

## STOCKHOLM MARATHON GRUPPEN



### Ansökan om marknadsföringsstöd 2014

Stockholm Marathon Gruppens evenemang ägs och drivs till 100 % av friidrottsklubbarna Hässelby SK och Spårvägens FK. Under året genomförs en rad friidrottstävlingar och motionslopp där flaggskeppet är ASICS Stockholm Marathon som arrangerades första gången 1979. Överskottet av verksamheten tillfaller klubbarna och används i deras idrottsliga verksamhet.

ASICS Stockholm Marathon är en av årets största idrottsliga händelser i staden och engagerar stora grupper: deltagare, åskådare, funktionärer och tv-tittare. 2013 års lopp som avgjordes lördag 1 juni med rekordantalet 21 736 deltagare varav drygt 7 261 kommer från andra länder runtom i världen (81 nationer var representerade). 2014 års lopp är per idag ej fulltecknat, till ASICS Stockholm Marathon 2014 kommer anmälningar från 21 500 löpare att accepteras. De utländska och svenska tillresande deltagarna bidrar en hel del till stadens näringsliv och siffror från USK 2011 visar att loppet då genererade 85 miljoner kronor i turistekonomisk omsättning. Då räknas enbart deltagarna och vi vet från samma undersökning att de allra flesta har med sig anhöriga på sin resa till Stockholm. ASICS Stockholm Marathon röner också ett stort internationellt medieintresse. 2013 var ett tiotal internationella medier på plats och loppet sändes i ett tiotal länder och dessutom på internet i USA. ASICS Stockholm Marathon är ett populärt lopp bland utländska maratonturister och har vid flera tillfällen rankats högt i olika undersökningar, framförallt på grund av sin vackra bansträckning i centrala Stockholm och för sin höga servicenivå. Banan passerar Stockholms alla stora landmärken och målgången på Stockholms Stadion är kronan på verket som många löpare hyllar i våra årliga undersökningar. Evenemanget är också uppskattat bland stockholmarna. För en dag får de inta stadens gator i bilfri miljö och polisens bedömning är att det normalt rör sig om cirka 100 000 åskådare längs banan.

Det stora löparintresset i Sverige och den turbulenta världsekonomin och starka svenska kronan har gjort att den svenska andelen deltagare har forsat öka markant de senaste sex åren. Det är viktigt att upprätthålla den utländska andelen varför ytterligare marknadsföring utomlands kommer att ske under 2014 för att åter öka den utländska andelen deltagare 2015 (se bilaga). De utländska deltagarna attraheras dels av evenemanget men också av den stad till vilken de reser. I den hårda internationella konkurrensen är det viktigt att stad och arrangör har ett nära och givande samarbete. Det är därför naturligt att inte bara lansera loppet utan också *Stockholm – The Capital of Scandinavia* i den utländska marknadsföringen. Vid ett fortsatt finansiellt stöd från staden kommer så att ske enligt bifogad bilaga. Det är viktigt att Stockholm befäster och stärker sin position som internationell löpardestination i en tid då många nya aktörer tar marknadsandelar.

Stockholm Marathon Gruppen ansöker således om ett marknadsföringsstöd avseende ASICS Stockholm Marathon om 250 000 kr.

Stockholm 26 november 2013

Ola Ringström, Ekonomiansvarig

## **Bilaga Exponering av *Stockholm – Capital of Scandinavia***

### **Exponering av själva logotypen**

- Presenteras som "Värd Stad"/"Host City"
- Logotype i tryckt inbjudan – svensk, engelsk, tysk och finsk version
- Logotype i tävlingsinformationen – svensk, engelsk, tysk och finsk version
- Logotype på den officiella hemsidan [www.stockholmmarathon.se](http://www.stockholmmarathon.se) och på dess engelska, finska och tyska sidor
- Logotype i slinga med samarbetspartners på videotavlan på Stadion tävlingsdagen
- Logotype på två stycken tresidiga informationstavlor som är 1,5 meter breda och 4 meter höga. På dessa informationstavlor finns logotyperna för loppets största sponsorer. Informationstavlor placeras ut på Östermalms Idrottsplats och nära starten.
- Företagets logotype exponeras på 2 st TV-mässiga skyltar/banderoller i formatet 5 meter x 1 meter vid målet i Stockholms Olympiastadion. (Stockholm Visitors Board producerar dessa).

### **Övrigt**

- Informationssida om Stockholm och dess turistaktiviteter på tävlingens hemsida
- Länk på tävlingens hemsida till filmsekvens över Stockholm – Stockholm an aerial view
- Filmsekvens på storbildsskärmen på Stadion tävlingsdagen 2 tillfällen
- Stockholm Visitors Board har rätt till monter 3x3 m på Stockholm Marathon Expo
- Stockholmsguiden delas ut till alla löpare i samband med nr-lappsutdelningen
- Turist tips på engelska, tyska och finska versioner av ASICS Stockholm Marathons nyhetsbrev.

## **Bilaga Miljöarbetet vid Stockholm Marathon**

### **Fortsatt miljömedvetet evenemang i hjärtat av huvudstaden**

ASICS Stockholm Marathon har självklart ett stort ansvar för att minimera miljöeffekterna i samband med själva loppet och dess omkringarrangemang. Det ansvaret tar vi genom att för varje år ta nya steg i vårt miljöarbete. Ett maratonlopp är förstås miljövänligt i sig självt genom att det handlar om att förflytta sig på det grönaste av alla transportsätt – nämligen till fots. För oss liksom för alla arrangörer av stora evenemang påverkas dock miljön negativt av resorna till och från arrangemanget liksom transporterna under arrangemangstiden. ASICS Stockholm Marathons negativa transportpåverkan reduceras dock av en rad miljöinitiativ. Vi samarbetar nära med SJ och SL och uppmanar alla deltagare, supportrar och funktionärer att använda kollektivtrafik i största möjliga utsträckning. Samtliga deltagare reser kostnadsfritt med SL under tävlingsdagen och har rabatterade priser hos SJ. Start och mål är dessutom beläget på samma plats och kan enkelt nås med såväl tunnelbana som buss. Vi samarbetar också nära med RagnSells som sköter all vår avfallshantering enligt deras interna riktlinjer för återvinning.

Vid alla vätskestationer används komposterbara muggar som återsamlas i komposterbara sopsäckar som sedan körs till RagnSells särskilda anläggning för kompostering. Vi använder även enbart komposterbara tallrikar, bestick och muggar vid vårt stora pasta party dagen innan loppet. Alla pantflaskor och burkar som delas ut till deltagarna efter målgång samlas in av särskilda funktionärer och återvinns direkt efter avslutat arrangemang. All wellpapp och kartong samlas också in i särskild ordning och går vidare till pappersåtervinning. Vår utmärkta hemsida har också medfört att vi dragit ner på det tryckta materialet. Tidigare fanns såväl startlistor som resultatlistor i pappersform, något som numera tillhör historien och istället finns fullständiga listor på nätet. För varje år lägger vi till fler återvinningsbara produkter och inför nya miljövänligare rutiner – allt för att skapa ett grönare och mer hållbart evenemang.

## **Bilaga Marknadsföring ASICS Stockholm Marathon 2014**

### **Utställning/Expos vid olika lopp**

**April:** London Marathon

**Maj:** Göteborgsvarvet

**Augusti:** Helsingfors Marathon

**September:** Berlin Marathon, Lidingöloppet, Oslo Marathon, HC Andersen Marathon (Odense).

**Oktober:** Amsterdam Marathon, Eindhoven Marathon, München Marathon, Lissabon Marathon, Frankfurt Marathon.

**November:** New York Marathon, Porto Marathon, Athen Marathon, Valencia Marathon, Florens Marathon.

**December:** Honolulu Marathon, Regge Marathon Jamaica

### **Annonsering Print:**

Distance Running, 2 helsidor

Runners World Sverige, 2 helsidor

Juoksija Finland, 2 helsidor

Hiito Finland, 1 helsida

Kondis Norge, 1 helsida

Running Tyskland, 1 helsida

Siridon Tyskland, 1 helsida

Runners World UK, 1 helsida

### **Annonsering web:**

Marathon.se, Sverige

Juoksija-lehti.fi, Finland

Kondis.no, Norge

Hevoskuuri.fi, Finland

Runnersworld.co.uk, UK

Rödmarkerade aktiviteter är nya för 2014 jämfört med 2013.

## Budget för ASICS Stockholm Marathon 2014

### Intäkter

Intäkter (anmäl.n.avg, sponsorer, mässa, klädfsg, sms-tjänster mm) 25 867 009 kr

**Summa intäkter 25 867 009 kr**

### Kostnader

- material, funktionärer, deltagar o tävl.omkostnader -4 616 896 kr

- högtaleri, sanitet, renhållning, resultatservice, nr-lappar, fälthyra, transporter -3 408 942 kr

- hyra utrustn, TV-produktion, kringarrangemang, mässor sanktionsavg o övr avg -3 457 821 kr

- IT-o transkostn, porto, utskick, trycksaker -618 639 kr

- konsulter, provisioner o egen personal -744 300 kr

- marknadsföring/annonsering, utskick, trycksaker -704 300 kr

- andel av overhead (personal, hyror mm mm) -6 075 000 kr

**Summa kostnader -19 625 898 kr**