

Handläggare: Mattias Rindberg
Tel: 08-508 285 90
E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon 2014 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Stockholm Marathon Gruppens har i en skrivelse till Stockholm Business Region den 5 december 2013 ansökt om ett stöd om 250 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon den 31 maj 2014 (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 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 Business Region.

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

Evenemanget bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och befästa bilden av Stockholm som en evenemangsstad i världsklass. Förutom nationell mediabevakning och TV sändning var 2013 ett tiotal internationella medier på plats och loppet TV sändes i ett tiotal länder och dessutom på internet i USA.

Antalet besökare ökar i samband med evenemanget. 2013 var 21 736 deltagare anmälda varav drygt 7 200 internationella löpare från sammanlagt 81 nationer. Av dessa startade slutligen knappt 17 000 vilket ligger i nivå med tidigare år. Till 2014 års lopp kommer sammanlagt 21 500 anmälningar att accepteras och för närvarande är loppet inte fulltecknat.

2011 genomfördes en turismekonomisk undersökning vilken visade att de tillresta löparna spenderade 85 miljoner kronor i förbindelse med evenemanget.

ASICS Stockholm Marathon är långsiktigt utvecklingsbart. Första gången evenemanget arrangerades, 1979, deltog cirka 2 000 löpare. Numera är det en av Stockholms stora årligt återkommande idrottsliga händelser.

Evenemanget upplevs som positivt för och 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.

Stockholm Marathon Gruppen framhåller vikten av att upprätthålla den internationella andelen löpare i evenemanget. Av den anledningen ska ytterligare marknadsföring genomföras under 2014 för att öka den andelen löpare till 2015.

Vi delar Stockholm Marathon Gruppens uppfattning att det är viktigt att upprätthålla och även öka den internationella andelen löpare i evenemanget och ser därför positivt på detta. Sammantaget ser vi därför ett 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.

Bilagor

1. Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd