

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 2018

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Marathon Gruppen en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon 2018 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Stockholm Marathon Gruppen har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 7 september 2017 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av ASICS Stockholm Marathon den 2 juni 2018 (bilaga 1).



I enlighet med Stockholms stads program för evenemang 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 öppet för alla. Evenemanget tangerar kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar med vattnet, ljuset/mörkret och miljön, - Stockholm som smart och innovativ stad med ledande spetskompetens inom IT, life science och miljöteknik, - Stockholms rika kulturliv som är tillgängligt för alla, - Stockholms satsningar på idrott och fysisk aktivitet som är tillgänglig för alla och som stimulerar till ytterligare rörelse. Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt inkluderar alla delar av samhället oavsett etnisk tillhörighet, kön eller religion.

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 sänt 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 2017 var nio internationellt ackrediterade journalister på plats i Stockholm och loppet TV sändes av 13 internationella TV kanaler.

Antalet besökare ökar i samband med evenemanget. Vid 2017 års lopp uppgick antalet deltagare till 17 109 varav drygt 30 procent utgjordes av internationella löpare från sammanlagt 94 nationer.

ASICS Stockholm Marathon är långsiktigt utvecklingsbart. Första gången evenemanget arrangerades, 1979, deltog cirka 2 000 löpare och Stockholm Marathon var då ett av Europas första maratonlopp som arrangerades i direkt stadsmiljö. Numera är det en av Stockholms stora årligt återkommande idrottsliga händelser, ett av de fem största maratonloppen i Europa och lockar uppskattningsvis 100 000 åskådare.

2018 arrangeras den 40:e upplagan och i samband med det lanseras en ny bansträckning där fokus kommer att ligga på de centrala delarna av Stockholm men även avspegla hur staden växt under de år som Stockholm Marathon arrangerats.

Publikundersökning som genomfördes i förbindelse med evenemanget 2014 visade att andelen deltagande stockholmare uppgick till 23 procent och andelen stockholmare bland publiken uppgick till 69 procent. Därmed är det rimligt att anta att evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmarna.

Stockholm Marathon Gruppen framhåller, i ansökan, vikten av att upprätthålla och öka den internationella andelen löpare i evenemanget. Till 2018 års jubileumsupplaga av Stockholm Marathon önskar arrangören göra en större satsning än normalt mot de potentiella internationella deltagarna.

De senaste åren har arrangören erhållit ett marknadsföringsstöd om 200 000 kronor från SBR. Till 2018 års jubileumsupplaga av Stockholm Marathon söker arrangören ytterligare 300 000 kronor vilka kommer öronmärkas till marknadsföring i digitala medier på internationella nyckelmarknader, PR, internationella mediasamarbeten m.m.

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 börja springa landsvägslöpp. Tjejmilen och VårRuset har varit föregångare och banat väg för kvinnors deltagande i motionslopp, och löpträning generellt. Arrangören ser en ökning av kvinnors deltagare i allt från korta 5-kilometerslopp till längre distanser som halvmaraton och maraton. Under de senaste åren har andel kvinnor i ASICS Stockholm Marathon ökat med cirka 2 procent årligen och utgör nu cirka 30 procent. Målet är att ha lika stort kvinnligt som manligt deltagande. För eliten som springer loppet är priser eller eventuella prispengar identiska för både kvinnor 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 att evenemanget är öppet för alla oavsett etnisk tillhörighet, kön eller religion samt att, i den mån det är möjligt att erbjuda ett säkert evenemang, även personer med någon form av funktionsnedsättning välkomnas.

Vidare framgår av arrangörens redogörelse avseende miljöarbetet att ASICS Stockholm Marathon har ett ansvar för att minimera miljöeffekterna i samband med loppet och kringarrangemangen. 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.

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 500 000 kronor för Stockholm Marathon 2018 och Stockholm.

Bilagor

1. Stockholm Marathon Gruppens ansökan om stöd