

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Lugerinc. ABs ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Lugerinc. AB en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Music & Arts 2015 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Lugerinc. AB (Luger) har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 17 april 2015 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Music & Arts på Skeppsholmen den 1 – 2 augusti 2015 (bilaga 1).



I enlighet med Stockholms stads evenemangsstrategi kan staden överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen och befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp. Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Evenemanget tangerar kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar (vattnet, ljuset/mörkret, miljön) - Stockholms ledande spetskompetens (IT, life science och miljöteknik) - Spetsområden inom kultur (musik, underhållning, dans). Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt profilerar Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare tillämpas kriterierna. Vidare ska följande dokument bifogas ansökan.

- En realistisk budget vilken ligger till grund för evenemanget.
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget.
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget.
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till SBR.

- En ekonomisk slutredovisning av evenemanget.
- Antalet besökare på evenemanget.
- Antalet internationellt ackrediterad media på evenemanget.
- Antalet internationella TV kanaler som sändt från evenemanget.

Den 1 - 2 augusti 2015 arrangerar Luger festivalen Stockholm Music & Arts på Skeppsholmen i Stockholm. Evenemanget bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm internationellt. Förutom de 400 nationellt ackrediterade bransch och media representanterna bevakades evenemanget 2014 av 85 representanter från internationell media vilket är ett mycket gott resultat.

För närvarande pågår förhandlingar med flertal bolag om sändningar av hela eller delar av Stockholm Music & Arts internationellt vilket kommer att bekräftas under april. Det rör sig om olika typer av webbdistributioner och är en möjlighet som ytterligare bidrar till att marknadsföra såväl evenemanget som Stockholm.

Musik är ett viktigt inslag i profileringen av Stockholm och evenemanget bidrar till att befästa bilden av Stockholm som en internationell musikstad. Evenemanget ligger även inom ramen för vad som kan beskrivas som spetsområden inom kultur, musik och underhållning.

Festivalen genomförs i år för fjärde året och Luger har för avsikt att etablera festivalen som en årligen återkommande festival. Målet är att Stockholm Music & Arts ska rankas som en av de 10 viktigaste i Europa inom denna genre och Luger har goda förhoppningar om att uppnå det inom några år. Detta är en bra och ambitiös målsättning och ligger i linje med att evenemanget ska hålla en hög internationell status. Samtidigt leder detta även till att säkerställa evenemangets långsiktiga utveckling.

Vid evenemanget 2013 genomfördes en turismekonomisk undersökning som visade att 71 procent av besökarna utgjordes av stockholmare. De resterande 29 procenten var tillresta besökare, varav 4 procent var internationellt tillresta. Därigenom anser SBR att det är rimligt att anta att evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmare samtidigt som det bidrar till att öka antalet besökare till Stockholm. Sammanfattningsvis anser SBR att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Arrangören har från starten 2012 arbetat medvetet med jämställdhetsfrågan i evenemanget och 2012 bestod 80 procent av artisterna av kvinnor. Den siffran är svår att upprätthålla årligen men arrangören arbetar aktivt för att boka artister jämställt.

Av Lugers jämställdhetspolicy framgår vidare att man strävar efter såväl en jämställd arbetsplats som jämställda evenemang. Vision är att alla oavsett könsidentitet och bakgrund arbetar under samma förutsättningar och får samma möjligheter att utvecklas så att deras personliga resurser kommer till sin fulla rätt.

SBR kan konstatera att Lugers ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Luger en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor.

Bilagor

1. Lugerinc. ABs ansökan om stöd.