



Handläggare: Karin Bjurholm  
Telefon: 08-508 20 021

Till  
Till Enskede-Årsta-Vantörs  
stadsdelsnämnd

## Evenemangsstrategi för Stockholms stad

Svar på remiss från Kommunstyrelsen, dnr 053-1394/2011

### Förvaltningens förslag till beslut

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd överlämnar förvaltningens tjänsteutlåtande som svar till kommunstyrelsen.

Leif Sjöholm  
Stadsdelsdirektör

### Sammanfattning

I Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass har kommunfullmäktige fastslagit att Stockholm ska vara en evenemangsstad i världsklass. Stadsledningskontoret har tagit fram en långsiktig och samlad strategi för att på ett mer systematiskt sätt arbeta med evenemangsfrågor i enlighet med stadens vision 2030. Förvaltningen ser positivt på att Stockholms stad tar fram en långsiktig och samlad strategi för evenemang i Stockholm. Stockholm har med sitt läge en unik miljö att erbjuda besökare. För att få den slagkraft som Stockholm behöver i konkurrensen med andra städer och regioner, krävs tydlighet och att staden utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör som på ett effektivt sätt involverar beslutsfattare, näringsliv och stockholmarna. Det kan endast uppnås med en gemensam strategi för Stockholm.





## Ärendets beredning

Detta ärende har beretts av staben.

## Bakgrund

Evenemang är viktiga, bland annat för att profilera och marknadsföra Stockholm. I Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass har kommunfullmäktige slagit fast att Stockholm ska vara en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass.

Under våren 2010 initierade Stadsledningskontoret en process för att ta fram en långsiktig och samlad strategi för att på ett mer systematiskt sätt arbeta med evenemangsfrågor i enlighet med stadens vision.

Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsnämnd har, tillsammans med samtliga nämnder, fått evenemangsstrategin för Stockholms stad på remiss.

## Ärendet

I Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass har kommunfullmäktige fastslagit att Stockholm ska vara en evenemangsstad i världsklass. För att få den slagkraft som Stockholm behöver i konkurrensen med andra städer och regioner, krävs tydlighet om målen och att staden utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör, arbetar långsiktigt, tar tillvara alla resurser och på ett effektivt sätt involverar beslutsfattare, näringsliv och stockholmarna. Det krävs också tydliga riktlinjer för prioriteringar.

Att evenemang arrangeras i stockholmsregionen är av stor betydelse. Det stimulerar ekonomin och skapar en ökad efterfrågan på varor och tjänster. Evenemangen är också en viktig del i marknadsföringen av regionen och erbjuder de boende en attraktiv stad att bo och verka i.

Stadsledningskontoret har genomfört en nulägesanalys där beslutsfattare inom staden och företrädare har intervjuats. Denna visar tydligt på att Stockholms stad idag behöver en övergripande evenemangsstrategi. Det finns idag ingen samlad bild över vilken typ av evenemang staden aktivt bör arbeta för att attrahera. Det finns inte heller någon uttalad koppling till vision 2030 för de evenemang som staden arrangerar i egen regi.

Externa aktörer efterfrågar långsiktiga åtaganden som inte är partipolitiska, en synlig ambassadör som driver evenemangsfrågorna och en ökad kunskap bland beslutsfattare och allmänhet om evenemangsindustrins betydelse för stockholmsregionens tillväxt. Även interna aktörer efterfrågar en samlad strategi för stadens engagemang och prioriteringar av evenemang.



Stockholms stad har möjlighet att genomföra evenemang helt eller delvis i egen regi. Flera nämnder och bolag inom staden arbetar med evenemangsfrågor, till exempel:

- Kommunstyrelsen har det strategiska kommunikationsansvaret samt det stadsövergripande säkerhetsansvaret
- Stockholms Business Region (SBR) har till uppgift att utveckla och marknadsföra Stockholm som etablerings- och besöksort
- Kulturnämnden utvecklar och arrangerar återkommande evenemang
- Idrottsnämnden svarar för evenemang inom idrottsområdet
- Trafik- och renhållningsnämnden har en central roll för att evenemangen ska fungera smidigt och effektivt.

#### Förutsättningar för att bli en evenemangsstad i världsklass

Stockholm har med sitt läge en unik miljö att erbjuda besökare. Få städer i världen kan förena storstadens puls med närheten till naturupplevelser och ren stadsmiljö på det sätt som Stockholm gör. Stockholm har också en hög kapacitet för evenemang i och med byggandet av de två stora multiarenorna vid Globen och Solna. Därtill den nya kongresshallen Stockholm Waterfront Congress Centre samt Ericsson Globe Arena, Stockholmsmässan, Kistamässan och Stockholms stadion. Stockholm har också en beprövad erfarenhet av att stå värd för stora evenemang, ett stort publikunderlag, effektiva och miljövänliga transporter samt att Stockholm är tryggt och säkert.

Utmaningar är bland annat en hård internationell konkurrens, det geografiska läget och att kunna erbjuda bra kringservice under en samlad strategi för hur man bemöter arrangörer och besökare. Vidare behövs det en effektiv intern organisation med enkel tillståndshantering. Det är idag också brist på givna opinionsbildare som brinner för Stockholm som evenemangsstad och på stöd från stockholmarna som saknar kunskap om evenemangsindustrins betydelse för Stockholm.

#### Mål

För att visionen ska kunna omsättas i praktiken krävs tydliga mål som kan mätas och utvärderas över tid. Målen bör sättas med utgångspunkt från visionen om att staden ska nå världsklass.

#### Förslag till målformuleringar:

- Att år 2030 vara en av Europas tre främsta evenemangsstäder – ett naturligt val för internationella evenemangsarrangörer inom idrott, kultur och nöjen



- Att befästa position som en av världens främsta mötesplatser för kongresser, mässor och högnivåkonferenser.

#### Stödjande mål:

- Att stockholmarna ska känna stolthet över de evenemang som erbjuds i regionen och ha kunskap om/förstå hur evenemang bidrar till tillväxt och sysselsättning.
- Att evenemangsarrangörer ska från stadens sida mötas av en hög och välkomnande service som kännetecknas av en snabb, enkel och tydlig handläggning, en öppen och positiv attityd, god tillgänglighet och ett gott bemötande.
- Att ett internationellt högprestigeevenemang förläggs till Stockholm
- Att Stockholms stad ska bidra till att etablera evenemang inom nya nischer, till exempel samlar ett IT-evenemang som mobilmässan i Barcelona, 65 000 besökare varje år.
- Att långsiktiga relationer etableras med strategiska sponsorer och samarbetspartners

De primära målgrupperna är besökare, arrangörer - svenska och internationella, branschorganisationer och förbund, samarbetspartners och sponsorer.

#### Grundläggande förhållningssätt

Stadens inställning till att evenemang förläggs till Stockholm ska i grunden vara bejakande. Staden ska därför sträva efter att skapa de förutsättningar som krävs för att arrangörer ska vilja förlägga sina evenemang hit. Alla typer av evenemang inom vitt skilda discipliner som idrott, musik, möten och kongresser är viktiga för att Stockholm ska uppnå visionen. Här ska finnas ett rikt utbud av små och större evenemang. Det kan vara evenemang som vänder dig såväl till stockholmare som till besökare. Men det kan också vara aktiviteter såsom kongresser som vänder sig till en viss målgrupp utanför staden eller regionen och som både leder till intäkter för hotell- och kongressnäringen i staden och som kan skapa intresse för Stockholms attraktivitet hos besökande kongressdelegater.

Staden ska inte aktivt stödja evenemang som är negativa för Stockholms varumärke eller som är direkt skadliga för invånarna, till exempel om det medför negativ påverkan på miljön, hotar säkerheten eller är diskriminerande.

#### Prioriteringar i linje med Vision 2030

Det finns oerhört många typer av och inriktningar på evenemang. De är alla viktiga för att nå visionen om en levande evenemangsstad i världsklass. Däremot krävs att Stockholms stad prioriterar vilken typ av evenemang som staden i första



hand ska engagera sig i för att attrahera till Stockholm eller bidra till att själv utveckla. Det gäller allt från idrotts- och kulturevenemang till mässor och kongresser.

Vision 2030 tar sikte på att Stockholm ska vara en världsledande kunskapsregion och det bör också ligga till grund för prioriteringar av strategiska evenemang för Stockholms stad. Stockholms stad bör prioritera att stödja eller genomföra evenemang som är framtidsinriktade, som bidrar till att positionera Stockholm som en stad i världsklass, som framhåller våra styrkor och förstärker Vision 2030. Det kan knytas till följande kärnvärden:

1. Stockholms unika, naturliga förutsättningar – vattnet, ljuset/mörkret, miljön
2. Stockholms ledande spetskompetens – IT life science och miljöteknik
3. Spetsområden inom kultur – musik, underhållning och dans

### Stadens roll

Stockholms stad har en central roll för att visionen och målen ska uppnås – både på en strategisk och på operativ nivå. Gemensamma strategier och förbättrad samordning inom staden kommer att förbättra stadens möjligheter att bli en än mer attraktiv evenemangsstad där olika aktörer finner det enklare än idag att genomföra evenemang.

Den viktigaste rollen för staden är att vara strategisk motor i arbetet med att attrahera evenemang till Stockholm. Staden bör också sträva efter att utveckla ett nära samarbete med relevanta nationella organ för att attrahera konferenser, evenemang och toppmöten på nationell nivå. Staden ska kunna erbjuda en infrastruktur i världsklass och kunna ge en hög service med snabb, enkel och tydlig handläggning av tillstånd. Staden bör också överväga att koncentrera sina resurser till att genomföra ett fåtal egna, strategiskt utvalda evenemang i världsklass.

### Handlingsplan – åtta steg för en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass

Nedanstående punkter föreslås utgöra grunden i en handlingsplan för Stockholm stad med syftet att utveckla Stockholm till en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass:

- Etablera en styrgrupp som har det yttersta ansvaret för att säkerställa stadens roll som strategisk motor. Styrgruppen ska ha ett strategiskt samordningsansvar och göra det enklare att genomföra evenemang i Stockholm

- Fastställa kärnvärden och kriterier för vilken typ av evenemang som är strategiska för Stockholm och som ligger i linje med Vision 2030.
- Pröva prioriterade evenemang mot fastställda kriterier och kärnvärden
- Utarbeta en långsiktig aktivitetsplan
- Genomföra en fördjupad benchmark för att få kunskap om hur relevanta konkurrentstäder och regioner arbetar
- Förstärka samarbetet med näringsliv, sponsorer och evenemangsindustrin
- Ta fram en särskild plan för att involvera stockholmarna för att tydligt kommunicera vilken betydelse evenemangsindustrin har för ekonomin och sysselsättningen och hur detta kopplar till vision 2030.
- Medverka till att ett högprestigeevenemang förläggs till Stockholm.

### **Förvaltningens synpunkter och förslag**

Förvaltningen ser positivt på att Stockholms stad tar fram en långsiktig och samlad strategi för evenemang i Stockholm. Stockholm har med sitt läge en unik miljö att erbjuda besökare. För få den slagkraft som Stockholm behöver i konkurrensen med andra städer och regioner, krävs tydlighet om målen och att staden utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör, arbetar långsiktigt, tar tillvara alla resurser och på ett effektivt sätt involverar beslutsfattare, näringsliv och stockholmarna. Det kan endast uppnås med en gemensam strategi för hela Stockholm kopplad till Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass.

Förvaltningen ser också positivt på att en särskild plan tas fram för att involvera stockholmarna och för att kommunicera vilken betydelse evenemang har för ekonomin och sysselsättningen.

I Enskede-Årsta-Vantörs stadsdelsområde finns den framtida Söderstaden, som till stor del kommer att präglas av Stockholmsarenan. Förvaltningen anser att det är viktigt att hela området Söderstaden kan marknadsföras tillsammans så att kringverksamheter som exempelvis handel, caféer och restauranger gynnas, då den nya arenan och Stockholmsmässan med dess många arbetstillfällen är ett viktigt målområde i Söderortsvisionen.

Förvaltningen anser vidare att det är viktigt att Stockholm kan erbjuda en infrastruktur i världsklass och att staden kan erbjuda goda offentliga miljöer. Förvaltningen anser också att det är viktigt att evenemangsstrategin omfattar hela staden, inte bara innerstad, vid marknadsföring.

### **Bilaga**

1. Evenemangsstrategi för Stockholms stad