



Handläggare: Eva Woll Tegbäck
Telefon: 08-508 35 528

Till
Arbetsmarknadsnämnden
den 22 november 2011

Ärende 5

Evenemangsstrategi för Stockholms stad

- remiss från kommunstyrelsen, dnr 053-1394/2011

Förvaltningens förslag till beslut

1. Arbetsmarknadsnämnden hänvisar till förvaltningens tjänsteutlåtande som sitt yttrande över remissen.
2. Arbetsmarknadsnämnden beslutar att justera paragrafen omedelbart.

Charlotte Svensson
Arbetsmarknadsdirektör

Karin Eriksson Bech
Avdelningschef

Sammanfattning

Under våren 2010 initierade Stadsledningskontoret en process för att ta fram en långsiktig och samlad strategi för att på ett mer systematiskt sätt arbeta med evenemangsfrågor i enlighet med stadens vision om ett Stockholm i världsklass. Den strategi som utarbetats har tagits fram i samverkan med en arbetsgrupp bestående av representanter för olika förvaltningar och bolag som arbetar med evenemang. Ärendet har remitterats till samtliga stadsdelsnämnder, samtliga facknämnder samt Stadshus AB.

Förvaltningen lyfter fram att en bredd av evenemang kan bidra till tillväxt och fler arbetstillfällen i staden. Förvaltningen anser vidare att om Stockholm ska bli en stad i världsklass i linje med Vision 2030, så bör en evenemangsstrategi inkludera och attrahera såväl stadens invånare som tillresta besökare och andra intressenter.



Lokala arrangemang anordnade av såväl stadsdelsnämnderna som andra aktörer är ett viktigt inslag i ett brett evenemangsutbud och behöver uppmärksammas mer.

Att öka besöksfrekvensen och attraktionskraften för evenemang så att det blir fler och växer kan generera fler arbetstillfällen. Ökad sysselsättning/ökad tillväxt skulle kunna vara en parameter som vägs in vid val/prioritering av evenemang.

I takt med att IT, life science och miljöteknik utvecklas och skapar arbetstillfällen och efterfrågar arbetskraft/spetskompetens kan förvaltningen för sin del bland annat bidra med att anordna rekryteringsmässor. Detta kan även ske i samverkan mellan förvaltningen och arbetsförmedlingen.

Bakgrund

Under våren 2010 initierade Stadsledningskontoret en process för att ta fram en långsiktig och samlad strategi för att på ett mer systematiskt sätt arbeta med evenemangsfrågor i enlighet med stadens vision om ett Stockholm i världsklass.

Processen med att ta fram en evenemangsstrategi för staden inleddes med en nulägesanalys. Cirka tio beslutsfattare inom staden och företrädare för evenemangsindustrin intervjuades i syfte att:

- få en tydlig bild av hur staden arbetar idag och hur olika aktörer uppfattar att staden arbetar för att attrahera evenemang
- identifiera möjligheter och utmaningar för att Stockholm ska uppnå visionen om en evenemangsstad i världsklass.

Nulägesanalysen kompletterades med en workshop. Där samlades företrädare för de förvaltningar och bolag som idag arbetar med evenemang: Stockholm Business Region, Stockholm Visitors Board, Kulturförvaltningen, Idrottsförvaltningen och Stockholmsmässan tillsammans med nära samarbetspartners inom evenemangsindustrin för att bland annat diskutera målbild, strategi, prioriteringar och samarbetsformer.

Erfarenheter från Love Stockholm 2010 samt en övergripande benchmark gjordes också för att studera framgångsfaktorerna bakom Londons OS-ansökan och Barcelonas utveckling till att idag vara en av de främsta evenemangsstäderna i Europa.

Den strategi som nu lagts fram har diskuterats och förankrats inom ovanstående grupp.



Ärendet har remitterats till samtliga stadsdelsnämnder, samtliga facknämnder samt Stadshus AB.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom förvaltningens utvecklings- och utredningsstaben, i samarbete med staben för kommunikation och IT.

Ärendet

Evenemang är viktiga, bland annat för att profilera och marknadsföra Stockholm. I Vision 2030 har kommunfullmäktige slagit fast att Stockholm ska vara en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass. Målen som fastställs i visionen är:

- Att år 2030 vara en av Europas tre främsta evenemangsstäder – ett naturligt val för internationella evenemangsarrangörer inom idrott, kultur och nöjen.
- Att befästa positionen som en av världens främsta mötesplatser för kongresser, mässor och högnivåkonferenser.

I begreppet evenemang räknas festivaler som staden initierar eller arrangerar, större artist- och idrottsevenemang samt kongresser, mässor och konferenser. Den gemensamma nämnaren är att de sammantaget ska förstärka stadens varumärke och profil.

Åtta steg för en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass

För att nå målen och få den slagkraft som Stockholm behöver i konkurrensen med andra städer och regioner, krävs tydlighet om målen och att staden utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör, arbetar långsiktigt, tar tillvara alla tillgängliga resurser och på ett effektivt sätt involverar beslutsfattare, näringsliv och stockholmarna. Det krävs också tydliga riktlinjer för prioriteringar. Nedanstående punkter föreslås utgöra grunden i en handlingsplan för Stockholms stad med syftet att utveckla Stockholm till en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass.

1. Etablera en styrgrupp med strategiskt samordningsansvar för stadens engagemang i evenemang och marknadsföring av Stockholm som evenemangsstad.
2. Fastställa kärnvärden och kriterier för vilken typ av evenemang som är strategiska för staden i linje med visionen om ett Stockholm i världsklass.
3. Pröva prioriterade evenemang mot fastställda kärnvärden och kriterier.
4. Utarbeta en långsiktig aktivitetsplan.
5. Genomföra en fördjupad benchmark mot relevanta jämförelsestäder.
6. Förstärka samarbetet med näringsliv, sponsorer och centrala aktörer inom evenemangsindustrin. Skapa ett återkommande mötesforum för idéutbyte.



7. Ta fram en aktivitetsplan för att involvera stockholmarna och visa på betydelsen av evenemang för tillväxt och sysselsättning.
8. Aktivt medverka till att ett högprestigeevenemang med internationell lyskraft förläggs till Stockholm.

Prioriteringar i linje med Vision 2030

Det finns oerhört många typer av och inriktningar på evenemang. De är alla viktiga för att nå visionen om en levande evenemangsstad i världsklass.

Det kommer att krävas att Stockholms stad prioriterar vilken typ av evenemang som staden i första hand ska engagera sig i för att attrahera till Stockholm eller bidra till att själv utveckla. Det gäller allt från idrotts- och kulturevenemang till mässor och kongresser. I Vision 2030 beskrivs staden utifrån tre teman:

1. Mångsidig & Upplevelserik
2. Innovativ & Växande
3. Medborgarnas Stockholm

Visionen tar sikte på att Stockholm ska vara en världsledande kunskapsregion.

Stockholms stad bör således prioritera att stödja eller genomföra evenemang som är framtidsinriktade, som bidrar till att positionera Stockholm som en stad i världsklass, som framhåller våra styrkor och förstärker Vision 2030. Det kan knytas till följande kärnvärden:

1. Stockholms unika, naturliga förutsättningar
Vattnet, ljuset/mörkret, miljön
2. Stockholms ledande spetskompetens
IT, life science och miljöteknik
3. Spetsområden inom
Kultur, musik, underhållning, dans

Med dessa kriterier som utgångspunkt kommer till exempel följande evenemang att vara strategiska för Stockholms stad: Stockholm Water Prize, IT-evenemang (t.ex. Dreamhack), kardiolog/diabeteskongresser och Nobelpriset.

Staden bör överväga att koncentrera sina resurser till att genomföra två större strategiskt utvalda evenemang i världsklass i egen regi per år – ett på sommaren och ett på vintern. Ett sådant upplägg skulle bidra till att bygga varumärket, optimera resurser och ge en stabil grund för samarbeten.

Förvaltningens synpunkter.

En bredd av evenemang kan bidra till tillväxt och fler arbetstillfällen.



För att Stockholm ska bli en stad i världsklass och ett ”Medborgarnas Stockholm” så måste en evenemangsstrategi inkludera och attrahera såväl stadens invånare, stockholmarna, som tillresta besökare och andra intressenter. Det handlar inte bara om att skapa förståelse för att evenemang kan skapa tillväxt och sysselsättning utan också att dessa är riktade till stockholmarna.

Vid sidan av att satsa på två stora event per år vill förvaltningen därför framhålla att även lokala evenemang av olika slag är betydelsefulla i stadens samlade utbud och därför bör uppmärksammas mer.

Att öka attraktionskraften även för lokala evenemang så att det blir fler och att de växer kan generera fler arbetstillfällen. När det gäller stadens egna arrangemang skulle ett samarbete med arbetsmarknadsförvaltningen kunna innebära en möjlighet för arbetslösa att få sysselsättning om än temporärt. Detta skedde till exempel under Love Stockholm sommaren 2010. Ökad sysselsättning/ökad tillväxt skulle kunna vara en parameter som vägs in i vid val/prioritering av evenemang.

Som kärnvärden nämns att staden har ledande spetskompetens inom ett flertal områden. I takt med att IT, life science och miljöteknik utvecklas och skapar arbetstillfällen och efterfrågar arbetskraft kan arbetsmarknadsförvaltningen verka för och samverka med arbetsförmedlingen för att anordna rekryteringsmässor. Sådana rekryteringsmässor skulle kunna läggas i anslutning till ev. kongresser inom nämnda områden där deltagarna kan tänkas besitta efterfrågad kompetens.

Bilaga:

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande 2011-06-23