



Kungliga Djurgårdens Intressenter AB
Box 10 274, 100 55 Stockholm
Tel 08-661 44 50 Fax 08-517 34 311 www.djurgarden.net

SUB: 31-192/2009

2009-10-28

Stockholm Visitors Board
Att Mattias Rindborg

Box 16282
103 25 Stockholm

Ansökan om medverkan i Projekt Djurgårdsljus

Genom projekt Djurgårdsljus gör Kungliga Djurgårdens Intressenter, KDI, som samlar Södra Djurgårdens aktörer och Kungliga Djurgårdens Förvaltning, KDF en gemensam satsning på ett ljusevenemang avsett att ge Stockholm en ny attraktion för turister och stockholmare.

Avsikten är att Djurgårdsljus ska bli ett stort publikt och årligen återkommande evenemang med en kraft och ett uttryck som gör att det stegvis kan utvecklas till norra Europas största och bästa ljusfestival. På Södra Djurgården finns en rad byggnader, gatumiljöer och parker som sammantaget ger stora förutsättningar för ett samlat ljussättningsevenemang. Ingen annanstans i världen finns den komplexitet och mångfald som Djurgården rymmer och som kan scensättas i ett ljusevenemang. Evenemanget har särskilt goda förutsättningar i Södra Djurgårdens samlade miljö. I anslutning till evenemanget planerar flera av institutionerna att hålla kompletterande kvällsaktiviteter.

Evenemanget är planerat att det första året 2010 pågå i 10 dagar med start fredagen den 26:e februari 2010 och avslutning den 7:e mars. För kommande år finns möjlighet att förlänga tiden för evenemanget så att fler kan få ta del av upplevelsen.

Inspirationskälla är Lyon, där festivalen årligen lockar ca 4 miljoner besökare. Sedan flera år har Stockholms stad arbetat med successivt förbättrad ljussättning av parker, märkesbyggnader, broar mm. Staden förskönas och blir allt mer attraktiv även under den mörka delen av året. Djurgårdsljus sätter fokus på möjligheterna till ljussättning i stads- och parkmiljö.

Ett 20-tal objekt inom Södra Djurgårdens västra del – från Djurgårdsbron till Djurgårdsslätten kommer att ljussättas av Sveriges främsta ljusdesigners i samarbete med Djurgårdens aktörer, KDI och KDF. KDF svarar för flera objekt i den allmänna miljön.

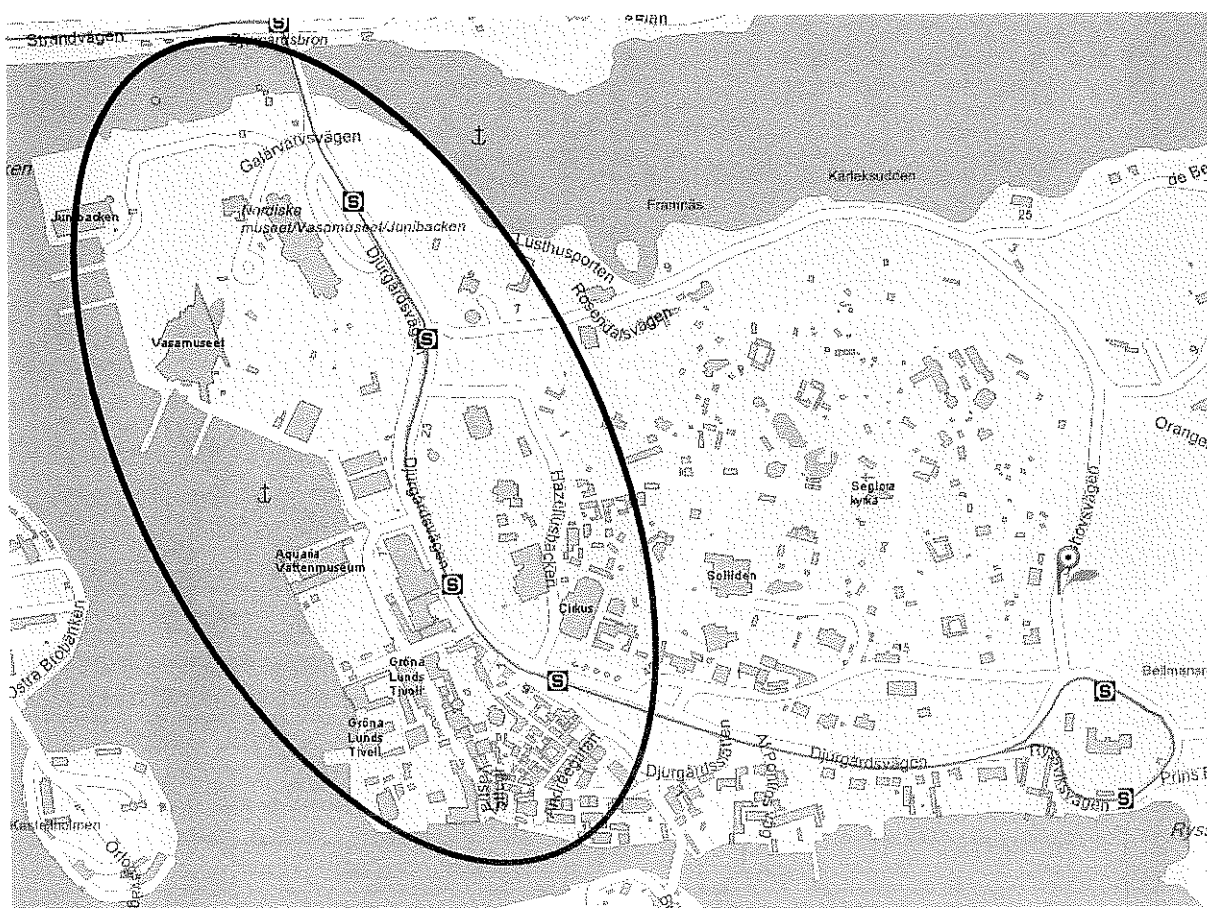
Organisatoriskt genomförs Djurgårdsljus genom partnerskap mellan berörda aktörer i syfte att göra organisationen så liten och effektiv som möjligt. Partners förutsätts gå in med engagemang och finansiellt stöd. Engagemanget kan bestå i att ställa mark och byggnader till förfogande och att ingå i skapandet av de projekt som beskrivs ovan eller att bidra med teknik, energi, bevakning, försäkringar mm. Men också att efter möjlighet bidra med finansiellt stöd.

KDF och KDI utvecklar projektet i nära samarbete med Stockholms Stad och belysningsbranschen. De olika aktörerna med objekt som ska illumineras deltar liksom ljussättare och konsulter. Diskussioner förs med energiföretag, försäkringsbolag, banker, bevakningsföretag etc angående medverkan i Djurgårdsljus.

Näringslivet har, genom ljussättningsbranschen i vid mening, visat stort intresse. Stockholm Lightning Days är en internationell konferens som från 2010 förläggs i anslutning till genomförandet av Djurgårdsljus. Konferensen beräknas locka över 500 personer. Genom Djurgårdsljus får konferensen tillgång till en illustrativ attraktion som berör konferensens syfte och innehåll. Konferensen är viktig för att etablera Stockholm som det nordiska ljusets huvudstad.

Djurgårdsljus vill skapa ett årligt evenemang för stockholmarna på Södra Djurgården. Djurgårdsljus bidrar också till att stärka Stockholm som turistmål vintertid.

Djurgårdsljus på Södra Djurgården - evenemangsområde



Ljusevenemang är visuella och bildmässiga, vilket gör Djurgårdsljus intressant för media som webben, tidningar och TV. Det går att berätta en ny berättelse om ett attraktivt Stockholm.

Djurgårdsljus förläggning till en sportlovsvecka med två helger gör ett stockholmsbesök ytterliggare attraktivt. Första året blir en etablering av evenemanget som följande år kan få en god effekt på turismen. Djurgårdsljus är en del i byggandet av varumärket Stockholm som också kan bli Skandinaviens ljushuvudstad.

I projektet ingår att belysningsbranschen utvecklar energisparande och effektivi energianvändning. Gammal teknik byts och ny kommer in när systemkunnandet utvecklas. Genom Djurgårdsljus ges företagen möjligheter att exponera sina produkter och sitt kunnande. Ljus handlar också om vår fysiska och psykiska miljö och också om trygghet. En rätt ljussatt stad lockar till kvällspromenader.

Ljusbranschen har två branschorganisationer, Belysningsföreningen och Belysningsällskapet. Dessutom finns en kraftfull intresseorganisation i Ljusforum. Samtliga är engagerade i att skapa Djurgårdsljus genom sina medlemsföretag som är specialister på ljussättning, teknikföretag, konsulter och leverantörer. Flera arbetar på en internationell marknad och har sitt huvudkontor i Stockholm. Andra, multinationella företag har regionkontor i Stockholm. För samtliga dessa är det viktigt att bjuda sina kunder på upplevelser där företagen och dess produkter står i centrum.

KDF och KDI har beslutat att tillskjuta medel för genomförande av Djurgårdsljus. Belysningsbranschens engagemang i genomförande av delprojekten innebär egna satsningar utöver de ekonomiska bidrag som ges till respektive projekt från projektägarna KDF och KDI. KDI:s medverkande medlemmar gör också egna marknadsföringsinsatser för evenemanget. Vidare pågår diskussioner med externa partners i olika branscher och media angående medverkan i projektet.

Projektbudgeten är flexibel och inga kostnader låses utan att finansiering finns. Projektet innebär således inget ekonomiskt risktagande. Arrangemangets omsättning kan komma att ligga i spannet 5 – 10 Mkr inklusive de marknadsföringsinsatser och insatser av egen personal som görs av medlemsföretag, belysningsbranschen etc.

KDI och KDF har under hand haft möjlighet att presentera projekt Djurgårdsljus för Stockholms stad och mött ett positivt gensvar. Vi lämnar därför in en ansökan om projektstöd om 500.000 kr för genomförande av projekt Djurgårdsljus. Utöver detta penningbelopp föreslår vi också att vi får möjlighet att samarbeta med Stockholm Visitors Board gällande marknadsföring genom de kanaler som SVB disponerar.

Vi räknar med 100 000 besökare till Djurgårdsljus 2010. Det finns etablerade beräkningsmodeller för vad det innebär i ökad omsättning i en stad. Ingen marknadsföring är så effektiv och så billig som invånarnas när de talar väl om sin stad.

Stockholm som ovan



Sven Lorentzi
VD i KDI AB
Tel 070 752 7490