

STOCKHOLM
BUSINESS REGION
2015 -04- 08
Dnr: 3.8.3-153/2015



Ansökan marknadsföringsinsats för
genomförande av ÅF Offshore Race 2015
arrangerat av KSSS

Stockholm Business Region AB
Att: Mattias Rindberg
Box 16282
103 25 Stockholm

Saltsjöbaden 24 mars 2015

Ansökan om marknadsföringsinsats för genomförandet av ÅF Offshore Race, Stockholm – Round Gotland

Kungliga Svenska Segelsällskapet, KSSS

Kungliga Svenska Segelsällskapet, KSSS, är Sveriges största och äldsta segelsällskap. Verksamheten omfattar kappsegling, träning, lägerverksamhet, utbildning, eskaderseglingar och klubbaktiviteter. KSSS driver även hamnverksamhet och har egna hamnar i Saltsjöbaden, Sandhamn och Lökholmen.

KSSS äger alla rättigheterna för en av världens största havskappseglingar, ÅF Offshore Race, Stockholm – Round Gotland (fd. Gotland Runt) vilken genomfördes första gången redan år 1937.



KUNGL SVENSKA SEGEL SÄLLSKAPET



ÅF OFFSHORE RACE - SINCE 1937

- ETT AV STOCKHOLMS ÅRLIGEN STÖRSTA EVENEMANG
- CA 150 000 BESÖKARE / PUBLIK
- 310 DELTAGANDE BÅTAR MED 2 500 SEGLARE

ÅF Offshore Race 2013

ÅF Offshore Race 2013 kommer vi att minnas som en publikmässig succé och folkfest med över 160 000 besökare i Race Village. Men också för en stor ökning av antalet tävlande båtar och internationella gästspel från världsseglare som engelska 60-fotaren Hugo Boss samt 100-fotaren Esimit Europa - Europas snabbaste enskrovsbåt.



Kappseglingen, med närmare 300 deltagande båtar, bjöd på en del dramatik och besvärliga vindar genom skärgården och varierande vindar ute till havs. I den tyngre klassen, ORCi, vann DataCom med skepparen Ralf Aspholm och i breddklassen, SRS, segrade Matrisen Sailing Team med skepparen Robert Szabo.

Likt föregående år sträckte sig evenemangsområdet över Blasieholmen och Skeppsholmen men även Kastellholmen inkluderades, bland annat med speakerljud för den stora skara åskådare som fyllde kajerna och tog del av starterna. Det finns givetvis fortfarande delar att utveckla och förbättra, men i många stycken blev 2013-års ÅF Offshore Race en succé. Inte minst publikmässigt med mycket gott betyg från besökarna på plats. Men även den sportsliga sidan stärktes bland annat med utökade faciliteter för seglarna, ett smidigare registreringsförfarande, nya pontonbryggor och en omvänd bansträckning runt Gotland.

I kölvattnet runt de större internationella båtarna ökade mediebevakningen i omfattning under 2013. Framför allt gästades evenemanget av fler internationella journalister från olika seglingsrelaterade mediekkanaler.

ÅF Offshore Race har efter 2013 års upplaga tagit ett stort steg fram mot att nå visionen att bli *"Stockholms största årligen återkommande evenemangsvecka, tillika med hög miljöprofil"* och KSSS, Stockholm Stad, ÅF, övriga partners och seglare blickar nu fram mot en växande regatta och större evenemang sommaren 2014

ÅF Offshore Race 2014

ÅF Offshore Race är lagt till handlingarna och KSSS känner att vi kan göra det med viss tillfredsställelse. Det som redan var norra Europas ledande havskappsegling blev på ett antal punkter bättre under 2014, t.ex.:

- Etableringen inne i stan, på Blasieholmen och Skeppsholmen, höjdes flera steg framförallt ur ett kvalitetsperspektiv och lockade i stort lika mycket besökare som året innan trots det ganska barska vädret.
- ÅF Inshore Races nya bansträckning med start och mål inne i stan blev lyckad vilket ledde till ett kraftigt ökat deltagarantal. En god uppslutning även till själva huvudtävlingen innebar att vi de facto fick stänga för ytterligare anmälningar några veckor före start.
- Omvänd startordning i ÅF Offshore Race (små båtar först) var uppskattad och gjorde att man hela tiden låg i närheten av andra båtar. Även den borttagna gaten vid Sandhamn ansågs som en förbättring.
- Området i Sandhamn blir också bättre och bättre (trots att målgången i år var ovanligt utdragen).
- Satsningen på att förstärka den internationell TV-distribution slog mycket väl ut och ÅF Offshore Race nådde potentiellt ca 98 miljoner hushåll runt om i världen.

Så finns det inget vi kan göra bättre? Jo mycket. Vi har hunnit prata med många av deltagare, både genom personliga samtal men även genom en omfattande undersökning och fått en mängd goda råd. Vi har för andra året i rad genomfört en omfattande publikundersökning samt för tredje året i rad genomfört en medieundersökning vilken ger en mycket bra bild över vilka förbättringspunkter vi bör genomföra men även ett bra bevis på att våra förstärkningar och justeringar faller väl ut och uppskattats av deltagare, besökare, media och funktionärer. Men vi också vill passa på att rikta ett särskilt tack efter 2014 års fantastiska arrangemang:

- Först alla funktionärer och kansli som med samfälliga insatser gjort detta till det bästa ÅF Offshore Race hittills. Särskilt tack till Fredrik Feldreich som gjorde sitt 24:e och sista år som tävlingsledare, en enorm insats. Vi hälsar också Håkan Andersson välkommen som ny tävlingsledare.
- För det andra alla våra partners med ÅF, Stockholms Stad / Stockholm Hamnar, Handelsbanken, Volvo och Helly Hansen i spetsen. Alla era insatser och aktivering har bidragit till en bättre och tightare etablering av arrangemanget inne i Stockholm. Vi vill också passa på att tacka Seglarhotellet i Sandhamn som visade stor flexibilitet när vi tvingades dela upp regattamiddagen på två dagar, därtill i nyrenoverade lokaler och med utmärkt mat.
- Slutligen tack till alla seglare som kommit från när och fjärran för att delta i årets tävling. Trots de stundtals prövande vindförhållandena har de flesta lyckats genomföra seglingen runt Gotland med gott humör.

Så låt oss minnas ÅF Offshore Race 2014 med glädje, vi ser fram emot 2015!

Exempel på nyheter och nya engagemang planerade för 2015 års evenemang:

Internationell TV-distribution och utökad mediesatsning:

Vi kommer arbeta vidare med vår satsning på att nå en bred och omfattande TV-distribution. I skrivande stund är vi i slutförhandling med ett par internationella medie-distributionsföretag vilket lova gott för 2015 års utfall. Målet är att nå över 100 miljoner potentiella hushåll genom TV- och socialmediedistributionen under 2015.

KSSS har även stärkt mediekampanjdelen med utökade annonsytor i arrangemangets nationella mediepartners vilket kommer öka kännedomen inför evenemanget samt stärker vår exponering för Stockholm Stad och våra partners.

ÅF Inshore Race, Stockholm – Stockholm:

Som ett mål att bredda deltagande och evenemanget införde KSSS en ny tävling under 2014 års ÅF Offshore Race evenemangsvecka, ÅF Inshore Race. Det här var en satsning som gick hem och som nu till 2015 förstärks ytterligare. Tävlingen, som sker under lördagen den 28 juni med start på Stockholm Ström skall med grepp som enklare regel- och säkerhetsförfarande, segling endast inomskärs och med låg anmälningsavgift, bredda deltagandet och erbjuda både klassiska båtar, entypsklasser, tjejbåt och familjeseglare möjlighet att medverka under ÅF Offshore Race veckan. Start och mål sker inne i centrala Stockholm vilket kommer stärka programmet samt ge deltagarna på ÅF Inshore Race möjligheten att ta del av folkfesten inne i Race Village i Stockholm. Kort och gott är det här är vår version av seglingens "Kortvasa".

ÅF Offshore Race hospitality- och seminarie events:

Under ÅF Offshore Race veckan skapar KSSS tillsammans med medverkande partners som ÅF, Handelsbanken, Volvo, Sharp, m.fl. flertalet business to business evenemang. B2B-eventes mål är att stärka och lyfta ÅF Offshore Race evenemangsvecka som helhet och erbjuda en mötesplats för "relationer, affärer, miljöfrågor och segling". Dessa events kommer huvudsakligen att genomföras den 25-27 juni i Race Village i upprättade tältpaviljonger, på vattnet genom affärsseglingensracen "KSSS Business Cup" samt vid behov på närliggande hotell- och konferensfaciliteter.

ÅF Offshore Race – kulinarisk festival:

Vi tar den omfattande satsningen inom segmentet mat och dryck under evenemanget ett steg vidare. Detta sker under ledning av Malin Söderström, välkänd kock som bl. a. var den första kvinnliga medlemmen i Svenska Kocklandslaget. KSSS, tillsammans med Malin och hennes team, kommer ta fjolårets matkoncept vidare för att stärka den kulinariska upplevelsen och utbudet under ÅF Offshore Race. Målet är också att skapa PR-effekter mot målgrupper och företag som attraheras av en välproducerad matupplevelse.



Viktiga datum för 2015 års race är:

Torsdag 25 juni	10:00	Eventområdet öppnar
	18:30	Invigning
Fredag 26 juni	10:00	Eventområdet öppnar & registrering av båtar startar
	19:00	Skepparmöte ÅF Inshore Race (båtar som startar lördag)
Lördag 27 juni	12:00	1a start ÅF Inshore Race Race, sprintrace mellan Stockholm-Sandhamn
	18:00	Skepparmöte ÅF Offshore Race (båtar som startar söndag)
Söndag 28 juni	10:00	1a start ÅF Offshore Race, Stockholm – Round Gotland samtliga båtar
Onsdag 1 juli	18:00	Prisutdelning på Sandhamn
	19:30	Regattamiddag Sandhamn

Vision för ÅF Offshore Race

“Tillsammans skapar KSSS, Stockholm Stad ÅF och våra partners det största årligen återkommande evenemanget i Stockholm, tillika med en hög miljöprofil”

Mål/strategier

I våra långsiktiga mål ska vi:

- Visa upp den unika stad som Stockholm är i världen
- Skapa ett årligen återkommande evenemang på samma plats
- Skapa en av världens mest aktade regattor
- Minst 300 båtar med access till evenemangsområdet
- Använda de ”gröna” värdena i seglingssporten för att marknadsföra Stockholm som en miljövänlig stad i nära kontakt med vatten
- Skapa ett upplevelsebaserat evenemang genom ett levande och öppet område i centrala Stockholm
- Göra segling till en arenasport
- Publik tillgänglighet
- Stor medial påverkan, både nationellt och internationellt

Ansökan marknadsföringsinsats 2015

Under det senaste året har Gotland Runt, nu ÅF Offshore Race, utvecklats mot att öka tävlingens tillgänglighet ytterligare för allmänheten, att locka fler deltagare för att bredda seglingssporten, att öka de kommersiella exponeringsmöjligheterna för att attrahera fler företag samt att skapa ett brett programutbud för att fler besökare skall komma till eventet.

För att uppnå ett stort internationellt intresse bland seglare, besökare och företag satsar KSSS efter de första årens succéevenemang i centrala Stockholm, stort för att nå genomslag i nationell samt internationell media och nå den nationella och internationella pressen.

ÅF Offshore Race är en seglar- och folkfest i världsklass som genom denna totala flytt in till centrala Stockholm ges möjlighet att marknadsföra Stockholm Stad genom en internationell erkänd tävling och storskaligt evenemang.

KSSS har som ambition att återskapa festivalstämning kring segling tillsammans med samtliga partners. Vi är samtidigt ödmjuka vår uppgift och utifrån den utvärdering som genomförts efter de senaste tre årens evenemang ser vi att KSSS bl. a. har ambitionen och uppgiften att stärka informationen, PR och marknadsföringen inför, under och efter evenemanget, utveckla och stärka programmet samt stärka både den land- respektive sjöoperativa organisationen. KSSS förstärkte inför 2014 organisationen och ökade investeringen inom framförallt projektledning, kommersiell utveckling, olika kvalitetsmoment inom evenemanget, utbudet på Race Village och mediarbetet. Dessa var kostsamma investeringar men samtidigt är målet med dessa satsningar att de, under kommande åren, skall bidra till att öka partnerfinansieringen och stärka utfallet och räckvidden av respektive års mediarbete.

Till 2015 förstärker KSSS ytterligare dessa områden inom evenemanget och har bl. a. tillsatt en ny tjänst i form av en Produktionsledare för Race Village, vi stärker även den global TV-distribution där den förväntade räckvidden uppskattas till mer än 100 miljoner internationella hushåll och vi stärker och uppdaterar programmet under evenemangsdagarna.

Genom den planerade mediedistribution kommer Stockholm Stad som arenaplats att nå omfattande exponering i och runt arenan för seglingarna samt även för varumärket Capital of Scandinavia genom arenareklam, exponering på deltagande båtar och liknande reklaminstallationer i och runt arenan. Utöver denna satsning kommer KSSS även att stärka mediekampanjdelen med ett par stärkta nationella mediepartners vilket kommer öka kännedomen inför evenemanget samt kampanjen stärker även exponering för Stockholm Stad och våra övriga samarbetspartners.

Vi är övertygade om att Stockholm Business Region och Stockholm Stad identifierat möjligheterna och ansöker härmed om en Marknadsföringsinsats på 1/3 av årets planerade och budgeterade PR-, kommunikations- och marknadsbudget vilket motsvarar SEK 400 000.-

Vi ser fram emot Er återkoppling och fortsatt samarbete.

Med vänliga hälsningar,



Henrik Jansson

Bilaga 1 – Budget

ÅF OFFSHORE RACE BUDGETPROGNOS 2015

Intäkter		Budgetprognos ÅFOR 2015
Hamn & anmälningsavgifter	Anmälningsavgifter	1 050 000
Erhållna bidrag	Aktivitetsbidrag RF, SSF, Stift	400 000
Sponsor & reklam intäkter	Sponsor- och eventkostnadsintäkter Titelsponsorer & Huvudsponsorer	3 800 000
	Sponsor- och eventkostnadsintäkter Partners	1 100 000
	Sponsor- och eventkostnadsintäkter Leverantörer	900 000
	Summa:	7 250 000
	Övriga intäkter	1 400 000
	Summa:	1 400 000
Total Intäkt:		8 650 000
Kostnader		
Båt- och tävlingskostnader		-700 000
Drift, underhåll och datakostnader		-150 000
Marknadsföring, PR och sponsorkostnader		-1 100 000
	Bilagor, kommunikationsmaterial, webb & medieplaceringar PR produktion, TV, webb-TV, mm Försäljningsprovision, möten, sponsormaterial	
Eventkostnader	Sponsormöten	-3 500 000
	Etablering runt hamnen	
	Vatten till området & bryggorna	
	Avlopp till området	
	El, inkl. etablering inkl. jour elektriker	
	Sanitet & renhållning	
	Bevakning och säkerhet (nattetid & dagtid)	
	Underhållning & aktivering	
	Tältkostnader, scen och transporter	
	Teknik	
	Övrigt	
	B2C event/program	
B2B event/program		
Sjukvård		



Övriga kostnader		-1 450 000
	Representation	
	Markhyra - Blasieholmen (Trafikverket)	
	Markhyra - Skeppsholmen (SFV)	
	Tillstånd - Trafikverket. Polisen	
	TA-planen (omskyltning)	
	Kostnadsutlägg	
	Kläder personal	
	SMHI	
	Produktionskostnader Kulturförvaltningen	
	Produktionsbyrå	
Personalkostnader		-1 380 000
	Telefon	
	Personal, fast anställda	
	Personal, säsonganställda	
	Övriga personalkostnader	
	Förändring semesterlöneskuld	
	Traktamenten, skattefria	
	Resekostnader	
	Bilersättning	
	Pensionsförsäkringar	
	Arbetsgivaravgifter	
	Summa kostnader	-8 280 000
Resultat		370 000

Bilaga 2 – Plan för exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia i förbindelse med evenemanget.

Arenaexponering:

Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras på samtliga samlingsexponeringar i ÅF Offshore Race evenemangsområde under benämningen "Officiella arrangörer". Garanterat antal logotypexponeringar är minst 250 st enligt exponeringsexempel nedan. Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer även att exponeras på print, webb och tv exponering av logotypen i nationell samt internationell press:

TV-exponering:

Stockholm och i vissa fall även logotypen Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer bli omnämnt och/eller exponeras genom ÅF Offshore Race olika TV-produktioner:

- Global Tv-distribution med exponering av flaggor i storformat runt starten, exponering av varumärket genom skyltar och flaggor på de deltagande båtarna. Förväntad räckvidd om över 100 miljoner hushåll
- 22 min sändning på TV12 Sport TV
- CNN planerar att besöka ÅF Offshore Race i syfte att skapa utförligt material till månadsmagasinet CNN MainSail
- En nyhet inom TV och mediearbetet inför 2015 är att PR arbetet kommer utökas och redaktionellt material, bild- och filmmaterial kommer distribueras genom internationella sport- och seglingsmedier med fokus på medier i Europa.

ÅF OFFSHORE RACE 2014

KSSS OFFICIELLA SPONSORER

OFFICIELLA HUVUDSPONSORER

OFFICIELLA ARRANGÖRER

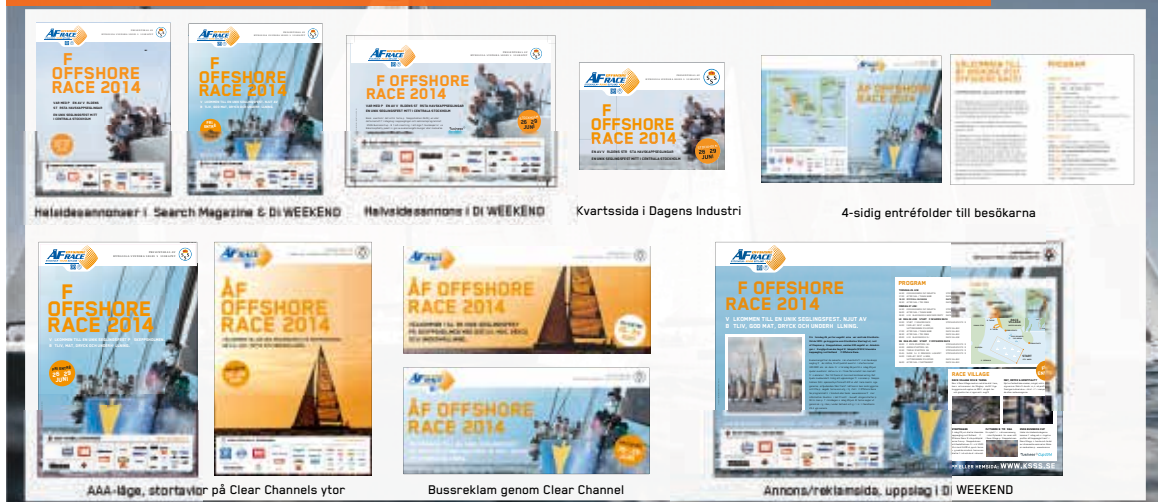
OFFICIELLA MEDIAPARTNERS

OFFICIELLA PARTNERS

OFFICIELLA LEVERANTÖRER

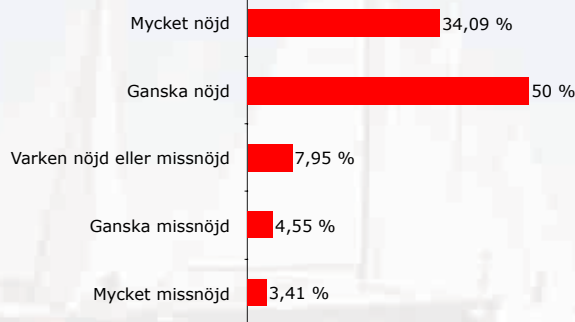
PRESENTERAS AV
KUNGLIGA SVENSKA SEGEL SÄLLSKAPET

EXEMPEL EXPONERINGS- OCH ANNONSMATERIAL



2014 års sammanfattning av deltagarundersökning, medieutfall och publikundersökning enligt bifogad sammanställning:

HELHETSINTRYCK DELTAGARNA



SNITTBETYG DELTAGARNA PER ÅR:

2014: 4,07
2013: 3,98
2014: 3,80

Jmfr 2013

Mycket nöjd:	28,30 %
Ganska nöjd:	50,47 %
Varken nöjd el missnöjd:	13,44 %
Ganska missnöjd:	6,37 %
Mycket missnöjd:	1,42 %



Sammanfattning siffror 2014:

SIFFROR 2014 - UTFALL

- 310 deltagande båtar med närmare 2 500 deltagare
- 150 000 åskådare besökte Race Village och såg starten från Skeppsholmen samt övrig publik längs banan ger totalt över 200 000 åskådare.
- 221 191 besök och 2 230 440 sidvisningar på www.ksss.se under evenemangsdagarna
- 5 miljoner SEK i köpt reklamvärde från omfattande annonsering i Dagens Industri, Clear Channel, flaggning Stockholms infartsleder, m fl partners
- 15 miljoner läsare till ett medievärde om 5, 2 miljoner SEK
- Ca 13 timmar tv-sändningar i totalt 48 länder till 98 miljoner hushåll
- + 300 funktionärer arbetade inom organisationen
- 4,2 poäng på en femgradig skala i helhetsbetyg av besökarna på plats



Sammanfattning köpt reklamannonsering 2014:

MEDIEPARTNERS - UTFALL 2014

- Evenemangsbaner - flaggning infartsleder Stockholm
- ÅF Offshore Race bilaga och annonsering i DI WEEKEND
- Clear Channel, storstadstavlor i AAA-läge samt ytterstadsbussarna
- Radioreklam i Skärgårdsradion
- Search Magazine, helsidesannonser
- The Business Magazine, hel- och halvisides



TOTALT REKLAMVÄRDE: 5 000 000 KR

Utfall internationell TV-distribution/sändning, 2014:

TRIM-RANGE	TV-CHANNEL
ANDORRA	Eurosport
AUSTRIA	Nautical Channel
AUSTRIA	Nautical Channel
AUSTRIA	Eurosport
AUSTRIA	ORF Sport +
BELGIUM	Nautical Channel
BELGIUM	Nautical Channel
BELGIUM	Eurosport
BERMUDA	Channel 82
BERMUDA	Channel 82
BOSNIA	Nautical Channel
BOSNIA	Nautical Channel
BULGARIA	Eurosport
BULGARIA	RTV
CHINA	Star TV - Star China SCNT
CHINA	Star TV - Star China SCNT
CROATIA	Nautical Channel
CROATIA	Nautical Channel
CROATIA	Eurosport
CZECH REPUBLIC	Eurosport
ESTONIA	Nautical Channel
ESTONIA	Nautical Channel
FINLAND	Nautical Channel
FINLAND	Nautical Channel
FINLAND	Eurosport
FRANCE	L'EQUIPE TV
FRANCE	L'EQUIPE TV
FRANCE	Nautical Channel
FRANCE	Nautical Channel
FRANCE	Eurosport
GERMANY	Nautical Channel
GERMANY	Nautical Channel
GERMANY	Eurosport
GERMANY	Sky Sport News HD
GERMANY	Sky Sport News HD

NYHET 2014: INTERNATIONELL TV-DISTRIBUTION:
 12 timmar 58 minuter i 47 länder på fyra kontinenter.
 Potentiellt: 98 miljoner hushåll. Medievärde: cirka 4,5 miljoner SEK

Utfall internationell TV-distribution/sändning, 2014:

Exempel på exponering (Press/Webb)

Utfall nationell Press/webb / TV-distribution/sändning, 2014:

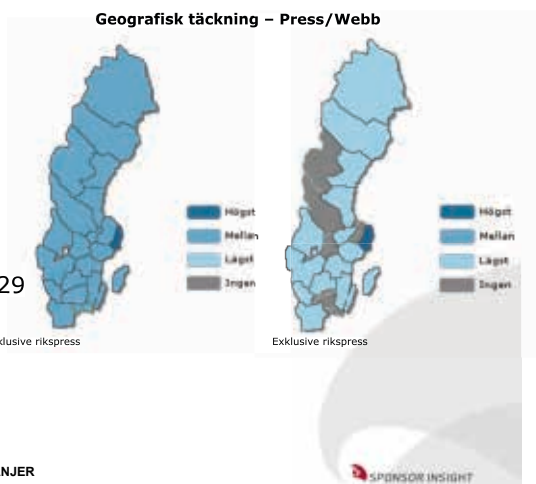
ÅF Offshore Race 2014

Press/webb

Antal artiklar: 139 st
 Antal läsare: 14 718 105
 Medievärde (netto) 1 206 057
 Medievärde (brutto) 5 243 724

TV

Antal inslag: 7
 Inslagstid: 48 minuter, 29
 Antal tittare: 1 141 000



*EJ INKLUDERAT: INTERNATIONELL TV SAMT REKLAMKAMPANJER

ÅF Offshore Race 2014

Press/webb

Antal artiklar 139 st
 Antal läsare 14 718 105
 Medievärde 1 206 057

TV

Antal inslag 7 st
 Inslagstid 00:48:29
 Antal tittare 1 141 000

*EJ INKLUDERAT: INTERNATIONELL TV SAMT REKLAMKAMPANJER

ÅF Offshore Race 2013

Press/webb

Antal artiklar 348 st
 Antal läsare 22 544 232
 Medievärde 1 198 178

TV

Antal inslag 7 st
 Inslagstid 00:23:06
 Antal tittare 455 000

SPONSORINSIGHT

Utfall evenemangets webbsida, 2014:



www.ksss.se
 Besöksstatistik sju dagar före och
 sju dagar efter ÅF Offshore Race

	ÅFOR 2012	ÅFOR 2013	ÅFOR 2014
•Besök:	159 012	167 340 (+5 %)	221 191 (+31,27%)
•Sidvisningar:	1 379 521	1 792 596 (+30 %)	2 230 440 (+23,25%)
•Sidor/besök:	8,68	10,71 (+23%)	10,08 (-6,11%)
•Minuter/besök:	08:03	09:20 (+16 %)	8:41 (-8,13%)

Publikundersökning, 2014:



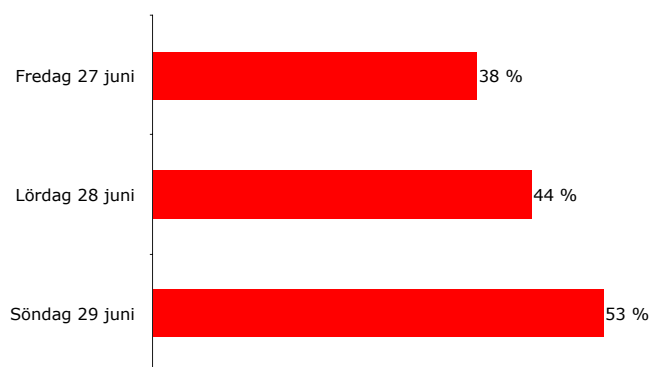
Publikundersökning

Rapport – ÅF Offshore Race 2014

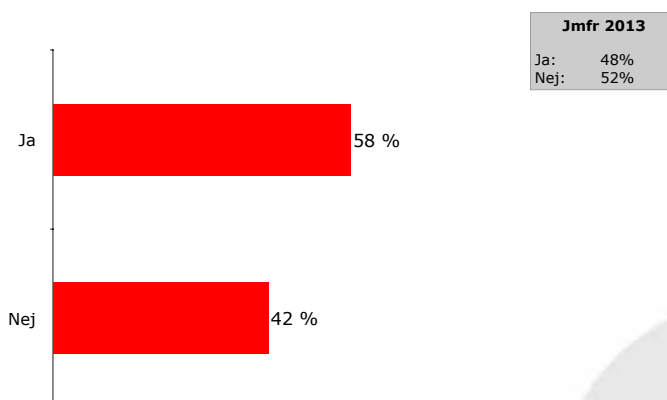


Projektledare:
 Sponsor Insight AB
 Peter Allvin
 070-248 57 95
allvin@sponsi.se

Vilken/vilka av dagarna besökte du ÅF Offshore Race?

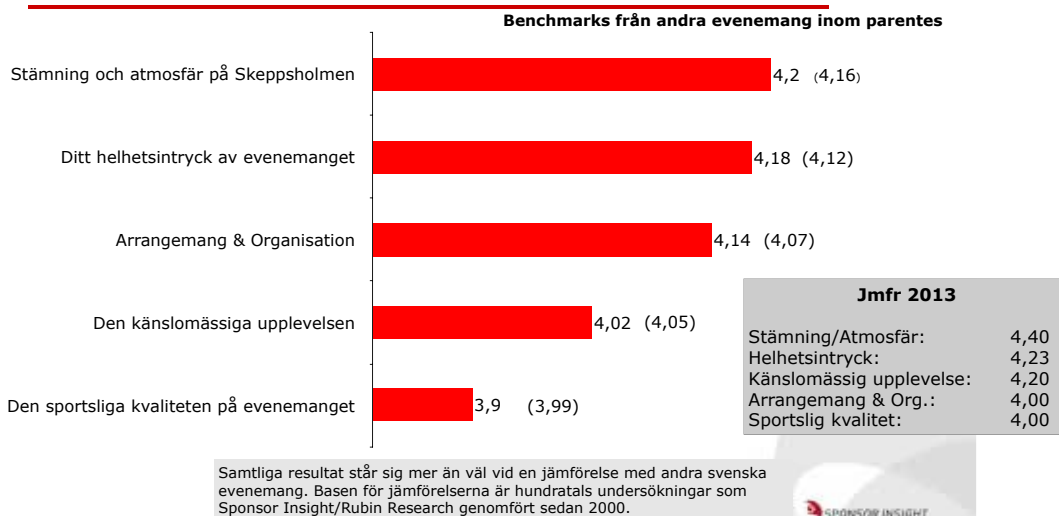


Har du besökt ÅF Offshore Race tidigare?



Andelen som besökt ÅFOR tidigare ökar med 10 procentenheter, vilket tyder på att evenemanget börjar sätta sig ordentligt.

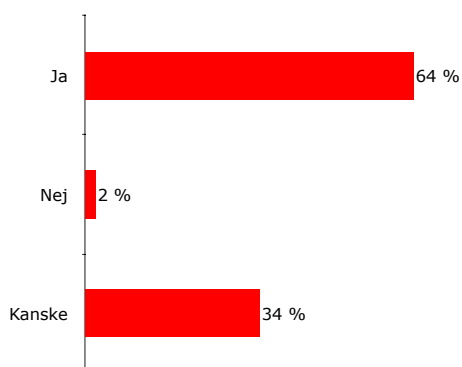
Du har upplevt ÅF Offshore Race på Skeppsholmen, vilket betyg ger du följande delar i upplevelsen? Använd skalan 1-5 där 1 = Mycket dåligt och 5 = Mycket bra



Varför har du ett positivt helhetsintryck av evenemanget?



Har du för avsikt att besöka ÅF Offshore Race även nästa år?



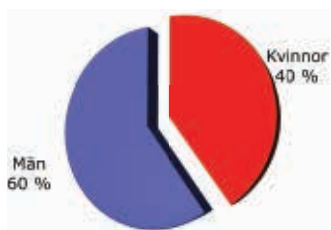
Jmfr 2013

Ja:	68%
Nej:	0%
Kanske:	32%

SPONSOR INSIGHT

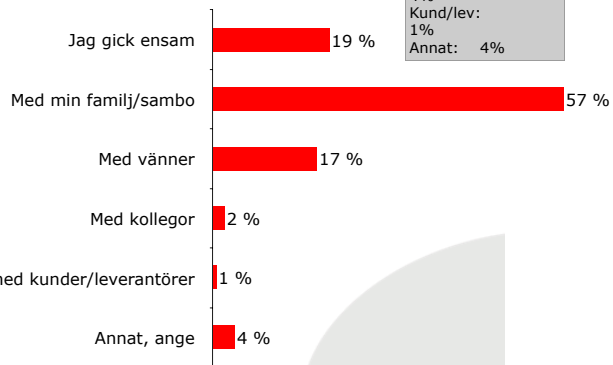
Kön & Besökare

Kön



Jmfr 2013

Män:	53%
Kvinnor:	47%



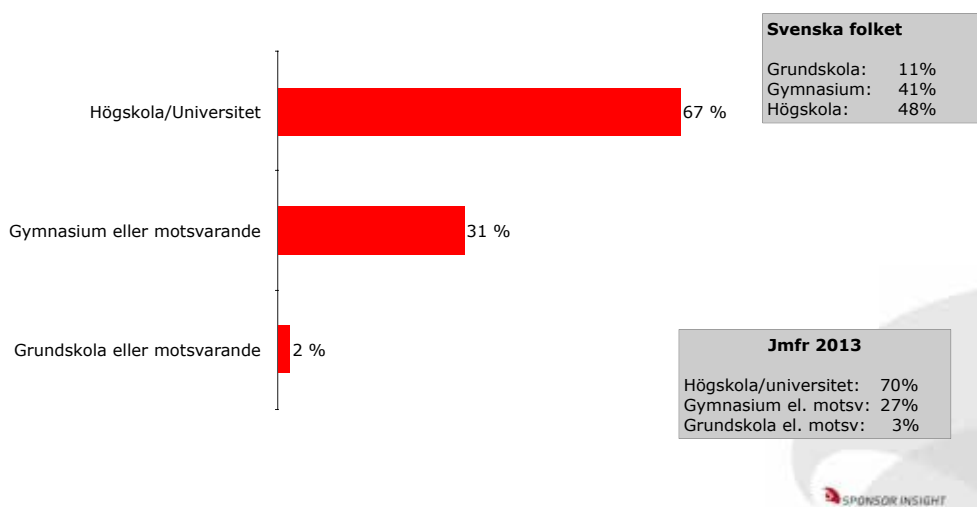
Jmfr 2013

Ensam:	21%
Familj:	50%
Vänner:	19%
Kollegor:	4%
Kund/lev:	1%
Annat:	4%

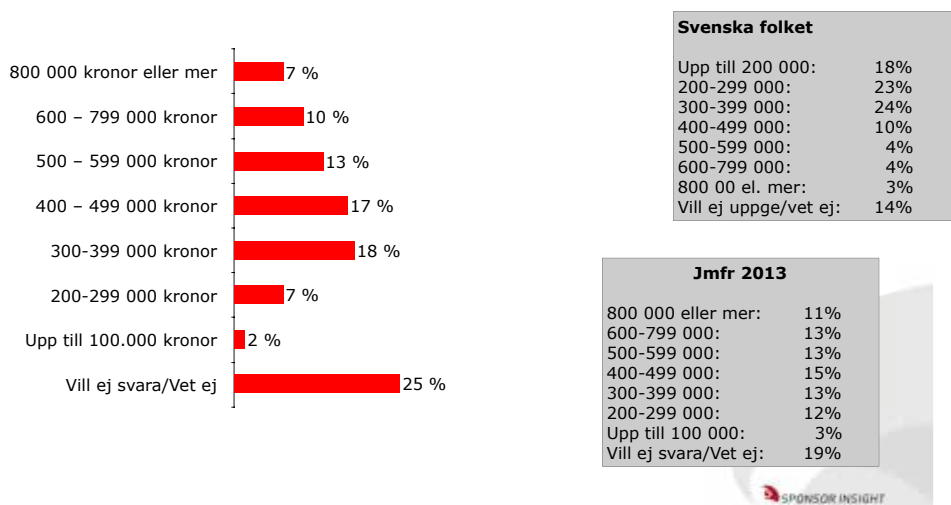
Mönstret är väldigt likt fjolårets.

SPONSOR INSIGHT

Vad är din högsta avslutade utbildningen?



Hur mycket uppskattar du att din bruttoinkomst är per år?



Slutord

- ÅF Offshore Race får **fortsatt höga betyg** av målgruppen besökare på plats på Skeppsholmen/Kastellholmen. Helhetsintrycket ligger på samma nivå som ifjol (4,2 på en femgradig skala), vilket är **något över index för svenska evenemang** (som bygger på 100-tals genomförda eventstudier under omkring 15 års tid).
- Insläpp och utsläpp till Skeppsholmen är de parametrar som får högst betyg och båda ökar jämfört med förra året. Mat och dryck, såväl kvalitet som pris, är de parametrar som får lägst betyg som dessutom är lägre än ifjol. För att höja totalbetyget är det mat och dryck som är mest kritiskt (utifrån vår sambandsanalys där vi analyserar hur mycket varje parametrar påverkar totalbetyget) och **det som driver upplevelsen starkast i positiv riktning är upplevelsen att se och besöka hamnområdet**, vilket alltså är viktigt att slå vakt om. **Av de 16 specifika parametrar vi utvärderar för ÅFOR så är det hela 11 som ökar i betyg jämfört med ifjol, vilket givetvis är positivt.**
- Gällande sponsringen så dominerar ÅF som sig bör (i egenskap av titelsponsor) såväl på spontan som hjälpt nivå. Utifrån hjälpt erinran så når även Helly-Hansen, Handelsbanken och Volvo (ny för i år) höga nivåer som mer eller mindre är i paritet med index för huvudsponsorer.
- Målgruppen är blandad i termer av kön (även om det förefaller vara lite mer mansdominerat i år jämfört med ifjol), målgruppen tjänar riktigt bra och har dessutom en hög utbildning.
- Vi kan också konstatera att **andelen som tidigare besökt ÅFOR ökar med 10 procentenheter** (till 58%), vilket vittnar om att evenemanget nu börjar sätta sig ordentligt.

SPONSOR INSIGHT

Bilaga 3. Presentation av miljöarbetet under ÅF Offshore Race:

KSSS har anlitat Stockholm Stads evenemangsavdelningen att leda merparten av eventproduktionen, logistik och miljöarbetet under ÅF Offshore Race 2015. Stockholm Stads evenemangsavdelningen blev under 2010 utsedd av SIS (Svenska standard institutet) att under årets Kulturfestival och Ung08 - festival vara pilotprojekt för en kommande ISO standarden. Under våren 2012 inleddes därför ett mer aktivt arbete med miljö- och hållbarhetsfrågor på Evenemangsavdelningen. Ambitionen med pilotprojektet är att man ska kunna dra lärdomar från det praktiska miljöarbetet inför och under en festival och att de erfarenheter som genereras ska bidra till att utveckla och förbättra ISO standarden.

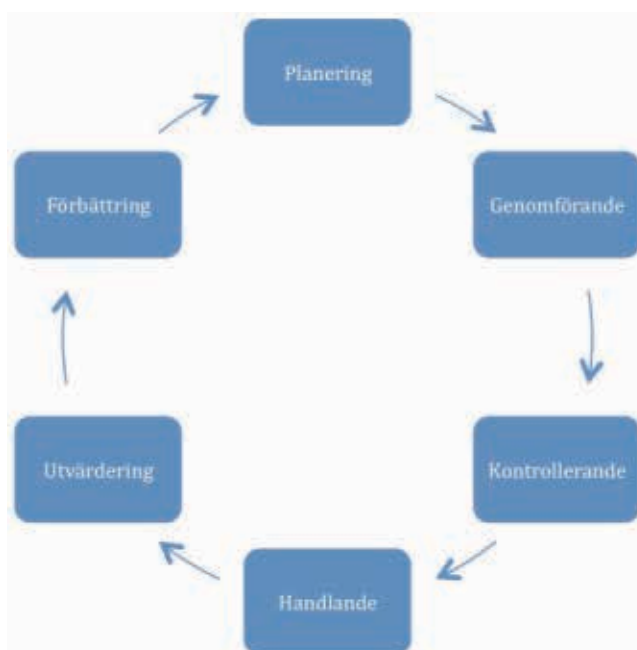
För Evenemangsavdelningen handlar hållbar utveckling om att minska sin verksamhets miljöpåverkan samtidigt som verksamheten blir attraktivare och mer tillgänglig för allmänheten.

Syftet med ett mera aktivt miljöarbete är att Evenemangsavdelningen vill minska sin verksamhets negativa effekter på miljön. Man vill också bidra till genomförandet av Stockholms stads miljöprogram då det eventuellt finns åtgärder som Evenemangsavdelningen kan vidta för att medverka till att stadens miljömål uppfylls. Ett annat syfte är att Evenemangsavdelningen genom sitt miljöarbete vill göra sig mer attraktiv för besökare, leverantörer, aktörer och sponsorer.

- Öka medarbetarnas kunskap om miljöarbete
- Minska miljöbelastningen från energi, transport och avfall.
- Påverka leverantörer, artister, sponsorer och andra aktörer att tänka mer miljömässigt hållbart
- Öka användandet av miljöanpassade produkter och miljöanpassad teknik
- Kommunicera miljöarbetet internt och externt

ISO 20121

- Evenemangsavdelningens miljöarbete drivs även enligt riktlinjerna för ISO standarden "ISO 20121, Ledningssystem för hållbarhet vid evenemang — Krav och vägledning". "ISO 20121" är en ny standard som publicerades i juli 2012 och den är framtagen för att vägleda arbetet med att skapa hållbara evenemang. Standard är byggd på fyra grundstenarna som består av att: planera, göra, kontrollera och handla. Ett arbete som enligt standarden ska ske cykliskt och efterföljas av utvärdering samt eventuella åtgärder.



Tilläggas kan även att:

- Samtliga transportfordon och arbetsmaskiner vi använder oss av, internt och externt, är nya och av 2012/2013/2014/2015 års modeller och klassade enligt högsta miljökrav för att få köras inom miljözon.
- Samarbete finns med SITA som ombesörjer avfallshantering och därmed följer högsta krav på att sortera avfall, givetvis i samverkan med vår egen personal på plats under evenemang.
- Samarbete och partnerskap finns med Returpack som ombesörjer pantinsamling och därmed följer högsta krav på att sortera och återvinna pant.
- Samtligt material som används till byggnationer är av tillverkaren miljömärkt och följer de normer som gäller inom EU.
- El som förbrukas är miljöel, via Fortum.
- Städ/WC-bolag som anlitas använder bara miljöklassade och/eller biologiska medel för att hålla högsta miljökrav och minsta miljöpåverkan

Bilaga 4. Övergripande presentation ÅF Offshore Race 2015:



VISION ÅF OFFSHORE RACE



”TILLSAMMANS SKAPAR KSSS, STOCKHOLM STAD, ÅF OCH VÅRA PARTNERS DEN STÖRSTA ÅRLIGEN ÅTERKOMMANDE EVENEMANGSVECKAN I STOCKHOLM, TILLIKA MED EN HÖG MILJÖPROFIL”



ÅF OFFSHORE RACE VECKAN INLEDS ÅRLIGEN UNDER V. 26 I STOCKHOLM OCH MÅLGÅNG MITTEN AV V. 27 I SANDHAMN



ÖVERGRIPANDE STRATEGI

- SEGLING I VÄRLDSKLASS
- BÅTARNA & RACE VILLAGE
- PREMIUM UPPLEVELSE
- AFFÄRER & RELATIONER
- MILJÖENGAGEMANG
- ÅFOR - ARENASPORT



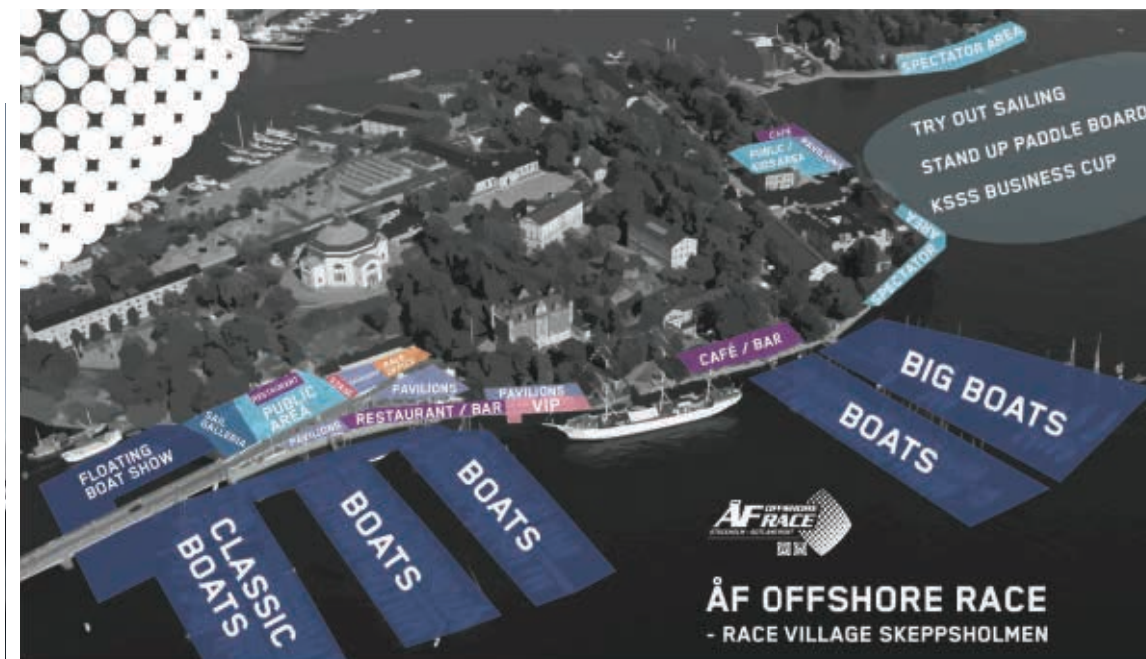
KSSS OFFICIELLA SPONSORER 2015

OFFICIELLA HUVUDSPONSORER 	OFFICIELLA ARRANGÖR
OFFICIELLA PARTNERS 	OFFICIELLA MEDIEPARTNERS
OFFICIELLA LEVERANTÖRER 	

ÖVERGRIPANDE PROGRAM 2015

START	• Samtliga + 300 båtar startar i Stockholm den 28 juni 2015
UPPLÄGG	<p>Torsdag 25 juni: Race Village och flytande båtmässan öppnar, ankomst båtar och Officiell Invigning.</p> <p>Tors - Fre: KSSS Business Cup</p> <p>Lördag 27 juni: ÅF Inshore Race (skärgårdsrace med start på ÅF Offshore Race-arenan)</p> <p>SÖNDAG 28 JUNI: START ÅF OFFSHORE RACE</p> <p>Tis - Ons: Målgång Sandhamn, prisutdelning och regattabankett</p>





RACE VILLAGE



ETT OMFATTANDE HAMN- OCH EVENEMANGSOMRÅDE UPPFÖRS I CENTRALA STOCKHOLM / SKEPPSHOLMEN / KASTELLHOLMEN

NEWS 2015 - HOSPITALITY AND CONFERENCE ARENA



CLUB

KSSS CLUB

The Club can be reserved for tailored events and arranged for your needs. You can also choose to hire the whole venue for large groups. It is possible to display your company's branding in a variety of locations from the bar, flags, the courtesy desk and more.

KSSS Club has the Conference area and the Lounge area to facilitate a complete activation including the VIP courtesy registration desk.



ÅF OFFSHORE RACE STOCKHOLM - ROUND GOTLAND RACE



TÄVLINGEN OCH EVENEMANGET VÄXER MED NYA PARTNERS, UTÖKADE YTOR, MER MEDIA OCH STÄRKT MARKNADSFÖRING.
VÄLKOMMEN TILL ÅF OFFSHORE RACE 25 - 28 JUNI PÅ SKEPPSHOLMEN OCH MÅLGÅNGEN 30 JUNI - 1 JULI PÅ SANDHAMN!

Bilaga 5. Förväntad internationell TV/online-distribution 2015: (under upphandling för 2015)

AF Offshore Race 2015 - Worldwide distribution

TV NEWS	<p>International: Eurovision Sports News Exchange, Outside Sport Channel, Euronews / France 24, BBC World News, Bloomberg, CNN</p> <p>Europe: BBC/ ITV UK, SRF Switzerland, NOS Netherlands, TVE Teledeportes Spain, Eurosport Yacht Club, BE TV/ RTBF Belgium, Rai Sport Italy / Mediaset Italy, Nova Highlights/ NERIT HD Greece, TRT Turkey, ORF Austria, DR Denmark, YLE Finland, ARD/ ZDF Germany, MTV Hungary, RTE Ireland, RTR Russia, SVT/ TV4 Sweden, RTP Portugal, TVR Romania, TVP Poland</p> <p>Asia Pacific: CCTV (China), RCTI (Indonesia), CTH (Thailand), Channel News Asia, PCCW (Hong Kong), Astro Malaysia, Gaora (Japan)</p> <p>Americas: Band Sports/ Esporte Interativo/ Rede TV Brazil, HBO Latin America, Nautical Channel/ Dish USA, TyC Sports Argentina, Universal Sports USA, Rogers TV Canada, Channel 13 (Chile)</p>
SAILING TV PROGRAMMING	<p>Europe: SKY Sports UK, Nautical Channel, OTE TV Greece, SportTV Portugal, Nelonen Pro Finland, Fox Sports Turkey, Viasat Sweden, TV Maritime Norge, Sport Klub Poland, Canal+ Spain, CytaVision Cyprus, SPI International Eastern Europe, RBC TV Russia, NTV Bulgaria, Sport1 Germany</p> <p>Asia-Pacific: CTH, True Visions, Media Prima, FOX Sports Asia, FOX Sports Australia, Media Corp, Starhub Singapore, Eurosport ASIA PAC, Qingdao TV, China New Media, Viettel, MNC Sports - Indonesia</p> <p>Middle East & Africa: Abu Dhabi Media, Orbit Showtime / OSN, MNET SuperSport, Ananey Media Israel</p> <p>Americas: Globosat Brazil, FOX Latin America, Nautical Channel/ Dish USA, TyC Sports Argentina, Universal Sports USA, Rogers TV Canada, Outside TV (USA)</p>


Multiple Media Output Formats

TV NEWS & ONLINE	<p>DAILY RAW FOR TV NEWS 1'-2' daily</p> <p>DAILY VIDEO WRAP-UP (ONLINE USAGE MOSTLY) 2'-3' daily</p>
SAILING TV PROGRAMMING	<p>HIGHLIGHTS INCLUSION IN INSIDE SAILING 1 x 4'</p> <p>HIGHLIGHTS INCLUSION IN WATER SPORTS WORLD 1 x 10'</p> <p>HIGHLIGHTS INCLUSION IN TYC SPORTS EL FARO TV 1 x 3'</p> <p>HIGHLIGHTS INCLUSION IN NC SPORTS 1 x 2'</p>

AF Offshore Race 2015 - TV News distribution 

TV NEWS



AF Offshore Race 2015 - Online media distribution 

ONLINE MEDIA



AF Offshore Race 2015 - "Distribution to 35 broadcasters worldwide"

SAILING TV PROGRAMMING



* Final list of broadcasters for 2015 to be announced by May 2015.



AF Offshore Race 2015 - "Reaching 98 countries in all continents"



AMERICA

Canada
USA
Mexico
Brazil
Argentina
Bolivia
Chile
Colombia
Dominican

Ecuador
El Salvador
Honduras
Nicaragua
Panama
Paraguay
Peru
Uruguay
Venezuela

EUROPE

Austria
Belgium
Bosnia
Bulgaria
Croatia
Cyprus
Denmark
Estonia
Finland

France
Germany
Greece
Holland
Hungary
Italy
Luxemburg
Lichtenstein
Macedonia

Malta
Norway
Poland
Portugal
Monaco
Romania
Russia
Serbia
Slovenia

Spain
Sweden
Switzerland
Turkey
Ireland
United Kingdom
Cyprus

MIDDLE EAST/ NORTH AFRICA

Algeria
Bahrain
Chad
Egypt
Iraq
Jordan
Kuwait
Lebanon
Libya

Morocco
Oman
Palestine
Qatar
Saudi Arabia
Sudan
Syria
Tunisia
UAE & Yemen

ASIA PACIFIC

Australia
Bangladesh
Brunei
Cambodia
China
Hong Kong
India
Indonesia
Japan

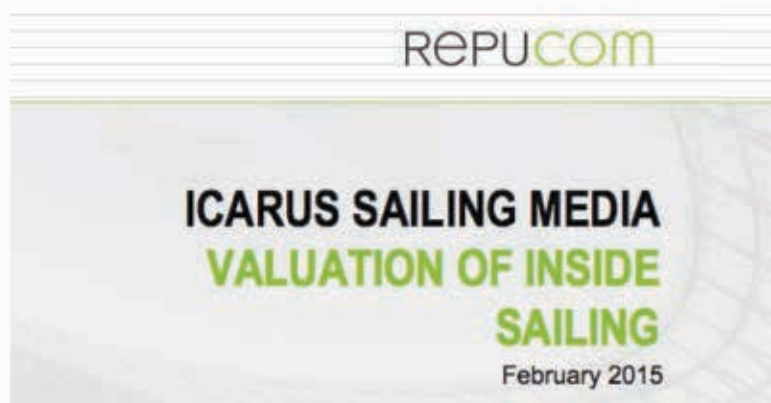
Korea
Macau
Malaysia
Maldives
Mongolia
Myanmar
Nepal
New Zealand
Pakistan

Papua
Tonga
Philippines
Singapore
South Korea
Sri Lanka
Taiwan
Thailand
Vietnam



REPUCOM: "One Inside Sailing episode's media value close to €800K"

"According to an independent valuation by Repucom, one ICARUS episode at the end of 2014 generated a media value of 795 thousand Euros from more than 20 million event impressions. At the same time the cumulative actual audience was estimated to be close to 400.000 viewers worldwide."



Bilaga 6. Jämställdhetsplan KSSS / ÅF Offshore Race

KSSS Jämställdhetsplan - sammanfattning

1. Bakgrund

Seglingen:

Flickor och pojkar attraheras i ungefär samma omfattning till vår sport i de yngre åldrarna.

Träningsgrupperna är blandade och flickor och pojkar ges samma tillgång till anläggningar och andra resurser. Inom KSSS träning och läger har vi nästan exakt jämn fördelning (48 % flickor mot 52 % pojkar) I dessa unga år tävlar pojkar och flickor i samma klasser och tillsammans på banorna. Ibland tävlas det separat och ibland mot varandra. Ju äldre ungdomarna blir ju större andel flickor slutar. (siffror saknas). Enligt undersökningar som RF genomfört slutar flickor oftare i grupp, d.v.s. när en eller flera flickor slutar för det oftare än bland pojkarna med sig att ytterligare flickor slutar. Åtgärder där klubben säkerställer att flickor får egna starka förebilder, satsning på tjejgrupper och individuella uppföljningssamtal har visat sig fungera väl. Inom KSSS elitverksamhet är också satsningen mellan pojkar och flickor helt könsneutral.

KSSS lägerverksamhet, kölbåtskurser och matchracing är också exempel på områden med lika många flickor som pojkar.

Segling är en av de idrotter som skulle kunna vara en relativt jämställd idrott även upp i äldre åldrar. Så är inte fallet idag. På ledarsidan är andelen kvinnor för låg, dock är ett antal av KSSS kommittéer överrepresenterade och/eller jämbördigt representerade mellan könen samt andelen kvinnor på KSSS kansli är nära på lika till antal jämfört med antalet män.

KSSS är tillsammans med en basketklubb är med i ett RF projekt där ambitionen är att lyfta antalet kvinnor som är funktionärer med 50 % inom 3 år. Här är utbildning och utvecklade verktyg två av vägarna att få in fler kvinnor till kappseglingsledning.

Segling är även en idrott som är tillgänglig för alla oavsett bakgrund, funktionsnedsättning, religion, åsikt eller hudfärg. Segling kan anpassas så att det passar alla och är något som kan utövas på olika nivåer från fritidssegling till elitsegling. På KSSS klubbområde finns därför den ideella stiftelsen "SKOTA HEM" som varje år utbildar 1000 barn med funktionsnedsättning.

RF:s riksidrottsmöte 2005 antog följande fyra övergripande mål. Dessa mål ligger även till grund för KSSS jämställdhetsplan:

- Flickor och pojkar, kvinnor och män, ges lika möjligheter att utöva sin idrott
- Kvinnlig och manlig idrottsutövning värderas lika och prioriteras på ett likvärdigt sätt
- Kvinnor och män har lika stort inflytande i beslutande och rådgivande organ
- Jämställdhetsintegrering: jämställdhetsperspektivet ska vara införlivat i den dagliga verksamheten och genomsyra alla verksamhetsområden inom KSSS.

2. Övergripande Jämställdhetsmål för 2014- 2017 för KSSS samt för ÅF Offshore Race

1. Jämnare könsfördelning på representativa och i beslutande positioner
2. Öka andelen kvinnliga ledare och tränare i ungdomsgrupper upp till elitnivå
3. Öka andelen kvinnliga funktionärer och domare
4. Aktivt arbeta för att öka kompetensen i jämställdhet bland föreningens kanslipersonal, kommitté-medlemmar, tränare, funktionärer samt styrelse.
5. Öka andelen aktiva kvinnliga kappseglare inom alla åldrar.



Kontaktperson ansökan:

KSSS / ÅF Offshore Race

Henrik Jansson, Kommersiell Direktör

E-post: henrik@ksss.se

Mob: 070-533 20 77