

**Tjänsteutlåtande**

Datum:  
22 januari 2013

Diariernr:  
3.8.3-31/2013

Handläggare:  
Mattias Rindberg  
mattias.rindberg@stockholm.se

Telefon:  
08-508 285 90

Till Styrelsen för Stockholm Business  
Region

## **Yttrande över Stadionklubbarnas ansökan om stöd till evenemang**

### **Stockholm Business Regions förslag till beslut**

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av DN Galan 2013 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Peter Lindqvist

Bilaga:

1. Stadionklubbarnas ansökan om stöd

## **Ärendet**

Stadionklubbarna har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 22 januari 2013 ansökt om ett stöd om 750 000 kronor för marknadsföringen av DN Galan den 22 augusti 2013 (bilaga 1).

Tävlingen arrangeras av Stadionklubbarna som består av Stockholms tolv bästa friidrottsföreningar. DN Galan är en av världens främsta friidrottsgalor och ingår sedan 2010 i den globala serien Samsung Diamond League tillsammans med andra världsstäder såsom Doha, Shanghai, New York, London, Rom och Paris.

2012 såg 12 135 åskådare DN Galan på plats på Stockholms stadion. Ytterligare 800 000 TV-tittare i Sverige och närmare 12 miljoner internationella TV-tittare i 99 länder runt om i världen följde tävlingen på TV.

DN Galan röner också stort medialt intresse i tidningar, radio och på internet och 2012 var det totalt 40 internationella tidningar och pressbyråer ackrediterade.

Att arrangera och marknadsföra en internationell friidrottsgala tar mycket tid och kostar mycket pengar och det är stenhård konkurrens. Att få hit de bästa idrottsmännen och att erbjuda ett evenemang i världsklass kräver stora resurser och därför är ett stöd från staden nödvändigt och mycket uppskattat.

Stadionklubbarna framhåller vidare att de kommande två åren är oerhört viktiga då det gäller att säkra upp ett fortsatt Diamond League-kontrakt från och med 2015. För det krävs i dagens globala värld ett tätt och framgångsrikt samarbete med värdstaden som man ser fram emot att utveckla ytterligare framöver.

## **Bolagets synpunkter**

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 ligger i linje med Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass och tangerar om möjligt 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

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 Stockholm Visitors Board.

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

DN Galan bidrar på ett ypperligt sätt till att marknadsföra Stockholm både nationellt och internationellt som en idrotts- och evenemangsstad i världsklass. Det massmediala intresset för evenemanget är mycket stort. I förbindelse med DN Galan 2012 följde närmare 800 000 nationella TV-tittare direktsändningen och internationellt följde 12 miljoner TV-tittare i 99 länder tävlingen. Totalt sändes 593 timmar från tävlingen. Vidare var 40 internationella tidningar och pressbyråer ackrediterade vid evenemanget.

Publikintresset är stort till DN Galan och evenemanget har under de senaste åren varit slutsålt och därigenom en publikmässig succé. 2012 såg 12 135 åskådare på Stockholms stadion tävlingarna. Det är något färre än tidigare år och kan eventuellt förklaras av att tävlingen låg i nära anslutning till att OS i London avslutats och att det därigenom fanns en viss mättnad bland potentiella åskådare.

DN Galan håller mycket hög internationell status och är en av världens främsta friidrottsgalor. Evenemanget ingår sedan 2010 i den globala serien Samsung Diamond League vilket är en serie som sammanlagt rymmer 14 tävlingar och som arrangeras i världsstäder såsom Shanghai, New York, London, Rom och Paris.

Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart, arrangeras årligen och har under lång tid bidragit på ett positivt sätt till att utveckla Stockholm till glädje för såväl stockholmare som besökare. I år arrangeras den 47:e upplagan av DN Galan som även är huvudarrangemanget i DN Galan Athletics Week.

I DN Galan Athletics Week ingår förutom DN Galan även Lilla DN Galan, DN Galan Big Shot, DN Galan Seminar och DN Galan Youth. Lilla DN Galan är barnens dag med prova på aktiviteter under ledning av friidrottsstjärnor. DN Galan Big Shot är en kultävling för världseliten. DN Galan Seminar behandlar i seminarieform aktuella idrottsrelaterade frågor där experter, media och allmänheten bjuds in. DN Galan Youth är ungdomarnas egen friidrottsgala som avgörs på Stadion helgen efter DN Galan. DN Galan Big Shot och DN Galan Seminar är ännu inte bekräftade för 2013. De kommer att genomföras under förutsättning att nödvändig kostnadstäckning erhålls.

Konkurrensen är mycket hård bland friidrottsgalor runt om i världen om att ingå i serien Diamond League. De kommande två åren är därför mycket viktiga då Stadionklubbarna från och med 2015 måste säkra ett fortsatt kontrakt avseende DN Galan att ingå i serien Diamond League. Sammantaget ser vi därför ett ekonomiskt engagemang som motiverat på såväl kort som lång sikt.

Vi kan konstatera att Stadionkubbarnas ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor.

SLUT