

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

## Yttrande över Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd till evenemang

### ASICS Stockholm Marathon 2016

#### Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon 2016 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

#### Ärendet

Stockholm Marathon Gruppen har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 11 januari 2016 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon den 4 juni 2016 (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 tangerar 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.
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. Vidare 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 SBR.

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

ASICS Stockholm Marathon bidrar på ett positivt sätt till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och befästa bilden av Stockholm som en internationell evenemangsstad. I förbindelse med evenemanget 2015 var ett tiotal internationella medier på plats i Stockholm och loppet TV sändes även i ett tiotal länder samt via internet i USA.

Antalet besökare ökar i samband med evenemanget. 2015 var 20 532 deltagare anmälda varav drygt 6 800 internationella löpare från sammanlagt 101 nationer. Av dessa startade slutligen 15 600. Till 2016 års lopp kommer sammanlagt 22 000 anmälningar att accepteras och för närvarande är loppet inte fulltecknat.

ASICS Stockholm Marathon är långsiktigt utvecklingsbart. Första gången evenemanget arrangerades, 1979, deltog cirka 2 000 löpare. Numera är det en av Stockholms stora årligt återkommande idrottsliga händelser.

Den publikundersökning som genomfördes i förbindelse med evenemanget 2014 visade att andelen deltagande stockholmare uppgick till 23 procent och andelen stockholmare bland publiken, som normalt uppgår till cirka 100 000, uppgick till 69 procent. Därmed är det rimligt att anta att evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmarna.

Stockholm Marathon Gruppen framhåller vikten av att upprätthålla och öka den internationella andelen löpare i evenemanget. Av den anledningen ska ytterligare marknadsföring genomföras för att öka den internationella andelen löpare till 2016.

SBR delar Stockholm Marathon Gruppens uppfattning att det är viktigt att upprätthålla och även öka den internationella andelen löpare i evenemanget och ser därför positivt på detta. Sammantaget ser SBR därför ett ekonomiskt engagemang som motiverat på såväl kort som lång sikt.

I arrangörens redogörelse av hur arbetet med jämställdhetsfrågor ser ut framgår att man historiskt arbetat för att få fler tjejer att börjar springa landsvägslöpp. Där Tjejmilen och VårRuset varit föregångare och banat väg för kvinnors deltagande i motionslopp, och löpträning generellt. Arrangören ser en ökning bland kvinnliga deltagare i allt från korta 5-kilometerslopp till längre distanser som halvmaraton och maraton. Under de senaste åren har andel tjejer i ASICS Stockholm Marathon ökat med cirka 2 % årligen och utgör nu runt 27 %. Målet är att ha lika stort kvinnligt som manligt deltagande. För den elit som springer loppet är priser eller eventuella prispengar identiska för både damer och herrar. Vidare framgår att Stockholm Marathon Gruppen verkar för att ha lika många kvinnliga som manliga anställda samt är noggranna med att vara jämställda i all vår kommunikation.

Vidare framgår av arrangörens redogörelse avseende miljöarbetet att ASICS Stockholm Marathon har ett ansvar för att minimera miljöeffekterna i samband med loppet och dess omringarrangemang. Ett ansvar arrangören tar genom att för varje år ta nya steg i deras miljöarbete. Arrangören samarbetar med SJ och SL och uppmanar alla deltagare, supportrar och funktionärer att använda kollektivtrafik i största möjliga utsträckning för att minimera miljöpåverkan från deltagarnas resor. Start och mål är beläget på samma plats och kan enkelt nås med såväl tunnelbana som buss. Arrangören samarbetar vidare med RagnSells och Sita som sköter all avfallshantering enligt deras interna riktlinjer för återvinning m.m.

Med anledning av de nyheter som publicerades inför Stockholm Marathon 2015 är SBR och Stockholm Marathon Gruppen, efter samtal, överens om att Stockholm Marathon är ett internationellt evenemang och inte ett Nordiskt Mästerskap.

SBR kan konstatera att Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 200 000 kronor för Stockholm Marathon 2016.

## **Bilagor**

1. Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd