



Handläggare:
Torbjörn Gustavsson
Tfn: 08-508 03388
Burhan Yildiz
Tfn: 08-50803443

Till
Spånga-Tensta stadsdelsnämnd

Rapport Tensta Marknad 2010

Förvaltningens förslag till beslut

Stadsdelsnämnden godkänner rapporten och lägger den till handlingarna.

Maria Häggblom
Stadsdelsdirektör

Mats Carinder
Avdelningschef

Bilagor

Program för Tensta marknad

Sammanfattning

För 23:e året i rad arrangerades Tensta Marknad första helgen i september. En marknad där besökare, boende och företagare ges tillfälle att umgås och ha trevligt.

Årets marknad bjöd förutom de traditionella marknadsinslagen på bl.a. lokal politikerdebatt, Bagdad Café, Tensta Idol och Barnkarneval.

Besöksantalet slog nytt rekord med uppskattningsvis 40 000 besökare.

Arbetet med att planera och genomföra marknaden har varit öppen för alla lokalt verksamma föreningar. Förvaltningens ambition har varit att minska sitt personella stöd i genomförandet och överföra så mycket kunskap som möjligt till intresserade föreningsrepresentanter. I årets marknad har den Grekiska och Somaliska föreningen varit mest aktiva i planering, förberedelse och genomförande.

Den totala kostnaden för marknaden uppgick till 683 tkr.



Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom avdelningen för Stadsmiljö och medborgarservice.

Ärendet

För 23:e året i rad genomfördes Tensta Marknad första helgen i september. Marknaden arrangeras av föreningen Tensta Marknadskommitté och stöds aktivt av stadsdelsförvaltningen både personellt och ekonomiskt. Syftet är att skapa en god stämning och positiv bild av främst Tensta men också av Spånga-Tensta som helhet.

Besöksantalet slog nytt rekord med uppskattningsvis 40 000 besökare varav flera ministrar. I och med att det gamla förvaltningshuset är rivet gavs nya möjligheter till att utforma marknaden med bl.a. ny placering av scenen. Det gav en betydligt större publik möjlighet att ta del av det digra artistprogrammet.

På marknaden ges besökare, boende och företagare tillfälle att under två dagar umgås och ha trevligt tillsammans.

Som en av Stockholms största lokala marknader, har alla med kreativa och annorlunda idéer en möjlighet att synas samtidigt som organisationer, myndigheter, politiska partier och föreningar är med och presenterar sina verksamheter på en och samma plats.

Marknadsinnehåll

Årets marknad bjöd på de traditionella inslagen med olika typer av marknadsförsäljare, loppis, tivoli och den mycket populära matmarknaden. Scenprogram var mycket digert med över 20 framträdanden där flera av artisterna var av världsklass (se bifogat marknadsprogram).

Ett annat uppskattat inslag i var den lokala politikerdebatten som hölls från scenen.

Som traditionen bjuder så arrangerade det lokala föreningslivet Bagdad Café, Tensta Idol och Barnparaden.

Bagdad Café har blivit en mycket eftertraktad poesifestival som funnits med som en del av marknaden under flera år. Poesifestivalen startade redan 28 augusti och avslutades 4 september i Tensta Träff och bjöd på både svenska och utländska poeter och musikanter.

Idol Tensta, som är en ny tradition, genomfördes för andra året i rad.

Uttagningarna bland nominerade ungdomar startade i Tensta träff den 3 september



och finalen hölls från scenen den 4 september. Juryn bestod av programledaren och artisten Kayo, artisten Simone Moreno och Tenstas egna stjärna Adam Tensta.

Ytterligare en ny tradition i år var Barnparaden där barn och ungdomar från olika etniska grupper paraderade genom Tensta centrum iförda traditionella dräkter ackompanjerade av olika kulturers musik. Paraden avslutades vid scenen där publiken bjöds på dansuppvisning.

Marknadsföring och mediakontakter

Tensta Marknadskommitté marknadsför marknaden med hjälp av egen hemsida, nyhetsblad, inbjudningar, annonsering (knallekalendern) och olika reklamutskick. Marknaden har ett gott rykte och blivit en tradition för deltagare och besökare vilket bidrog till att årets marknad blev den största hittills.

Kommittén fick stöd från förvaltningens informationsstrateg och webbansvarig med att marknadsföra evenemanget. Informationsstrategen utarbetade en marknadsplan som bl.a. resulterade i en stor annons i lokaltidningen samt två pressmeddelanden.

Inga reportage gjordes från medias sida om marknaden.

Planering och genomförande

Engagemanget från föreningar, företag och enskilda personer är en förutsättning för att kunna genomföra en så omfattande arrangemang som Tensta Marknad. Över 400 frivilliga personer, varav 350 ungdomar, var med i det praktiska genomförandet som funktionärer och marknadsvärdar.

Föreningen Tensta Marknadskommitté har lagt ett omfattande arbete på att engagera så många föreningar och boende i området som möjligt. Kommitténs möten har varit öppet för alla, så väl enskilda som föreningsrepresentanter. I förberedelsearbetet detta år har i huvudsak representanter från Grekiska föreningen, Somaliska föreningen och Tensta Träff deltagit. Även representanter från JärvaAndan och Järvalyftet har varit med på enstaka möten. Speciellt den Grekiska och Somaliska föreningen har varit aktiva under hela processen att genomföra marknaden.

Kostnader och intäkter

Kostnaderna för marknaden uppgick till 683 tkr och finansierades genom bidrag från sponsorer, Järvalyftpengar och intäkter från uthyrning av marknadsplatser. Marknaden har ett 20-tal sponsorer (se bifogat marknadsprogram), varav



förvaltningen är en. Förvaltningens ekonomiska bidrag har uppgått till cirka 130 tkr.

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

Stadsdelsförvaltningens synpunkter

Förvaltningen anser att det är viktigt att bidra och förstärka positiva bilder av Spånga-Tensta genom samarbete med stadsdelens verksamma föreningar. Den ambitionen är i enlighet med stadens mål att "Stockholm ska vara en attraktiv, trygg, tillgänglig och växande stad för boende, företagare och besökare". Marknaden är också en del i att förverkliga stadens verksamhetsmål att "Stockholmarna ska uppleva ett rikt, varierat och tillgängligt kultur- och idrottsliv.

Förvaltningens förebyggande ungdomsarbete bidrog till att många ungdomar kunde engageras i att säkerställa genomförandet och säkerheten på marknaden. Det resulterade i att inga betydande incidenter inträffade samt att ungdomarna "växte" med sin roll, kände sig respekterade och fick en positivare syn på förvaltningen och dess verksamhet.

Förvaltningens mål i planeringen och genomförandet av årets marknad har varit att minska sitt personella bidrag för att låta det lokala föreningslivet få ta ett större ansvar. Den kunskap som finns i förvaltningen om marknadsarbetet har erbjudits till alla intresserade eldsjälur och föreningsaktiva som velat delta i marknadsarbetet. Förhoppning är att Tensta Marknad kan leva vidare med ett ökat engagemang från föreningslivet och med ett minskat stöd från förvaltningen i framtiden.