

Till  
Styrelsen för Stockholm Business  
Region

## Yttrande över Live Nation Sweden ABs ansökan om stöd till evenemang

### *Ärendet*

Live Nation Sweden AB har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 10 april 2011 ansökt om ett stöd om 395 000 kronor för NHL Premiere den 7 – 8 oktober 2011 (bilaga 2).

De nordamerikanska ishockeylagen New York Rangers, Los Angeles Kings och Anaheim Ducks kommer att starta NHL säsongen i Stockholm och på Ericsson Globe. Matcherna som kommer att spelas är, den 7 oktober New York Rangers mot Los Angeles Kings samt den 8 oktober, New York Rangers mot Anaheim Ducks.

I förbindelse med NHL Premiere 2010 närvarade cirka 150 media representanter, varav drygt hälften representerade internationella medier, för att bevakade evenemanget i Stockholm. Över 1 500 000 hushåll följde de Nordamerikanska TV-sändningarna från matcherna och i Sverige visades matcherna på TV6 och Viasat Sport med cirka 500 000 tittare. Publikt lockade evenemanget 20 000 åskådare som såg matcherna på plats i Ericsson Globe.

Arrangören betonar att för att säkerställa evenemangets genomförande och framtid är det av vikt att Stockholm stad fortsätter att medverka som partner till NHL Premiere 2011 och ansöker av den anledningen om ett stöd om 395 000 kronor.

### *Bolagets synpunkter*

Stockholms stads evenemangspolicy slår fast att staden kan överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen, evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp, evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm, evenemanget har en hög internationell status, evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart samt evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare ska kriterierna tillämpas.

Vidare ställs följande krav på arrangören av ett evenemang; en realistisk budget ska ligga till grund för evenemanget, evenemangets ekonomi ska kontinuerligt följas upp och om risk för avvikelser föreligger ska åtgärder genast vidtas. Stockholm Visitors Board ska kontinuerligt hållas underrättade om evenemangets utveckling och ekonomi och efter genomfört evenemang ska en ekonomisk slutredovisning upprättas och skickas till Stockholm Visitors Board.

Ishockey är en av de största idrotterna i Sverige och dagligen bevakas den nordamerikanska ligan och våra svenska stjärnor både i tidningar, på TV och på webben. I förbindelse med NHL Premiere 2011 kommer ett av de mest populära lagen i NHL, New York Rangers, till Stockholm med den svenska målvakten Henrik Lundqvist i spetsen.

Det är ett prestigefyllt evenemang genom att Stockholm är en av bara fyra städer i Europa som detta evenemang kommer att genomföras i. De övriga städerna är Berlin, Hamburg och Helsingfors. Detta bidrar till att placera Stockholm på den internationella kartan och i ett internationellt sammanhang.

Stockholm är därigenom en av få platser i Europa där intresserade besökare live kan se matcherna som öppnar den världsledande NHL säsongen 2011.

Förra årets evenemang lockade cirka 20 000 besökare. Årets evenemang beräknas attrahera fler besökare, med anledning av det populära laget New York Rangers deltagande, och därigenom bli slutsålt.

Den turismekonomiska undersökning som genomfördes i förbindelse med evenemanget 2009 visade att besökare från stockholmsområdet utgör en mindre del av publiken. Tre av fyra var tillresta från andra delar av landet eller från utlandet. En påtagligt stor andel (21 %) kom från andra länder, primärt Norge, Finland, Tyskland, Storbritannien och USA. Dessa turister beräknas ha spenderat 126 miljoner kronor i Stockholms län.

Evenemanget TV sänds både nationellt och internationellt.

Internationellt direktsänds evenemanget i USA och Kanada och sammanlagt distribueras TV sändningarna till cirka 50 andra länder. Erfarenheter från tidigare genomförda evenemang talar för att cirka 150 media representanter kommer att bevaka evenemanget på plats varav drygt hälften kommer från internationella medier.

Vi kan konstatera att Live Nation Sweden ABs ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Live Nation Sweden AB en marknadsföringsinsats om 250 000 kronor.

SLUT