

**Tjänsteutlåtande**

Datum:  
4 april 2013

Diariernr:  
3.8.3-228/2013

Handläggare:  
Mattias Rindberg  
mattias.rindberg@stockholm.se

Telefon:  
08-508 285 90

Till Styrelsen för Stockholm Business  
Region

## **Yttrande över KSSS ansökan om stöd till evenemang**

### **Stockholm Business Regions förslag till beslut**

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Bevilja KSSS en marknadsföringsinsats om 300 000 kronor för marknadsföringen av ÅF Offshore Race 2013 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Peter Lindqvist

Bilaga:

1. KSSS ansökan om stöd

## Ärendet

KSSS har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 4 april 2013 ansökt om ett stöd om 450 000 kronor för marknadsföringen av ÅF Offshore Race den 27 juni – 3 juli 2013 (bilaga 1).

Visbyseglingen som KSSS arrangerade på 1920- och 30-talet anses vara föregångaren till havskappseglingen Gotland Runt. Från 1963 har både start och målgång varit i Sandhamn. Idag har tävlingen utvecklats till att vara en av de största havskappseglingarna i världen.

KSSS har vidareutvecklat konceptet och flyttat starten in till Stockholm. I samband med detta har KSSS och ÅF undertecknat ett avtal om titelsponsorskap för evenemanget och tävlingen bytte namn till ÅF Offshore Race.

Hösten 2012 tecknades samarbetsavtal fram till och med 2016 med Stockholms Hamnar och Kulturförvaltningen. Visionen är att utveckla ÅF Offshore Race till en av Stockholms större årligen återkommande evenemangsveckor med hög miljöprofil.

2012 startade 216 båtar från Stockholms ström med drygt 2 000 medverkande. Med över 100 000 besökare i evenemangsområdet på Skeppsholmen beskrivs evenemanget som en stor succé.

För att bredda deltagandet i ÅF Offshore Race arrangerar KSSS i år en ny tävling, ÅF Inshore Race, mellan Stockholm och Sandhamn. Med en låg anmälningsavgift och segling inomskärs erbjuds fler möjligheten att medverka i förbindelse med ÅF Offshore Race veckan. Vidare skapar KSSS, tillsammans med ÅF, Handelsbanken med flera, evenemanget ÅF Offshore Race Business Week vilket är en mötesplats för företagare med inriktning på relationer, affärer, miljöfrågor och segling.

Utifrån den utvärdering som genomfördes efter 2012 års evenemang har det identifierats att KSSS behöver stärka information och marknadsföringen inför och under evenemanget. Inför 2013 har därför organisationen förstärkts inom framförallt projektledning, kommersiell utveckling och mediarbetet.

För att uppnå ett större internationellt intresse satsar KSSS på att nå genomslag i nationell samt internationell media och nå den nationella och internationella pressen. Detta är kostsamt men samtidigt är målet att partnerfinansieringen och utfallet från mediarbetet skall öka i omfattning med åren.

### **Bolagets synpunkter**

I enlighet med Stockholms stads evenemangsstrategi kan staden överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen och befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp. Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Evenemanget ligger i linje med Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass och tangerar om möjligt kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar (vattnet, ljuset/mörkret, miljön) - Stockholms ledande spetskompetens (IT, life science och miljöteknik) - Spetsområden inom kultur (musik, underhållning, dans). Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt profilerar Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare tillämpas kriterierna. Vidare ska följande dokument bifogas ansökan.

- En realistisk budget vilken ligger till grund för evenemanget
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget

Efter en beviljad ansökan ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till Stockholm Visitors Board.

- En ekonomisk slutredovisning av evenemanget
- Antalet besökare på evenemanget
- Antalet internationellt ackrediterad media på evenemanget
- Antalet internationella TV kanaler som sänt från evenemanget

ÅF Offshore Race är en av världens största havskappseglingar baserat på antal deltagande båtar och deltagare. Det är ett långsiktigt utvecklingsbart och årligen återkommande evenemang med en historik som stäcker sig tillbaka till 20-talet när KSSS arrangerade Visbyseglingen.

I och med flytten av starten och evenemangsområdet till centrala Stockholm har en positiv stämning skapats kring segling då tävlingen blivit mer tillgänglig, inte bara för seglare utan även för åskådare och företagare. 2012 deltog 216 båtar i tävlingen och över 100 000 besökare registrerades i evenemangsområdet på Skeppsholmen vilket vi menar är mycket bra. På så sätt bidrar evenemanget till att attrahera besökare samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna. Evenemanget ligger i linje Stockholms unika, naturliga förutsättningar med en tydlig koppling till miljön och vattnet med Stockholms maritima profil.

Med den nya tävlingen, ÅF Inshore Race, kan fler båtar och besättningar medverka i tävlingen genom låg anmälningsavgift och att seglingen sker inomskärs. Detta är något som på sikt kan bidra till att stärka evenemangets position vilket vi anser är bra.

En ytterligare utveckling är ÅF Offshore Race Business Week. Aktiviteten innebär att KSSS tillsammans med bland annat ÅF och Handelsbanken skapar möjligheten för företagare att mötas med inriktning på relationer, affärer, miljöfrågor och segling. Aktiviteten kan på sikt leda till ett ökat ekonomiskt engagemang från sponsorer vilket vi menar är positivt.

Vi ser det som mycket positivt att KSSS satsar för att nå genomslag i nationell samt internationell media. Med ett ökat medialt genomslag kommer med stor sannolikhet fler båtar och besättningar att delta i tävlingen och samtidigt kommer sannolikt fler besökare till evenemanget. En sådan utveckling skulle bidra till att evenemanget ytterligare ökar kändedomen om Stockholm i världen. Sammanfattningsvis anser vi att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Vi kan konstatera att KSSS ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja KSSS en marknadsföringsinsats om 300 000 kronor.

SLUT