

STOCKHOLM MARATHON GRUPPEN



STOCKHOLM VISITORS BOARD	
Ink.	2013 -01- 28
Dnr. 3.8.3-61/2013	Till HARI

Ansökan om marknadsföringsstöd 2013

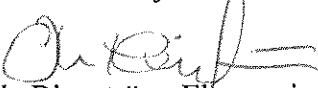
Stockholm Marathon Gruppens evenemang ägs och drivs till 100 % av friidrottsklubbarna Hässelby SK och Spårvägens FK. Under året genomförs en rad friidrottstävlingar och motionslopp där flaggskeppet är Stockholm Marathon som arrangerades första gången 1979. Överskottet av verksamheten tillfaller klubbarna och används i deras idrottsliga verksamhet.

Stockholm Marathon är en av årets största idrottsliga händelser i staden och engagerar stora grupper: deltagare, åskådare, funktionärer och tv-tittare. Årets lopp som avgörs lördag 1 juni är redan fulltecknat med rekordantalet 21 518 deltagare varav drygt 7 500 kommer från andra länder runtom i världen. De utländska och svenska tillresande deltagarna bidrar en hel del till stadens näringsliv och siffror från USK 2011 visar att loppet då genererade 85 miljoner kronor i turistekonomisk omsättning. Då räknas enbart deltagarna och vi vet från samma undersökning att de allra flesta har med sig anhöriga på sin resa till Stockholm. Stockholm Marathon röner också ett stort internationellt mediaintresse. 2012 var ett tiotal internationella medier på plats och loppet sändes i ett tiotal länder och dessutom på internet i USA. Stockholm Marathon är ett populärt lopp bland utländska maratonturister och har vid flera tillfällen rankats högt i olika undersökningar, framförallt på grund av sin vackra bansträckning i centrala Stockholm och för sin höga servicenivå. Banan passerar Stockholms alla stora landmärken och målgången på Stockholms Stadion är kronan på verket som många löpare hyllar i våra årliga undersökningar. Evenemanget är också uppskattat bland stockholmarna. För en dag får de inta stadens gator i bilfri miljö och polisens bedömning är att det normalt rör sig om cirka 100 000 åskådare längs banan.

Det stora löparintresset i Sverige och den turbulenta världsekonomin och starka svenska kronan har gjort att den svenska andelen deltagare har ökat markant de senaste fem åren. Det är viktigt att upprätthålla den utländska andelen varför ytterligare marknadsföring utomlands kommer att ske under 2013 för att åter öka den utländska andelen deltagare 2014. De utländska deltagarna attraheras dels av evenemanget men också av den stad till vilken de reser. I den hårda internationella konkurrensen är det viktigt att stad och arrangör har ett nära och givande samarbete. Det är därför naturligt att inte bara lansera loppet utan också *Stockholm – The Capital of Scandinavia* i den utländska marknadsföringen. Vid ett fortsatt finansiellt stöd från staden kommer så att ske enligt bifogad bilaga. Det är viktigt att Stockholm befäster och stärker sin position som internationell löpardestination i en tid då många nya aktörer tar marknadsandelar.

Stockholm Marathon Gruppen ansöker således om ett marknadsföringsstöd avseende Stockholm Marathon om 250 000 kr.

Stockholm 25 januari 2013


Ola Ringström, Ekonomiansvarig

Bilaga Exponering av *Stockholm – Capital of Scandinavia*

Exponering av själva logotypen

Logotype i tryckt inbjudan – svensk, engelsk, tysk och finsk version

Logotype i tävlingsinformationen – svensk, engelsk, tysk och finsk version

Logotype på den officiella hemsidan www.stockholmmarathon.se och på dess engelska, finska och tyska sidor

Logotype i slinga med samarbetspartners på videotavlan på Stadion tävlingsdagen

Övrigt

Informationssida om Stockholm och dess turistaktiviteter på tävlingens hemsida

Länk på tävlingens hemsida till filmsekvens över Stockholm – Stockholm an aerial view

Filmsekvens på storbildsskärmen på Stadion tävlingsdagen 2 tillfällen

Stockholm Visitors Board har rätt till monter 3x3 m på Stockholm Marathon Expo

Stockholmsguiden delas ut till alla löpare i samband med nr-lappsutdelningen

Bilaga Miljöarbetet vid Stockholm Marathon

Miljömedvetet evenemang i hjärtat av huvudstaden

Stockholm Marathon har självklart ett stort ansvar för att minimera miljöeffekterna i samband med själva loppet och dess omkringarrangemang. Det ansvaret tar vi genom att för varje år ta nya steg i vårt miljöarbete. Ett maratonlopp är förstås miljövänligt i sig självt genom att det handlar om att förflytta sig på det grönaste av alla transportsätt – nämligen till fots. För oss liksom för alla arrangörer av stora evenemang påverkas dock miljön negativt av resorna till och från arrangemanget liksom transporterna under arrangemangstiden. Stockholm Marshons negativa transportpåverkan reduceras dock av en rad miljöinitiativ. Vi samarbetar nära med SJ och SL och uppmanar alla deltagare, supportrar och funktionärer att använda kollektivtrafik i största möjliga utsträckning. Samtliga deltagare reser kostnadsfritt med SL under tävlingsdagen och har rabatterade priser hos SJ. Start och mål är dessutom beläget på samma plats och kan enkelt nås med såväl tunnelbana som buss. Vi samarbetar också nära med RagnSells som sköter all vår avfallshantering enligt deras interna riktlinjer för återvinning.

Vid alla vätskestationer används komposterbara muggar som återsamlas i komposterbara sopsäckar som sedan körs till RagnSells särskilda anläggning för kompostering. Vi använder även enbart komposterbara tallrikar, bestick och muggar vid vårt stora pasta party dagen innan loppet. Alla pantflaskor och burkar som delas ut till deltagarna efter målgång samlas in av särskilda funktionärer och återvinns direkt efter avslutat arrangemang. All wellpapp och kartong samlas också in i särskild ordning och går vidare till pappersåtervinning. Vår utmärkta hemsida har också medfört att vi dragit ner på det tryckta materialet. Tidigare fanns såväl startlistor som resultatlistor i pappersform, något som numera tillhör historien och istället finns fullständiga listor på nätet. För varje år lägger vi till fler återvinningsbara produkter och inför nya miljövänligare rutiner – allt för att skapa ett grönare och mer hållbart evenemang.

Budget ASICS Stockholm Marathon 2013

Intäkter

Intäkter (anmäln.avg, sponsorer, mässa, klädfsg, sms-tjänster mm)	23 690 581 kr
---	---------------

Summa intäkter	23 690 581 kr
-----------------------	----------------------

Kostnader

- material, funktionärer, deltagar o tävl.omkostnader	-4 671 128 kr
---	---------------

- högtaleri, sanitet, renhållning, resultatservice, nr-lappar, tälthyra, bevakning, transporter	-2 732 495 kr
--	---------------

- hyra utrustn, TV-produktion, kringarrangemang, mässor sanktionsavg o övr avg	-3 230 126 kr
---	---------------

- IT-o transkostn, porto, utskick, trycksaker	-1 130 631 kr
---	---------------

- konsulter, provisioner o egen personal	-594 950 kr
--	-------------

- marknadsföring/annonsering	-536 995 kr
------------------------------	-------------

- andel av overhead (personal, hyror mm mm)	-5 568 500 kr
---	---------------

Summa kostnader	-18 464 825 kr
------------------------	-----------------------

Resultat/Täckningsbidrag	5 225 756 kr
---------------------------------	---------------------