

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Stadionklubbarnas ansökan om stöd till evenemang Stockholm Bauhaus Athletics 2016

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Bauhaus Athletics 2016 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Stadionklubbarna har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 25 januari 2016 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Bauhaus Athletics den 16 juni 2016 (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 tangerar 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
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. Vidare 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 SBR.

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

Stockholm Bauhaus Athletics, tidigare DN Galan, bidrar på ett positivt sätt till att marknadsföra Stockholm både nationellt och internationellt som en idrotts- och evenemangsstad av hög rang. Det massmediala intresset för evenemanget är mycket stort. I förbindelse med evenemanget 2015 följde närmare 600 000 nationella TV-tittare direktsändningen och internationellt följde närmare 15 miljoner TV-tittare i 150 länder tävlingen. Vidare var 28 internationella media representanter ackrediterade vid evenemanget.

Tidigare år har evenemanget varit slutsålt och därmed en publikmässig succé. 2015 såg 10 625 åskådare på Stockholms stadion tävlingarna vilket är något färre än de senaste åren. Inför årets evenemang har arrangören beslutat att satsa mer på digital marknadsföring genom bloggare och twittrare för att locka ny publik till galan. Arrangören kommer även arbeta för att försöka locka fler ungdomar till galan

Stockholm Bauhaus Athletics håller hög internationell status och är en av världens främsta friidrottsgalor. Evenemanget ingår sedan 2010 i den globala serien IAAF Diamond League vilket är en serie som sammanlagt rymmer 14 tävlingar och som arrangeras i städer som Shanghai, Rom, New York, Paris och London.

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 Stockholm Bauhaus Athletics Week ingår förutom huvudgalan Stockholm Bauhaus Athletics även Stockholm Bauhaus Athletics Kids och Kids Tour, Big Shot, Stockholm Bauhaus Athletics Seminar, Youth och Diamond 1000. Stockholm Bauhaus Athletics Kids och Kids Tour vänder sig till barn och erbjuder prova på verksamhet i olika stadsdelar. Big Shot är en kultävling för världseliten och som kommer att genomföras i Rålambshovsparken. Stockholm Bauhaus Athletics Seminar behandlar aktuella idrottsrelaterade frågor där experter, media och allmänheten bjuds in. Youth är ungdomarnas egen friidrottsgala som avgörs på Stadion helgen efter huvudgalan och Diamond 1000 erbjuder motionärer möjligheten att springa 1 000 meter på Stadion med tidtagning och uppladdning som de stora stjärnorna.

Konkurrensen är mycket hård bland friidrottsgalor runt om i världen om att ingå i serien Diamond League. Det är något som kräver stora resurser och arrangörer framhåller att ett stöd från staden både är nödvändigt och mycket uppskattat. Sammantaget ser SBR därför ett ekonomiskt engagemang som motiverat på såväl kort som lång sikt.

Av arrangörens redogörelse av miljöarbetet framgår bland annat att man har ett samarbete med Arlanda Express avseende transport av aktiva m.m. från Arlanda. På plats sker de flesta transporter samlade med buss. Publiken uppmanas resa kollektivt, med cykel eller till fots till arenan och på arenan är miljöarbetet prioriterat där städgrupper löpande plockar skräp och sorterar för återvinning.

Avseende jämställdhetsarbetet framgår att kvinnor och män tränar och tävlar på samma premisser och om samma prispengar. Friidrottens stjärnor är lika ofta kvinnor som män och arrangören lyfter i marknadsföringen fram både manliga och kvinnliga aktiva och de lika mycket tid och utrymme vid den officiella presskonferensen. Friidrotten är vidare den idrott som har den mest jämställda TV publiken och evenemangen Kids och Youth vänder sig båda till pojkar och flickor i åldersspannet 5-19 år där arrangören, av erfarenhet och dokumentation, vet att deltagandet är jämställt. Den kvinnliga andelen av publiken vid

huvudgalan uppgår till 35 procent och av den anledningen arbetar arrangören aktivt för att öka andelen vilket SBR anser är positivt.

SBR kan konstatera att Stadionklubbarnas 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 för Stockholm Bauhaus Athletics 2016.

Bilagor

1. Stadionklubbarnas ansökan om stöd.