

DNR: 3.8.3-389/2014



STREETSTAR

STOCKHOLM INTERNATIONAL STREET DANCE FESTIVAL 2015

ANSÖKAN FINANSIELLT STÖD STOCKHOLM BUSINESS REGION

ANSÖKAN GÄLLER FÖR BELOPP: 300 000 SEK



STREETSTAR PoBox 7410 103 91 Stockholm, Sweden. www.streetstar.se



Evenemanget

Historia

Varje år arrangerar Streetstar "STREETSTAR STOCKHOLM INTERNATIONAL STREETDANCE FESTIVAL" i Stockholm ("Festivalen"). Festivalen är Skandinavien största streetdance-festival med social och viral spridning över hela världen. Streetdans är ett samlingsnamn för en mängd olika dansstilar som alla har gemensamt att de uppstått utanför den traditionella danskulturen och istället uppkommit på offentliga platser och på klubbar. Streetdanskulturen uppstod under 1900-talet som en fortsatt utveckling av jazzen och fick sin initiala spridning huvudsakligen i amerikanska storstäder. Sedermera spreds och utvecklades streetdans över hela världen som en del av den urbana kulturen som fick stor genomslagskraft under den andra halvan av 1900-talet.

Festivalen arrangerades första gången 2005 och har vuxit till en institution på den internationella streetdansscenen. Deltagare från ett trettiotal länder kommer till Stockholm efter månader av förberedelse i sina respektive länder. De tävlande kommer från bland annat Japan, USA, Ryssland, Tyskland, Kanada, Polen, Italien, Spanien, Frankrike och Sverige. Festivalen bevakas av media och har stor global spridning på sociala medier såsom Facebook, Instagram och Youtube. Videoklipp har även spridits genom internationella webbtidningen Huffington Post med över 1.100.000 tittare¹. Festivalen har under åren uppmärksammats i media. Som exempel kan nämnas att Festivalen 2014 livesändes på SVT Play i över fyra timmar med 35.000 tittare och en senare 60-minuters sändning på SVT2 attraherade 180.000 tittare. Vidare uppmärksammades festivalen i ABC samt på Godmorgon Sverige på SVT1 med 250.000 respektive 350.000 tittare.

Festivalen pågår i flertalet dagar med ca 5.000 besökare. Den huvudsakliga målgruppen är ungdomar i åldern 15-25 år där ca 60 % av deltagarna är tjejer. Festivalen tar sikte på att ge besökare och deltagare en helhetsupplevelse i de flesta streetdansstilar genom workshops, utbildningar, paneldiskussioner och föreställningar. Det största fokuset ligger på de tävlingar som genomförs under Festivalen. Deltagare som spänner över spektrumet från de största internationella stjärnorna till unga, lovande talanger deltar i s.k. battles där de genom improvisationer till musik skall övertyga domare och publik om att just de är bäst inom sin respektive disciplin. Domarna är internationellt erkända dansare med hög status inom danskulturen vilket bidrar till att Festivalen håller hög kvalité och anses vara en av de mer prestigefyllda tävlingarna i världen att vinna.

¹ http://www.huffingtonpost.com/2013/09/18/sailor-moon-wonder-woman-vogue_n_3950189.html
STREETSTAR PoBox 7410 103 91 Stockholm, Sweden. www.streetstar.se



2015 års Festival

2015 års Festival planeras till den 8 - 12 april 2015. Festivalen är den tionde på lika många år och Streetstar planerar storslaget firande på Fryshuset, Clarion Hotel och Stockholms Stadshus. Vi väntar fler deltagare och åskådare än något år tidigare och Festivalen kommer pågå i hela fyra dagar.

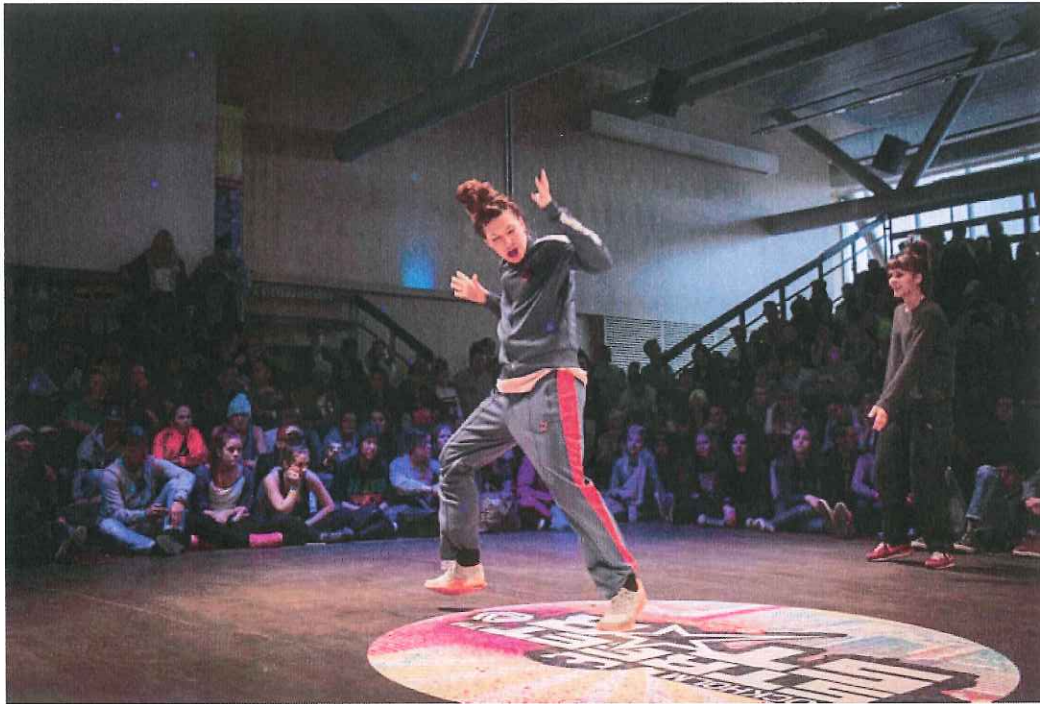
Nytt för 2015 är att Festivalen kommer även arrangera de svenska uttagningarna till Red Bull BC One World Series med världsfinal i Paris. Detta kommer innebära ytterligare en möjlighet för Stockholm att etablera sig som en framträdande scen inom streetdans. Vidare kommer Festivalen innehålla ett särskilt moment kallat Suburban Jam där Festivalen för vissa delar flyttar ut till Stockholms förorter med stor avslutningsfest i Stadshuset. Vi tror detta kan innebära en större bredd på Festivalen och att besökare och hitresta dansare får en ny bild av Stockholm.

Festivalen kommer fortsatt fokusera på vårt mål att etablera Stockholm som den ledande metropolen inom streetdans. Vi kommer fortsätta arbeta med Stockholms unika attribut, med jämställdhet och mångfald, för att genom dans och kreativitet ge hela dansvärlden den bild av Stockholm som vi själva lever i. En stad där alla tar plats och där kulturella möten sker mellan människor från alla samhällsklasser och religioner.

Föreningen

Streetstar är en ideell förening med bas i Stockholm som arbetar för att sprida ungdoms- och danskultur som fundament och plattform över hela världen. Vi verkar för att ge ungdomar en möjlighet att utveckla sina kreativa förmågor, förverkliga sig själva och bygga sunda värderingar med bas i demokrati, respekt och jämlikhet. Om vi ger ungdomar en möjlighet att mötas i urban kultur och lär dem att våga ta plats och utveckla sin hela kreativa kapacitet med dans och musik som instrument och språk kan vi bidra till att dessa ungdomar blir starka individer med goda demokratiska värderingar.

Streetstar bildades 2005 av stockholmarna Martin C. Ferretti och Joachim Hövel i syfte att sätta Stockholm på kartan som en metropol i streetdansvärlden och därigenom skapa en gränsöverskridande och mångkulturell samlingsplats för nya upplevelser och möten mellan ungdomar från hela världen.



Vad betyder evenemanget för att öka kännedomen om Stockholm?

Stockholm som stad och evenemangsplats har en framträdande plats på Festivalen. Namnet "Stockholm" har en tydlig exponering på det material som sprids över hela världen inför och i samband med Festivalen. Nästa år kommer vi även lägga till "Stockholm" i festivalnamnet. Material och berättelser om Stockholm som en plats för streetdans sker på internet genom vår hemsida, sociala medier, Streetstar har idag över 7.500 följare från hela världen på Facebook och ca 10.000 ungdomar får löpande Streetstars nyhetsbrev. Vi beräknar att vi når över 2,7 miljoner människor globalt via sociala medier. Via Streetstars Youtubekanal planerar vi att under 2015 ladda upp och sprida cirka 25-30 filmer ifrån tävlingarnas semifinaler och finaler. För att tydliggöra det genomslag våra filmer på Youtube haft kan nämnas att under 2013-2014 hade kanalen 2,3 miljoner visningar över hela världen (se statistik i bilaga "Varumärke"). Vi planerar att ha livestreaming på internet via SVT Play med beräknad publik om cirka 50.000 i Sverige och internationellt samt ett ytterligare 50 minuter långt TV-sammandrag på SVT.

Inför Festivalen kommer vi producera en filmtrailer med utvalda streetdansare. Trailern kommer filmas på utvalda, kända urbana miljöer i Stockholm som visar upp Stockholm och den urbana kulturscenen med möjlighet till exponering av Stockholm Business Regions eget "Stockshots" material. Filmen kommer att distribueras via Streetstars Youtubekanal med global spridning och Stockholm Business Regions distributionskanaler.

Stockholm har under de senaste åren utvecklats till en viktig internationell scen för streetdans och för streetdansare. Som alla besökare till Streetstar och Stockholm tar besökarna med sig erfarenheter och upplevelser tillbaka till sina respektive hemländer men man bör även komma ihåg att den internationella dansscenen är en kultur i stor utveckling där spridning genom dansare och rykte ger stort genomslag.

STREETSTAR PoBox 7410 103 91 Stockholm, Sweden. www.streetstar.se



Vad har Festivalen för betydelse för ökat antal besökare eller företag till Stockholm?

Festivalen bidrar till ett ökat antal besökare till Stockholm genom den nationella och internationella publik som reser till Stockholm för att besöka Festivalen. Vidare deltar, såsom tidigare beskrivits, ett stort antal dansare från hela Sverige och världen. Här kan särskilt nämnas det nordiska samarbete som vi håller på att bygga upp där Stockholm ska bli navet den nordiska urbana kulturen. Vi tror även att det goda rykte Stockholm som streetdansstad upparbetat under de senaste tio åren kan bidra till att fler dansintresserade ungdomar kan komma att besöka Stockholm även utanför Festivalen. I vattnet till Festivalen byggs en kultur kring dansskolor, performance och kultur upp som kan attrahera besökare hela året.

Utöver det uppenbara publik- och deltagareintresset bidrar Festivalen till ett positivt företagsklimat i Stockholm. Vi har ett gott samarbete med Coloud Headphones som är en del av Zound Industries och som hos gemene man kanske är mest kända för hörlurarna UrbanEars samt för att ha blivit valda till årets supergasell 2013 av Dagens Industri. Coloud Headphones har en framträdande roll på Festivalen och bidrar ytterligare till att stärka länken till den urbana kulturen. Vidare har vi ett mycket bra samarbete med Clarion Hotel. Deltagare och domare bor på hotellet och delar av Festivalen arrangeras i hotellets lokaler.

Festivalen fungerar som ett plattform och språngbräda för unga dansare. Genom Festivalen ges en unik möjlighet att bygga ett fundament för en karriär inom professionell dans. Ett stort antal av de dansare som fått sin start på Festivalen försörjer sig idag som professionella dansare. Vi ser till att använda vårt internationella nätverk för att hjälpa ungdomar att lära sig ett yrke och leva sin dröm. Utöver att dansarna arbetar med Stockholm som bas sprider de även Stockholm som ett kreativt center.

En annan viktig del av vårt arbete för ett gynnsammare företagsklimat utförs genom att vi engagerar ungdomar i Stockholm i produktionen av Festivalen och lär dem hur ett arbete med produktioner går till. Vi ger dem basen för att ta steget till att arbeta med svensk kulturproduktion i Stockholm. Produktion är en stor del av det mediala samhället. Hos oss får ungdomar en unik chans att vara del av en stor produktion och gå en skola få förunnat.



En viktig komponent i vår verksamhet som särskilt ges uttryck på Festivalen är att vi engagerar ungdomar från alla samhällsklasser men att vi särskilt når en grupp som kultur i stor utsträckning annars missar.

Vi tror att dans och kreativitet kan bryta det mönster som många ungdomar i dessa områden befinner sig i. Vi har redan idag i vår organisation ungdomar som gjort denna resa. Streetdans når dessa ungdomar på ett sätt som andra samhällsfunktioner synes misslyckas med. I dans kan personer förenas oavsett bakgrund, religion och etnicitet. Rent samhällsekonomiskt tror vi att dansen kan vara bron från miljonprogrammets utanförskap till sysselsättning, engagemang och sunda värderingar.

Vad har evenemanget för internationell status?

Festivalen ses idag som en av de större internationella evenemangen inom streetdans och av aktörer från hela världen rankas Festivalen som en av årets höjdpunkter inom streetdanskulturen.

Streetstars grundare har efter mångårig erfarenhet på den internationella dansscenen ett starkt och världsomfattande nätverk. Detta nätverk har varit starkt bidragande till att Festivalen vunnit stort internationellt erkännande på relativt kort tid. Vidare har flera av de dansare som vunnit tävlingar under Festivalen blivit internationellt erkända genom att de senare vunnit inofficiella VM i Frankrike. Vi har även byggt en stark grund för dansdisciplinen Dancehall vilket senast för ett år sedan betalade sig genom att två unga talanger vann den internationellt sett största Dancehall-tävlingen på Jamaica. Detta bidrar ytterligare till att stärka den internationella statusen och erkännandet på Festivalen.



Kulturkontakt Nord har valt ut Festivalen till ett särskilt forum för att stärka det kulturella utbytet mellan de nordiska länderna. Kulturkontakt Nord stödjer en del av Festivalen där nordiska dansare skall sammanstråla på Festivalen och genom kreativitet och kultur lägga

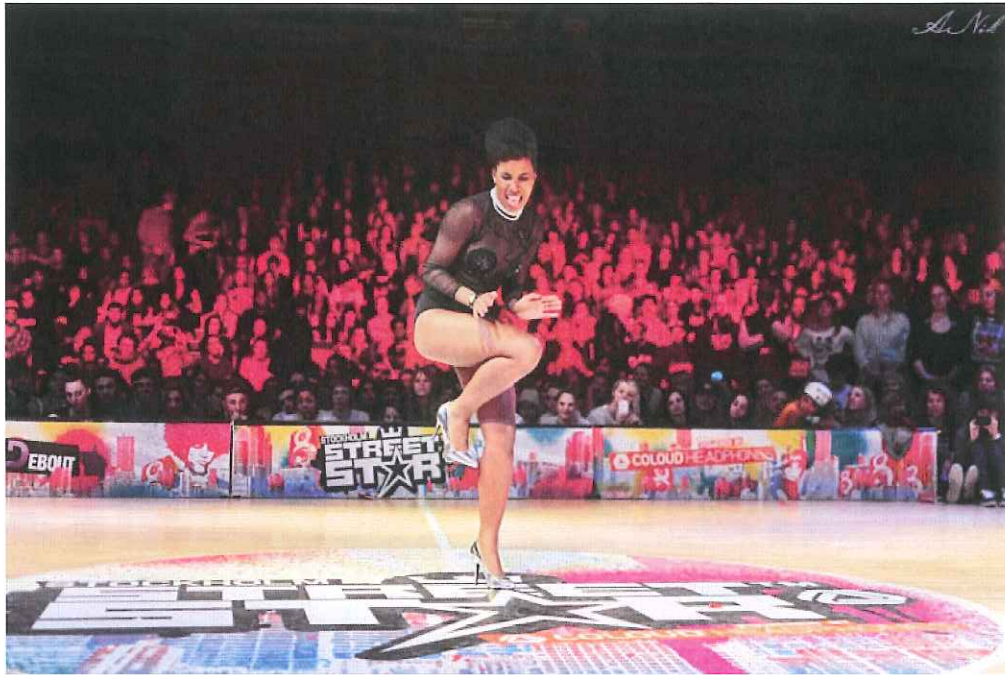
grunden för ett starkt urbant kulturliv i Norden. Genom att vi bjuder in och samlar nordiska ungdomar i detta forum och nätverk så skapar vi en större plattform för kommande kultursamarbete med streetdans som fundament och gemensamt språk som stärker ungdomsprofilen i hela Norden med Stockholm som centrum.

Som ytterligare bevis på den internationella förankring och status Festivalen har kan nämnas att vi flertalet gånger fått förfrågningar från andra länder (bland annat Holland, Italien, Ryssland och Vitryssland) om att anordna deltagningar i de respektive länderna med möjlighet att kvala till tävlingarna på Festivalen i Stockholm. Av logistiska och finansiella skäl har vi varit tvungna att tacka nej men vår förhoppning är att vi i framtiden skall kunna arrangera dylika tävlingar.

Hur engageras Stockholmsborna i evenemanget?

Vi har igenom allt vårt arbete under alla dessa tio år som vi arrangerat festivalen sett en stor utveckling av ungdomar som själva bildar nya dansgrupper och skapar egna arrangemang runt om i Stockholm. Streetdansens globala arena förenar alla ungdomar demokratiskt och jämlikt. Hela vårt arbete med festivalen bygger på delaktighet och att publiken skall vara en del av alla arrangemang. Vi vill stimulera till möten både på dansgolvet i battles och i alla våra workshops som vi arrangerar i Stockholm och i förorterna.

Vi arbetar med Fryshuset och ser ett utökat samarbete med Fryshuset som mötesplats för ungdomar med intresse för streetkultur inom dans och musik. Vi når ungdomar på deras hemmaplan i förorten där det normalt aldrig sker något kulturevenemang. Det är även en fördel av att vara nära ungdomars vardagsmiljö som ökar deras möjligheter att själva delta och bli stimulerade i alla våra dansaktiviteter. Eftersom streetdans har en tydlig koppling till städer och urbanitet är Stockholm och engagemang från dess invånare viktig för oss och för att Festivalen skall behålla sitt fokus.



Hur framhäver evenemangets Stockholms unika förutsättningar?

Stockholm är en mångkulturell stad med unika förutsättningar för demokrati, samtal och kultur. Festivalen öppnar upp en för ett kulturellt utbyte mellan olika samhällsgrupper och etniciteter. Att förenas i intresset för dans är en kraft som innebär att ungdomare blir sedda, kreativiteten flödar och för fyra dagar varje år koncentreras Stockholms unika sammansättning till ett dansgolv.

Stockholm är en av världens mest jämställda städer. Festivalen har ett tydligt arbete för jämställdhet med särskilt fokus på att uppmärksamma tjejer i dansdiscipliner som traditionellt sett är mansdominerade, såsom hip hop. Vi tror att det jämställdhetsarbete som är grundläggande för stockholmarna kan, genom banbrytande dans och kulturella konstellationer, exporteras till övriga delar av världen.

En annan unik förutsättning för Stockholm är den tolerans för alla människor oavsett kön och sexuell läggning. Dans har i årtionden använts som ett redskap för att bryta barriärer och utmana stereotyper. Festivalen ger särskilt utrymme för dansstilar som varit banbrytande inom HBTQ-kulturen såsom voguing och waacking. Festivalen arbetar aktivt för att med hjälp av streetdansen bryta ytterligare barriärer.

Hur bidrar Festivalen till att nå Vision 2030?

Genom Festivalen stärks Stockholm som kreativ mötesplats för dansare i street- och urban kultur. Festivalen vinner varje år mark som ett allt viktigare event på den internationella dansscenen. Många dansare, flera med Stockholm som hemmaplan, ges möjlighet att arbeta som professionella dansare på den internationella dansscenen. Detta bidrar till en förhöjd kvalitet inom svensk dans och Stockholms kulturliv.

STREETSTAR PoBox 7410 103 91 Stockholm, Sweden. www.streetstar.se



Festivalen bidrar till att mångfacettera Stockholms kulturliv. I en stad i världsklass behövs ett brett kulturliv och där har den urbana kulturen en särskild viktig roll att spela. Streetdans är en kulturform som engagerar över klassgränser, religion och uppväxt. Festivalen når ungdomar i alla samhällsgrupper och kan spela en särskilt viktig roll i att engagera barn och ungdomar som befinner sig i områden med lågt kulturutbud.

Hur ska evenemangets utvecklas under lång sikt?

2015 års Festival är ett steg på vägen i en utveckling av Festivalen såsom Europas största streetdancefestival med internationella deltävlingar och finaler i Stockholm. Vårt mål är att Stockholm ska bli Europas streetdance-huvudstad och att Festivalen ska bli den händelse alla världens streetdansare ser fram emot.

För att nå detta mål har vi under många år fört dialog med Stockholms näringsliv om samarbeten. Som nämnts ovan har vi idag ett gott samarbete med Coloud Headphones vilket vi ser som en start på vår internationella utveckling och expanderings av Festivalen. Vi tror att en kultursatsning av denna grad kräver en god förankring i Stockholm som stad men även bland Stockholms näringsidkare då vi vill bygga en kulturell bas i Stockholm som gynnar ungdomarna och dansarna men även staden som helhet.

2013 grundades ett internationellt samarbetsprojekt vid namn "Da Bridge" med utgångspunkt i att skapa överbryggande relationer mellan danskulturer i olika länder. Streetstar har varit tongivande i projektet som omfattar de större streetdansaktörerna i Europa. Detta projekt skall föra Festivalen och Stockholm som streetdansens huvudstad in i framtiden.

Ytterligare information

Vi diskuterar gärna Festivalen och våra idéer vidare. Ni når oss genom kontaktuppgifterna nedan.

Joachim Hövel	070-777 65 32	joachim@streetstar.se
Martin C. Ferretti	070- 537 40 33	martin@streetstar.se

Bilagor

1. Budget
2. Varumärket "Stockholms" exponering
3. Miljöplan

STREETSTAR PoBox 7410 103 91 Stockholm, Sweden. www.streetstar.se

UTGIFTER - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
NOTERINGAR	Belopp exkl. moms	Belopp inkl. moms	ÖVRIGT
PRODUKTION - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
LOKALHYRA - Fryshuset / Clarion Hotel / Debaser Medis	200 000 kr	250 000 kr	
TEKNIK - Ljud, ljus och dj teknik	200 000 kr	250 000 kr	
VIDEO -	10 000 kr	12 500 kr	
LÅKTARE - Läktarservice Clarion	35 000 kr	43 750 kr	
PODIER - Solna Scen - Clarion + Fryshuset	15 000 kr	18 750 kr	
SCENOGRAFI - Screenbolaget + tyger	70 000 kr	87 500 kr	
VÄRDAR - Fotbollslag riggning/rivning/funktionärer	40 000 kr	40 000 kr	Idrottsföreningar
PRODUKTIONSASSISTENT - 2 st	40 000 kr	50 000 kr	
ÖVRIGA VOLONTÄRER	0 kr	0 kr	Praktikanter
SJUKVÅRDPERSONAL	0 kr	0 kr	Vid behov
TOTALT PRODUKTIONSKOSTNADER	610 000 kr	752 500 kr	
ADMINISTRATION - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
ARVODE - REGISTRERING - Dansare - 8 personer	40 000 kr	50 000 kr	
REGISTRERING - Medlemmar - 4 personer	20 000 kr	25 000 kr	
ÖVRIGA MATERIALKOSTNADER	6 000 kr	7 500 kr	
TOTALT ADMINISTRATION OCH PERSONAL	66 000 kr	82 500 kr	
MARKNADSFÖRING - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
TICNET - avgift för printade biljetter + skanners	6 000 kr	7 500 kr	
ARTWORK / DESIGN - Hampus	5 000 kr	6 250 kr	
ARTWORK / AD - Gabriella	20 000 kr	25 000 kr	
TRYCKERI - Affischer + flyers mm	20 000 kr	25 000 kr	
STREET TEAM - Övrig Affischering	16 000 kr	20 000 kr	
ANNONSERING - Kulturtavlor	31 000 kr	38 750 kr	
ANNONSERING - Kultur direkt Annonser + Parkeringsautomater	15 000 kr	18 750 kr	
ANNONSERING - Barn i Stan	3 500 kr	4 375 kr	
INTERNATIONELL Marknadsföring och annonsering	150 000 kr	150 000 kr	
PORTO - Utskick	5 000 kr	6 250 kr	
VIDEO - Promotionsfilm	8 000 kr	10 000 kr	
ÖVRIG ANNONSERING - Ex. JC Decoux	100 000 kr	125 000 kr	
ÖVRIG MARKNADSFÖRING	20 000 kr	25 000 kr	
TOTALT MARKNADSFÖRING	399 500 kr	461 875 kr	
PROGRAM - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
ALL STYLE CREW BATTLE - Arvoden - 4 st domare å 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
ALL STYLE CREW BATTLE - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
ALL STYLE CREW BATTLE - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter å 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
ALL STYLE CREW BATTLE - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar å 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT ALL STYLE CREW BATTLE	42 000 kr	42 000 kr	
BREAKING - Arvoden - 4 st domare å 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
BREAKING - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
BREAKING - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter å 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
BREAKING - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar å 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT BREAKING	42 000 kr	42 000 kr	
ALL THAT FUNK - Arvoden - 4 st domare å 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
ALL THAT FUNK - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
ALL THAT FUNK - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter å 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
ALL THAT FUNK - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar å 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT ALL THAT FUNK	42 000 kr	42 000 kr	
DANCEHALL - Arvoden - 4 st domare å 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
DANCEHALL - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
DANCEHALL - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter å 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
DANCEHALL - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar å 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT DANCEHALL	42 000 kr	42 000 kr	
HIP HOP BATTLE - Arvoden - 4 st domare å 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
HIP HOP BATTLE - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
HIP HOP BATTLE - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter å 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	

HIP HOP BATTLE - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar à 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT HIP HOP BATTLE	42 000 kr	42 000 kr	
HOUSE BATTLE - Arvoden - 4 st domare à 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
HOUSE BATTLE - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
HOUSE BATTLE - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter à 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
HOUSE BATTLE - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar à 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT HOUSE BATTLE	42 000 kr	42 000 kr	
RED BULL BC ONE - 2 st lokala domare à 5 000 kr inkl ev resa, boende	10 000 kr	10 000 kr	
RED BULL BC ONE - DJ - Stockholm	4 000 kr	4 000 kr	
RED BULL BC ONE - Host	5 000 kr	5 000 kr	
RED BULL BC ONE - 16 st tävlande - resor 16 000 kr + boende 16 000 kr	36 000 kr	36 000 kr	
RED BULL BC ONE - Ground Transportation för samtliga inbjudna	4 000 kr	4 000 kr	
RED BULL BC ONE - Catering för samtliga utbjudna	6 000 kr	6 000 kr	
TOTALT RED BULL BC ONE CYPHER	65 000 kr	65 000 kr	
VINSTER - ALL STYLE CREW BATTLE	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - BREAKING	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - ALL THAT FUNK	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - DANCEHALL	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - HIP HOP BATTLE	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - HOUSE BATTLE	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - WORLD	10 000 kr	10 000 kr	
VINSTER - Glaspokaler	8 000 kr	10 000 kr	
TOTALT VINSTER	78 000 kr	78 000 kr	
DJ's - Arvoden - 8 st dj's à 2 500 kr	20 000 kr	25 000 kr	
DJ's - Resor - 4 st utländska dj's	20 000 kr	20 000 kr	
DJ's - Hotell - 4 st dj's x 4 nätter à 1 200 kr	19 200 kr	19 200 kr	
DJ's - Perdiem - 4 st dj's x 4 dagar à 300 kr	4 800 kr	4 800 kr	
TOTALT DJ's	64 000 kr	69 000 kr	
KONFERENCIER - 4 st	32 000 kr	40 000 kr	
SHOWCASE 1 - Arvode	10 000 kr	10 000 kr	
SHOWCASE 1 - resor - 4 st dansare	20 000 kr	20 000 kr	
SHOWCASE 1 - hotell - 4 st dansare x 2 nätter à 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
SHOWCASE 1 - Traktamente - 4 st dansare x 2 dagar à 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
SHOWCASE 2 - Arvode	10 000 kr	10 000 kr	
SHOWCASE 2 - resor - 4 st dansare	20 000 kr	20 000 kr	
SHOWCASE 2 - hotell - 4 st dansare x 2 nätter à 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
SHOWCASE 2 - Traktamente - 4 st dansare x 2 dagar à 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
TOTALT KONFERENCIER + SHOWCASE 1+2	116 000 kr	124 000 kr	
WORLD - Arvoden - 4 st dansare/domare à 2 500 kr	10 000 kr	10 000 kr	Utländska
WORLD - Resor - 4 st utländska domare	20 000 kr	20 000 kr	
WORLD - Hotell - 4 st dj's x 2 nätter à 1 200 kr	9 600 kr	9 600 kr	
WORLD - Perdiem - 4 st dj's x 2 dagar à 300 kr	2 400 kr	2 400 kr	
WORLD - DJ's	10 000 kr	12 500 kr	
TOTALT HOUSE BATTLE	52 000 kr	54 500 kr	
TOTALT PROGRAM	627 000 kr	642 500 kr	
UTBYTTE MED NORDISKA BARN OCH UNGDOMAR - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
RESOR - ca 40 st barn och ungdomar från Danmark - Buss Köpenhamn-Stockholm 1/1	38 000 kr	38 000 kr	
RESOR - ca 40 st barn och ungdomar från Norge - Buss Oslo-Stockholm 1/1	33 000 kr	33 000 kr	
RESOR - ca 40 st barn och ungdomar från Finland - Finlandsfärja Helsingfors 1/1	27 000 kr	27 000 kr	
BOENDE - Övernattning 2 nätter för 120 st à 200 kr	48 000 kr	48 000 kr	
ADMINISTRATION - Danmark, Norge och Finland	30 000 kr	30 000 kr	
ADMINISTRATION - Övergripande för Norden	20 000 kr	20 000 kr	
TOTALT ÖVRIGA PRODUKTIONSKOSTNADER	196 600 kr	196 600 kr	
ÖVRIGA PRODUKTIONSKOSTNADER - STREETSTAR FESTIVALEN 2015			
DOKUMENTATION - Foto	20 000 kr	25 000 kr	
DOKUMENTATION - Film	20 000 kr	25 000 kr	
TRANSPORT - Hyrbilar + bud + taxi	25 000 kr	31 250 kr	
TRANSPORT - 4 chaufförer	8 000 kr	10 000 kr	

MÄTNING	5 000 kr	6 250 kr	
TILLSTÅND - Polis	700 kr	700 kr	
ÖVRIGT	100 000 kr	125 000 kr	
TOTALT ÖVRIGA PRODUKTIONSKOSTNADER	178 700 kr	223 200 kr	
TOTAL SUMMA UTGIFTER - STREETSTAR FESTIVALEN 2015	2 012 800 kr	2 294 175 kr	

UTGIFTER - SUBURBAN JAM 2015			
NOTERINGAR	Belopp exkl. moms	Belopp inkl. moms	ÖVRIGT
UTGIFTER - SUBURBAN JAM 2015			
PRODUKTION - Framtagande utav koncept / show - repetitioner, musik, kostym mm	80 000 kr	100 000 kr	
SUBURBAN JAM - Dansare, dj, mc - 4 st Sthlm förorter å 50 000 kr	200 000 kr	200 000 kr	
SUBURBAN JAM FINAL STADSHUSET - lokal och teknik	200 000 kr	250 000 kr	
TRANSPORT - Hyrbil mm	10 000 kr	12 500 kr	
DOKUMENTATION - Foto & film	8 000 kr	10 000 kr	
ÖVRIGT	10 000 kr	12 500 kr	
TOTALT SUBURBAN JAM	508 000 kr	585 000 kr	
TOTAL SUMMA UTGIFTER - SUBURBAN JAM 105	508 000 kr	585 000 kr	

UTGIFTER - PRODUKTION			
NOTERINGAR	Belopp exkl. moms	Belopp inkl. moms	ÖVRIGT
PRODUKTION FÖR SUBURBAN JAM / STREETSTAR FESTIVALEN			
ARVODE / heltid - Projek- och produktionledning - 2 personer - 5 månader å 25 000 kr/pers.	125 000 kr	166 250 kr (inkl soc)	
ARVODE / Deltid - Administration - 1 person - 5 månader å 12 500 kr	62 500 kr	83 125 kr (inkl soc)	
LOKAL - Kontorshyra - 5 månader å 5 000 kr	25 000 kr	31 250 kr	
TJÄNSTERESOR - Research	50 000 kr	50 000 kr	Flyg / hotell / traktamente
INTERNET - Hemsida uppdateringar samt nyhetsutskick	20 000 kr	25 000 kr	
ÖVRIGA MATERIALKOSTNADER - kontorsmaterial	2 000 kr	2 500 kr	
TOTALT ADMINISTRATION OCH PERSONAL	284 500 kr	358 125 kr	
TOTAL SUMMA UTGIFTER - PRODUKTION / ADMINISTRATION	248 500 kr	358 125 kr	

TOTALT FÖR SUBURBAN JAM / STREETSTAR FESTIVALEN			
STREETSTAR FESTIVALEN	2 012 800 kr	2 294 175 kr	
SUBURBAN JAM	508 000 kr	585 000 kr	
PRODUKTION / ADMINISTRATION	284 500 kr	358 125 kr	
TOTALT SUBURBAN JAM / STREETSTAR FESTIVALEN 2015	2 870 300 kr	3 302 300 kr	

INTÅKTER			
NOTERINGAR	Belopp exkl. moms	Belopp inkl. moms	ÖVRIGT
SUPPORT			
KULTURRÅDET	300 000 kr	300 000 kr	
STOCKHOLMS KULTURFÖRVALTNING	500 000 kr	500 000 kr	
STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING	100 000 kr	100 000 kr	
STOCKHOLM VISITORS BOARD	300 000 kr	300 000 kr	
DIS - DANS I STHLM STAD O LÄN OCH SOLNA STAD	50 000 kr	50 000 kr	
KULTURKONTAKT NORD - Nordbuk Barn- och ungdomsprogrammet	156 000 kr	156 000 kr	Beviljat
KULTURKONTAKT NORD - Kultur- och konstprogrammet	250 000 kr	250 000 kr	
FRANSKA INSTITUTET	20 000 kr	20 000 kr	
AMERIKANSKA AMBASSADEN	50 000 kr	50 000 kr	
ÖVRIGA PARTNERS	400 000 kr	500 000 kr	
RED BULL	150 000 kr	187 500 kr	Beviljat
TOTALT	2 276 000 kr	2 413 500 kr	
DANSGALLERIAN - HIP HOP MÄSSA			
10 st utställare å 10 000 kr	100 000 kr	100 000 kr	
TOTALT	100 000 kr	100 000 kr	
REGISTRERING DANSARE			
STREETSTAR FESTIVAL - 800 dansare å 100 kr	80 000 kr	80 000 kr	
TOTALT	80 000 kr	80 000 kr	
BILJETT FÖRSÄLJNING			
TICNET - Streetstar Festivalen	597 558 kr	635 700 kr	6% moms
TOTALT	597 558 kr	635 700 kr	
ÖVRIGT			
WORKSHOPS	75 200 kr	80 000 kr	6% moms
TOTALT	75 200 kr	80 000 kr	
TOTAL SUMMA INTÅKTER	3 128 758 kr	3 309 200 kr	



VARUMÄRKE STOCKHOLM - THE CAPITAL OF SCANDINAVIA

STREETSTAR STOCKHOLM INTERNATIONAL STREET DANCE FESTIVAL 8-12 april 2015

Exponering webbsida

Vi kommer lägga upp banners med direktlänk till visitstockholm.com under rubriken Host city: med logon - "Stockholm Capital of Scandinavia" på vår hemsida samt ge särskilt utrymme för varumärket.

Promotionstrailer

Vi kommer göra en trailer inför festivalen med utvalda streetdansare vilka kommer dansa på utvalda, kända platser i Stockholm. Om möjligt kompletteras trailern med material från Stockholm Business Regions befintliga stockshots. Varumärket "Stockholm Capital of Scandinavia" kommer att tydligt exponeras i filmen. Filmen kommer laddas upp på Streetstars hemsida och Youtubekanal. Filmen får även spridas via Stockholm Business Regions sociala- och distributionskanaler. Vi kommer att arbeta för att filmen sprids vidare på sociala medier och i svensk och internationell press.

Exponering scenmaterial och filmer

Varumärket kommer sättas upp på vepor vid scenerna. Detta ger stor exponering i TV-sändningar samt på bilder som sprids på sociala medier. Vi kommer att ladda upp 25-30 filmer ifrån tävlingarnas semifinaler och finalerna med varumärket "Stockholm Capital of Scandinavia" i slutet av alla filmerna. Dessa filmer kommer spridas via Streetstar Youtubekanal och sociala medier. Som bakgrund kan nämnas att bara Streetstarts Youtubekanal hade över 2,3 miljoner tittare under 2013 - 2014, (se separat statistik nästa sida). För kännedom om hur filmer tidigare utformats, se: https://www.youtube.com/watch?v=Jhhd_tEaJEQ&list=TLeU7EqCwul9ERrwzUGhw_slRRRjW4DBoo

Exponering marknadsföringsmaterial

Varumärket kommer exponeras på affischer och flyers inför Festivalen där varumärket särskilt kommer identifieras som Host city. Affischerna kommer även finnas uppsatta i lokalerna under själva Festivalen.



Streetstar Youtube kanal med exponering och geografisk statistik ifrån 23 aug 2013 - 22 aug 2014.



streetstar

Skapades: 2 apr 2006 • Videoklipp: 93 • Totalt antal visningar: 3 226 893

KANAL

Senaste 365 dagarna (23 aug 2013 – 22 aug 2014)

Resultat



VISNINGAR
2 323 630 ▲



UPPSKATTAT ANTAL VISADE MINUTER
5 772 456



BERÄKNADE INTÄKTER TOTALT *
\$0,00

Engagemang



GILLAR *
13 395



OGILLAR *
637



KOMMENTARER
2 750 ▲



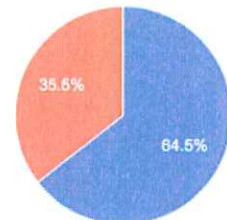
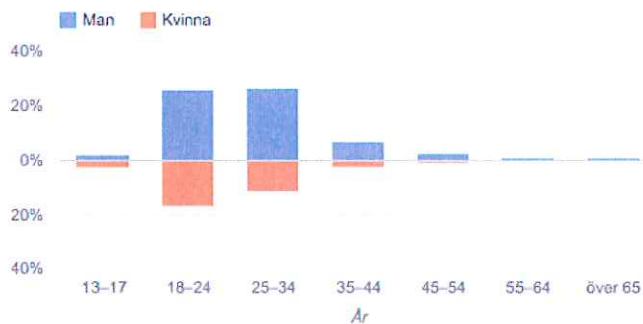
DELNINGAR *
4 437



TILLAGDA FAVORITER
6 031 ▲



PRENUMERANTER
7 616



Populäraste platserna efter visningar	Visningar	13-17 år	18-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	över 65 år	Kön
USA	913 562	4,1%	41%	39%	11%	3,5%	1,0%	1,1%	Man/Kvinna
Brasilien	104 189	3,3%	51%	37%	5,6%	2,0%	0,6%	1,0%	Man/Kvinna
Frankrike	89 023	6,4%	43%	37%	8,8%	3,0%	1,0%	0,9%	Man/Kvinna
Storbritannien	85 048	5,0%	45%	36%	9,5%	3,2%	0,6%	1,3%	Man/Kvinna
Kanada	82 527	3,4%	41%	39%	11%	3,1%	0,9%	1,4%	Man/Kvinna
Mexiko	79 671	3,3%	45%	44%	5,9%	0,9%	0,4%	0,7%	Man/Kvinna
Ryssland	70 185	5,6%	33%	43%	13%	3,4%	0,8%	1,4%	Man/Kvinna
Tyskland	65 051	1,9%	37%	46%	12%	2,5%	0,5%	0,9%	Man/Kvinna
Sverige	61 801	14%	43%	29%	7,6%	3,7%	1,8%	1,1%	Man/Kvinna
Spanien	49 490	4,9%	43%	38%	9,7%	3,1%	0,6%	0,9%	Man/Kvinna

Endast de tio populäraste platserna är tillgängliga.



MILJÖPLAN

STREETSTAR STOCKHOLM INTERNATIONAL STREET DANCE FESTIVAL 8-12 april 2015

Lokaler

Streetstar skall arbeta för att de lokaler som används för Festivalen drivs på ett så miljövänligt sätt som möjligt.

Resa

Streetstar skall arbeta för att uppmana för deltagare och besökare att välja så miljövänliga resealternativ som möjligt.

Transport

Streetstar skall använda så miljövänliga alternativ som möjligt med hänsyn till logistik och tid vid transport av produktionsmaterial och övriga varor till och från Festivalen.

Samarbetspartners

Streetstar skall tillse att Festivalens samarbetspartners innehar miljöplan så långt som rimligt kan krävas.

Avfall

Streetstar skall arbeta för att avfall från Festivalen återvinns.

Mat/dryck

Streetstar skall tillse att, så långt som praktiskt möjligt, mat och dryck som serveras på Festivalen är producerat med hänsyn till miljön.

Marknadsföring

Streetstar skall arbeta för att Festivalen marknadsförs på ett sätt som innebär minimal inverkan på miljön. Streetstar skall även som ett led i marknadsföring av Festivalen uppmärksamma besökare och deltagare om de miljömässiga effekterna.

Uppföljning

Streetstar skall, inom fyra månader från Festivalens avslut hålla möte för att gå igenom hur denna miljöplan uppfyllts på Festivalen. Protokoll skall föras på sådant möte.

Kontaktperson

Joachim Hövel, joachim@streetstar.se