



TURISTEKONOMISK UTVÄRDERING

IIHF Ice Hockey World Championship – Stockholm, Maj 2025







BAKGRUND

Upplevelseinstitutet har på uppdrag av VM Stockholm 2025 AB i samarbete med Stockholm Business Region genomfört en undersökning i samband med IIHF Ice Hockey World Championship på Avicii Arena i maj 2025.

Syftet med undersökningen har bland annat varit att:

- utvärdera de turistekonomiska effekterna av den del av evenemanget som ägde rum i Stockholm.
- utvärdera turisternas inställning till Stockholm.
- mäta i vilken utsträckning evenemanget påverkar stockholmarnas inställning till staden.

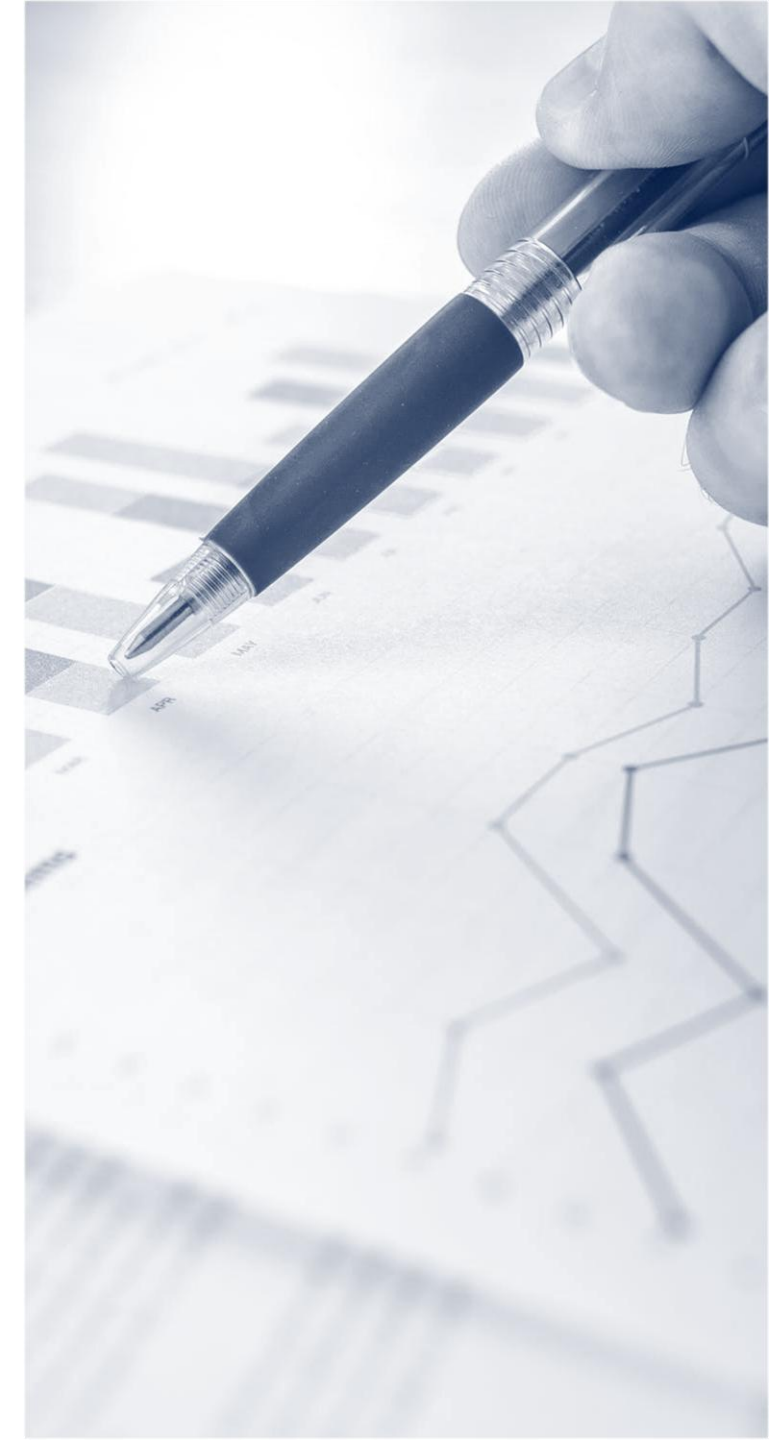
METOD

- Utvärderingen har genomförts med hjälp av en kombination av skrivbordsundersökning och webbintervjuer med biljettköpare.
- Stockholm Live har tagit fram underlag över samtliga biljettköpare och studerat var de kommer ifrån. Sammanställningen har använts som underlag till viktning av besöksgrupper i den stora webbenkäten.
- Webbintervjuer med biljettköpare har genomförts efter att tävlingen avgjorts (eftermätning). Upplevelseinstitutet har erhållit ett slumpmässigt urval av e-mailadresser till biljettköpare från arrangören.
- Frågeformulär och omfattning har bestämts i samråd mellan uppdragsgivaren och Upplevelseinstitutet.
- Undersökningarna har genomförts på svenska och engelska med besökare över 15 år

Svar & fältperiod:

Webbintervjuer

Antal svar totalt:	1.191 svar
Bruttoutskick:	6.996
Nettoutskick (efter studsar, avregistrering, etc.)	6.913
Svarsfrekvens:	17%
Fältperiod:	27 maj till 12 juni, 2025



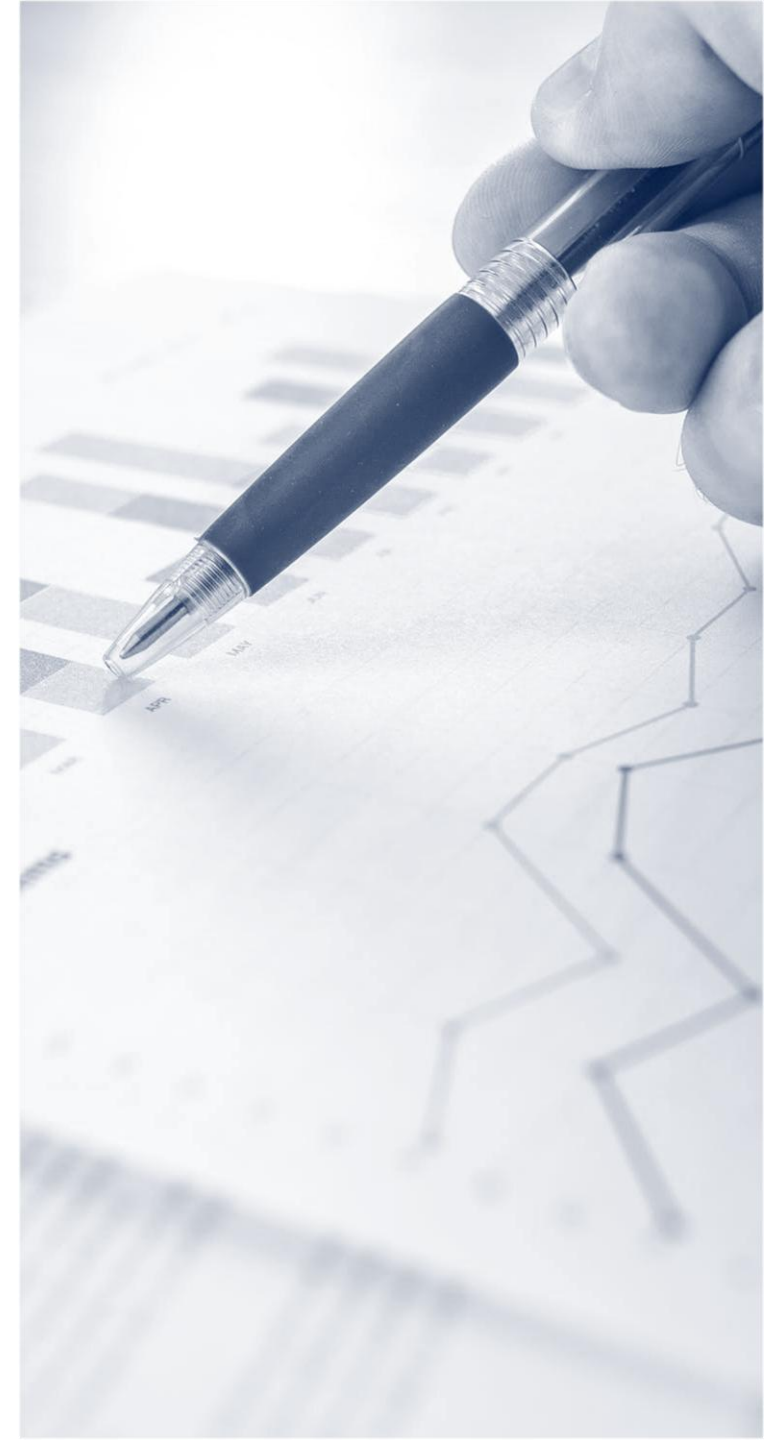
SYFTE & AVGRÄNSNINGAR

Studien är en utvärdering av de turistekonomiska effekterna som tillfördes Stockholms län i samband med IIHF Ice Hockey World Championship i Stockholm i maj 2025. Undersökningen tar sin utgångspunkt i det tillflöde av turister och den konsumtion som annars inte skulle ägt rum (om det ej vore för evenemanget).

Studien omfattas av följande avgränsningar:

- Studien tar i princip endast hänsyn till den direkta konsumtionen, och alltså ej indirekt konsumtion som äger rum i form andrahandskonsumtion (t. ex de medverkande samarbetspartnernas egna konsumtion i området, B2B, etc).
- Studien tar endast hänsyn till den del av den direkta konsumtionen som är att hänföra till turisternas konsumtion, och tar alltså inte hänsyn till lokal konsumtion eller regionens investeringar i infrastruktur, etc.
- Studien redovisar en bruttokonsumtion, och tar ej hänsyn till skatteutjämnningseffekter eller annan omfördelningspolitisk påverkan.
- Studien redovisar ej heller vad den ekonomiska konsumtionen motsvarar i termer av arbetstillfällen, då dessa normalt är av temporär karaktär (projekt/tim-anställning) och sällan ej är beständiga.
- Undersökningen genomförs på svenska och engelska, vilket kan exkludera vissa besökare från möjligheten att medverka i studien.

Kvantifiering av nyckeltal till hela populationen är väsentlig för beräkning av den turismekonomiska omsättningen. Uppdragsgivaren har försett Upplävelseinstitutet med uppgifter om antal sålda biljetter till evenemanget, samt den geografiska fördelningen av biljettköpen.





SAMMANFATTNING ISHOCKEY-VM 2025 (STHLM)

Antal besökare och besök



Totalt sett gjordes det 297.500 besök i samband med ishockey VM och matcherna som spelades i Stockholm.



Publiken såg i genomsnitt 3,31 matcher per person under evenemanget.



Totalt antal unika besökare som såg matcher var därmed ca 89.800 personer. 34% av besöken gjordes av personer lokalt boende i Stockholms län (30.500 personer), medan resterande 66% definieras som turister (59.300 personer).



Turisterna hade därtill ca 4.900 medföljare med sig till Stockholm. En medföljare är en person som reser med till Stockholm utan att själv titta på evenemanget.



Totalt antal besökare uppgår till 89.800 personer. Antalet besöksstillfällen summerar till cirka 297.500 stycken. Antalet turister uppgår till 64.200 personer (59.300 + 4.900).

Turister



11% av turisterna dagpendlade till Stockholm och ishockey VM. Andelen dagpendlare bland svenska turister var 21% medan den bland utländska var 3%.



89% av turisterna övernattade i samband med besöket till ishockey VM och 98% av de som övernattade gjorde det inom Stockholms län. Övernattarna kan delas in i 77% som bodde kommersiellt och 12% som bodde icke-kommersiellt.



De svenska dagspendlarna gjorde i snitt 1,5 dagsbesök medan de utländska dagspendlarna gjorde 1,0 besök.

De svenska övernattarna tillbringade 3,7 dagar och 2,9 nätter i samband med vistelsen medan de utländska i snitt stannade något längre med 4,5 dagar och 3,7 nätter.



De svenska dagspendlarna spenderade totalt ca 1.876 kr/p under sina 1,5 dagsbesök medan de utländska totalt spenderade 1.251 kr/p under sitt besök.

De svenska övernattarna spenderade sammantaget 9.032 kr/p under sin vistelse (2.441 kr/dygn) medan de utländska i snitt spenderade 12.341 kr/p (2.742/dygn).



De tillresta besökarna bidrog med en total turistekonomi motsvarande cirka 733,6 mkr (inkl. biljetter). Av dessa omsattes 729,9 mkr i Stockholms län och 3,7 mkr i kringliggande län. Om man ej räknade med biljettintäkterna låg turisternas omsättning på 647,8 mkr (av vilket 644,1 mkr i Stockholms län).



96% av de svenska turisterna och 89% av de utländska hade ishockey VM som primär besöksanledning. Den specifika turistekonomin uppgick därmed till 666,9 mkr (587,9 mkr exkl. biljetter).

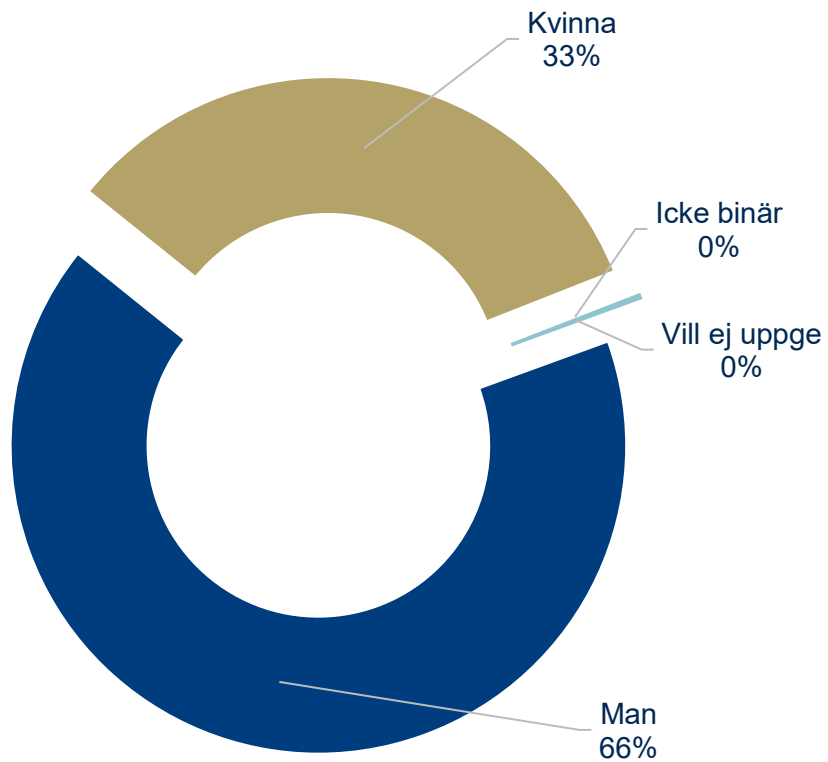




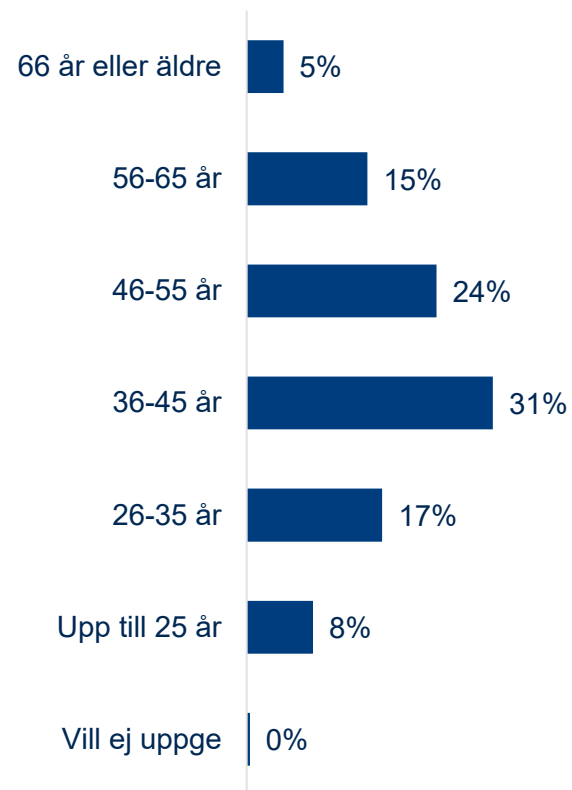
DEMOGRAFI RESPONDENTER

BAS: SAMTLIGA

Kön



Ålder



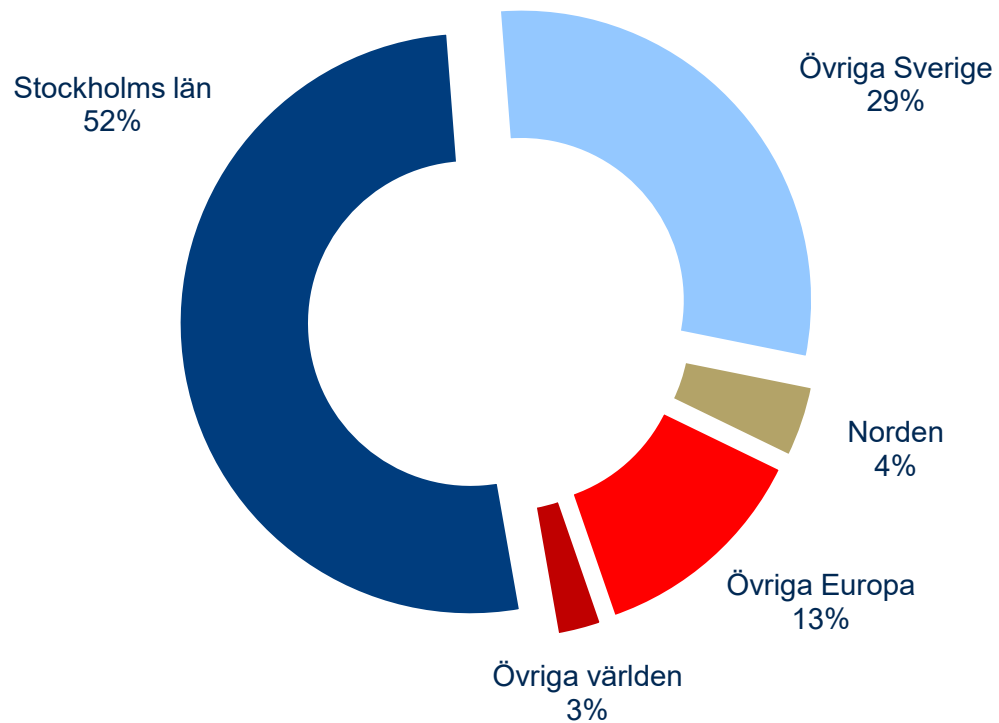
Det var en tydlig majoritet män (66%) bland respondenterna, samtidigt som den genomsnittliga åldern på respondenterna låg på ca 43 år.



DEMOGRAFI RESPONDENTER

BAS: SAMTLIGA

Var bor du? (permanent)



BAS: DE SOM BOR I ANNAT LÄN I SVERIGE

Fördelning län – boende i annat län än Stockholm



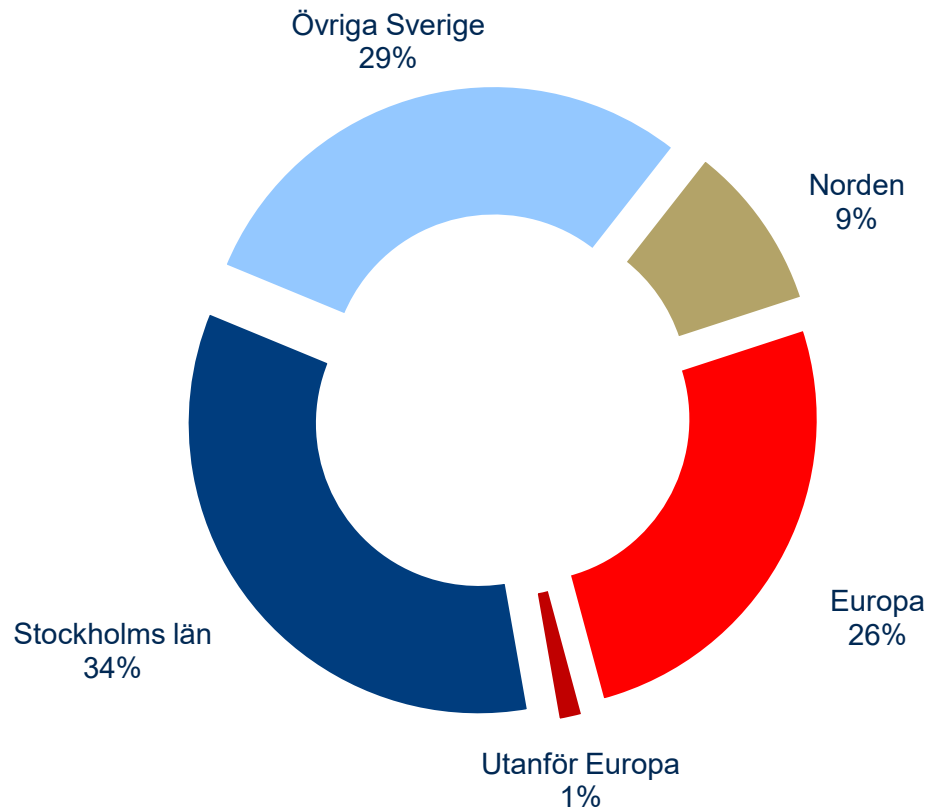
Strax över hälften av respondenterna var hemmahörande i Stockholms län, medan 29% kom från andra län i Sverige. Bland de utomlands boende var 4% bosatta i övriga nordiska länder, medan 13% bodde i andra europeiska länder och 3% från länder utanför Europa.



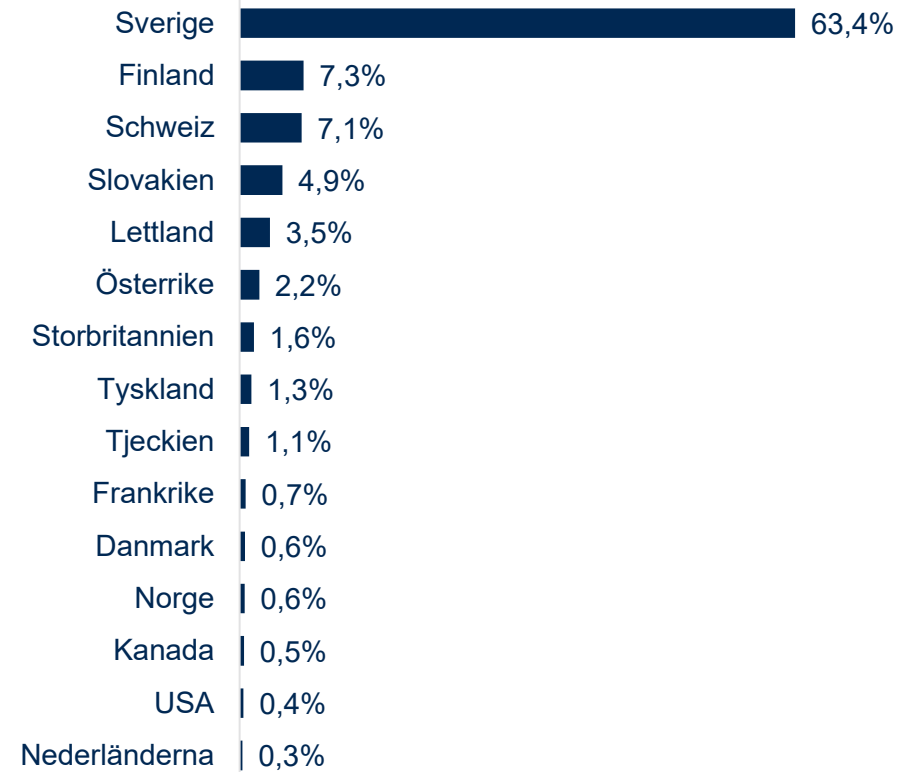
BESÖKSGRUPPER HELA POPULATIONEN

SKRIVBORDSSTUDIE AV SAMTLIGA BILJETTKÖP

Publikens sammansättning (permanent boende)



Topp femton länder



En skrivbordsstudie av samtliga biljettköp under ishockey VM visade att 34% var lokala besökare (från Stockholms län) medan 29% kom från övriga län i Sverige. 9% kom från våra nordiska grannländer, medan 26% kom från övriga länder i Europa och resterande 1% kom från länder utanför Europa. Sammantaget var det därmed en turistandel om ca 66% och en exportandel om ca 37%. Det skall noteras att det var besökare från totalt 79 länder som kom och tittade på evenemanget.

Det är den här fördelningen av besöksgrupper som utgör viktningssgrund för den turistekonomiska beräkningen.

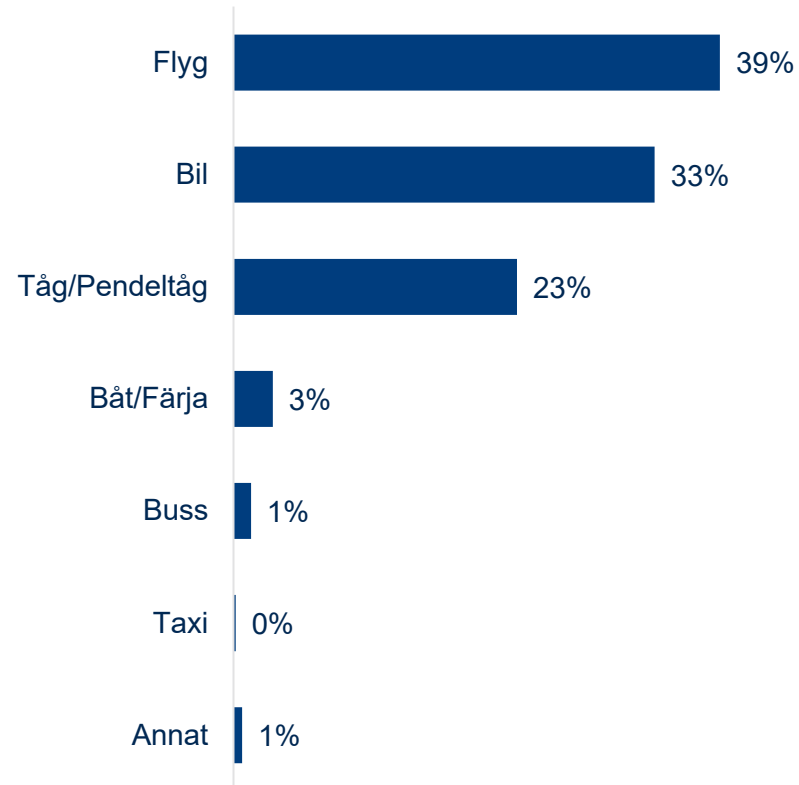


FÄRDSÄTT TILL STOCKHOLM

BAS: TURISTER

Hur åkte du till Stockholm?

(välj det som stämmer på störst del av resan)



Färdssätt i olika besöksgrupper

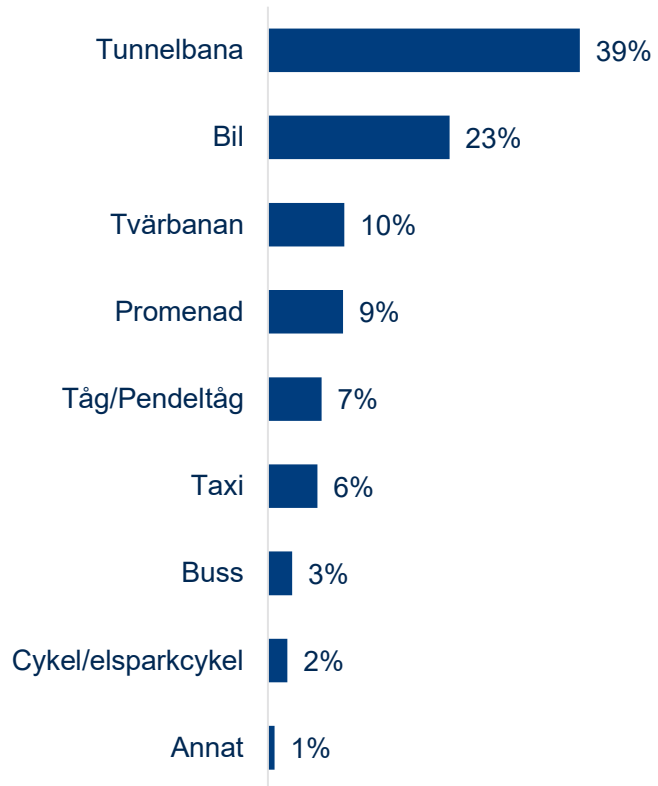
	Dagpendlare	Övernattare SVE	Övernattare UTL
Flyg	1%	14%	83%
Bil	74%	45%	5%
Tåg/Pendeltåg	23%	37%	5%
Båt/Färja	1%	1%	7%
Buss	0%	3%	0%
Taxi	0%	0%	0%
Annat	0%	1%	0%



FÄRDSÄTT TILL & FRÅN EVENEMANGET

BAS: SAMTLIGA

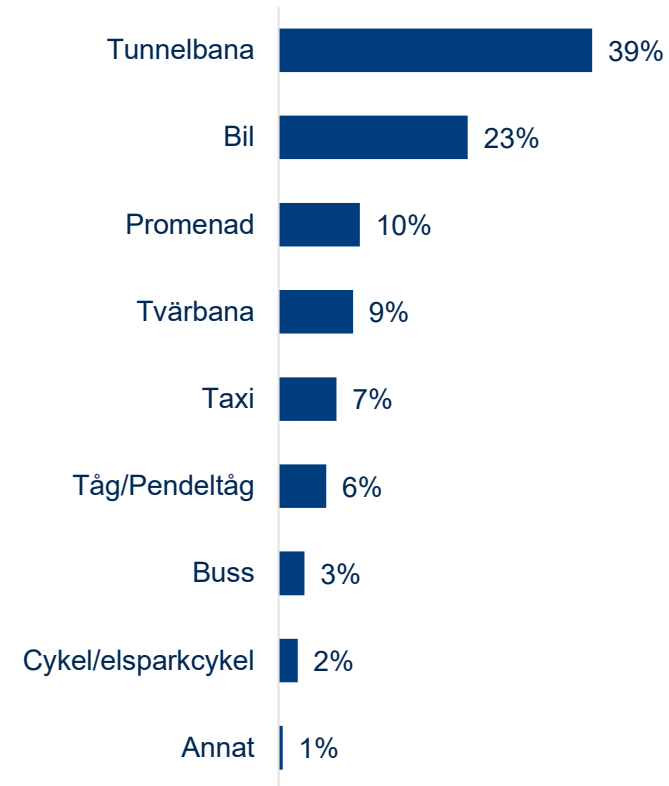
Hur tog du dig till arenan för matchen?



Topp 3 färdsätt i olika besöksgrupper

Dagpendlare	Övernattare SVE	Övernattare UTL
Bil 72%	T-bana 48%	T-bana 54%
T-bana 21%	Promenad 16%	Promenad 14%
Tåg 4%	Taxi 12%	Tåg/pendel 9%

Hur tog du dig från arenan efter matchen?



Topp 3 färdsätt i olika besöksgrupper

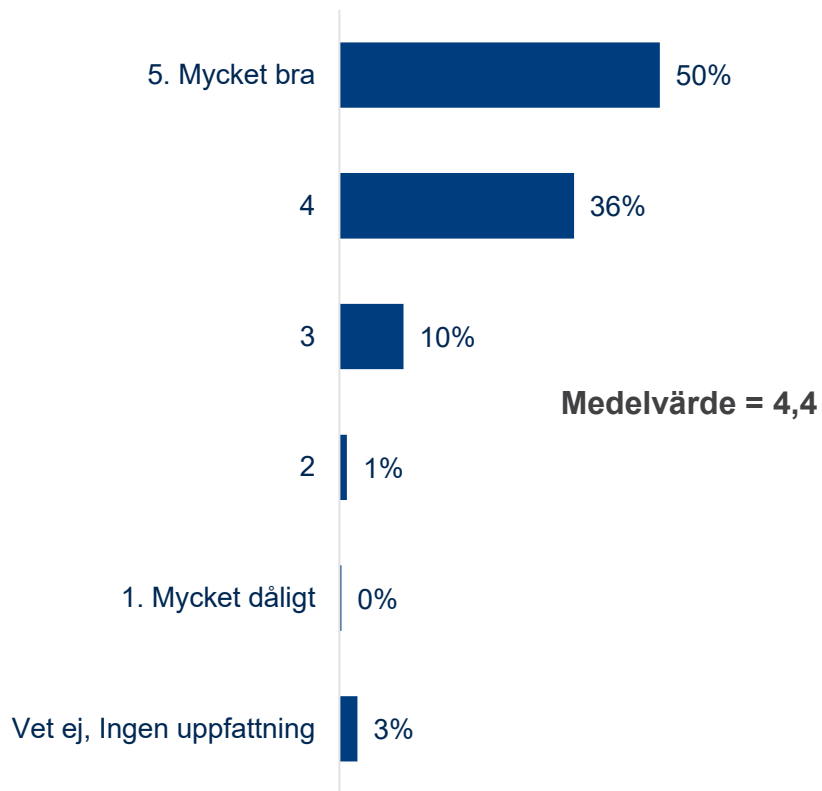
Dagpendlare	Övernattare SVE	Övernattare UTL
Bil 72%	T-bana 47%	T-bana 56%
T-bana 21%	Promenad 17%	Promenad 12%
Tåg 4%	Taxi 14%	Tåg/pendel 9%



LOGISTIKEN KRING ARENAN

BAS: SAMTLIGA

Hur upplevde du logistiken i närområdet runt själva arenan?



Finns det något du tycker var extra bra med logistiken, eller något du tycker kan förbättras för framtiden?

Rent generellt är de flesta kommentarerna positiva, och många tycker att evenemanget flöt på bra. Negativa kommentarer/förbättringsområden är oftast kopplade till "efter matcherna".

Vid genomgång av de vanligaste och viktigaste positiva respektive negativa åsikterna kan vi sammanfatta svaren enligt följande:

Positiva Åsikter:

Bra Skyltning:

Många nämnde att "*det var lätt att hitta till arenan*" medan andra även väver in närheten till arenan som positivt "*nära till arenan från tunnelbanan och bra skyltat*".

Smidigt & bra insläpp vid entréer:

Flera respondenter berömde att insläppet gick smidigt och effektivt, och nämnde saker som "*allt gick smidigt*" och "*snabbt och effektivt vid entrén/dörrarna*".

Bra bemötande/trevlig personal:

Evenemangspersonalen fick mycket beröm. Kommentarer såsom "*trevlig och hjälpsam personal*" och "*det var lätt att hitta och trevlig tydlig personal gjorde att att köerna minimerades*", mm.

Negativa Åsikter:

Köer & trängsel efter matchen:

Flera nämnde att det var långa köer och trängsel efter matchen när alla skulle hem, och då särskilt i anslutning till utgångarna och vid kollektivtrafiken/tunnelbanan. "*Det blev trångt och kaotiskt när alla skulle hem samtidigt*".

Köer till toaletter & kiosker:

Det fanns vissa flaskhalsar, tex bildades det köer till toaletterna samt till matställen. "*Det tog lång tid att få mat*".

Bristande Skyltning och Information:

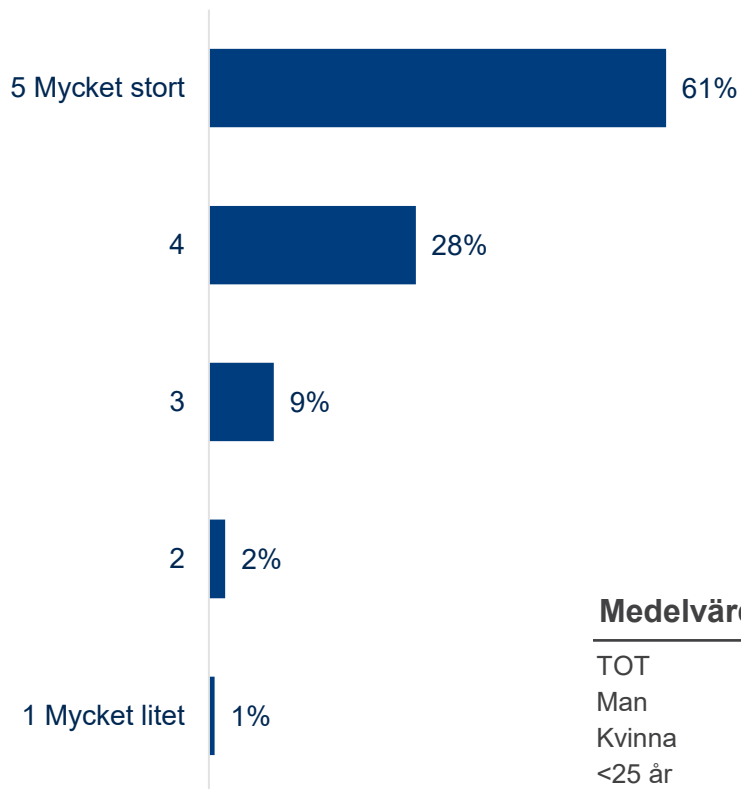
Vissa respondenterna uttryckte behov av bättre skyltning (särskilt till tunnelbanan) och tydligare information.



RELATION TILL ISHOCKEY

BAS: SAMTLIGA

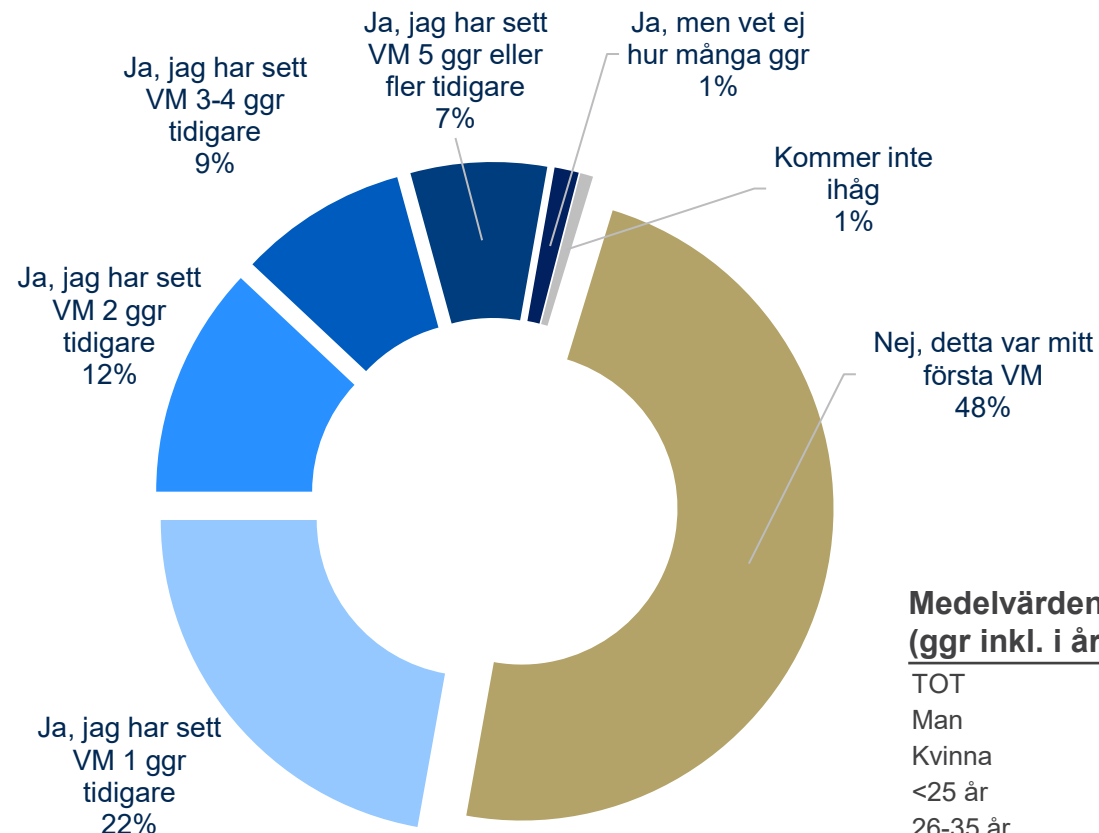
Hur stort intresse har du för ishockey?



Medelvärden

TOT	4,5
Man	4,5
Kvinna	4,3
<25 år	4,3
26-35 år	4,4
36-45 år	4,5
46-55 år	4,4
56-65 år	4,6
>66 år	4,4
DagPend	4,5
ÖverNatt Sve	4,6
ÖverNatt Utl	4,5

Har du besökt något VM i ishockey tidigare? (dvs varit på plats och sett det live)



Medelvärden (ggr inkl. i år)

TOT	2,2
Man	2,4
Kvinna	1,8
<25 år	1,4
26-35 år	1,9
36-45 år	2,0
46-55 år	2,4
56-65 år	2,6
>66 år	3,2
DagPend	1,8
ÖverNatt Sve	2,0
ÖverNatt Utl	2,6

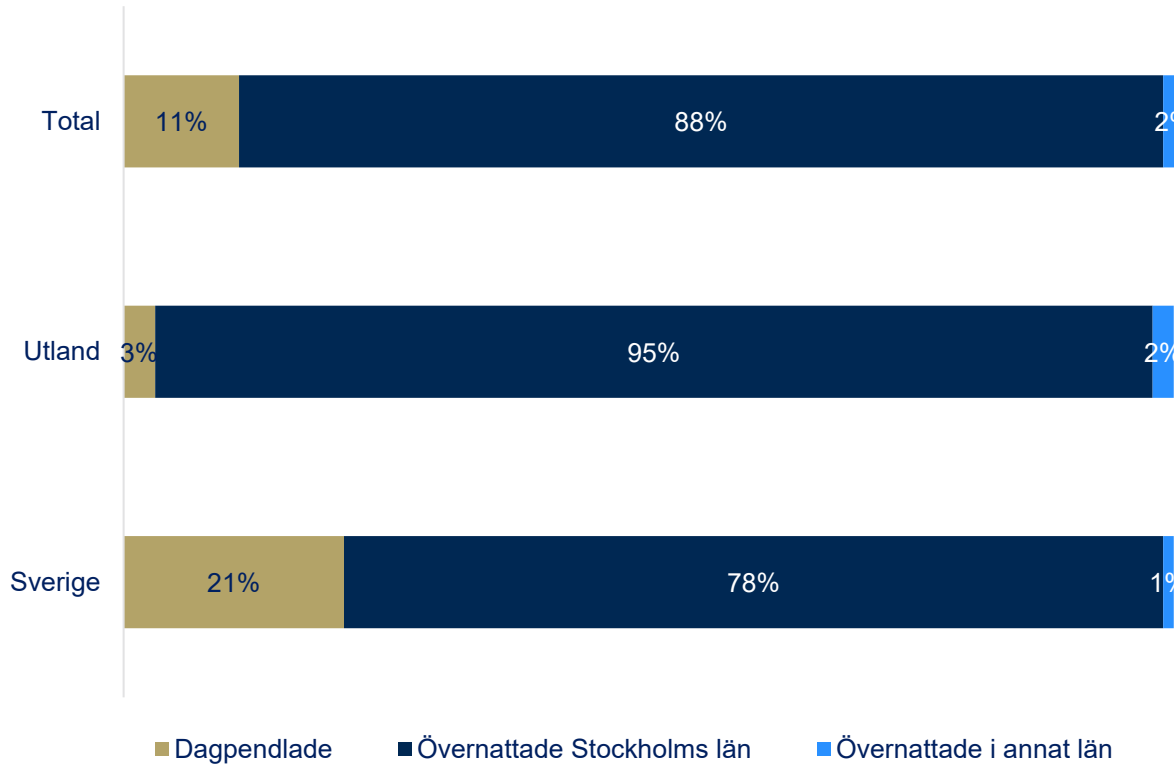




ÖVERNATTARE / DAGPENDLARE

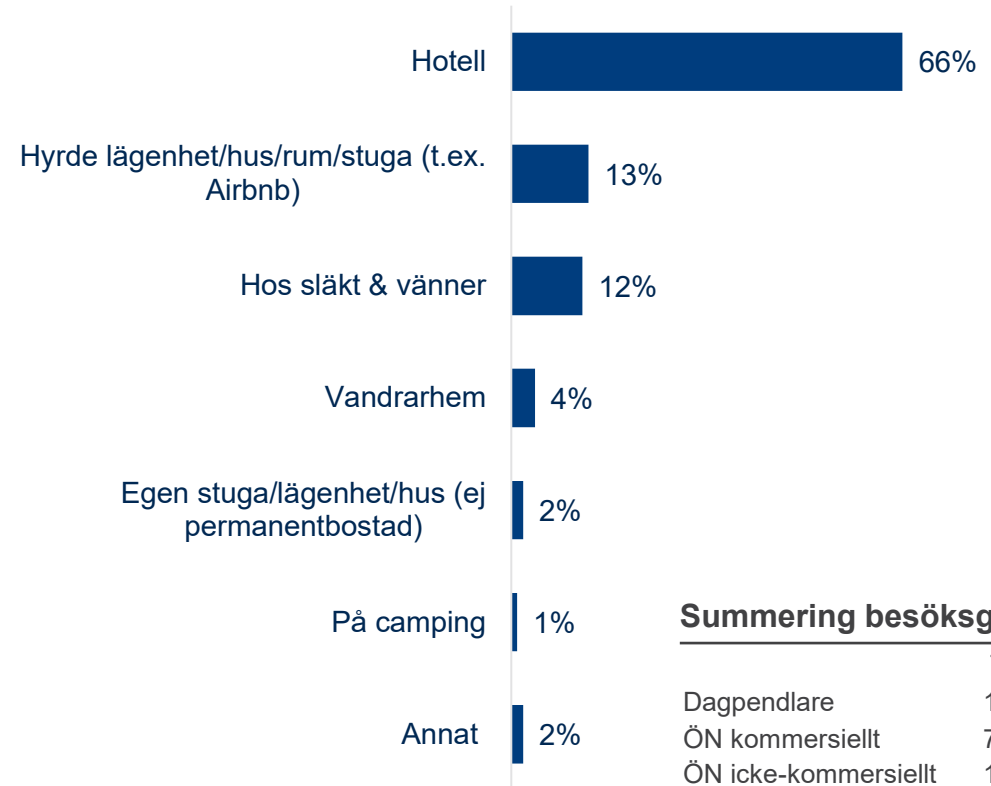
BAS: TURISTER

Besöksgrupp, typ av turist:



BAS: ÖVERNATTANDE TURISTER

Hur övernattarna bodde:



Summering besöksgrupper

	Tot	Sve	Utl
Dagpendlare	11%	21%	3%
ÖN kommersiellt	77%	60%	90%
ÖN icke-kommersiellt	12%	19%	7%

11% av samtliga turister var dagpendlare, dvs de besökte evenemanget över dagen och åkte sedan hem till sin permanentbostad till natten, medan 88% av turisterna övernattade i Stockholms län och resterande 2% övernattade i annat län i samband med besöket. En stor del av de som övernattade bodde på hotell, och sammantaget bodde 86% av de som övernattade kommersiellt medan 14% hade tillgång till icke-kommersiellt boende.

Om vi slår ihop resultaten från de två frågorna ovan kan vi summera hur de olika besökargrupperna fördelar sig på svenska respektive utländska turister. De svenska turisterna bestod av 21% dagpendlare, 60% som övernattade kommersiellt och 19% övernattade icke-kommersiellt. De utländska turisterna bestod av 3% dagpendlare (sannolikt mestadels från Finland), 90% som övernattade kommersiellt och 7% som hade tillgång till icke-kommersiellt boende.

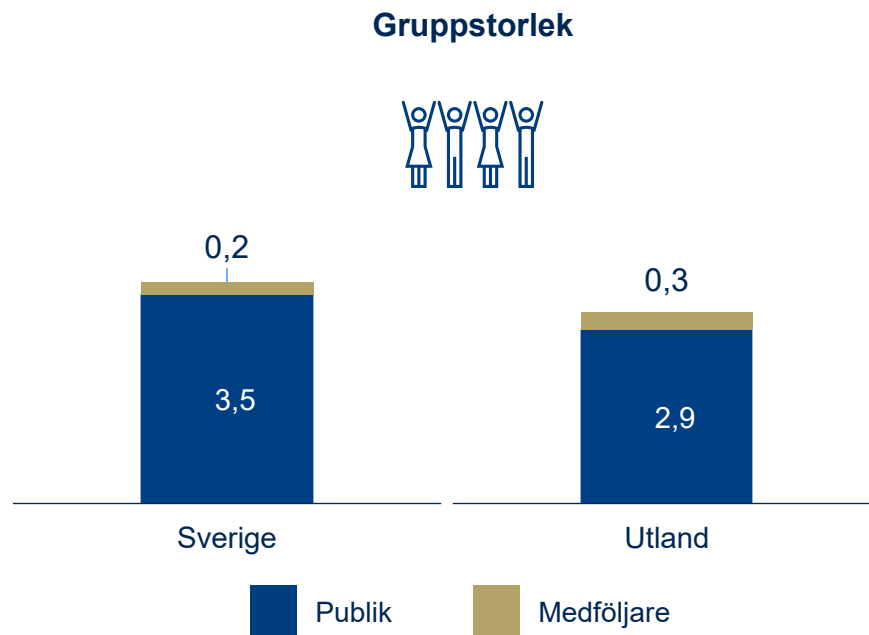


SÄLLSKAP & VISTELSELÄNGD

Bas: Turister

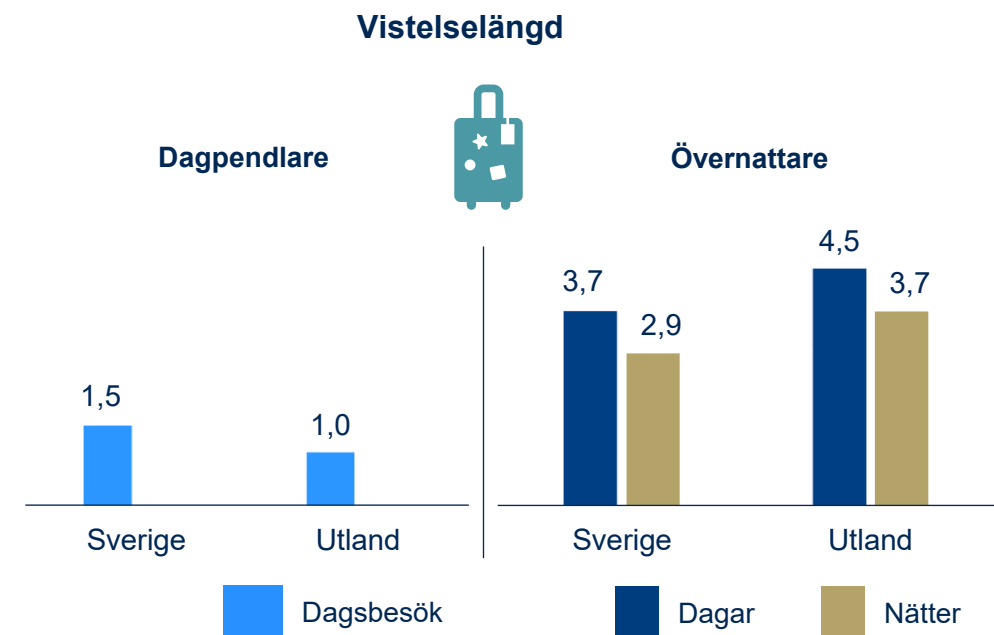
Fråga: Hur många personer var ni i ditt resesällskap då du besökte Stockholm i samband med Ishockey-VM?

- Antal personer i sällskapet som besökte match (inklusive dig själv)
- Antal personer i sällskapet som inte besökte match



Fråga till dagpendlare: Hur många dagar besökte du Stockholm och tittade på matcher i samband med Ishockey-VM?

Fråga till övernattare: Hur många dagar och nätter tillbringade du totalt sett i Stockholms län i samband med besöket till Ishockey-VM? (Räkna med dagarna innan och efter evenemanget också)



Svenska turister kom i genomsnitt i resesällskap om 3,7 personer varav 3,5 besökte match, medan utländska turister kom i sällskap om 3,2 personer av vilka 2,9 besökte match.

Svenska dagpendlande turister gjorde i genomsnitt 1,5 dagsbesök till Stockholm medan utländska dagpendlare gjorde 1,0 dagsbesök.

Övernattande svenska turister stannade i genomsnitt 3,7 dagar och 2,9 nätter i Stockholm, medan utländska turister tillbringade 4,5 dagar och 3,7 nätter i Stockholm.

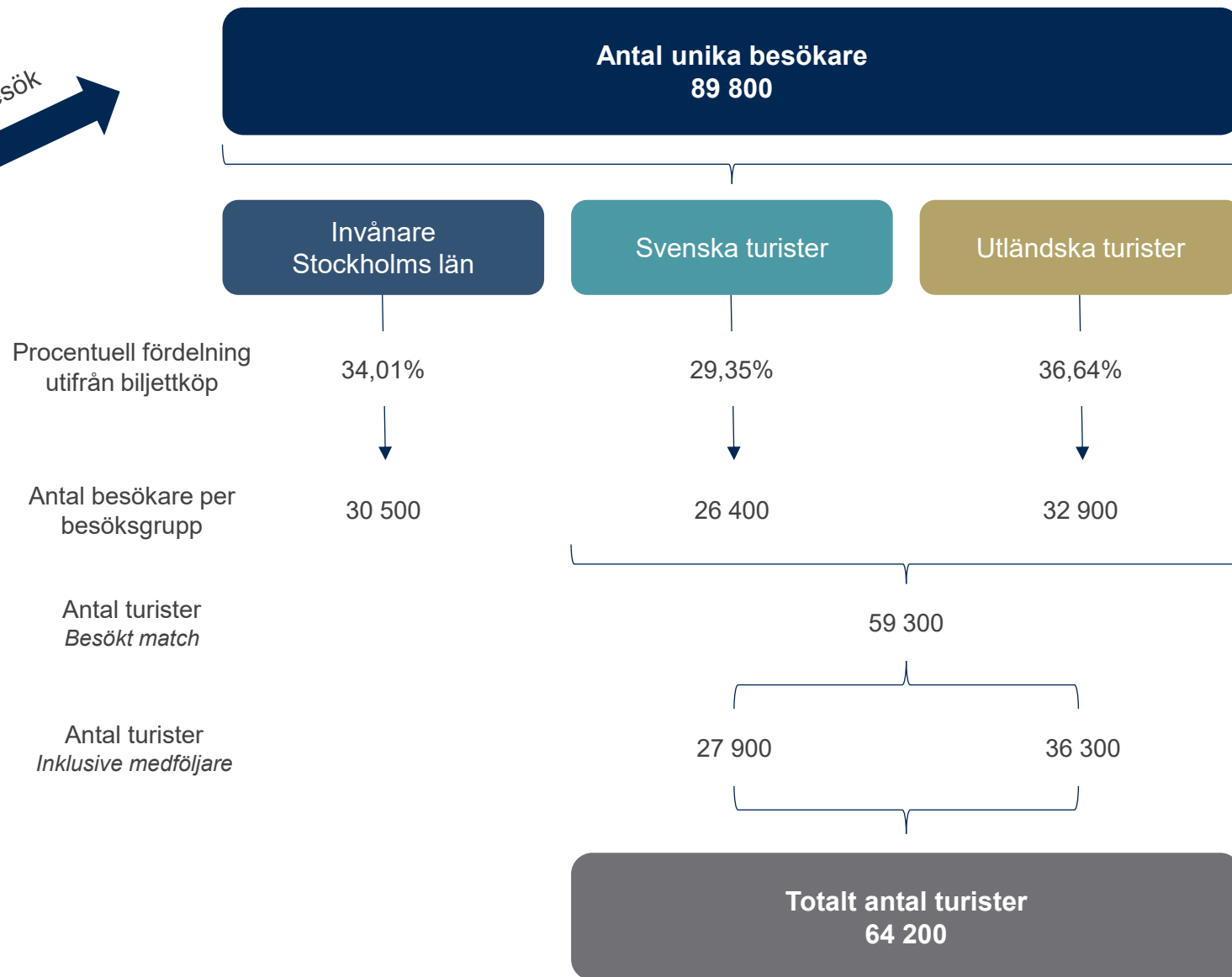
BERÄKNING UNIKA BESÖKARE



3,31 besök

Vid beräkning av antalet unika besökare används uppgifter om det totala antalet besök till Ishockey-VM från arrangören. Undersökningarna visar att det genomsnittliga antalet matchbesök är ca 3,31 per person. Med hjälp av detta kan vi kvantifiera antalet besökare i de olika besöksgrupperna.

Dessutom hade de 59 300 turisterna cirka 4 900 medföljare till Stockholm, vilket innebär att det totala antalet turister i samband med Ishockey-VM uppgår till cirka 64 200 personer.



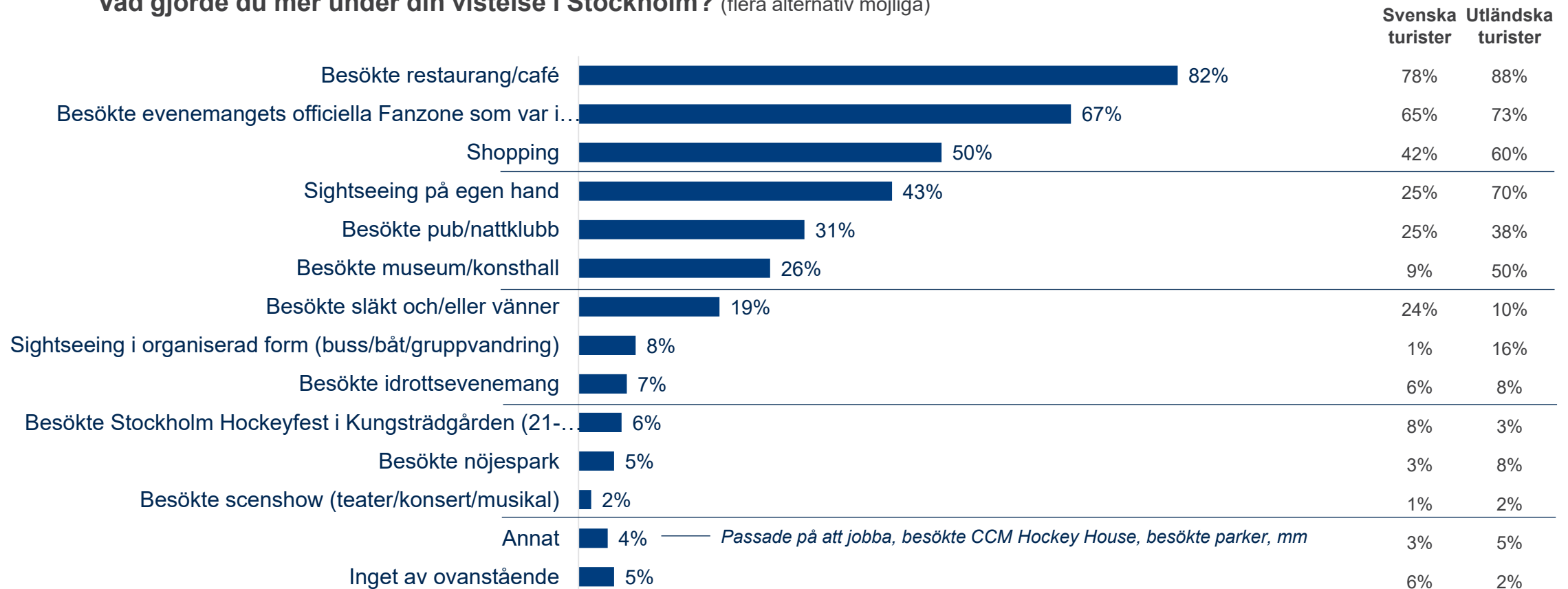




ANDRA AKTIVITETER I SAMBAND MED BESÖKET

BAS: TURISTER

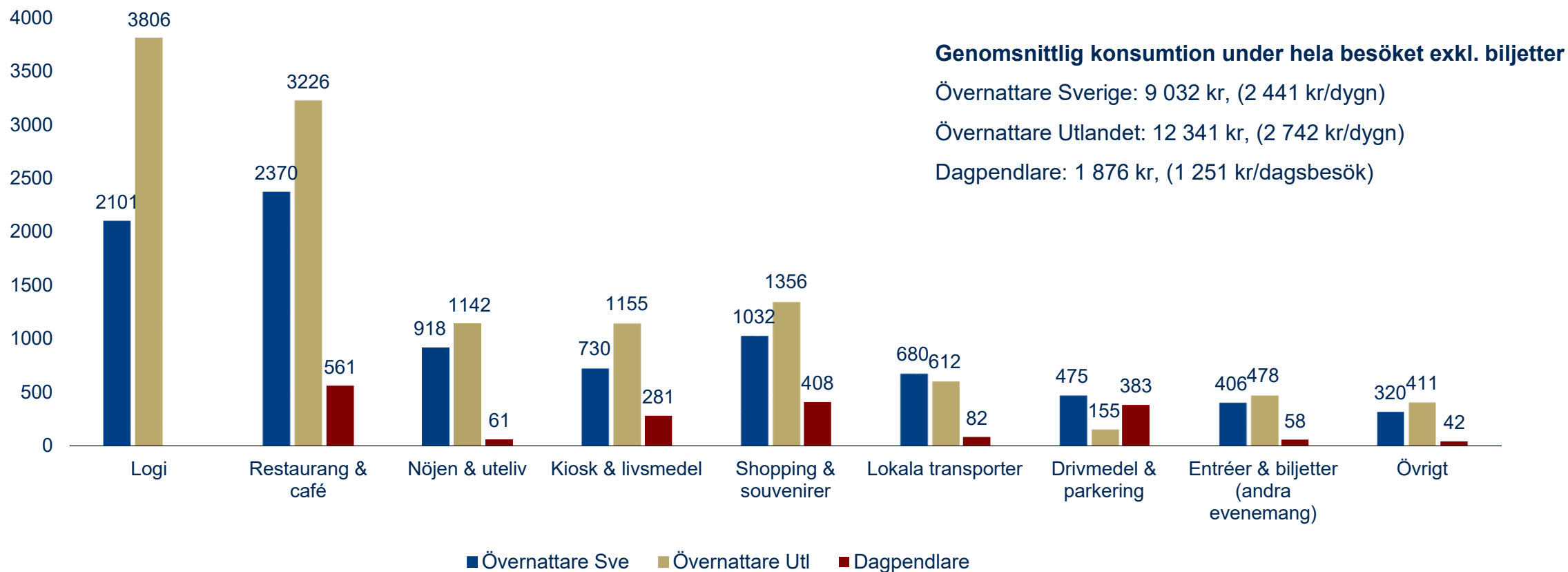
Vad gjorde du mer under din vistelse i Stockholm? (flera alternativ möjliga)





GENOMSNITTLIG KONSUMTION FÖR TURISTGRUPPER

BAS: TURISTER



Fråga: Hur mycket pengar spenderade du totalt under ditt besök i Stockholms län i samband med Ishockey-VM? (totalt belopp för alla dagar du vistades i Stockholms län)
Ange din personliga konsumtion inom respektive område

Biljetter till ishockey VM

Utöver ovanstående köpte en genomsnittlig turist biljetter för knappt 1.500 kr per person (vilket innebär ca 430 kr per match). Dessa köp gjordes primärt online innan evenemanget ägde rum.



TURISTEKONOMISK BERÄKNING

Generell turistekonomisk omsättning i Stockholms län

Exklusive biljetter = 644,1 mkr

Inklusive biljetter = 729,9 mkr

Turistgrupp	Logi & boende	Dagskonsumtion	Total konsumtion exkl. biljetter	Biljetter	Total konsumtion inkl. biljetter
Sverige	45 550 000 SEK	163 955 000 SEK	209 505 000 SEK	38 155 000 SEK	247 660 000 SEK
Utlandet	131 672 000 SEK	302 919 000 SEK	434 591 000 SEK	47 632 000 SEK	482 223 000 SEK
Summa	177 222 000 SEK	466 874 000 SEK	644 096 000 SEK	85 787 000 SEK	729 883 000 SEK

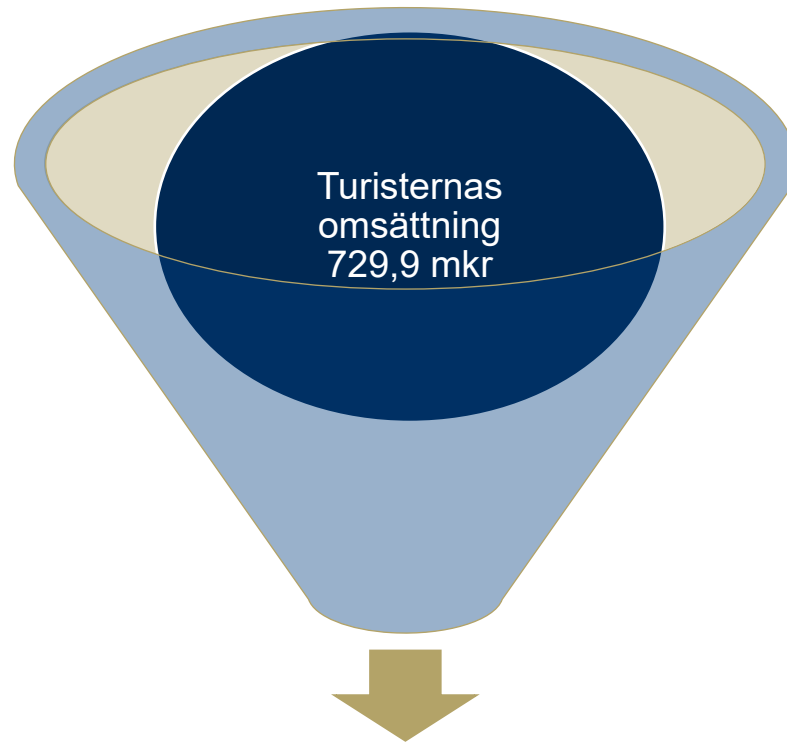
Generell respektive specifik turistomsättning

Den samlade turistomsättningen som omsattes i Stockholms län i samband med ishockey VM beräknas till 729,9 mkr inklusive biljettintäkter (och 644,1 mkr exklusive biljetter.).

Den specifika turistomsättningen är baserad på den del av turisterna som hade ishockey VM som huvudsaklig besöksanledning. 96% av de svensk turisterna och 89% av de utländska uppgav att ishockey VM var deras huvudsakliga anledning att resa till Stockholm. Det ger en specifik turistomsättning om 666,9 mkr (587,9 mkr exkl. biljetter).

Utöver den omsättning som omsattes inom Stockholms län så spenderade turisterna ca 3,7 mkr i kringliggande län till följd av ishockey VM.

TURISTEKONOMISK BERÄKNING



Total skatteeffekt ca 353,1 mkr

Skatt till samhället från Stockholms län

- Kommunala skatter ca 133,0 mkr (skattesats 18,22%)
- Regionskatt ca 90,4 mkr (skattesats 12,38%)
- Statliga skatter & avgifter ca 124,1 mkr (snitt om 17%)
- Kyrkoavgifter & begravningsavgifter ca 5,6 mkr (snitt 0,7%+0,07%)

= 353,1 mkr

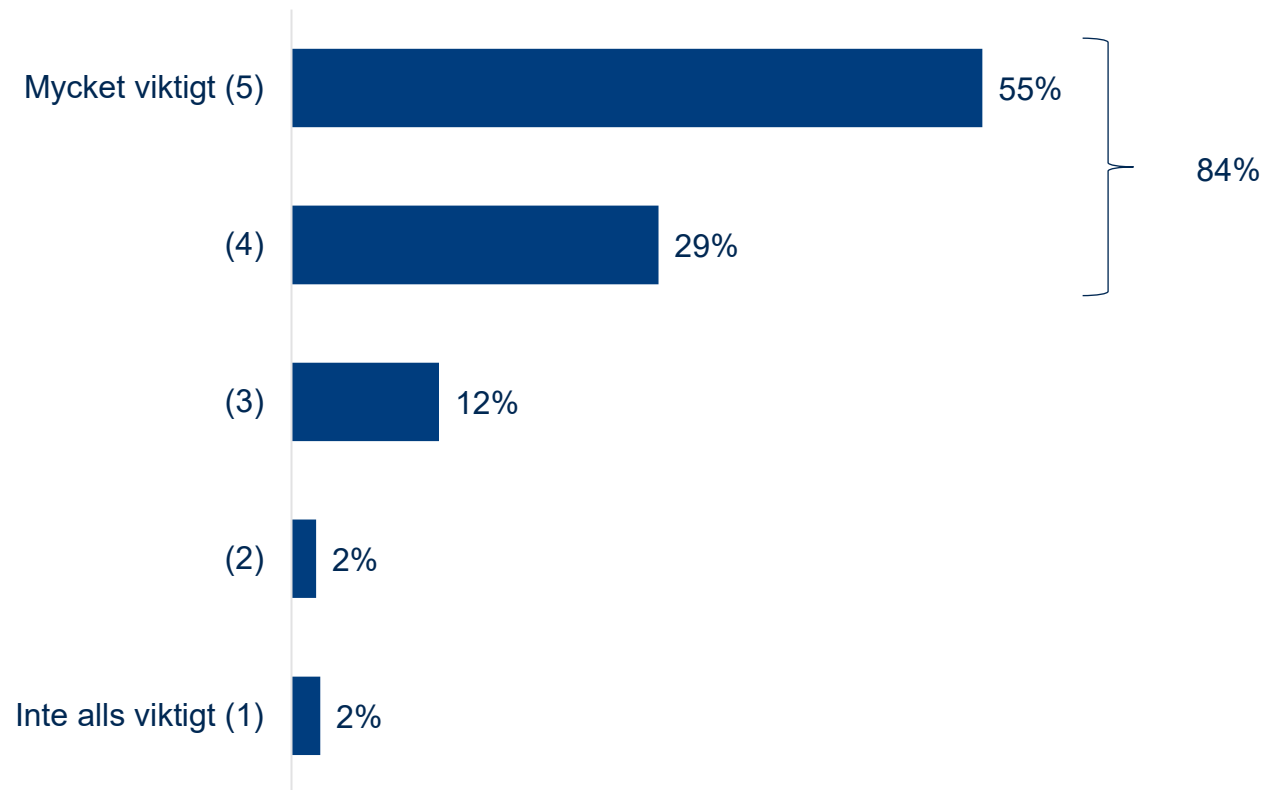




STOCKHOLM SOM EVENEMANGSSTAD

BAS: STOCKHOLMARE

Hur viktigt är det för dig att stora publika evenemang arrangeras rent allmänt i Stockholm?



Medelvärden

TOT	4,3
M	4,3
K	4,3
<25 år	4,3
26-35 år	4,4
36-45 år	4,4
46-55 år	4,3
56-65 år	4,4
>66 år	4,1

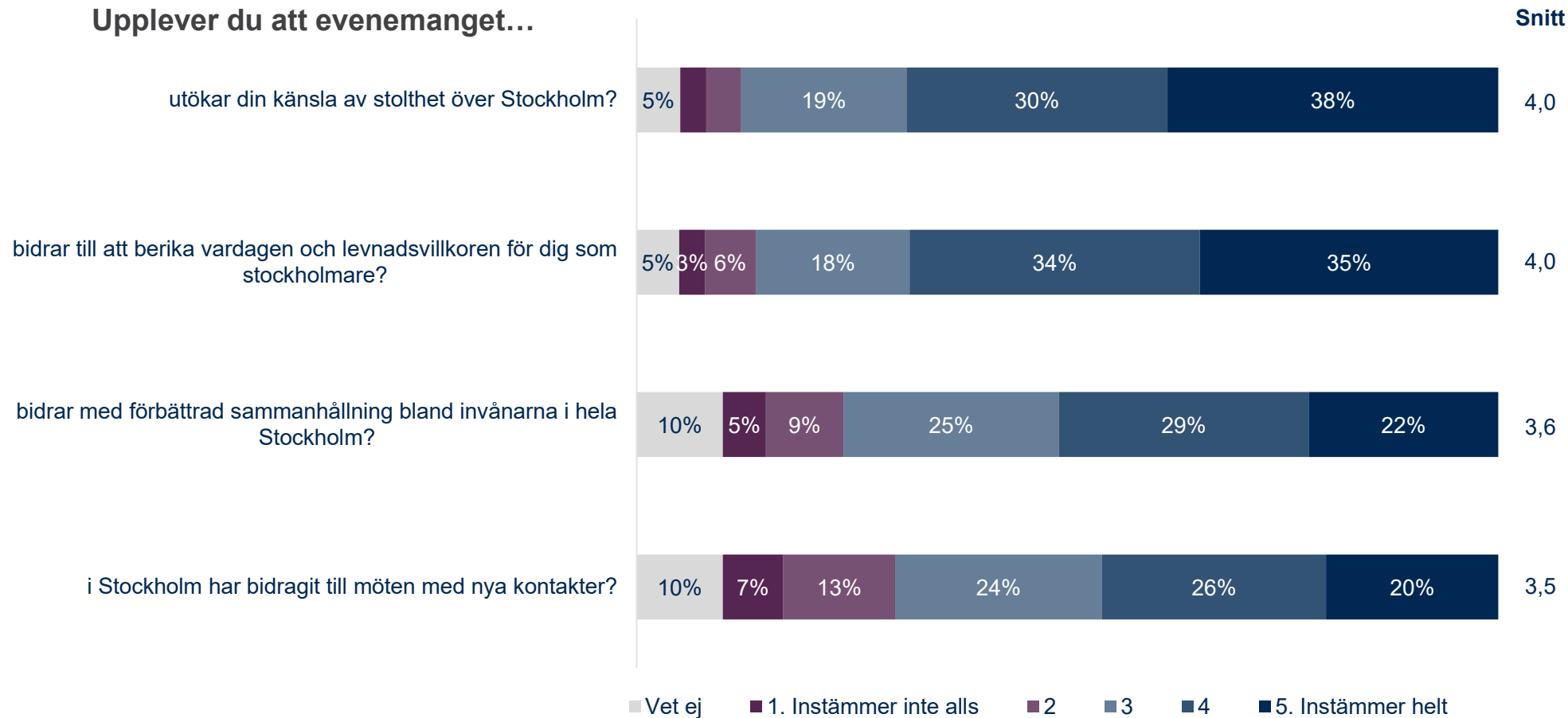
Stockholmarna tycker det är viktigt att det arrangeras stora publika evenemang i Stockholm. Medelvärdet låg på 4,3 och svarsbilden är homogen oberoende av kön och ålder, bortsett kanske från de allra äldsta respondenterna som inte ser det som fullt lika viktigt som övriga.



EVENEMANGETS PÅVERKAN

BAS: STOCKHOLMARE

Upplever du att evenemanget...



Ishockey VM förde med sig flera mjuka värden till stockholmarna. De påståenden som fick starkast instämmande var "evenemanget utökar din känsla av stolthet över Stockholm" (68% gav betyget 5 eller 4, medelvärde om 4,0) samt "evenemanget bidrar till att berika vardagen och levnadsvillkoren för dig som stockholmare" (69% gav betyget 5 eller 4, medelvärde om 4,0).



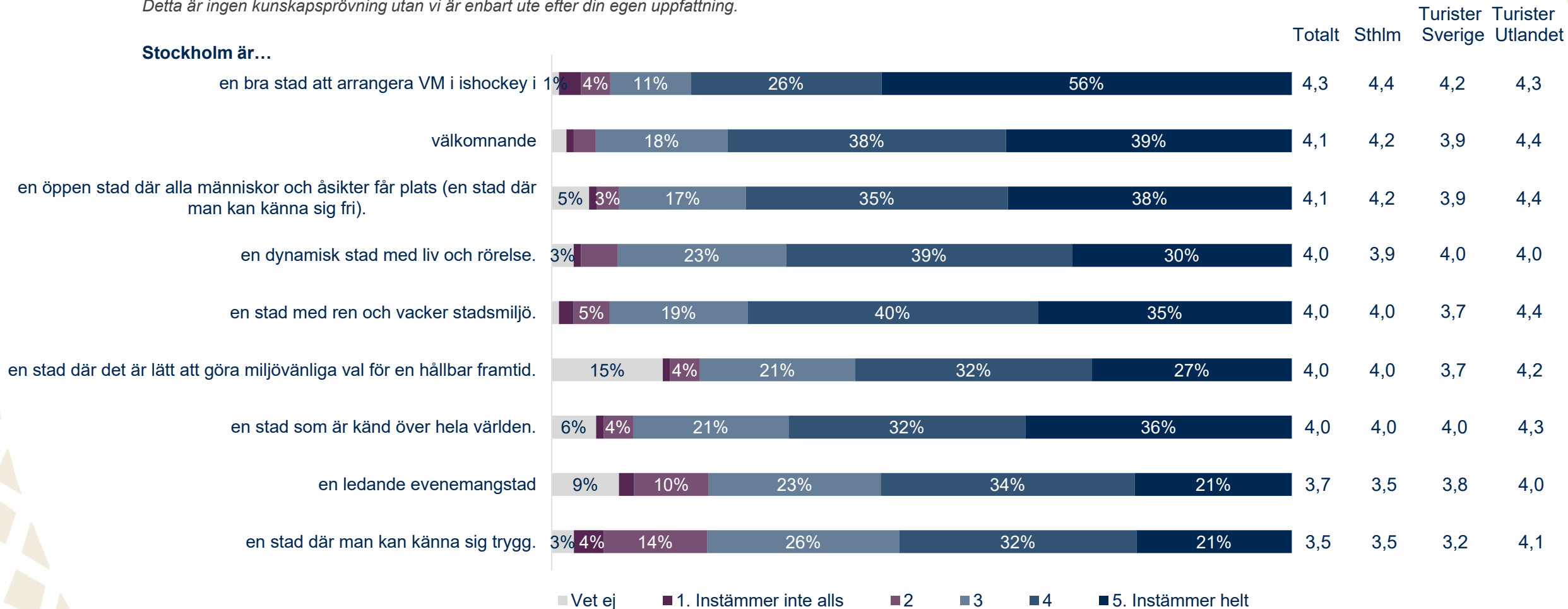
UPPFATTNING OM STOCKHOLM

BAS: SAMTLIGA

Hur väl stämmer följande påståenden med din uppfattning av Stockholm?

Detta är ingen kunskapsprövning utan vi är enbart ute efter din egen uppfattning.

Stockholm är...



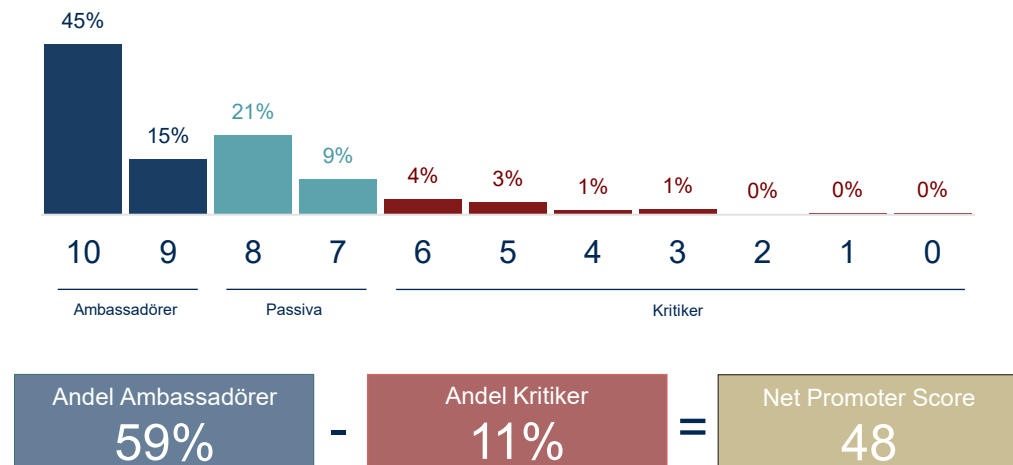
Stockholm fick genomgående fina betyg och högt instämmande av turisterna, rent generellt gav de utländska turisterna högst betyg, följt av de lokala invånarna medan turister från övriga Sverige var något mer återhållsamma i betygssättningen.



NPS – NET PROMOTER SCORE

BAS: SAMTLIGA

Hur troligt är det att du skulle rekommendera en vän att besöka Stockholm?



NPS

TOT	48
Sthlm	58
Sverige	28
Utlandet	54
M	43
K	59
<25 år	51
26-35 år	39
36-45 år	44
46-55 år	55
56-65 år	59
>66 år	40

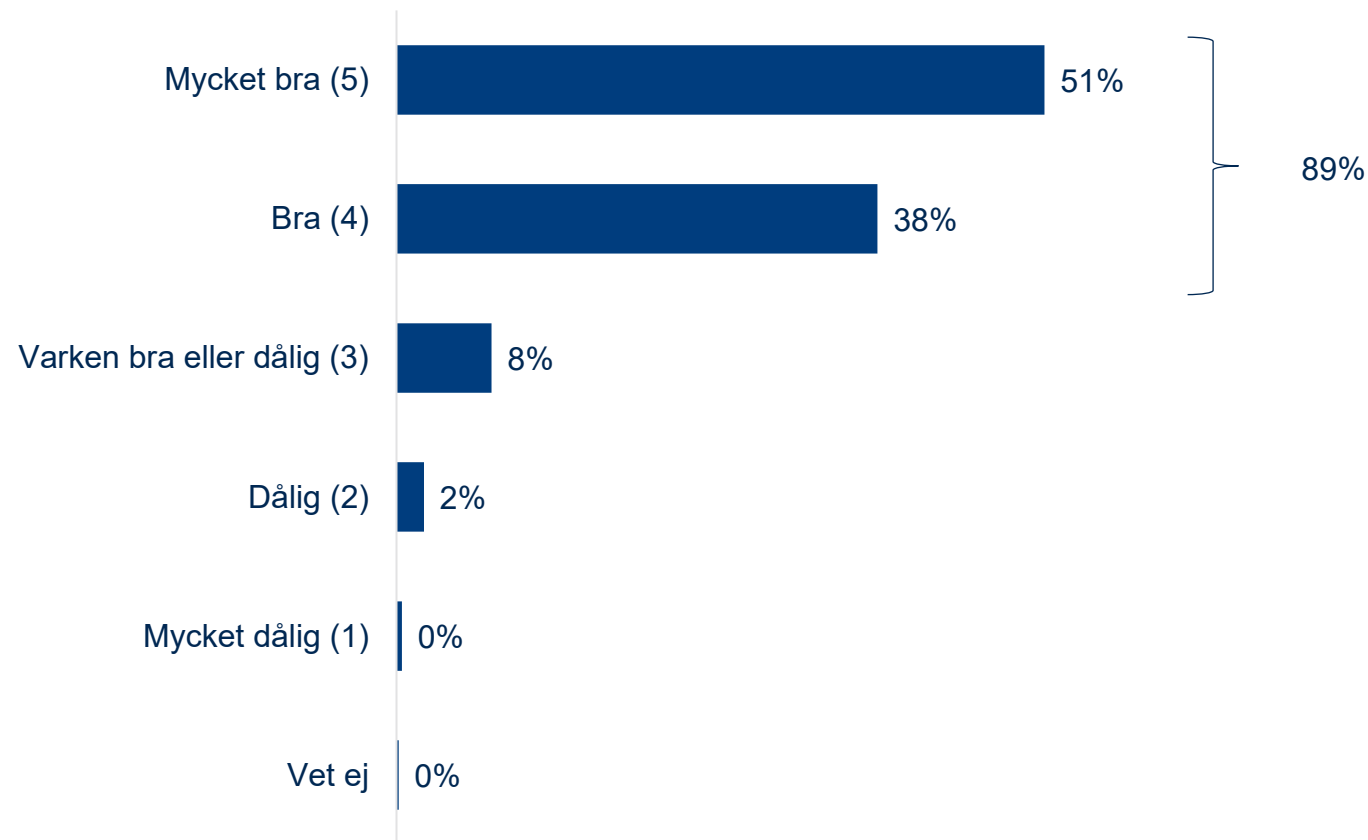
Här tittar vi på NPS för Stockholm dvs respondenternas benägenhet att rekommendera vänner att besöka Stockholm. Sammantaget kunde 59% klassificeras som "ambassadörer" för Stockholm, medan 30% var "passivt nöjda" och 11% "kritiker" i någon mån. NPS summerade därmed till +48 utslaget på samtliga respondenter. Högst NPS fick Stockholm av den lokala befolkningen med +58 tätt följt av de utländska turisterna som gav +54 medan turister från övriga Sverige nöjde sig med +28. Det är också värt att nämna att kvinnor gav högre NPS än män, +59 jämfört med +43.



AVICII ARENA

BAS: SAMTLIGA

Arenan (Avicii Arena) är nyrenoverad. Vad är ditt samlade helhetsintryck av arenan?



Medelvärden

TOT	4,4
Sthlm	4,3
Sverige	4,4
Utlandet	4,5
M	4,3
K	4,5
<25 år	4,6
26-35 år	4,3
36-45 år	4,4
46-55 år	4,4
56-65 år	4,4
>66 år	4,3

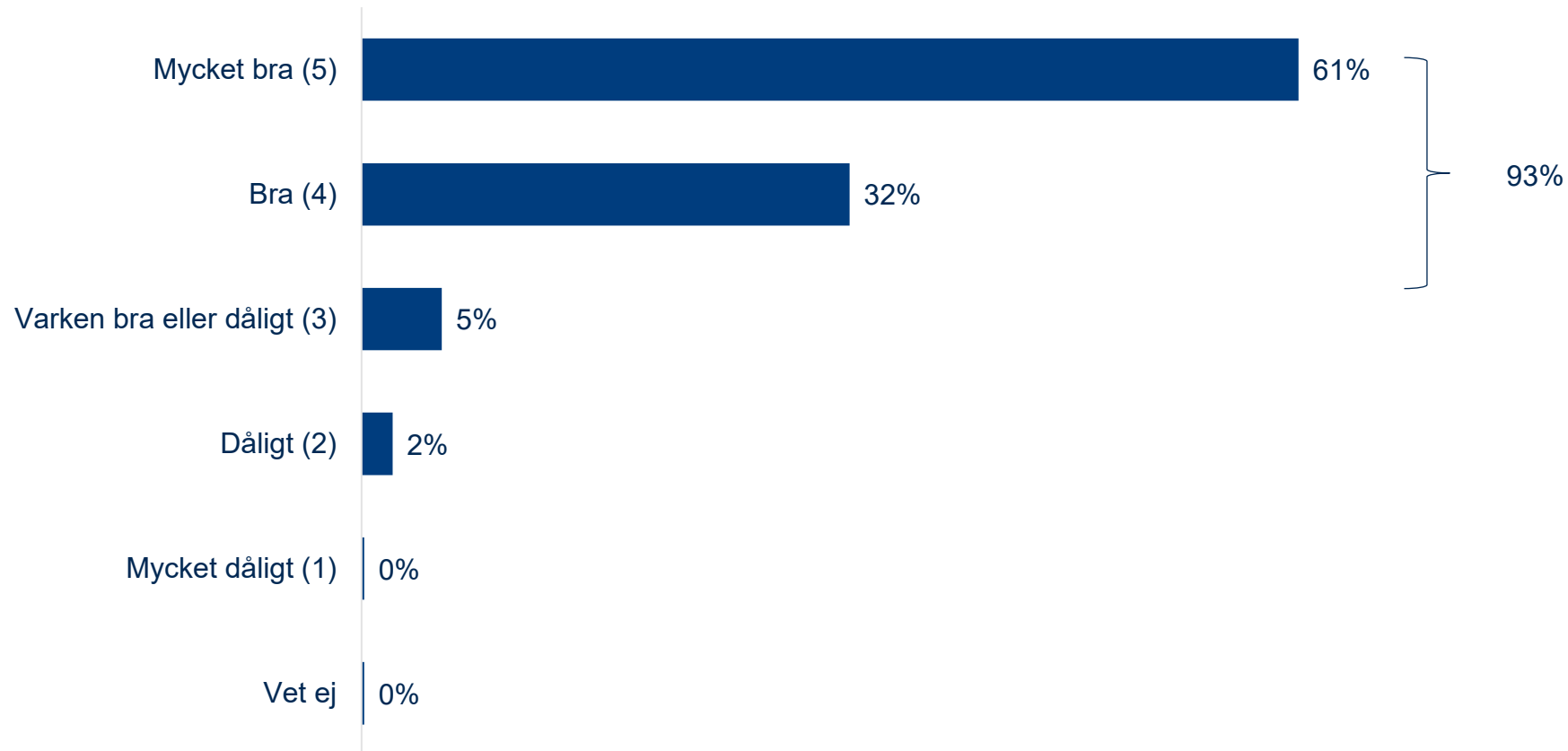
En nyrenoverade Avicii Arena fick fina betyg av respondenterna. 89% gav betyget 5 eller 4 och det samlade medelvärdet låg på 4,4. Betygen låg högt i alla grupper, men noterbart var att utländska turister gav högst betyg, följt av svenska turister och därefter de lokalt boende.



AVICII ARENA

BAS: SAMTLIGA

Hur tycker du att arenan lämpar sig för ishockeyupplevelser?



Medelvärden

TOT	4,5
Sthlm	4,5
Sverige	4,5
Utlandet	4,6
M	4,5
K	4,6
<25 år	4,6
26-35 år	4,5
36-45 år	4,5
46-55 år	4,5
56-65 år	4,6
>66 år	4,4

Svarsbilden var övertydlig – Avicii Arena lämpar sig utmärkt för ishockeyupplevelser. 93% gav betyget 5 eller 4 medan medelvärdet låg på höga 4,5. Alla var rörande överens oberoende av var man kom ifrån, eller om man var man eller kvinna respektive hur gammal man var.



BÄSTA MED STOCKHOLM & SYNPUNKTER PÅ ARENAN

BAS: SAMTLIGA

Vad var det bästa med Ishockey-VM i Stockholm enligt dig?

Frågan är i sin natur positivt riktad, så det finns enbart enstaka kommentarer som kan tolkas negativt och det är för få för att kunna gruppera dem.

Positiva Åsikter:

Stämningen & atmosfären

Den goda stämningen och atmosfären var den mest förekommande kommentaren. Då handlade det såväl om stämning & atmosfär i arenan och fanzonen, som den allmänna stämningen som inramade evenemanget. Det poängteras också om den goda stämning som rådde mellan fans (inget bråk) och då ett särskilt omnämnande till de lettiska fansen.

Närhet & tillgänglighet

Särskilt de svenska fansen lyfter upp att det var mycket positivt att evenemanget ägde rum på hemmaplan/i Stockholm/i Sverige. Äntligen kunde man gå live och få se på VM.

Hög kvalitet

Det var flera kommentarer som kan summeras i den här rubriken. Flera uppskattade möjligheten att få se världsklassspelare i verkligheten, att evenemanget höll hög sportslig kvalitet och att det spelades bra ishockey.

Fanzone

Fanzone nämns återkommande och det framgår tydligt att fansen uppskattade fanzone; dels som ett ställe att hänga på med vänner men även för dess närhet till arenan.

Har du någon synpunkt på arenan som du skulle vilja framföra, dvs det kan vara något som du tycker var särskilt bra eller något som du saknade eller inte tycker fungerade särskilt väl?

I den här frågeställningen valde en stor majoritet att fokusera på förbättringsförslag för arenan. Det finns även positiva kommentarer, men i regel stort fokus på förslag till förbättring.

Positiva Åsikter:

Bra sikt i arenan

Några lyfte upp att arenan är bra eftersom man ser bra oavsett var man sitter i arenan.

Negativa Åsikter:

Dyrt

Det här var en av de mest frekventa kommentarerna. Det upplevdes som dyrt i såväl kioskerna som i barerna. En del hade även synpunkter på utbudet som de tyckte borde breddas. När det gäller kioskerna så nämnde vissa att delar av utbudet tog slut samt att kioskerna ibland stängde för tidigt (tex ngn match gick till förlängning och då var kioskerna stängda). Andra nämnde att de tyckte biljetterna varit dyra.

För få toaletter

En annan åsikt som framkom frekvent var att man tyckte det var för få toaletter på arenan, vilket skapade kö. Några poängterade att man kunde lösa det med fler pissoarer. Det fanns även vissa som kommenterade att man inte uppdaterat/renoverat toaletterna när man renoverade arenan i övrigt.

Arenarummet

Det förekom även en del kommentarer som vi här grupperar som "arenarummet", de var inte lika frekvent förekommande som områdena ovan, men de nämndes i viss utsträckning.

Sikten: En del lyfte upp att man haft skymd sikt på sina platser eftersom det kom folk (ofta unga) och ställde sig och skymde sikten då de ville komma nära spelarna. Någon nämnde även att flaggor skymde deras sikt. Några tyckte det var synd att det inte var sittplatser hela vägen fram till sargen (som det är på vissa arenor).

Ljud/musik: Det förekom även en del kommentarer om ljudvolymen (som flera tyckte var för hög – medan andra berömde), och till det kan kopplas att vissa tyckte att DJ:n vari dålig och spelat dålig musik.

Belysning: Vissa nämnde att de blivit bländade av belysningen/strålkastare som de menade kom rakt i ansiktet och var jobbig.



Kontaktperson Upplevelseinstitutet

Fredrik Rubin

Partner

070-245 24 24

fredrik@uiis.se