från Trelleborg) och väl där så sov de utmed vägen i bilen. Dagen var innan Sverige – Paraguay matchen påpekar B nöjd. På torsdagen vakande de upp och åkte ner till Berlin där de strosade runt och bara njöt av den härliga stämningen. Några biljetter till matchen hade de dessvärre inte lyckats ordna men B kände att stämningen var det viktiga att få uppleva på plats. De kollade på matchen på en storbildsskärm vid som var uppsatt vid Brandenburger Tor, B uppskattar att det var hela 30 000 svenskar där och han har även hört att det skulle vara 30 000 till på matchen så det var hela 60 000 svenskar i Berlin under denna dag (i alla fall enligt hur resonemanget har gått). Brandenburger Tor var också den enda turistattraktion Waern besökte under VM och det hade nog varit så illa att det inte hade blivit någon om inte storbildsskärmen legat där. B ångrar lite att han inte vågade chansa på att köpa en biljett där nere för det skulle ha varit en underbar känsla att gå på en match i fotbolls VM. ”*Å andra sidan fotboll kan jag lika gärna se hemma, det är för stämningen jag reste ner*” säger B med ett leende på läpparna. Själva resan var mycket lyckad och han skulle helt klart göra om den om möjligheten dök upp. Resan anordnade de privat och det blev lite av en spartansk variant där de sov i bilen samtliga tre dygn i Tyskland. Det var meningen att det skulle bli fyra i Tyskland men på grund av att matchen England – Sverige blev så gott som betydelselös så valde han att åka upp till Hamburg och besöka Camp Sweden han hade hört alla prata så mycket om.⁴⁰

Intervjun gick mycket bra och jag anser att det var väldigt bra att jag inte använde mig av någon diktafon i denna intervju då det hjälpte till så att respondenten kände sig avslappnad och verkligen vågade säga vad den tyckte och kände.

4.3.3 Intervju med Respondent C

Jag intervjuade C, 20 år gammal mellan klockan 18.17- 18.36. Han nämnde att han tidigare även varit på fotbolls EM i Portugal och den känslan han upplevde där var något av de starkaste orsakerna till att det bar iväg till Tyskland. Bank var på tre matcher under mästerskapet; Sverige – Trinidad & Tobago, Sverige – Paraguay & Sverige – Tyskland. Biljetterna till dessa matcher införskaffades via svenska fotbollsförbundet. Under sin resa (som egentligen var två resor ner till Tyskland under två olika tillfällen) passade C på att besöka Hamburg (Camp Sweden), Dortmund, Berlin och München. Första etappen var på hela 10 dagar medan andra etappen blev över midsommarhelgen. De sevärdheter C hann se var endast i Berlin där han hann utforska både Tv tornet och Brandenburger Tor. Som tidigare nämnt har C besökt liknande mästerskap tidigare och det är den stämningen som upplevts på dessa evenemang som han varit ute efter att uppleva igen. ”*Bra fotboll upplevs på TV och bra stämning upplevs live*” säger C. Resan arrangerades helt privat av

⁴⁰ Personintervju 2006-11-15

C och det var faktiskt han som höll i trådarna så att han och hans kamrater skulle kunna genomföra resan.⁴¹

Intervjun flöt på smidigt hemma hos mig dit C var inbjuden, det blev som tidigare intervjuer mer ett samtal än en strikt intervju. Detta verkade respondenten gilla då han tyckte om att prata om sina minnen ifrån denna resa.

4.3.4 Intervju med Respondent D

D, 21 år åkte ner till fotbolls VM med ett starkt fotbollsintresse i grunden. Han säger att anledningen att han reser på detta evenemang är viljan att återuppleva VM 94. Det var inte så mycket själva fotbollen som hägrade med resan utan mer själva gemenskapen. Denna resa kändes som en billig semester. D var i Hamburg på ”Camp Sweden” och innan dess gjorde han ett snabbare stopp i Lübeck. Sammantaget var han där i sex dagar och dom dagarna spenderades i ett tält. Den enda turistattraktionen de besökte var en stor vallgrav i Lübeck som han dessvärre inte minns namnet på. D berättar vidare att de givetvis var och besökte det stora shoppingcentret som alla svenska besöker just för att inhandla alkohol, detta var faktiskt en av anledningarna att de åkte ner. Det som lockade mest med hela evenemanget var all rörelse av folk. Vidare berättar han om hur trevlig lokalbefolkningen var och att de verkligen har lyckats med att få turisterna att trivas. Resan hade anordnats privat av ett ”kompisgäng”.⁴²

Intervjun gjordes hemma hos D tisdagen den 16 november. Denna intervju gick smidigt och det var ett enklare samtal mellan två parter snarare än en intervju.

4.3.5 Intervju med Respondent E

E, 21 år reste ner till fotbolls VM med motiveringen ”för att det är fotbolls VM”. Det blir lite som en semester och många jag kände skulle ner så då satte jag igång och anordnade så att vi kunde åka ner på ett smidigt och bra sätt. Hon hade inte biljetter till någon match utan E åkte ner snarare för att festa och ha roligt istället för att gå på fotboll. ”Det var värt resan endast för Festhalle på Camp Sweden i Hamburg, där det var fullt av svenskar och alltid mycket trevlig stämning.” Borg är mycket nöjd med sin resa och hon påpekar att hon faktiskt aldrig försökte köpa någon biljett utan att hon endast åkte ner på grund av all rörelse av folk och den härliga gemenskapen. Denna resa var något av det roligaste hon har gjort och om det hade varit VM varje sommar hade hon rest dit då med.⁴³

Denna intervju höll på i 20 minuter hemma hos E och hennes pojkvän Respondent D. Jag skilde dem åt så att de inte kunde höra varandras svar och så att de inte skulle lägga in sina värderingar i den andras svar. Detta gick mycket bra och intervjun med E löpte på i 20 minuter.

⁴¹ Personintervju 2006-11-15

⁴² Personintervju 2006-11-16

⁴³ Personintervju 2006-11-16

4.3.6 Intervju med Respondent F

Intervjun med F, 22 år inträffade hemma hos mig på kvällen den 16 november 2006. Det blev som de tidigare snarare ett samtal än en intervju och det märktes att respondenten kände sig bekväm med situationen. F valde att resa ner för att få chansen att uppleva ett så stort evenemang live, det är ju svårt att veta sin ekonomiska situation i framtiden och om det då är genomförbart. Han köpte inte några biljetter utan åkte ner på grund av stämningen. *”Det är ju det största evenemanget efter sommar OS, det är trevligt att se hur de har planerat det i städerna, sådant går inte att uppleva på TV.”* F:s resa varade i tre dagar och den stad han var i var Köln. På plats i Köln var det svårt att inte se någon turistattraktion då det första han snubblade över var katedralen i Köln som låg placerad strax utanför tågstationen. *”All rörelse var det som lockade ner mest, utan den kunde jag lika gärna ha stannat hemma och kollat på TV.”* För F var det själva platsen som var upplevelsen. Genom det hela var han nöjd med resan, dock var han lite missnöjd med att han inte fick tag i några biljetter till några matcher annars var han nöjd. Resan anordnade F privat, han letade upp billiga flygstolar och sedan sov han hos kamrater som bodde nere i Köln.⁴⁴

Intervjun med F tog 16 minuter och var som tidigare nämnt mycket avslappnad.

4.3.7 Enkät med Respondent G

G, 18 år åkte ner till Världsmästerskapen i Tyskland för att fotboll är hans stora passion. Han fick tyvärr inte tag i några biljetter men hans flickvän fick och därigenom var han tvungen att följa med. *”Det hade varit helt sjukt om jag suttit hemma medans hon var på det största inom fotbollen som finns idag.”* De var i Dortmund och stannade där i tre dagar, de saker de ägnade sig åt förutom fotbollen var bland annat att shoppa och gick in i en kyrka i Dortmund som han dessvärre inte minns namnet på. På frågan vad som lockade mest av fotbollen eller allt folk i rörelse svarar G: *”Jag lockades väl av både fotbollen och folkfesten.”* Men han tillägger att fotbollen har en speciell plats i hans hjärta. Resan ner anordnades privat och som G uttrycker det var det en ofantligt lång båtferd som dock fungerade på grund av längtan att komma ner, det var värre hem tillägger han.⁴⁵

Enkäten med G var via E-post och var för mig inte särskilt svår att genomföra, samma frågor som vid intervjuerna använde. Tyvärr var det lite sämre än en vanlig personintervju då det inte gick att avläsa kroppsspråk, tonfall, skratt och andra känslor när respondenten talar om sin resa.

4.3.8 Enkät med Respondent H

H, 32 år åkte ner till Tyskland för att han *”Ville se fotbolls VM live någon gång i livet och det var lämpligt avstånd denna gång”*. Den match han var på var Sverige – Trinidad & Tobago och biljetterna till detta evenemang löstes via Svenska fotbollsförbundet. Resan var uppdelad i två etapper varav fyra dagar var i Dortmund och fem i Berlin. Den enda direkta turistattraktion som H besökte var Berlinmuren men han strövade även runt i

⁴⁴ Personintervju 2006-11-16

⁴⁵ Enkät via e-post 2006-11-29

städerna och vandrade i affärer. Det var fotbollen som lockade i första hand allt annat kom gratis. H upplevde sin resa som väldigt rolig, några av anledningarna till detta var bland annat det bra vädret och ett väldigt bra arrangemang, han nämner även väldigt bra bemötande av de tyskar som fanns på platserna.⁴⁶

Även denna enkät var via E-post. Det jag la märke till i detta svar var att svaren var relativt korta och outvecklade. Det skulle vart intressant att intervjuat Karlsson ansikte till ansikte då det kändes som att han höll tillbaka svaren lite. Annars fungerade det bra och svaren kom tillbaka redan tio minuter efter utskickade frågor.

4.3.9 Enkät med Respondent I

I är 25 år och åkte ner till VM med motiveringen att *”Följa Sveriges matcher på plats och vara den 12 svenske spelaren samt vara en del av Camp Sweden”*. Den matchen I var på var Sverige – Paraguay biljetterna till denna vann han via en tävling på Internet. I var tre dagar i Berlin och under tiden han var där passade han på att besöka *”det som centrala Berlin erbjuder, Brandenburger Tor, Unter den linden mm”*. Det som lockade mest var fotbollen och det som kommer till den.⁴⁷

Enkäten genomfördes via E-post och även i denna blev det något korta svar även om jag fick ut de svar som var mest visentliga för studien anser jag att det alltid är trevligt att få lite kringsmak på själva resan detta är något svårt vid enkäter via E-post.

4.3.10 Enkät med Respondent J

J är 22år och intresserad av fotboll. Han fick ett paketerbjudande via sitt arbete att resa ner till VM och titta på Sverige – Trinidad & Tobago. Själva boendet var i Düsseldorf och där stannade de i tre dagar, förutom den dagen de åkte till Dortmund och var på fotbollen. Något direkt turistande anser sig J inte ha gjort förutom att *”se någon staty eller kyrka men inget speciellt”*. Resan gjordes främst för fotbollen men allt runtomkring spelade också en stor roll i orsaken. Det enda tråkiga med resan var att Sverige inte vann VM annars var det mycket trevligt. Resan anordnades via företaget Viessman där J arbetar. Företaget stod för matchbiljett boende några mål mat samt transfer mellan Sverige och Tyskland.⁴⁸

Denna enkät var även den via E-post då det blir folk mer och mer utspritt i landet anser jag att detta är det smidigaste sättet att lösa intervjuerna på.

4.3.11 Enkät med Respondent K

K var nere i Tyskland i tio dagar, resan gjordes på grund av ett mycket starkt fotbollsintresse samt att han ville se VM live. 22åriga K var på två matcher, Sverige – Paraguay och Sverige – Trinidad, biljetterna till dessa matcher fick han via svenska

⁴⁶ Enkät via e-post 2006-11-29

⁴⁷ Enkät via e-post 2006-11-29

⁴⁸ Enkät via e-post 2006-12-01

fotbollsförbundet och www.Fifa.com . Under de tio dagar han var i Tyskland var fyra av dom i Dortmund och sex i Berlin. Väl på plats passade han på att besöka Brandenburger Tor och under der linden. Det som lockade mest med VM var en blandning av fotbollen och all rörelse av folk runtomkring. ”*Detta är ett minne för livet.*”⁴⁹

Enkäten med K sköttes via E-post och svaret kom mycket fort. Dock har jag lagt märke till att enkäter via E-post ofta uppmuntrar till kortare svar.

4.3.12 Enkät med Respondent L

L, 20 år beskriver sig själv som fotbollstokig kille och när VM nästan var på hemmaplan var det inte mycket att fundera över, ”*vi fick biljetter via Fifas första utlottning*”. L var på samtliga svenska matcher under VM resten av VM matcherna förutom kanske fyra, fem stycken sågs på Tv. Första natten i Tyskland spenderades i Bremen där också invigningsmatchen sågs på, på Tv. Efter det tog de han sig till ett ställe precis innanför gränsen till Holland i staden Venlo som ligger cirka 12 mil från Dortmund. Resterande delen av de tre och en halv vecka L var nere spenderades där och utifrån där pendlade han till Sveriges gruppmatcher. Dock sov han i bilen efter Paraguay matchen. Inför åttondelsfinalen tältade han hos några bekanta i München i tre nätter. Något direkt turistande kan L inte påstå att han gjort förutom att titta på någon kyrka men det var inget direkt seriöst eller planerat som genomfördes. ”*Folket i samband med fotbollen lockade ju mest. Det är en upplevelse bara att vara där och träffa på alla glada människor och så där, men självklart hade vi inte åkt runt så där om det inte varit för fotbollen.*” L beskriver resan som en underbar upplevelse där han umgicks med vänner och träffade nya bekantskaper. L:s storebror organiserade resan och den blev mycket billig på grund av det billiga boendet i Holland, samt att de kunde bo gratis i München.⁵⁰

L:s enkät var via E-post men något som skilde sig mellan hans svar och de andra via E-post, var det att dessa svar var väldigt utformade och gav mig mycket ”kött på benen”.

4.3.13 Enkät med Respondent M

M beskriver sig som en 24 årig fotbollsentusiast anser att det är en dröm som gått i uppfyllelse när han fick se en VM match, den chansen kunde han inte missa nu när det var så nära hem. Han vad på matchen Tyskland – Sverige och trots förlusten anser han att det var en otrolig stämning och en upplevelse för livet att varit där. Resan betog av tre dagar i München och dessvärre fanns det inte tid för något turistande. Det som lockade mest var fotbollen men givetvis spelade all atmosfär runt arenan en stor roll. Resan anordnades privat och de startade med att ta ett flyg till Frankfurt och därifrån hyrde de en bil.⁵¹

Enkäten var via E-post.

⁴⁹ Enkät via e-post 2006-12-01

⁵⁰ Enkät via e-post 2006-12-03

⁵¹ Enkät via e-post 2006-12-04

4.3.14 Enkät med Respondent N

N, 18 år reste till Tyskland för att känna lite på stämningen och för att det aldrig kommer att vara närmare. Han fick biljetter till matcherna Sverige – Trinidad & Tobago och Sverige – Paraguay, biljetterna fick han via svenska fotbollsförbundet. Under resans gång var han på tre olika ställen; ”*Vi var på Camp Sweden som låg i Hamburg ett par nätter kanske var där sammanlagt 3 nätter, sen var vi i Dortmund i 2 nätter & Berlin en natt*”. Det enda turistande Bengtsson ansåg sig ha gjort var de arenor han besökte samt lite vandring på staden, ”*Det var det enda sevärda*”. Resan arrangerade han privat och ansåg att den var mycket lyckat ”*helt klart något att göra om*”.⁵²

Även denna enkät genomfördes via E-post.

4.3.15 Enkät med Respondent O

O är en fotbollsintresserad 20 årig tjej, det var det brinnande fotbollsintresset som fick henne att åka till fotbolls VM i Tyskland 2006. Hon gick på två matcher Sverige – Paraguay och Sverige – England. Biljetterna fick hon via sina föräldrar som antingen använde sig av svenska fotbollsförbundet eller Fifa för att an förskaffa dem. O Besökte två städer, Berlin och Köln. I Berlin stannade hon i fem dagar och Köln i fyra. På tiden när hon inte ägnade sig åt fotbollen blev det mycket kringvandring i städerna och då passade hon på att kolla på Berlinmuren, ett känt torg i Berlin (under der linden) och en kyrka i Köln som hon dessvärre inte minns namnet på. På frågan vad som lockade mest av själv fotbollen eller all rörelse runt omkring svarade O; ”*svår fråga, måste svara fotbollen eftersom jag hade biljetter, men sen va all rörelsen runt omkring helt otrolig!*” Denna resa var mycket rolig och gav verkligen mersmak skriver O, ”*jag blir jättesugen på EM i Österrike/Schweiz!*”⁵³

Enkäten genomfördes via E-post.

4.3.16 Enkät med Respondent P

P, beskriver sig själv som ”*ett stort fotbollsfrök som älskar stämningen kring ‘större borta evenemang’, kunde inte missa tillfället att åka på ett VM så närbeläget*”. P var på matchen Sverige – Trinidad & Tobago och biljetten till denna match köpte han på svarta börsen på plats i Tyskland. Han stannade allt som allt i Tyskland i sju dagar varav fem var i Berlin och två i Dortmund. Dessvärre fanns det ingen tid att se på några turistattraktioner utan fotbollen fick allt intresse. På frågan vad som lockade mest av själva fotbollen eller all stämning runt omkring svarade P; ”*Båda två, är man bara ute efter fotbollen kan man däremot lika gärna sitta hemma, stämningen är det grymma!*”⁵⁴

⁵² Enkät via e-post 2006-12-04

⁵³ Enkät via e-post 2006-12-05

⁵⁴ Enkät via e-post 2006-12-05

4.4 Aktivas Aktiviteter utanför arenan

På frågan om vad Svenska landslaget gjorde på sin lediga tid under Världsmästerskapen i Tyskland 2006 svarade Thomas Saleteg; Internet ansvarig på Svenska fotbollsförbundet, att spelarna inte fick mycket av den lediga tiden nere i Tyskland, det fanns helt inte möjlighet till det under VM. Dock fick spelarna lite ledig strö tid och då passade bland annat spelarna på att ta sig ner till Bremen centrum vid ett par tillfällen. Vid en ledig dag erbjöds några aktiviteter, golf för dem som önskade och ett studiebesök på Mercedes anläggning i Bremen. Det var dock inte så att alla i truppen utnyttjade de möjligheterna utan många valde att vila.⁵⁵

4.5 Journalisters Aktiviteter utanför arenan

Tv4s utsända reportrar/journalister hade inte särskilt mycket fritid att tala om under VM. De dagar de var lediga och inte hade någon match på plats fick de tillbringa med att resa till annan ort eller "tittade in sig" på andra matcher för att ständigt vara uppdaterade. Samma gäller för samtliga anställda på Tv4 under VM festen. *"Eftersom jag bokade alla resor och hotell och med facit i hand och alla ändringar som gjordes under resans gång så kan jag lova att det inte fanns någon fritid att tala om."*⁵⁶

⁵⁵ Enkät via E-post med Thomas Saleteg Internetansvarig på Svenska fotbollsförbundet 2006-11-30

⁵⁶ Enkät via E-post med Astrid Månsus Resekoordinator på tv4 sporten 2006-12-05

5 Analys

5.1 Idrottsturism

Enligt Zheljko Bjelac och Milan Radovanovic har idrottspubliken inget större kulturellt eller bildningsbehov (sightseeing i staden, eller besöka museum m.m.). Däremot är de mål för andra aktiviteter nära till deras sportlika intresse, så ska de även bli tillhandahållna.⁵⁷ Även studien visar på att detta är fallet, endast ett fåtal hade besökt något kulturellt och då var det en kyrka som de hade besökt som hastigast. Däremot var det flera av de intervjuade som hade vandrat runt i staden. Tidigare undersökningar visar på att en idrottsturist är oftast en man i åldern 15 till 34 år gammal, med ett ickemanuellt yrke.⁵⁸ Även denna studie visar på att det är ytterst ovanligt med en idrottsturist utanför denna grupp. Samtliga män i undersökningen var mellan 15 och 34 år och det var endast tre kvinnor som var med i undersökningen (18.75%). Anledningen till detta kan vara att denna studie ”råkat missa” kvinnor, men enligt tidigare undersökningar inom detta ämne så ser verkligheten ut så.

Nöjen och fest är viktiga inslag i samhällslivet. Nöjen måste finnas och få tid i det allvarliga samhället. I historien har den återkommande karnevalen vänt upp – och ner på samhället och normer har rubbats under den pågående perioden. Människor har då kunnat leva ut sina fantasier. Karnevalens turism speglar detta där människor reser för att ha kul och få underhållning.⁵⁹ Denna grupp representerar ”den kollektiva blicken”, där många människor samlas på samma ställe. Det centrala är att umgås med mycket folk och som ger en karneval känsla.⁶⁰

Studien kan inte generalisera något eller dra helt korrekta slutsatser då det endast är en pilotstudie och har en väldigt riktad grupp av respondenter. Det går däremot med tanke på de resultat som påvisats att sammankoppla detta med den känslan som respondenterna uppenbarligen är ute efter att uppleva. För många av de intervjuade var själva rörelsen av folk och allt festande runt omkring VM det stora skälet till själva resan. Bland annat säger Respondent B att han reste ner för att ”*uppleva stämningen, dricka öl och ha allmänt trevligt*” sedan tillägger han att ”*fotboll kan jag lika gärna se hemma, det är för stämningen jag reste ner*”. De flesta av svaren på frågan om de reste ner på grund av själva fotbollen eller stämningen runt om fick antingen svaret att båda var lika viktiga hos dem som hade biljetter medan de som inte hade några biljetter ansåg att stämningen och all rörelse runt omkring var huvudorsaken för själva resandet. Det var ytterst få som (endast 18.75%) som ansåg att det enda de reste ner på grund av var fotbollen, resterande av biljetthållarna ansåg att fotbollen och allt runtomkring arbetade gemensamt för att locka dit personen i fråga.⁶¹ Även det faktum att ett ”Camp Sweden” har vuxit fram visar på att många av dem som tog sig ner till Tyskland under VM var ute efter lite av en karneval stämning. Det var hela 2000 svenska supportrar som valde denna variant av VM

⁵⁷ Bjelac & Radovanovic (2003) Sid. 262

⁵⁸ Standeven & De Knop (1999) Sid. 73

⁵⁹ Karlsson (1994) Sid.28 f

⁶⁰ Ibid. Sid.186

⁶¹ Personintervjuer 2006-11-14 till 2006-12-05

och det är endast de som var medlemmar i "Camp Sweden" möjligheterna finns att det även var fler där som inte valt att bli medlemmar.⁶²

Åskådarna inom idrottsturismen är många gånger ute efter att uppnå någon form av självuttryckt erfarenhet inom idrotten.⁶³ Undersökningarna visar på att detta är fallet även i denna studie. Bland annat nämner några att de är fotbollsentusiaster och att det var anledningen till att de reste ner till mästerskapen.⁶⁴

Anledningen till att personer väljer att resa till större idrottsevenemang så som exempelvis fotbolls VM har Dr Joseph Kurtzman och John Zauhar sammanställt i fyra kategorier (Se avsnitt 3.1). Den här studien visar på att de vanligaste anledningarna till att respondenterna i denna studie är där på grund av den fysiska motivationen (att se idrotten) och personliga motivationer (den sociala biten).

De fortsätter med att dela in detta i en form av psykologisk aspekt av vad som lockar besökarna.

- Aggression
- Relation
- Dominans
- Behov av igenkänning

Den kategori som blir mest relevant för denna studie är den dominanta. Den dominanta idrottsturisten tenderar att vara en typisk åskådare och vill helst vara längst fram där det händer.⁶⁵ Denna studie visar på att de som rest ner till VM samtliga är mycket intresserade av att vara längst fram i centrum och bland annat nämner Respondent I att han reser till Tyskland "För att följa Sveriges matcher live och den 12e spelaren".⁶⁶

Enligt Zheljko Bjelac och Milan Radovanovic finns det tre grupper de ansvariga måste ha i åtanke innan, under och efter större idrottsevenemang.

1. Idrottsmännen och -kvinnorna som är de direkta utövarna, deras förbund och de officiella delegationerna så som olympiska kommittén eller FIFA.
2. Publiken som besöker och ser på evenemanget, många av dessa är turister.
3. Sportreportrar samt andra journalister, som observerar vad som händer under idrottsevenemanget, de står för en kompetent del av marknaden.⁶⁷

I denna studie har mindre undersökningar av samtliga dessa genomförts, idrottsmännen, (svenska landslaget) publiken och reportrarna (TV4). Dessa undersökningar blev dock inte så omfattande så resultaten kan tyvärr bara ge en liten bild av hur verkligheten kan se ut.

⁶² <http://www.campsweden.se/news.asp?id=388> 2006-11-14

⁶³ Kurtzman & Zauhar (2005) Sid. 22

⁶⁴ Personintervjuer 2006-11-14 till 2006-12-05

⁶⁵ Kurtzman & Zauhar. (2005) Sid. 27-28

⁶⁶ Enkät via e-post med Respondent I 2006-11-29

⁶⁷ Bjelac & Milan Radovanovic (2003) Sid. 267

1. Idrottsmännen hade lite ledig tid på platsen och de få dagar de väl var lediga valde många av dem att vila upp sig eller endast gå ner till Bremen centrum för att ta det lite lugnt. Det fanns även vissa aktiviteter inplanerade för de aktiva så som besök på Mercedes fabrik och att spela Golf.⁶⁸

2. Publiken kan ses som turister men enligt denna studie var personerna som besökte VM inte särskilt intresserade av att turista utan detta blev en kringaktivitet till huvudaktiviteten fotbolls VM. De attraktioner som besöktes var bland annat Berlin muren, Brandenburger Tor (anledningen till detta kan vara den storbildsskärm som visade matcher där under evenemanget) under der linden, och en kyrka i Köln som låg precis bredvid järnvägsstationen. Men några av besökarna valde att inte besöka några turistattraktioner över huvud taget.⁶⁹

3. Medias lediga tid nere var inte särskilt lång, enligt Astrid Månsus som arbetar som resekoordinator på TV4 så hade inte de utsända reportrarna någon fritid alls. När reportrarna väl var lediga skulle de förflytta sig mellan de olika VM städerna. "Eftersom jag bokade alla resor och hotell och med facit i hand och alla ändringar som gjordes under resans gång så kan jag lova att det inte fanns någon fritid att tala om."⁷⁰

5.2 Modeller för idrottsturistande

Sean Gammon och Tom Robinson har i sin artikel *Sports and Tourism: a Conceptual framework* tagit fram en modell för att klassificera de olika besökarna på idrottsevenemang (se figur 3.1). Den del som kan tänkas bli mest intressant för denna studie är nog främst den passiva delen i den hårda definitionen av Sport tourism, men några går även att lägga in i andra delar. Det har även gjorts en utvecklad modell av denna modell av Glenn James McCartney i hans artikel *Hosting a recurring mega-event: Visitor Raison d'être* (se figur 3.2).

Klassificering av besökarna på fotbolls VM

Denna studie har tänkt ta modellen ännu ett steg längre och klassificera besökarna beroende på om de har varit på någon av matcherna eller endast åkte ner för stämningen. I studien har jag valt att göra ännu en vidareutveckling av den ursprungliga modellen, (den av Sean Gammon och Tom Robinson figur 3.1) men denna gång att utgå från den redan utvecklade modellen (Glenn James McCartney figur 3.2) och göra en modifikation av den. Samtliga intervjuade kommer att hamna in under den hårda definitionen av Sport tourism men där delas de in i passiva/aktiva beroende på om de varit på någon av matcherna i VM.

Sport Tourism

Denna sektion är tillägnad för att analysera de individer och/eller grupper av människor som aktivt eller passivt deltar i tävlingsinriktad eller rekreativ idrott, medan de reser och stannar på platser utanför deras vanliga miljö.⁷¹ Denna studie har tänkt ta modellen ännu

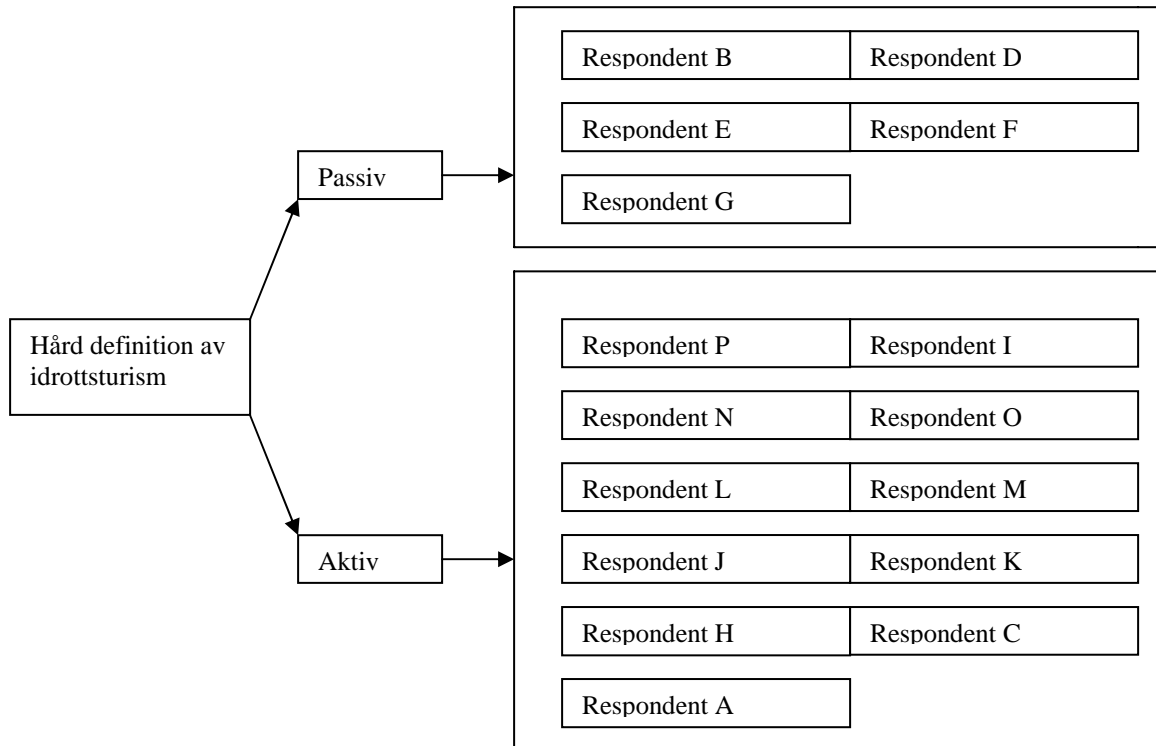
⁶⁸ Enkät via E-post med Thomas Saleteg Internetansvarig på Svenska fotbollsförbundet 2006-11-30

⁶⁹ Personintervjuer 2006-11-14 till 2006-12-05

⁷⁰ Enkät via E-post med Astrid Månsus Resekoordinator på tv4 sporten 2006-12-05

⁷¹ Gammon & Robinson (2003) Sid. 23

ett steg längre och klassificera besökarna beroende på om de har varit på någon av matcherna eller endast åkte ner för stämningen. Anledningen till att de som besökt matcher som publik räknas som aktiva enligt mig är relativt enkel. Publiken är alltid delaktig i matcher och rankas bland annat i fotbollen som den 12e spelaren. Ett mästerskap utan publik skulle inte vara lika mycket värt för en idrottsman och genom ett bra publikstöd kan ett lag nå oanade höjder. Bland annat kan nämnas Sydkoreas bedrift att ta sig till semifinal vid världsmästerskapen i fotboll 2002 på hemmaplan (egen notering).



Figur 5.1 (Klassificering av besökarna på fotbolls VM, egen utveckling av Sean Gammon och Tom Robinsons modell).

6 Resultat

De resultat studien har kommit fram till har om möjligt förändrat min bild av idrottsturister. Syftet med studien var är att få reda på varför folk väljer att resa till VM i fotboll, samt vad som lockar vid sidan fotbollen. Min första tanke med detta är att de reser på grund av ett genuint intresse av fotboll. Men som jag har uppmärksammat i tidigare undersökningar och uppsatser jag har skrivit, så kan det även vara själva evenemanget i sig som lockar, alltså inte fotbollen utan rörelsen av den stora massan av människor. I studien läggs märke till att flertalet av dem som rest till VM gjort det av två anledningar, dels på grund av fotbollen men även en stor del för känslan med all stämning runt omkring. Bland annat nämner Respondent C att ”*Bra fotboll upplevs på TV och bra stämning upplevs live*”.

Frågeställningen i uppsatsen var:

- Varför reser folk till Världsmästerskapen i fotboll och vad lockar vid sidan av fotbollen?
- Vad karaktäriserar en besökare av fotbolls VM?
- Vilka resebolag anordnade resor till fotbolls VM?

Dessa skall besvaras i tur och ordning här nedan.

Anledningen till att personer väljer att resa till Världsmästerskapen i fotboll är blandad. Många åker givetvis för att gå på fotboll men det är även en mycket tilldragande faktor med allt folk i rörelse runt om arenorna och i staden. Studien visar på att personer åker ner till mästerskap utan biljetter och utan en tanke på att inhandla någon. Anledningen till att dessa reser ner är själva stämningen som råder på platsen eller i nationen i fråga. Bland annat nämner Respondent B att ”*Å andra sidan fotboll kan jag lika gärna se hemma, det är för stämningen jag reste ner*”. Även flera andra intervjuer i studien visar på att detta är en mycket stor dragningskraft för större mästerskap. Det går därför att säga att det som lockar vid sidan av fotbollen främst är stämningen som är runt mästerskapet. Med tanke på att respondenterna i studien, inte valt att turista i särskilt stor utsträckning kan detta sägas. De intervjuade nämner att det inte fanns tid att turista och om de väl gjorde något turistande var det snarast av en slump. Bland annat var det några som såg Brandenburger Tor, men anledningen till det var främst att det var en storbildsskärm som visade matcher ifrån VM där. Respondenterna nämner att de ofta gick ner i staden och strövade runt men att det tyvärr inte fanns tid att ägna sig åt något regelrätt turistande. Studien visar på att det är en blandning som står i fokus för idrottsturisterna, givetvis kommer alltid fotbollen i första hand då detta är anledningen till att de flesta åkte ner. Men även allt festande runtomkring har sin del i dragningskraften. Idrotten står fortfarande i fokus då de turistmål de såg var på grund av idrotten.

En besökare av fotbolls VM kan lättast kategoriseras som fotbollstokig eller fotbollsentusiastisk man i åldrarna 15 till 34, detta visar både teorin och empirin i denna studie. I boken *Sport Tourism* skriven av Joy Standeven och Paul De Knop, nämns denna kategori av män som den helt klart dominerande gruppen vid idrottsevenemang. Detta visas även i studien då respondenterna var en majoritet av män och samtliga var i dessa åldrar. Givetvis är det svårt att generalisera en sådan grupp och det kan vara tillfälligheter

som spelat in i att de respondenter jag fick tag på är just i dessa åldrar. Samtidigt med tanke på tidigare studier så kanske verkligheten ser ut så. Anledningen till att några respondenter valde att resa ner var bland annat för att de beskrev sig som ”fotbollstokiga” eller fotbollsentusiaster som inte kunde missa chansen att uppleva ett världsmästerskap. Så det går med ibland de respondenter jag har fått tag på att kategorisera de idrottsturister som reser till världsmästerskapen som en man i åldrarna 15 – 34 även om vissa avvikelser kan förekomma.

Det var endast två resebolag i Sverige som fick äran att samarbeta med Svenska fotbollsförbundet, dessa var Steve Perryman Sporttravel och Björk & Boström. Dessa bolag gjorde alla möjliga kringaktiviteter för sina resenärer förutom fotbollen. Bland annat fick de åka på vinprovning olika sightseeing och stora underhållningsshower med olika kända artister inbjudna. Framtiden för dessa bolag verkar mycket ljus om tolkningar skall göras angående antalet som ville resa på detta evenemang. Hela 20 000 förfrågningar angående resor ner till Tyskland kom i samband med fotbolls VM för ett av dessa bolag, antalet biljetter kunde de tyvärr inte gå in på med tanke på ett avtal med Svenska Fotbollsförbundet men det var ett stort antal enligt en av respondenterna.

7 Avslutning

I denna del kommer jag att försöka avrunda uppsatsen, dels genom egna kommentarer, dels ge förslag till fortsatt forskning.

7.1 Slutsats/egna kommentarer

Genom resans gång har slutmålet förändrats flera gånger. Detta berodde främst på mer kännedom om det problem studien avsedde att undersöka och därigenom kunde avgränsningar göras mer korrekt.

Enligt min mening går idrottsturismen en ny värld till mötes, det blir mer och mer personer som åker ner till mästerskap på grund av allt festande runtomkring och faktiskt inte går på några matcher. Anledningen att dessa reser ner är den stora skaran av folk som faktiskt samlas under mästerskap av denna dignitet. Även om många av dessa säger sig ångra att de inte försökte få tag på biljetter så är frågan hur ett mästerskap skulle se ut om dessa personer tog upp alla platser i de lokala hotellen och campningarna? Skulle de som väl köpt biljetter till mästerskapen bli utan sovplats och därigenom bli tvingade att avstå från hela resan? Detta skulle resultera i nästan tomma läktare och hela VM festen skulle försvinna, i alla fall för de aktiva.

Givetvis är detta en väldigt dyster framtidstanke som inte ens jag tror på men chansen finns där. Enligt min mening är de personer som reser ner utan en tanke på att gå på någon match i mästerskapet en större färgklick för hela evenemanget i sig. Dessa supportrar syns ute på gator, bär ofta sitt lags färger och har allt som oftast ett glatt humör (i alla fall de svenska fansen). Dessa supportrar gör att alla kringvården för mästerskapen blir enklare att få ihop rent ekonomiskt, för även om de inte väljer att lägga pengar på biljetter till mästerskapet så genererar de givetvis en inkomst för lokala entreprenörer som måste utstå hela evenemanget och allt där till. Kanske är denna form av idrottsturistande med unga män som reser iväg till evenemang med enda anledningen att festa och ha trevligt här för att stanna.

Det finns saker under resans mål som har gjort mig mer eller mindre besviken med, en kontakt på SVT hade upprättats via e-post med Jonas Karlsson och i svaret på ett e-post angav han att han var beredd att svara på frågor angående medias roll nere i Tyskland. Väl framme vid denna del skickade jag ut frågor till SVT, Tv4, Aftonbladet, Expressen och Sydsvenska Dagbladet. Det enda svar jag fick var från Tv4 där inte ens reporterna själva svarade utan detta gjordes via en resekoordinator. Mer om detta kommer i källkritiken senare.

Personintervjuerna och enkäterna via e-post är jag sammantaget nöjd med, någon speciell anledning till exakt 16 respondenter finns inte utan när studien ansåg sig ha sett ett mönster som kunde påvisas avslutades intervjuerna. Detta kunde möjligtvis ha gjorts vid ett tidigare tillfälle men med tanke på min oro för att utelämna något till slumpen fortsatte intervjuerna. Spridningen av respondenterna blev tyvärr inte särskilt stor men kanske ser verkligheten ut så? Detta är något jag även tar upp i del 7.2 Problem under uppsatsen.

Slutligen vill jag passa på att tacka alla personer som har gjort denna studie möjlig i form av intervjuer, handledning och opponenter. Studien gav enligt min mening svar på de frågor som den avsedde att svara på och hela uppsatsskrivandet har (kanske genom mitt stora intresse) varit mycket trevlig att genomföra.

7.2 Problem under uppsatsen

Givetvis har denna uppsats inte flutit på utan problem och i denna avdelning tänkte dessa tas upp. Det första stora problem uppsatsen fick uppleva var när de ansvariga från Svenska fotbollsförbundet (SFF) skulle nämna om hur många biljetter de släppt till varje match samt hur många av dessa som gick till privatpersoner respektive företag. Dessa siffror vägrade de släppa och hänvisade till att detta var hemligt (detta fick mig givetvis fundersam om över dem hade något att dölja).

Senare intervjuer som gick ut till de två resebolag som fått klartecken av SFF att sälja paketresor hade tyvärr inte de heller någon möjlighet att dela med sig av siffror angående sålda resor och de hänvisade till avtal de har med SFF och med oron att mista möjligheten till framtida evenemang avstod de från att ge ut dessa siffror. Givetvis har även SFF varit mycket hjälpsamma men det jag inte förstår är varför de vägrar släppa dessa siffror?

Enkäterna med media var ett enda stort problem. Enkäter skickades ut till inte mindre än sex olika media byråer som hade bevakning på fotbolls VM svar kom endast av en och då var det inte ens någon av journalisterna som svarat (mer om detta i källkritiken). Det var då helt klart ett mycket stort bortfall i denna kategori.

Personintervjuerna och enkäterna till privatpersoner flöt på mycket smidigt, inte ett enda bortfall kunde rapporteras och detta anser jag är mycket positivt för studiens värde. De problem som studien dock fick uppleva inom detta var när respondenterna kom längre och längre bort i landet, (en person svarade till och med från Peru) och möjligheten till personintervju blev mycket mindre. Sådär efter den empiriska studien så anser jag att det hade varit mycket bra att både gjort en pilotstudie för att kontrollera vilka frågor jag skulle använda mig av och att även istället för att använda mig av e-post gå till väga med hjälp av telefonintervju. Detta är saker jag har lärt mig och förhoppningsvis tänker på till framtida studier.

7.3 Förslag till fortsatt forskning

Efter forskningen på detta ämne, har det dykt upp många saker som skulle vara intresserade av att få reda på, och kanske till och med forska själv på vid ett senare skede. Det som ligger varmast om hjärtat är givetvis hur lokalbefolkningen vid större mästerskap upplever allt folk i rörelse. Även en fortsättning av denna studie skulle vara mycket intressant att genomföra. Det skulle vara mycket intressant att få reda på vad den "äldre generationen" ägnar sig åt när de reser på liknande evenemang. Är det av samma anledning som gruppen i åldrarna 15-34?

7.3 Källkritik

Den kritik jag har till mina källor är följande, med media var bilden inte tillräckligt objektiv då flera av dem som fått mina frågor valde att inte svara. Detta kan ha gjort att bilden av medias evenemang har försämrats. De svar jag fick av Astrid Månsus var mycket förvirrande då jag som privatperson ansåg att det var mycket konstigt att personer i sitt arbete inte fick en enda ledig dag under en månads tid. Detta verkade mycket konstigt och enligt min mening är detta omöjligt då de antagligen hade betydligt mer fritid än vad kanalens ansvariga vet om eller så hade helt enkelt arbete varje dag 24 timmar om dygnet. Det är detta som är svagheten med en sekundär källa, givetvis svarade Månsus helt korrekt utifrån det hon vet men jag har svårt att tro att verkligheten såg ut så.

Intervjuerna via e-post var betydligt sämre än de som var ansikte till ansikte då mycket försvann när det inte gick att uppfatta skratt och andra detaljer som läggs märke till under en "vanlig personintervju". Givetvis skulle det vara mycket svårare att genomföra djupintervjuer med samtliga respondenter då de är bosatta på olika orter runt om i Sverige, men det skulle ha varit intressant att se vart dessa intervjuer hade hamnat då.

Referenser

Tryckta Källor:

Blom, T & Nilsson, M (2005) *Turismens historia & utveckling*. Malmö: Liber ekonomi, 2005

Carlsson, Berit (1991) *Kvalitativa forsknings metoder för medicin och beteendevetenskap*. Solna : Almqvist & Wiksell, 1991

Ely, Margot. (1993) *Kvalitativ forskningsmetod i praktiken – Cirklar inom cirklar*. Lund : Studentlitteratur, 1993

Flowerdew, M (1997) *Methods in Human Geography* Harlow : Longman

Joy Standeven & Paul De Knop (1999) *Sport Tourism*. Champaign, Ill. : Human Kinetics, c1999

Karlsson Sven-Erik. (1994), *Natur och kultur som turistiska produkter - en början till en sociologisk analys*. Karlstad, Högskolan i Karlstad.

Svenning, C (2003) *Metodboken* Eslöv : Lorentz, 2003

Thurén Torsten. (1991). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö, Liber AB

Tidsskrifter:

Journal of sporttourism nr 1 – 2003 Sean Gammon & Tom Robinson *Sports and Tourism: a Conceptual framework*.

Journal of sporttourism nr 4 -2003 Zheljko Bjelac & Milan Radovanovic *Sports events as a Form of tourism product, Relating to the volume and Character of Demand*.

Journal of sporttourism nr 1 -2005 Dr Joseph Kurtzman & John Zauhar *Sport Tourism consumer motivation*.

Journal of sporttourism nr 2 – 2005 Glenn James McCartney *Hosting a recurring mega-event: Visitor Raison d'être*

Journal of sporttourism nr 4 – 2005 Joseph Kurtzman *Sports tourism categories*

Internet:

<http://www.fifa.com/en/history/history/0,1283,5,00.html> 2006-11-06

<http://www.sr.se/cgi-bin/Radiosporten/nyhetssidor/artikel.asp?nyheter=1&programid=2573&Artikel=844445>
2006-12-06

http://www.ut.se/uploaded/template/asp/ut_artikel_mall.asp?version=248345 2006-11-14

<http://www.campsweden.se/news.asp?id=388> 2006-11-14

<http://sydsvenskan.se/sport/kringvm/article166714.ece>

Intervjuer:

Personintervjuer:

2006-11-14

2006-11-15

2006-11-15

2006-11-16

2006-11-16

2006-11-16

Enkäter via E-post:

Gunnar Backlund VM ansvarig på Björk & Boström 2006-11-20

Tommy Gustafsson VD Steve Perryman sportstravel 2006-11-09

Staffan Stjernholm Svenska fotbollsförbundet 2006-11-07

2006-11-29

2006-11-29

2006-11-29

2006-12-01

2006-12-01

2006-12-03

2006-12-04

2006-12-04

2006-12-05

2006-12-05

Bilaga 1

Brev enkät

Hejsan! Jag heter Jonas Gustafsson och gör en uppsats angående "idrottsturism - med fokus på Världsmästerskapen i fotboll" vid Karlstads Universitet. Denna är på C - nivå inom turism, jag har tidigare intervjuat (Respondent) och han/hon berättade att du var nere på fotbolls VM i sommar. Jag hoppas därför att du kunde svara på några frågor angående just detta VM.

1. Namn?
2. Ålder?
3. Varför valde du att resa till fotbolls VM i Tyskland?
4. Var du på några matcher?
 - A. Om ja vilka och hur fick du dina biljetter?
 - B. Om nej vad var det då lockande med fotbolls VM?
5. Väl nere i Tyskland, hur länge stannade du på varje plats och vilka städer var du i?
6. Besökte du några typiska sevärdheter under de dagar du var nere i Tyskland? Om ja vilka?
7. Vad lockade mest själva fotbollen eller all rörelse och folk runt omkring?
8. Hur upplevde du din resa?
9. Hur mycket pengar kostade resan för dig uppskattningsvis? Inklusive boende, mat, matchbiljetter och andra nöjen.
10. Hur ordnade du din resa, genom researrangör eller privat?

Det vore även mycket snällt om du kunde rekommendera en person som du vet var nere i Tyskland under VM för en intervju

Tack så hjärtligt för hjälpen

MVH
Jonas Gustafsson

Frågor personintervjuer

1. Namn?
2. Ålder?
3. Varför valde du att resa till fotbolls VM i Tyskland?
4. Var du på några matcher?
 - A. Om ja vilka och hur fick du dina biljetter?
 - B. Om nej vad var det då lockande med fotbolls VM?
5. Väl nere i Tyskland, hur länge stannade du på varje plats och vilka städer var du i?
6. Besökte du några typiska sevärdheter under de dagar du var nere i Tyskland? Om ja vilka?
7. Vad lockade mest själva fotbollen eller all rörelse och folk runt omkring?
8. Hur upplevde du din resa?
9. Hur mycket pengar kostade resan för dig uppskattningsvis? Inklusive boende, mat, matchbiljetter och andra nöjen.
10. Hur ordnade du din resa, genom researrangör eller privat?

Brev Media

Hejsan (Respondent)! Jag heter Jonas Gustafsson och går fjärde året på Turismprogrammet på Karlstads universitet. Det har blivit dags för mig att skriva C-uppsats i turism och då har jag valt

att skriva om idrottsturism - med fokus på världsmästerskapen i fotboll. Jag skulle behöva komma i kontakt med några av era utsända reportrar under VM för att gärna få dom att besvara på en enkel fråga.

Vissa teorier inom idrottsforskningen menar på att Press som är nere under större mästerskap även ägnar sig åt andra saker förutom att arbeta. Nu skulle jag vilja veta hur mycket ledig tid du hade nere i Tyskland (kanske timmar /dag eller dagar) och hur du tillbringade denna lediga tid? Jag kommer självklart att skicka till dig hur jag bearbetar svaret så att du får chansen att godkänna de svar du ger.

Tack på förhand!
MVH
Jonas Gustafsson

Brev Svenska Fotbollsförbundet

Hejsan Thomas!

Jag heter Jonas Gustafsson och går fjärde året på Turismprogrammet på Karlstads universitet. Det har blivit dags för mig att skriva C-uppsats i turism och då har jag valt att skriva om idrottsturism - med fokus på världsmästerskapen i fotboll. Jag har tidigare varit i kontakt med Staffan Stjernholm och han nämnde att du möjligtvis kunde hjälpa mig med denna fråga.

Frågan jag har denna gången är om hur Svenska Fotbollslandslaget ägnade sin lediga tid (om dom nu fick någon)? Hade ni några resor till speciella turistmål eller gjordes allt på egen hand? Detta skulle vara mycket bra pga. vissa teorier inom idrottsforskningen visar på att även de aktiva inom större mästerskap kan klassas som Turister.

Tack på förhand
Mvh
Jonas Gustafsson

Brev resebolag

Hejsan (Respondent)! Jag heter Jonas Gustafsson och går fjärde året på Turismprogrammet på Karlstads universitet. Just nu skriver jag en uppsats inom turism på C-nivå. Uppsatsen jag skriver handlar om idrottsturism och fokuserar på Världsmästerskapen i fotboll. De frågor jag har till dig är mer hur ni la upp era resor, hur många resenärer ni hade allt som allt? Väl nere i Tyskland så berättade du att ni hade några kända gäster med på er resa, vad hade dessa för uppgifter under resorna? hur var boendet och vilka städer åkte ni till med era resenärer? Hur marknadsförde ni er? och den största frågan hur lyckades ni som ett av två resebolag att få till ett samarbete med svenska fotbollsförbundet?

Tack så hjärtligt för all hjälp!

MVH
Jonas Gustafsson
jonagust04@student.kau.se