



Stockholm Visitors Board  
Att. Mattias Rindberg  
Box 16282  
103 25 Stockholm

Stockholm 28 oktober 2010

**Ansökan om finansieringsstöd på 150.000 SEK för genomförandet av Nationaldagsgaloppen.**

**Bakgrund**

Svensk Galopp är stadd i kraftig förändring: "nationalarenan" i Täby ska avvecklas och marken säljas. Med anledning av det söker Svensk Galopp nya, moderna sätt och nya kanaler för att popularisera och bredda sporten (som f.ö har en särställning vad gäller hästintresse internationellt). Med nya synsätt och nya idéer till följd av nya förutsättningar, ny organisation och ny ledning har skapats en ny plattform som ska bygga på tillgänglighet, öppenhet, välkomnande och ökad synlighet i samhällsbilden. Som ett led i denna utveckling vill Svensk Galopp skapa ett "skyltfönster" för sporten som skapar närvaro, engagemang och ett ökat intresse.

Därför har Svensk Galopp, i samverkan med Kungliga Djurgårdens Förvaltning, bestämt sig för att genomföra en *årlig galopptävling på Ladugårdsgärde i Stockholm*. Det första evenemanget kommer att *äga rum på Sveriges nationaldag*, den 6 juni, 2011.

Ambitionen är att med en galopptävling, skapa en årlig återkommande företeelse, som inte bara ökar intresse kring galoppsporten utan som också ökar Stockholms och Djurgårdens attraktionskraft som stad och plats för angenäma upplevelser.

Vår ambitionsnivå ställer höga krav på evenemangets genomförande, såväl kvalitativt som säkerhetsmässigt.

## **Galopp på Ladugårdsgärde är ingen ny företeelse.**

De första galopptävlingarna i Stockholm ägde rum redan den 1831 på just Ladugårdsgärde. Det första loppet, den 7 juni, reds i tre heat på en 960 m lång bana. Tävlingarna anordnades av Patriotiska Föreningen för Sveriges Hästcultur, i vilken Axel von Fersen var drivande kraft. Ordförande var greve Magnus Brahe, god vän till kung Karl XIV Johan.

1867 bildades Allmänna Svenska Kapplöpningssällskapet, som anordnade tävlingar i Stockholm följande år. Banan bestod då av en 1800 m lång bana, formad som en ellips, som gick fram till Drottningtorget på Gärdet. De sista tävlingarna ägde rum 1875. Stockholms Kapplöpningssällskap öppnade 1894 en ny bana vid **Lindarängen på Ladugårdsgärde** där löpningsbanor, diagonaler och träningsbanor anlades. Galoppbanan på Lindarängen stängdes 1918 som en följs av Frihamnens utbyggnad.

Det är den fina traditionen som vi nu efter ett över 90 år långt uppehåll vill väcka till liv igen.

## **Vision**

*Att genom öppenhet, nytänkande och tillgänglighet uppfattas som en av de ledande aktörerna inom internationell galopp, med återkommande spektakulära tävlingar och evenemang i världsklass.*

Visionen speglar i mångt och mycket strategin, dvs. det övergripande tillvägagångssättet: genom att arrangera ett högklassigt evenemang på Gärdet på den svenska nationaldagen skapa både sportsligt och medialt intresse, såväl nationellt som internationellt.

## **Position**

Positionen – dvs. mottagarens önskade bild av oss – är inget vi uttrycker i dagligt tal och skrift, men gärna vill att omvärlden ska förnimma och uppleva: känslan av "folkelig elegans" - fenomenet galopp som hellre inkluderar än exkluderar.

Detta stärks av några av de nyckelord och adjektiv som präglar "den nya galoppen":

- Välkomnande
- Tillgängliga
- Nytänkande
- Passionerade



Dessa värdeord testas i varje moment, varje dag och de givna slutproven blir när vi bjuder in våra galoppvänner, hästintresserade och – inte minst – allmänheten till tävlingar på våra banor och till evenemanget som kommer att tilldra sig det stora media- och publikintresset: Nationaldagsgaloppen.

Det är då våra olika målgrupper kommer att avgöra om vi lever upp till devisen:

**GALOPPEVENEMANG I VÄRLDSKLASS, MITT I STOCKHOLM!**

## **Erbjudande**

Tidigare beskrivning av förändringar, ambitioner och värdeord formar vårt erbjudande till alla våra intressenter: *"upptäck den nya galoppen och bli med på en spännande resa på jungfrulig mark"*.

Våra intressenter kan vara blivande hästägare, allmänheten, kommersiella likväl som icke kommersiella partners, media - , ja kort sagt de flesta som på ett eller annat sätt ser möjligheten att delta i en epokgörande händelse, nämligen att upptäcka och kunna påverka en ny upplevelse – galoppen.

Den metamorfos som Svensk Galopp påbörjat och som nu manifesterar sig i nytänkande åtgärder på alla plan, borgar för att vårt erbjudande verkligen kommer att upplevas som i det närmaste unikt.

*Vad består då denna unicitet i och på vilket sätt kan det gagna galoppsporten?*

Galoppsporten är den klart dominerande hästsporten internationellt, med tydliga "fästen" och ursprung i England, Frankrike och – inte minst i – USA.

Sporten har i Sverige under den senare delen av 1900-talet kraftigt tappat till en allt bredare travsport, en realitet som märkligt nog kan gynna galoppen.

Det faktum att travsporten tycks ha nått sitt "tak" som publiksport (inte som spelform) och idag omgärdas av en delvis negativ image kan gynna en "ny" aktör som galopp: "STOR, FLÄRDFULL INTERNATIONELL SPORT LANSERAS I SVERIGE" skulle en löpsedel kunna lyda. Och för en gång skull inte överdriva.... Galoppens internationella storhet och flärd kan ingen ifrågasätta, knappast heller det faktum att "galoppen" aldrig i modern tid presenterats eller lanserats för en större publik/målgrupp i Sverige.

Genom Nationaldagsgaloppens unika möjligheter så kan Svensk galopp och Stockholm få ett tävlingstillfälle som på sikt kan jämföras med internationella, högklassiga evenemang som franska Prix de l'arc de Troimphe, engelska Royal Ascot och Dubai World Cup – tack vare sin belägenhet och den anrika historia som omgärdar nysatsningen på en galopptävling mitt i "Skandinaviens huvudstad"

*Så, varför ska jag som intressent på olika plan, bejaka ambitionen att "upptäcka galoppen"?*

Därför att du/ni kan vara med om en unik möjlighet, nämligen att lansera ett internationellt fenomen i Sverige. På samma sätt som bilsportens Formel 1 och den speciella tävlingen i Monaco, vill vi erbjuda "hästsportens formel 1" i stadsmiljö, på Gärdet på Kungliga Djurgårdens mark. Tillika på Nationaldagen.

Den dagen blir en smältdegel för våra framtida ambitioner, men också en medial och publik höjdpunkt för "den nya galoppen – nytänkande och tillgänglig i alla avseenden".

Tävlingarna på nationaldagen blir ett naturligt och stort skyltfönster mot omvärlden och där mediabevakningen genom ATG:s samarbete med TV4 borgar för en gedigen bevakning av tävlingarna.

Ett samarbete med "Smaka på Stockholm" - en väl etablerad försommarfest som firas mellan den 1:a juni till 6:e juni i Kungsträdgården och som lockar cirka 75.000 besökare per dag – har redan inletts i syfte att skapa tydliga samordningsfördelar. Nästa år så firar "Smaka på Stockholm" 20-årsjubileum och det blir naturligtvis ett utsökt tillfälle att informera cirka en halv miljon besökare som är i Stockholm och i Kungsträdgården om Nationaldagsgaloppen!

Summa Sumarum: Vi vänder oss till några få, dedicerade partners i en resa mot visionen: *"att uppfattas som en av de ledande aktörerna inom internationell galopp, med återkommande spektakulära tävlingar och evenemang i världsklass."*



Gunnar Werner  
VD, Svensk Galopp AB

## NATIONALDAGSGALOPPEN: KOSTNADSRAM FÖR 2011

Banbyggnad/ledvolt	1.500.000
El/vattenservice : dragningar/material/generatorer	400.000
Rail: montering och demontering	800.000
Läktare, allmän	175.000
Läktare, VIP med tält	1.200.000
Bord/bänkar/inredning	300.000
Marknadsgator (3 st.)	200.000
Staket, inhängnad publikdel	70.000
Måldomartorn, målkamera m.m	20.000
Skiljenämnd (utrymme + teknik)	20.000
Vågrum/vinnarcirkel	20.000
Resultat/odds/informationstavlor	150.000
TV/storbildsskärmar	150.000
Press (utrymme + teknik)	30.000
Gäststallar/hästdusch/gödselcontainer	200.000
Veterinär/dopingkontroll	20.000
Omklädningsutrymmen	30.000
Transport startboxar, inklusive personal	80.000
Traktor/tankvagn för ev. bevattning	10.000
Sopbehållare	10.000
Högtalare/ljudanläggning	150.000
Personalkostnader: tävlingsfunktionärer och banpersonal	40.000
Säkerhet: ordningsvakter , natt och dag, samt hundar	370.000
Flaggstänger/flaggor	15.000
Utsmyckning/skyltar/blommor	15.000
Toaletter/"Bajamajor"	315.000
PR/marknadsföring/annonsering	500.000
Extra, oförutsedda, kostnader	ca. 500.000
<b>ESTIMERAD KOSTNADSSUMMA:</b>	<b>7.300.000</b>