

3.8.3-33/2016



Ansökan om marknadsföringsstöd för Stockholm BAUHAUS Athletics 2016 – Stockholms deltävling i IAAF Diamond League

Torsdagen den 16 juni 2016 genomförs BAUHAUS-galan på anrika Stockholms Stadion. Tävlingen är kronjuvelen i Stockholm BAUHAUS Athletics Week och arrangeras av Stadionklubbarna som består av Stockholms elva bästa friidrottsföreningar. BAUHAUS-galan ingår sedan 2010 i världsfriidrottens finrum IAAF Diamond League. Genom åren har alla de stora stjärnorna besökt Stadion.

2015 sågs galan av 10 625 åskådare på plats och ytterligare närmare 600 000 TV-tittare i Sverige. Därtill såg omkring 15 miljoner internationella TV-tittare i 150 länder världen över tävlingen. Galan röner också stort medialt intresse i tidningar, radio och på internet.

BAUHAUS-galan är en av 14 galor i den globala serien IAAF Diamond League som löper från maj till september och i världsstäder såsom Doha, Shanghai, New York, London, Rom och Paris. Totalt uppgick antalet TV-tittare 2015 till över 200 miljoner och vid varje sändning anges alla arrangörsorter i vinjetten vilket gör att varumärket Stockholm sprids på ett fantastiskt sätt även utöver själva tävlingsdagen.

Galan avgörs på de nylagda banorna på Stockholms Stadion som är den friidrottsarena där det genom historien noterats flest världsrekord och som av många upplevs som den vackraste och mest anrika i hela världen. Det är en kulturskatt som varje sommar visas upp för både den nationella och internationella friidrottsfamiljen och de tävlande älskar atmosfären och publikens kunnande. Trots att tävlingen avgörs på en gammal arena är det en toppmodern gala som levereras bland annat med teknikens hjälp och Stadions nya fantastiska videotavla och ljudsystem.

Stockholm BAUHAUS Athletics Week innehåller mer än bara huvudgalan. Stockholm BAUHAUS Athletics Kids och Kids Tour vänder sig till alla barn och erbjuder prova på verksamhet i Stockholms olika stadsdelar. Stockholm BAUHAUS Athletics Big Shot genomförs i parkmiljö och är en kultävling för världseliten men där även ungdomar och allmänheten har sina tävlingar. Stockholm BAUHAUS Athletics Seminar behandlar i seminarieform aktuella idrottsrelaterade frågor där experter, media och allmänheten bjuds in.

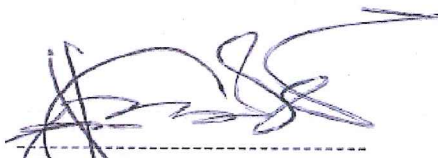
Stockholm BAUHAUS Athletics Youth är ungdomarnas egen friidrottsgala som avgörs på Stadion helgdagarna efter huvudgalan. Stockholm BAUHAUS Athletics Diamond 1000 är den vanliga motionärens chans att vara stjärna för en dag och springa 1000 meter på Stadion med tidtagning och uppladdning som de stora stjärnorna.

BAUHAUS-galan är den svenska friidrottens viktigaste arenatävling och att den genomförs i Stockholm har väldigt stor symbolisk betydelse då det Internationella friidrottsförbundet (IAAF) bildades i Stockholm 1912 i samband med solskensolympiaden.

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 även på andra områden kräver stora resurser och därför är ett stöd från staden nödvändigt och mycket uppskattat. Utöver den stora spridningen av Stockholm så exponeras också varumärket Stockholm – Capital of Scandinavia på alla affischer, flygblad, annonser och andra trycksaker samt självklart på tävlingens officiella hemsidor stockholm.diamondleague.com och www.stockholm-bauhausathletics.se

Stockholm BAUHAUS Athletics uppfyller alla de viktiga kriterierna för stöd men framförallt fyller den upp en viktig plats i Stockholms evenemangsportfölj och är en institution i huvudstadens idrottsutbud. För 2016 söker Stadionklubbarna således ett marknadsföringsstöd om 500 000 kr.

Stockholm 15 januari 2016



Jan Kowalski
Ordförande
Stadionklubbarna



Anders Tallgren
Tävlingsansvarig
Stadionklubbarna



Stockholm 25 januari 2016

Till: Stockholm Visitors Board

BUDGET

Stockholm BAUHAUS Athletics torsdag 16 juni 2016

Intäkter 16,0 Mkr

Biljetter 3,0 Mkr

TV-intäkter och sponsorer 10,2 Mkr

Stockholms stad 2,0 Mkr

Övrigt 0,8 Mkr

Kostnader 16,0 Mkr

Aktiva (prispengar, startpengar, resor, boende) 10,4 Mkr

Marknadsföring 1,2 Mkr

VIP och infrastruktur 1,5 Mkr

Personal (administration, nyckelfunktioner, konsulter) 1,7 Mkr

Övrigt 1,2 Mkr

Resultat 0 Mkr

Bilaga Exponering av *Stockholm – Capital of Scandinavia*

Exponering av själva logotypen

Logotype på den officiella affischen

Logotype i biljett/eventemangsannonser

Logotype på framsidan av programbladet

Logotype i samlingsannons i programbladet

Logotype på de officiella hemsidorna stockholm.diamondleague.com och www.stockholmbauhausathletics.se

Logotype i slinga med samarbetspartners på videotavlan på Stadion

Logotype på övriga officiella trycksaker – Aktivainformation, pressinformation, resultatlista etc.

Logotype på den officiella dokumentationen som upprättas efter tävlingen

Övrigt

Filmsekvens över Stockholm i början av den internationella sändningen

Filmsekvens över Stockholm på storbildsskärmen på Stadion

Det står Stockholm på höjdbädden som kablas ut över hela världen via den internationella sändningen

Stockholm syns som en av arrangörsorterna i vinjetten till samtliga Diamond League-sändningar

Stockholm syns som en av arrangörsorterna överallt där samtliga Diamond League-orter presenteras, exempelvis på Diamond Leagues officiella hemsida

Stockholm Visitors Board har rätt att ha med en prisutdelningsrepresentant vid minst en gren och vid presentation av grenen och vid grenens prisutdelning nämns att grenen presenteras av *Stockholm – Capital of Scandinavia*

Bilaga Miljöarbetet vid Stockholm BAUHAUS Athletics

Miljömedvetet evenemang i hjärtat av Nationalstadsparken

Stockholm BAUHAUS Athletics arrangeras på Stockholms Stadion och har sin uppvärmning på Östermalms IP och i Lill-Jansskogen. Det är i ett anrikt och naturskyddat område – Idrottsparken i Nationalstadsparken – vilket ställer särskilda krav på arrangören. En internationell friidrottsgala av BAUHAUS-galans snitt är ingen miljöbov i grunden men ett större publikt evenemang innebär alltid en viss påfrestning på omgivningen.

De aktiva anländer från hela världen, de allra flesta till Arlanda med flyg. Det är svårt att göra något åt men för att minimera miljöpåverkan finns sedan flera år tillbaka ett samarbete med Arlanda Express som tar besökarna från Arlanda in till boendet. Väl på plats sker de flesta transporter till träning och tävling med storbuss även om vissa biltransporter inte kan undvikas.

Vid stora evenemang på Stadion finns ingen särskild evenemangsparkering utan de bästa sätten att ta sig till arenan är via tunnelbana, buss, cykel eller till fots. Det är också vad vi uppmanar publiken till i samband med galan. Inne på arenan är miljöarbetet prioriterat och utöver stadens personal tillhandahåller arrangören städgrupper som löpande plockar skräp och samlar pant separat.

Med teknikens hjälp har även pappersförbrukningen i samband med Stockholm BAUHAUS Athletics kunnat minskas rejält. Mycket av den information som tidigare kopierades upp och distribuerades fysiskt finns nu på hemsidor och servrar och nås via datorer eller mobiltelefoner. Även det mesta av marknadsföringen sker numera elektroniskt via webbannonser och mailutskick av olika slag.

Galans VIP-område – Diamond Lounge – som byggs upp temporärt sätter också miljö- och hälsofrågorna i centrum genom att erbjuda säkra kyl- och diskanläggningar för mathantering och ordentliga toalettfaciliteter för besökare och personal.

Att arrangera ett världsklassevent innebär att kvalitetssäkra alla aspekter av evenemanget, så även miljöarbetet. Även om många viktiga åtgärder vidtagits de senaste åren fortsätter arbetet med att identifiera nya områden för att ständigt utveckla miljöarbetet och därigenom göra en ännu bättre gala totalt sett.

Bilaga Jämställdhetsarbetet vid Stockholm BAUHAUS Athletics

Friidrott – den jämställda idrotten och Stockholm BAUHAUS Athletics det jämställda evenemanget

Friidrott är en av världens mest jämställda idrotter. Män och kvinnor tränar tillsammans, tävlar på samma arena vid samma tidpunkt och i fallet Diamond League dessutom med samma prispengar. Vidare är friidrott den idrott som har mest jämställd tv-publik och det är mycket därför som den kommer som första enskilda idrott efter Sommar-OS och Vinter-OS när SVT Sports tittare rankar sina idrottsfavoriter.

Stockholm BAUHAUS Athletics har också en stor andel kvinnliga åskådare på plats på Stadion men där visar en publikundersökning från 2014 att andelen inte är 50 % utan bara 35 %. Mot bakgrundskunskapen att tv-tittarna är jämställda och arenapubliken inte är det så arbetar vi aktivt för att öka den kvinnliga publikandelen på Stadion.

Stockholm BAUHAUS Athletics Week innehåller även evenemangen Kids och Youth som båda vänder sig till pojkar och flickor i åldersspannet 5-19 år. Här vet vi av erfarenhet och dokumentation att deltagandet är jämställt.

I marknadsföringen av Stockholm BAUHAUS Athletics lyfter vi som arrangör alltid fram både manliga och kvinnliga aktiva och de får även lika mycket tid och utrymme vid den officiella presskonferensen dagen för galan. Friidrottens fixstjärnor i både Sverige och världen är nog så ofta kvinnor som män. Däremot har friidrottens olika grenar väldigt olika mediauppmärksamhet trots att de har samma antal tävlingstillfällen och prispengar.

Även galans tävlingsledning som består av ett 50-tal personer med ansvar för olika sakområden under evenemangsveckan är väldigt jämställd liksom klubbarnas funktionärer som hjälper till på själva tävlingskvällen. Vi har även ett flertal kvinnliga huvuddomare om än inte 50 %.

Totalt sett kan konstateras att friidrotten och Stockholm BAUHAUS Athletics har kommit långt när det gäller jämställdhetsfrågorna men det finns förbättringspotential inom flera områden där det kanske tydligaste är andelen kvinnor i publiken.