



EXPLOATERINGSKONTORET  
STADSBYGGNADSKONTORET

2011-11-02  
TJÄNSTEUTLÅTANDE  
DNR E2011-000-01366  
DNR 2011-15502-00

Kontaktperson exploateringskontoret  
Petra Dalunde  
Administrativa avdelningen  
Telefon: 08-508 264 53  
petra.dalunde@stockholm.se

Till  
Exploateringsnämnden 2011-11-24  
Stadsbyggnadsnämnden 2011-12-08

Kontaktperson stadsbyggnadskontoret  
Birgitta Holmström  
Staben  
Telefon: 08-508 265 91  
birgitta.holmstrom@stockholm.se

## **Evenemangsstrategi för Stockholms stad. Svar på remiss**

### **Förslag till beslut**

1. Exploateringsnämnden och stadsbyggnadsnämnden besvarar Stockholms stads stadsledningskontors remiss av förslaget till evenemangsstrategi, med detta tjänsteutlåtande.
2. Exploateringsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.  
Stadsbyggnadsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.

Krister Schultz

Susanne Lindh



## Sammanfattning

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

Det finns i Stockholms stad ett behov av en evenemangsstrategi som täcker följande identifierade behov: definition av vilka evenemang som är strategiska för Stockholm, ökad slagkraft för att attrahera prioriterade evenemang, ökad systematik för att utveckla egna evenemang, helst av återkommande karaktär för att skapa långsiktighet i planering och samarbeten, ökad samverkan för att utnyttja potentialen i aktuella evenemang.

För att utveckla Stockholm till en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass föreslås framtagandet av en handlingsplan i åtta steg: Etablera en styrgrupp, fastställa kärnvärden och kriterier, pröva prioriterade evenemang mot fastställda kriterier och kärnvärden, utarbeta en långsiktig aktivitetsplan, genomföra en fördjupad benchmark, förstärka samarbetet med näringsliv, sponsorer och evenemangsindustrin, involvera stockholmarna och medverka aktivt till att ett högprestigeevenemang förläggs till Stockholm.

Ambitionen att Stockholm år 2030 ska vara en av Europas tre främsta evenemangsstäder samt befästa positionen som en av världens främsta mötesplatser för kongresser, mässor och högnivåkonferenser anser kontoren vara god.

Kontoren anser även att förslaget på evenemangsstrategi för Stockholm är bra. Den tillhörande handlingsplanen för att nå dessa mål är realistisk och ambitiös. Kontoren vill tillägga en önskan om att stadsutvecklingsfrågorna och stadsutvecklingsprojektens roll på olika sätt tydliggörs i detta sammanhang, gärna tillsammans med stadsbyggnads- och exploateringskontoren.

## Bakgrund

I Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass har kommunfullmäktige slagit fast att Stockholm ska vara en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass. Målen som formulerats utifrån visionen är:

- Att år 2030 vara en av Europas tre främsta evenemangsstäder – ett naturligt val för internationella evenemangsarrangörer inom idrott, kultur och nöjen.
- Att befästa positionen som en av världens främsta mötesplatser för kongresser, mässor och högnivåkonferenser.

Evenemang är viktiga, bland annat för att profilera och marknadsföra Stockholm. 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.

I begreppet evenemang räknas här in festivaler som staden initierar eller arrangerar, större artist- och idrottsevenemang samt kongresser, mässor och konferenser. Den gemensamma nämnaren är att de sammantaget ska förstärka stadens varumärke och profil.

### **Remissbehandlingen**

Förslaget till kommunikationsprogram har remitterats till samtliga nämnder samt Stockholms Stadshus AB.

## **Ärendet**

### **Remissens syfte**

Processen med att ta fram en evenemangsstrategi för staden inleddes med en nulägesanalys, där ett tiotal beslutsfattare inom staden och företrädare för evenemangsindustrin intervjuades i syfte att:

- få en tydlig bild av hur staden arbetar idag och hur olika aktörer uppfattar att staden arbetar för att attrahera evenemang
- identifiera möjligheter och utmaningar för att Stockholm ska uppnå visionen om en evenemangsstad i världsklass.

Nulägesanalysen kompletterades med en workshop. Där samlades företrädare för de förvaltningar och bolag som idag arbetar med evenemang: Stockholm Business Region, Stockholm Visitors Board, kulturförvaltningen, idrottsförvaltningen och Stockholmsmässan tillsammans med nära samarbetspartners inom evenemangsindustrin för att bland annat diskutera målbild, strategi, prioriteringar och samarbetsformer.

Det förslag på strategi som nu föreligger har diskuterats och förankrats inom ovanstående grupp.

### **Evenemangsstrategin**

Evenemang bidrar till sysselsättning och tillväxt

Att evenemang arrangeras i stockholmsregionen är av stor betydelse. Det stimulerar ekonomin och skapar en ökad efterfrågan på varor och tjänster. Av den totala turistomsättningen i Stockholms län på 22 miljarder kronor<sup>1</sup> svarar

---

<sup>1</sup> Avser 2009, källa Event Stockholm



evenemang för cirka 5 miljarder kronor och bidrar till såväl arbetstillfällen som etableringar i regionen.

Behov av en samlad strategi

Den kartläggning som är gjord visar tydligt på att Stockholms stad idag saknar en övergripande evenemangsstrategi. Det finns 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 idag 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.

Sammanfattningsvis kan fyra behov utläsas:

1. Definition av vilka evenemang som är strategiska för Stockholm.
2. Ökad slagkraft för att attrahera prioriterade evenemang.
3. Ökad systematik för att utveckla egna evenemang, helst av återkommande karaktär för att skapa långsiktighet i planering och samarbeten.
4. Ökad samverkan för att utnyttja potentialen i aktuella evenemang.

### **Handlingsplan: Åtta steg mot 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.

1. Etablera styrgrupp
2. Fastställa kärnvärden och kriterier
3. Pröva prioriterade evenemang mot fastställda kriterier och kärnvärden
4. Utarbeta en långsiktig aktivitetsplan
5. Genomföra en fördjupad benchmark
6. Förstärka samarbetet med näringsliv, sponsorer och evenemangsindustrin

7. Involvera stockholmarna
8. medverka Aktivt till att ett högprestigeevenemang förläggs till Stockholm

## **Kontorens synpunkter**

### **1. Etablera styrgrupp**

Att det strategiska ansvaret för styrning och samordning *inom* staden av engagemanget i evenemang förläggs till stadsledningskontoret, där en styrgrupp bildas för detta ändamål tycker kontoren är bra och vill tillägga att detta arbetssätt med fördel kunde användas inom fler områden, såsom exempelvis en för staden besökstrategisk samordning osv. Det som skulle kunna diskuteras vidare är om exploateringskontoret och/eller stadsbyggnadskontoret borde ingå i föreslagna styrgrupp, eftersom staden vanligtvis vill presentera sina stadsutvecklingsprojekt i samband med denna typ av evenemang.

### **2. Fastställa kärnvärden och kriterier samt**

### **3. Pröva prioriterade evenemang mot fastställda kriterier och kärnvärden**

Att staden fastställer kriterier och kärnvärden som klargör vilka evenemang som staden ska delta i och på vilket sätt ur ett strategiskt perspektiv i relation till Vision 2030 är utmärkt. Kontoren anser att staden i de flesta fall bör ha med stadsutvecklingsprojekten som exempel på ett Stockholm som växer. Det är också angeläget att fastställa vilka budskap som staden vill förmedla, både övergripande och i relation till det aktuella evenemanget.

### **4. Utarbeta en långsiktig aktivitetsplan**

Framtagande av en långsiktig aktivitetsplan anser kontoren är ett mycket bra förslag. Även i detta arbete vore det bra om exploateringskontoret och stadsbyggnadskontoret redan tidigt får kännedom om vad som förväntas vad gäller medverkan i evenemang av typen Stockholmspaviljongen, så att det finns med i projektens planering.



**5. Genomföra en fördjupad benchmark samt**

**6. Förstärka samarbetet med näringsliv, sponsorer och evenemangsindustrin**

I denna fas tycker kontoren att det skulle kunna vara givande att även arbeta tillsammans med Stockholm Bygger där fastighetsägare, byggherrar och annat branschfolk inom stadsutvecklingsområdet finns.

**7. Involvera stockholmarna**

Kontoren håller med om att det är viktigt att ha stockholmarna med sig i detta och stödjer därför förslaget att en särskild plan för att involvera stockholmarna tas fram.

**8. Aktivt medverka till att ett högprestigeevenemang förläggs till Stockholm**

Även i denna fråga stödjer kontoren förslaget, att aktivt medverka till att ett internationellt högprestigeevenemang, gärna med koppling till stadsutvecklingsfrågorna, förläggs till Stockholm.

**Slut**