



Lars-Edwin Andersson
Utvecklingsavdelningen
08-508 270 76
lars-edwin.andersson@stockholm.se

Till
Fastighetsnämnden 2013-02-05

Affärskoncept för idrottsanläggningar. Lägesrapport

Förslag till beslut

1. Fastighetsnämnden godkänner lägesrapporten *Affärskoncept för idrottsanläggningar*.

Juan Copoví-Mena
Förvaltningschef

Pontus Werlinder
Avdelningschef

Sammanfattning

Enligt kontorets verksamhetsplan har en av aktiviteter för 2012 varit att ”tillsammans med idrottsförvaltningen identifiera lämpliga idrottsanläggningar för applicering av affärskoncept” så som:

- Hälsosam kost på våra idrottsanläggningar.
- Kringaktiviteter vid badens gym.
- Reklamavtal som även stärker klubbarnas ekonomi.

Under 2013 kommer en arbetsgrupp att bildas mellan idrottsförvaltningen och fastighetskontoret, och i somliga delfrågor även föreningslivet, för att med gemensam målbild på fyra utvalda anläggningar pröva förslagen ovan.



Vidare ska en kundundersökning av besökarnas önskemål genomföras samt att idrottsanläggningarnas kringtytor, exempelvis parkeringsytor, kommer prövas för annan verksamhet under de perioder de till fullo inte används.

Utlåtande

Bakgrund

Enligt kontorets verksamhetsplan har en av aktiviteter för 2012 varit att ”tillsammans med idrottsförvaltningen identifiera lämpliga idrottsanläggningar för applicering av affärskoncept”.

Då anläggningarna är så olika i placering, storlek, inriktning av sport, användare och åskådare behövs först en övergripande policy tas fram som beskriver vad vi vill, kan och ska göra. Varje anläggning bör utifrån sina specifika förutsättningar ha en egen ”affärsplan” som komplement till verksamhetsplanen. Det finns dock tre tydliga affärskoncept med friskvårdsinriktning att utveckla:

1. Hälsosam kost
2. Gym med kringerbjudande
3. Samordnad försäljning av reklam

För att få en väl belyst studie av problemställningar har följande anläggningar studerats närmare:

- Eriksdalsbadet
- Farsta sim- och idrottshall
- Kristinebergs idrottsplats
- Stadion
- Stadshagens idrottsplats
- Vällingby sim- och idrottshall
- Västertorps sim- och idrottshall
- Åkerhovs sim- och idrottshall
- Östermalms idrottsplats

- Brännkyrkahallen
- Eriksdalshallen
- Farsta idrottsplats
- Hjorthagen idrottsplats
- Liljeholms hallen
- Sjöstadshallen
- Zinkensdamm

Hälsosam kost på våra idrottsanläggningar

En del i att applicera affärskoncept är att ta fram matkoncept med grön profil som stämmer med idrottsförvaltningens friskvårdsinriktning. I detta ligger också att verka för goda kostvanor.

Redan 2009 skrev Madeleine Sjöstedt (FP), Billy Östh m.fl. (M) och Leif Kroon (KD) till idrottsförvaltningen (Dnr 017/912/09) i skrivelsen *Mer entreprenörskap i våra anläggningar* ”att det finns en spricka mellan anläggningarnas hälsofrämjande syfte, och den mat som erbjuds där”. I skrivelsen noteras också att ”våra anläggningar har en stor roll att spela för ett friskare Stockholm. En bra kost är minst lika viktig som träning och att öka tillgången till bra mat går väl ihop med idrottsnämndens uppdrag att bidra till ökad hälsa”.

Målbilden ska vara:

- Maten som serveras i våra anläggningar ska ha en tydlig hälsoinriktning.
- Det ska finnas flera olika sorters matställen och dessa ska vara anpassade efter platsens förutsättningar.
- Resurser i form av besökare och yta ska utnyttjas effektivare.
- Intäkter från restauranger och caféer ska öka och komma kontoret, föreningar och entreprenörer till del.
- Trivseln kring dessa kommersiella ytor ska öka och våra anläggningar ska bli en naturlig plats att äta på.

För att nå dessa mål föreslås en rad åtgärder som var för sig bör belysas eller genomföras:

- Restaurangoperatörens lönsamhet
- Satellitrestaurang
- Food Trucks
- Hälsosamma mellanmål
- Restaurangers placering
- Samordning av alla kommersiella avtal

Restaurangoperatörers lönsamhet

Idrottsanläggningarnas serveringsställen visar på stor spridning vad det gäller standard och kvalitet. Ofta är det enmansföretagare som driver en mindre servering eller kiosk med skiftande lönsamhet. Kundflödet är varierande. Serveringsenheterna är i många fall för små och har ett för litet kundunderlag för att affärsmässigt vara lönsamma.

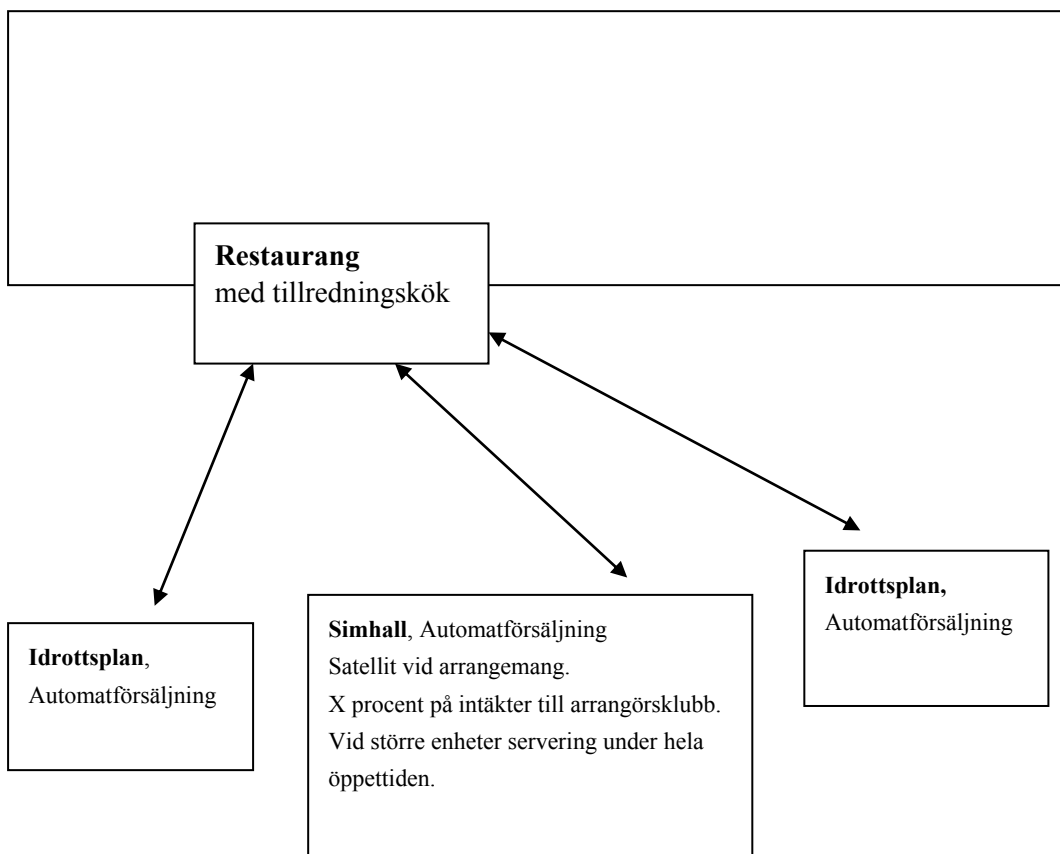
Från förvaltningen bör minimikravet vara att serveringsenheter ska klara av hyror i självkostnadsnivå, driftnetto, för att inte bryta mot regler om snedvriden konkurrens och ekonomiskt stöd till privata operatörer. Klarar inte hyresgästen den nivån saknas en affärsmässig grund för att bedriva restaurang och annan modell för servering måste då sökas, så som satellitrestaurang.

När det gäller hälsosammare kost på våra idrottsanläggningar är detta något som kan regleras i hyresavtalen. Samtliga restaurang- och kioskavtal ska sägas upp för villkorsändring när avtalsperioden löper ut. Detta för att få alla avtal från Fastighetsägarna enligt senaste avtalsmallar gällande gröna avtal för restaurangavtal.



Satellitrestaurang

För mindre serveringsenheter är en modell att hitta en operatör med eget tillredningskök i idrottsanläggningens fysiska närhet. Under de tidpunkter då anläggningen har färre besökare erbjuds hälsosamma mellanmål genom automatförsäljning. Vid publikarrangemang ska möjlighet finnas att ha större servering med ”uppvärmningskök”. Del av inkomsterna ska då komma den arrangerande klubben till godo.



Food Trucks

Vid större publika arrangemang kan kapaciteten behöva utökas ytterligare och en möjlighet är att i anslutning till entréerna tillåta några parkeringsplatser för så kallade Food Trucks. Det främjar också konkurrensen med restaurangoperatören på insidan av anläggningen. Även här bör procent av intäkten gå till den arrangerande klubben.

Hälsosamt mellanmål

År 2010 anlät idrottsförvaltningen konsultföretaget GALEPO som genomförde en så kallad Mystery Shoppers-analys där man med anonyma köp och besök gick igenom de olika restaurangernas verksamhet. De olika områden som poängbedömdes var Rent &



Snyggt, Skyltning, Meny, Personlig service, Merförsäljning, Kontakt & Kommunikation, Betalning, Miljö samt Mat. Undersökningen visade att det finns mycket att förbättra på flera viktiga områden, inte minst inom Meny, Miljö och Mat.

Hälsosam mat är en viktig del i folkhälsan

Idag består utbudet i generella drag av snabbmat som smörgås, hamburgare, korv, kebab, bullar och kaffe. På mindre idrottsplatser sköts försäljningen av lokala idrottsföreningar. Intäkterna har betydelse för dessa klubbar, varför alla förslag måste balanseras mot deras intäktsmöjligheter. För många klubbar är den egna försäljningen också viktig för klubben i sig, genom att den engagerar föräldrar och bidrar till att stärka klubbkänslan. Denna möjlighet måste få finnas kvar som ett komplement till annan försäljning. Men det innebär också att det i nuläget inte finns något mellanmål för stora grupper, så som skolelever och korpspelande motionärer.

Då idrottsanläggningarna besöks av många ungdomar i åldern under 25 år och ungdomsfetma är ett växande problem är det av vikt att anläggningarnas serveringsställen visar på ett hälsosamt utbud vad det gäller kost. Idag är hälften av alla vuxna svenskar och vart femte barn överviktiga eller feta (källa *Livsmedelsverket 2012*). I detta förändringsarbete kan man se på skolans arbete för kosthållning som ett gott föredöme att ta lärdom av.

Vuxna som idrottar och motionerar bejaktar oftast en hälsosammare livsstil. Vad det gäller publik till olika arrangemangen så är bilden inte lika entydig.

Enligt livsmedelsverket definierar ”att äta hälsosamt” på följande vis;

- *Ät mycket frukt och grönt, gärna 500 gram om dagen.*
Vår åtgärd: Frukt och grönt ska alltid finnas som alternativ.
- *Ät bröd till varje måltid, gärna fullkornsbröd.*
Vår åtgärd: Smörgåsar med hälsosamt innehåll och grovt bröd ska erbjudas.
- *Välj gärna nyckelhålmärkta livsmedel.*
Vår åtgärd: Hälsosamma maträtter ska erbjudas.
- *Ät fisk ofta, gärna tre gånger i veckan.*
Vår åtgärd: Inte förenligt, men minst en ekologisk eller vegetarisk maträtt ska serveras dagligen.
- *Använd gärna flytande margarin eller olja i matlagningen.*
Vår åtgärd: Informera om att transfetter inte ska användas i matlagningen.

Nyckelhålmärkt kost

Symbolen används för att signalera låg fetthalt eller hög fiberhalt; högst 17 gram fett eller högst 30 energiprocent fett per portion. Detta bör gälla all kost som säljs på våra idrottsanläggningar.

Take away

Möjlighet att köpa och ta med sig ska alltid finnas.

Allergi

Astma och allergiförbundet räknar att mellan 10-15 procent av barn och ungdomar har någon form av matöverkänslighet. Mjök, ägg, fisk, nötter, baljväxter, vete och soja är de vanligaste allergierna. En tydlig skyltning som informerar om matens innehåll krävs därför.

Restaurangers placering i byggnaden

För att öka serveringarnas intjäningsförmåga ska förvaltningarna vid projektering av större upprustningar alltid placera servering vid fasad. På så sätt möjliggörs att serveringen kan besökas via separat ingång utifrån, vilket ökar möjligheten att nå arbetande besökare från närområdet med dagens lunch. Helst ska det även projekteras för uteservering, som även den kan utgöra en viktig bit för att nå lönsamhet för näringsidkaren.

Gym med kringerbjudande

Beroende på möjliga ytor kan gymmen på badanläggningarna ses över, för att se om det går att skapa kringerbjudande i deras närhet. Förutom gym bör andra möjligheter till friskvård, så som dans eller yoga, exempelvis ses över. Även samarbete med skolor inom friskvårdsområdet skulle kunna öppna upp för praktikplatser på stadens anläggningar.

Samordnad försäljning av reklam

Reklam kan delas in i tre delar: till konsument, mot företag och att föra ut samhällsinformation så som exempelvis kulturutbud. På idrottsanläggningarna är det främst de två första som är relevanta.

All reklam ska följa idrottsförvaltningens förslag till reklampolicy som bygger på trafikkontorets riktlinjer för reklam i offentlig miljö och ICC:s (International Chamber of Commerce) regler för Reklam och Marknadskommunikation om ansvarsfull reklam, marknadsföring och uppförandekoder. Idrottsplatsernas reklamöjligheter på offentlig plats kan i sin tur delas in i följande tre grupper:

1. Universell reklam, fasta eller rörliga reklamplatser i eller utanför idrottsanläggningen på idrottsmark

Digitala reklamplatser vars hantering upphandlas med större reklambolag som på flera (cirka 15 anläggningar) kan skicka samlad reklam. Detta kan vara reklamtavlor som riktar sig till förbipasserande utanför anläggningen. Dessa reklamavtal ägs i dess helhet av kontoret och ska följa förvaltningens reklampolicy. Intäkterna tillfaller kontoret. Dessa reklamtavlor bör upphandlas med visningsutrymme för samhällsinformation från staden och för kultursektorn genom kulturförvaltningen.

2. Lokal reklam, fasta eller rörliga reklamplatser som säljs av idrottsklubbar

För att stärka de lokala klubbarnas ekonomi tillåts lokal reklam på fasta platser inom idrottsanläggningen där idrottsklubbarna har rätt att sälja egen reklam. Idrottsklubben ombesörjer upp- och nedtagning genom egen eller reklambolags försorg. Intäkterna tillfaller idrottsklubben och ska följa förvaltningens reklampolicy.



3. Eventreklam vid arrangerade idrottsarrangemang för viss dag, till exempel sponsorreklam

Reklam i samband med till exempel en gala eller turnering, då andra avtal kan styra arrangemangets genomförande med till exempel sponsorer, TV-avtal etcetera. Här kan inte annat regelverk än ICC gälla.

Varje enskild anläggning måste, tillsammans med platsansvarige, gås igenom för att ta fram den aktuella anläggningens möjligheter, både vad det gäller den universala som den lokala reklamen. Det är också av vikt att reklamplatser styrs upp och att frågor som var, hur och till vilken storlek som idrottsförvaltningen godkänner reklam. Detta för att inte anläggningen ska bli belamrad av reklam. Informationen skrivs in i anläggningens ”affärsplanen”.

Under 2013 kommer en arbetsgrupp att bildas mellan idrottsförvaltningen och fastighetskontoret för att med gemensam målbild pröva förslagen ovan på fyra av stadens anläggningar.

Slut