

Handläggare: Mattias Rindberg  
Tel: 08-508 285 90  
E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

## Yttrande över Stadionklubbarnas ansökan om stöd till evenemang

### Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av DN Galan 2014 och Stockholm.
2. Ge Stockholm Visitors Board i uppdrag att genomföra en turismekonomisk undersökning i förbindelse med evenemanget.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

### Ärendet

Stadionklubbarna har i en skrivelse till Stockholm Business Region den 13 december 2013 ansökt om ett stöd om 650 000 kronor för marknadsföringen av DN Galan den 21 augusti 2014 samt anhållit om att få en turismekonomisk undersökning genomförd i samband med evenemanget (bilaga 1).

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 Business Region.

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

DN Galan bidrar på ett ypperligt sätt till att marknadsföra Stockholm både nationellt och internationellt som en idrotts- och evenemangsstad i världsklass. Det massmediala intresset för evenemanget är mycket stort. I förbindelse med evenemanget 2013 följde närmare 750 000 nationella TV-tittare direktsändningen och internationellt följde närmare 15 miljoner TV-tittare i 130 länder tävlingen. Totalt sändes 579 timmar från tävlingen. Vidare var 49 internationella media representanter ackrediterade vid evenemanget.

Publikintresset är stort och evenemanget har tidigare år varit slutsålt och därigenom en publikmässig succé. 2013 såg 12 814 åskådare på Stockholms stadion tävlingarna vilket är något fler än 2012. Att det inte varit slutsålt de senaste två åren kan eventuellt förklaras av att tävlingen genomförts något senare än tidigare år. 2015 kommer DN Galan att genomföras tidigare med anledning av VM i Kina.

DN Galan håller mycket hög internationell status och är en av världens främsta friidrottsgalor. Evenemanget ingår sedan 2010 i den globala serien IAAF Diamond League vilket är en serie som sammanlagt rymmer 14 tävlingar och som arrangeras i världsstäder såsom Shanghai, New York, London, Rom och Paris. Diamond Leagues officiella statistikpartner, All-Athletics.com, rankar galorna utifrån deltagarnas kvalitet, det vill säga antal världsmästare och OS mästare och så vidare som är på plats. I den rankingen är DN Galan nummer fem i världen.

Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart, arrangeras årligen och har under lång tid bidragit på ett positivt sätt till att utveckla Stockholm till glädje för såväl stockholmare som besökare. 2014 arrangeras den 48:e upplagan av DN Galan som även är huvudarrangemanget i DN Galan Athletics Week.

I DN Galan Athletics Week ingår förutom DN Galan även Lilla DN Galan, DN Galan Big Shot, DN Galan Seminar och DN Galan Youth. Lilla DN Galan är barnens dag med prova på aktiviteter under ledning av friidrottsstjärnor. DN Galan Big Shot är en kultävling för världseliten som arrangeras i Kungsträdgården där även ungdomar och allmänheten har sina tävlingar. DN Galan Seminar behandlar i seminarieform aktuella idrottsrelaterade frågor där experter, media och allmänheten bjuds in. DN Galan Youth är ungdomarnas egen friidrottsgala som avgörs på Stadion helgen efter DN Galan. DN Galan Big Shot är ännu inte bekräftade för 2014. Den kommer att genomföras under förutsättning att nödvändig kostnadstäckning erhålls med hjälp av samarbetspartners.

Konkurrensen är mycket hård bland friidrottsgalor runt om i världen om att ingå i serien Diamond League. Det kommande året är mycket viktigt då Stadionklubbarna från och med 2015 måste säkra ett fortsatt kontrakt avseende DN Galan att ingå i serien Diamond League. Sammantaget ser vi därför ett ekonomiskt engagemang som motiverat på såväl kort som lång sikt.

Vi kan konstatera att Stadionklubbarnas ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor.

Avseende Stadionklubbarnas anhållan om att en turismekonomisk undersökning ska genomföras i samband med evenemanget föreslår vi styrelsen besluta att ge Stockholm Visitors Board i uppdrag att genomföra denna.

## **Bilagor**

1. Stadionklubbarnas ansökan om stöd