

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

Yttrande över Lugerinc. ABs ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Lugerinc. AB en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Music & Arts 2014 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Lugerinc. AB (Luger) har i en skrivelse till Stockholm Business Region den 28 april 2014 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Music & Arts på Skeppsholmen den 1 – 3 augusti 2014 (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

Den 1 - 3 augusti 2014 arrangerar Luger festivalen Stockholm Music & Arts på Skeppsholmen i Stockholm. Evenemanget kommer att bidra till att öka kännedomen om Stockholm internationellt. Förutom nationell media bevakades evenemanget 2013 av 120 representanter från internationell media vilket är ett mycket gott resultat.

För närvarande pågår förhandlingar om sändningar av hela eller delar av Stockholm Music & Arts internationellt. Om detta skulle komma till stånd skulle det vara mycket glädjande.

Musik är ett viktigt inslag i profileringen av Stockholm och evenemanget bidrar till att befästa bilden av Stockholm som en internationell musikstad. Evenemanget ligger även inom ramen för vad som kan beskrivas som spetsområden inom kultur, musik och underhållning.

Festivalen genomförs i år för tredje året och Luger har för avsikt att etablera festivalen som en årligen återkommande festival. Målet är att Stockholm Music & Arts ska rankas som en av de 10 viktigaste i Europa inom denna genre och Luger har goda förhoppningar om att uppnå det inom några år. Detta är en bra och ambitiös målsättning och ligger i linje med att evenemanget ska hålla en hög internationell status. Samtidigt leder detta även till att säkerställa evenemangets långsiktiga utveckling.

Vid evenemanget 2013 genomfördes en turismekonomisk undersökning som visade att 71 procent av besökarna utgjordes av stockholmare. De resterande 29 procenten var tillresta besökare, varav 4 procent var internationellt tillresta.

Däriigenom är det rimligt att anta att evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmare samtidigt som det bidrar till att öka antalet besökare till Stockholm. Sammanfattningsvis anser vi däriigenom att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

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

Bilagor

1. Lugerinc. ABs ansökan om stöd