

Till styrelsen för Stockholm Business
Region

Yttrande över Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd till evenemang

Ärendet

Stockholm Marathon Gruppen har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board 2012-01-17 ansökt om ett stöd om 250 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Marathon, Tjejmilen och Stockholm Halvmarathon 2012 (bilaga 2).

Stockholm Maraton Gruppens evenemang ägs och drivs till 100% av friidrottsklubbarnas Hässelby SK och Spårvägen FK. Under året genomförs en rad friidrottstävlingar och motionslopp där flaggskeppen är Stockholm Marathon, Tjejmilen och Stockholm Halvmarathon. Överskottet av verksamheten tillfaller klubbarna och används i deras idrottsliga verksamhet.

Stockholm Marathon genomförs den 2 juni och 21 122 löpare är anmälda vilket är 500 över förra årets rekordsiffra.

Det blir 29:e gången i år som Tjejmilen avgörs och det sker den 1 september. Den 15 september arrangeras DN Stockholm Halvmarathon för tolfte gången.

De turistekonomiska undersökningar som USK genomfört på uppdrag av SVB för dessa tre lopp visar att deltagarna tillför staden 199 årliga miljoner via bl.a. boende, shopping och nöjen. I denna siffra ingår inte medföljande men uträkningarna visar att sällskapen i snitt alltid

överstiger en person och med det ytterligare resurser som tillförs näringen.

Bolagets synpunkter

Stockholms stads evenemangspolicy slår fast att staden kan överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen, evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp, evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm, evenemanget har en hög internationell status, evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart samt evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare ska kriterierna tillämpas.

Vidare ställs följande krav på arrangören av ett evenemang; en realistisk budget ska ligga till grund för evenemanget samt en plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med detta. Stockholm Visitors Board ska kontinuerligt hållas underrättade om evenemangets utveckling och efter genomfört evenemang ska en ekonomisk slutredovisning upprättas. Vidare ska en redovisning av antal besökare, antal internationellt ackrediterad media samt antalet internationella TV kanaler som sänt från evenemanget, upprättas och skickas till Stockholm Visitors Board.

Dessa tre stora och viktiga lopp marknadsförs både nationellt och internationellt. Stockholm Marathon Gruppen ansöker om ett marknadsföringsstöd om 250 000 kr för att genom olika marknadsföringsaktiviteter utomlands ytterligare försöka öka antalet

internationellt tillresande till loppen. Den utländska andelen har minskat vid Stockholm Marathon de senaste åren och har en potential att öka rejält på Stockholm Halvmarathon.

Vi kan konstatera att Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor.

SLUT