



Handläggare:
Torbjörn Gustavsson
Tfn: 08-508 03388
Yvonne Ekman Mohajerpour
Tfn: 08-508 03425

Till
Spånga-Tensta stadsdelsnämnd

Rapport Tensta Marknad 2009

Förvaltningens förslag till beslut

Stadsdelsnämnden lägger rapporten till handlingarna.

Maria Häggblom
Stadsdelsdirektör

Mats Carinder
Avdelningschef

Sammanfattning

Tensta marknad ägde rum den 5-6 september och blev den 22:a marknaden i rad och anordnades av föreningen Tensta Marknadskommitté. Spånga-Tensta stadsdelsförvaltning stödjer marknaden i syfte att skapa en positiv bild av stadsdelen samtidigt som boende och besökare ges tillfälle till att umgås och ha trevligt. Marknaden möjliggörs av det engagemang som finns i området både från föreningar och enskilda personer. I år har cirka 400 personer, varav 300 ungdomar, arbetat under marknadsdagarna, för att ge de uppskattningsvis 35 000 besökarna en ren, säker och trevlig folkfest. Nya inslag i årets marknad var Tensta Idol och Barnkarnevalen som blev mycket uppskattat bland barnen och ungdomarna. Marknaden finansierades genom bidrag från sponsorer och genom intäkter från upplåtelse av marknadsytor.



Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom avdelningen för Stadsmiljö och medborgarservice

Ärendet

Tensta Marknad, som ägde rum 5 – 6 september, var den 22:a i ordningen och har blivit en naturlig mötesplats i nordvästra Stockholm.

Syfte och innehåll

Arrangör av marknaden är Tensta Marknadskommitté, en ideell opolitisk förening som består av lokala föreningar och enskilda personer vilka arbetar för att lyfta fram stadsdelens unika mångfald och den mångkulturella kompetens som finns i området.

Vid denna lokala fest, som är en av Stockholms största, ges alla möjlighet med kreativa och annorlunda idéer, såsom artister, kreatörer, hantverkare, blivande formgivare, uppfinnare, småföretagare och loppisförsäljare, en plats att synas på samtidigt som organisationer, skolor, utbildningsanordnare, myndigheter, politiska partier och föreningar medverkar och presenterar sina verksamheter på samma plats. I årets marknad ingick 46 knallare, 14 matstånd, 24 informationsplatser varav 5 med politiska partier och 22 loppisförsäljare. Dessutom fanns 19 olika artistframträdanden med totalt 113 artister.

I år firade Bagdad Café 10 års jubileum med att fylla Tensta träff till sista plats. Nyheter för i år var Tensta Idol, där stadsdelens lokala talanger ställde upp, och en mycket uppskattad Barnkarneval.

Marknaden besöktes av uppskattningsvis 35 000 personer, vilket är rekord i antalet besökare. Cirka 400 frivilliga funktionärer, varav 300 ungdomar, från både föreningar och enskilda, var med i det praktiska marknadsarbetet och bidrog till att evenemanget kunde genomföras.

Kostnader och intäkter

Kostnaderna för Tensta Marknad, som uppgick till cirka 625 tkr, finansierades genom bidrag från sponsorer samt genom och hyresintäkter från upplåtelse av marknadsplatser. Ett 20-tal sponsorer, varav förvaltningen är en, har gett sitt stöd till marknaden och bidragit med cirka 300 tkr. Förvaltningen har bidragit med ca en tredjedel av dessa sponsonpengar och resten har finansierats genom intäkter från de uthyrda marknadsplatserna. Utgiftsposterna har bl. a. bestått av



bevakning/säkerhet, städning, bekvämlighetsinrättningar, scenprogram, marknadsföring och material för marknadsföring samt kostnader för scen, ljud, ljus, el och annan teknisk utrustning.

Stadsdelsförvaltningens synpunkter

I syfte att skapa en positiv bild av Tensta som en kreativ och spännande del av Stockholm har stadsdelsförvaltningen gett sitt stöd till marknaden genom att bidra med både personella och ekonomiska resurser. Arbetet har skett i enlighet med KF:s inriktningsmål 1, d v s att ”Stockholm ska vara en attraktiv, trygg, tillgänglig och växande stad för boende, företagare och besökare”. Syftet har även uppfyllt ett av nämndens mål som uttrycker att det i stadsdelen ska det finnas kulturaktiviteter för alla.

Inför kommande arrangemang bör stadsdelsförvaltningens engagemang och delaktighet i anordnandet av Tensta Marknad fasas ut. Ansvar för att arrangera evenemanget samt ansvar för det praktiska marknadsarbetet bör i ännu större utsträckning tas över av lokala entreprenörer, föreningar och enskilda personer.