

Tjänsteutlåtande

Datum:
9 april 2013

Diariernr:
3.8.3-233/2013

Handläggare:
Mattias Rindberg
mattias.rindberg@stockholm.se

Telefon:
08-508 285 90

Till Styrelsen för Stockholm Business
Region

Yttrande över PR Events ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Bevilja PR Event en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av If Stockholm Open 2013 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Peter Lindqvist

Bilaga:

1. PR Events ansökan om stöd

Ärendet

PR Event har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 8 april 2013 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av If Stockholm Open den 12 – 20 oktober 2013 (bilaga 1).

Tennistävlingen If Stockholm Open är en årligt återkommande tennisturnering. Den första ATP-tävlingen gick av stapeln 1969 i Kungliga Tennishallen i Stockholm. Tävligen har varje år attraherat ett väldigt starkt startfält och har haft tidigare vinnare som Arthur Ashe, John McEnroe, Björn Borg, Stefan Edberg och Roger Federer.

If Stockholm Open tillhör en så kallad 250 kategori tillsammans med 41 andra tävlingar runt om i världen på ATP touren. Finalen förra året var den rankingmässigt starkaste finalen i en ATP 250 tävling under 2012 när världssexan Tomas Berdych besegrade fransmannen Jo-Wilfried Tsonga i finalen.

2009 tecknades ett långsiktigt avtal mellan Stockholm Open AB (Kungliga Tennis-klubben 40%, SALK 40% och Stockholms Tennisförbund 20%) och PR Event. Avtalet innebär att PR Event genomför tävlingen, handhar sponsorer och ansvarar för biljettförsäljningen. Stockholm Open AB ansvarar för att rekrytera och utbilda cirka 400 ideella funktionärer.

Under de år som PR Event har haft arrangörskapet så har tävlingen blivit framröstad av spelarna som den näst bästa tävlingen i denna kategori, efter Skistar Swedish Open i Båstad.

If Stockholm Open satsar även på barn- och ungdomsaktiviteter. Då barnen är en viktig del för svensk tennis. If Stockholm Open har under sin drygt 40 åriga historia genererat runt 40 miljoner kronor till ungdomssatsningen i Stockholms klubbar.

2009 tecknade If Stockholm Open ett TV avtal med SVT som gör att 18 matcher visas live i SVT 1 eller SVT 2. Utöver detta visas tävlingen i cirka 135 länder runt om i världen. Evenemanget attraherar årligen runt 40 000 besökare under veckan.

För att If Stockholm Open ska behålla sin status och vara ett av dom starkaste idrotsevenemangen i Stockholmsregionen krävs hårt arbete och en bred marknadsföringskampanj. Visionen är därför att få Stockholms stad mer involverad i tävlingen.

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

If Stockholm Open bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm i världen. 2012 TV sändes evenemanget av 15 internationella TV kanaler i cirka 135 länder. Vidare var 18 representanter från internationell media ackrediterade vid evenemanget. På så sätt bidrar evenemanget även till att befästa bilden av Stockholm som en internationell idrotts- och evenemangsstad av hög klass.

Evenemanget lockar cirka 40 000 besökare under veckan det pågår vilket är ett gott resultat. Dessa utgörs av såväl stockholmare som tillresta besökare. På så sätt bidrar evenemanget till att öka antalet besökare till Stockholm samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna.

If Stockholm Open har en hög internationell status. Den är en del av ATP World Tour och ingår i den så kallade 250 kategorin tillsammans med 41 andra turneringar runt om i världen. Internationellt finns ett fåtal turneringar med högre status exempelvis Grand Slam turneringarna. I dagsläget är kostnaderna för att arrangera en tävling med högre internationell status så omfattande att det inte kan motiveras. Målsättningen är därför att fortsätta utveckla If Stockholm Open i 250 kategorin vilket vi anser är bra.

Sedan PR Event tog över arrangörskapet av If Stockholm Open har en mängd investeringar gjorts för att utveckla tävlingen och anläggningen. Bland annat har investeringar gjorts i ny belysning i hallen och ett nytt underlag på banan för att förbättra den visuella upplevelsen. Investeringar har gjorts i LED skärmar, hospitality- och sponsor village samt skyboxar som tillfälligt byggs upp i förbindelse med tävlingen. Detta har förbättrat upplevelsen för besökarna och möjligheterna för sponsorer att medverka i evenemanget vilket säkerställer evenemangets långsiktiga utveckling.

Sammantaget anser vi att evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad och att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

Vi kan konstatera att PR Events ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja PR Event en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor.

SLUT