

Tjänsteutlåtande

Datum:
25 januari 2013

Diariernr:
3.8.3-61/2013

Handläggare:
Mattias Rindberg
mattias.rindberg@stockholm.se

Telefon:
08-508 285 90

Till Styrelsen för Stockholm Business
Region

**Yttrande över Stockholm Marathon Gruppens ansökan
om stöd till evenemang**

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Marathon 2013 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Peter Lindqvist

Bilaga:

1. Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd

Ärendet

Stockholm Marathon Gruppen har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 28 januari 2013 ansökt om ett stöd om 250 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Marathon den 1 juni 2013 (bilaga 1).

Stockholm Marathon är en av årets stora idrottsliga händelser i Stockholm och engagerar stora grupper deltagare, åskådare, funktionärer och tv-tittare. Årets lopp är fulltecknat med rekordantalet 21 518 deltagare varav drygt 7 500 kommer från andra länder runtom i världen.

Stockholm Marathon röner också ett medialt intresse internationellt. 2012 var ett tiotal internationella medier på plats och loppet TV sändes i ett tiotal länder och dessutom på internet i USA.

Evenemanget 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.

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 staden de reser till. 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 internationella marknadsföringen.

Stockholm Marathon Gruppen framhåller vidare i sin ansökan att det är viktigt att Stockholm befäster och stärker sin position som internationell löpardestination i en tid då många nya aktörer tar marknadsandelar.

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

Stockholm Marathon bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm i världen. 2012 TV sändes evenemanget nationellt genom TV4 och internationellt via nio TV kanaler samt via internet i

USA. Därutöver var ytterligare nio internationella medier ackrediterade vid evenemanget.

Loppet har vid flera tillfällen rankats högt i olika undersökningar, bland annat beroende på den vackra bansträckningen i centrala Stockholm. TV bilderna som sprids i världen visar Stockholms stora landmärken och den avslutande målgången bidrar till att visa upp anrika Stockholms stadion.

Stockholm Marathon är ett populärt lopp bland besökare. 2012 var totalt 21 266 löpare anmälda, av dessa var 7 918 internationellt tillresta löpare som representerade 83 nationer.

En undersökning som genomfördes 2011 på uppdrag av Stockholm Visitors Board visar att sammanlagt 71 procent av de startande var tillresta besökare, det vill säga bosatta utanför Stockholms län. 43 procent var internationellt tillresta där den absolut största gruppen utgjordes av deltagare från Finland. Sammantaget spenderade de tillresta besökarna 85 miljoner kronor i Stockholm län i förbindelse med deras vistelse.

Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart. Det arrangerades första gången 1979 och genomförs årligen i Stockholm. Dagen efter Stockholm Marathon arrangeras Stockholm Mini Marathon som är den stora löparfesten för alla tjejer och killar mellan 5 och 17 år där det viktiga är att kämpa väl, inte att komma först eller att få en bra tid. I förbindelse med evenemanget 2013 utses även den svenska mästaren i maraton eftersom Stockholm Marathon är sanktionerat av Svenska Friidrottsförbundet att arrangera SM.

Evenemanget upplevs som positivt av stockholmarna och en stor andel av löparna utgörs av stockholmare, 2011 var andelen 29 procent. Vidare brukar normalt drygt 100 000 åskådare följa löparna längs Stockholms gator. 2012 var siffran dock lägre vilket sannolikt berodde på det extremt dåliga vädret med endast 5 grader och ösregn.

Vi delar Stockholm Marathon Gruppens uppfattning att det är viktigt att upprätthålla den internationella andelen löpare i evenemanget och ser positivt på att ytterligare marknadsföring kommer att ske för att öka den internationella andelen löpare 2014. Sammantaget ser vi därför ekonomiskt engagemang som motiverat på såväl kort som lång sikt.

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