



Handläggare: Roland Berndt
Telefon: 508 28 452

Till
idrottsnämnden

Evenemangsstrategi för Stockholms stad

Svar på remiss från kommunstyrelsen

Förvaltningens förslag till beslut

Som svar på remissen hänvisas till idrottsförvaltningens tjänsteutlåtande.

Olof Öhman
Förvaltningschef

Roland Berndt
Chef kommunikationsstaben

Sammanfattning

Evenemang är betydelsefulla för profileringen och marknadsföringen av Stockholm samt för stockholmare och besökare. I Vision 2030 om ett Stockholm i världsklass har kommunfullmäktige fastställt att Stockholm ska vara en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass med evenemang inom bland annat idrott, kultur och nöjen.

Idrottsförvaltningen ställer sig positiv till programförslaget. Förvaltningen föreslår att staden utser en eller flera Stockholmsambassadörer som driver evenemangsfrågorna. En tydligare intern marknadsföring behövs för Event Stockholm. I marknadsföringen är det angeläget att staden betonar sin kompetens som värdstad. Vidare behöver möjligheten att skapa ”intressanta kringaktiviteter” utvecklas. Evenemangen måste upplevas som deltagar- och publikvänliga, och säkerhetsaspekten måste genomsyra stadens evenemangsprocess.



I uppräknningen av prioriteringar saknar idrottsförvaltningen idrott. En omformulering föreslås i denna del. Förvaltningen anser också att lotsfunktionen måste förtydligas och profileras mer.

Ärendets beredning

Kommunstyrelsen har remitterat förslag till ”Evenemangsstrategi för Stockholms stad till idrottsnämnden för yttrande senast den 30 november 2011. Ärendet har beretts av kommunikationsstaben som inom idrottsförvaltningen ansvarar för övergripande evenemangsfrågor.

Förvaltningens synpunkter

Idrottsförvaltningen ställer sig positiv till Evenemangsstrategi för Stockholms stad och lämnar här kommentarer under respektive rubrik.

Behov av en samlad strategi

Idrottsförvaltningen vill betona vikten av en övergripande evenemangsstrategi och en samlad och mycket tydlig bild över vilken typ av evenemang staden aktivt bör arbeta med för att attrahera. En eller flera Stockholmsambassadörer som driver evenemangsfrågorna behövs också.

Stadens nuvarande organisation för evenemang

Event Stockholm skulle behöva en tydligare intern (inom Stockholms stad) marknadsföring för att öka kännedomen om partnerskapet och för att skapa större uppslutning och engagemang kring evenemangsfrågorna.

Angiven budgetsumma uppfattas som ganska begränsad med tanke på vilka mål Stockholm vill nå inom evenemangsområdet och i relation till vilka städer Stockholm ”tävlar” med.

Hög kapacitet för evenemang

Det är viktigt att staden kan erbjuda bredd och mångfald inom arenaområdet eftersom många större evenemang som exempelvis DN Galan är beroende av kompletterande arenor. Östermalms IP fungerar som uppvärmningsarena till Stadion under DN Galan

Beprovad erfarenhet

Ur ett nationellt och till stor del även ett internationellt idrottsperspektiv är Stockholm en ”mästerskapsstad”. Åren 1894-2010 arrangerades 166 mästerskapstävlingar i kategorin olympiska spel, världsmästerskap och europamästerskap i 45



olika idrotter i Stockholm med omnejd. Stockholms höga kompetens som värdstad bör betonas ytterligare i marknadsföringen.

Många återkommande evenemang

Möjligheten att skapa ”intressanta kringaktiviteter” måste utvecklas. Breddade evenemang resulterar i större engagemang och intresse och ger i övrigt en rad positiva effekter. Vasaloppets utveckling från ”mandomsprov” till en intensiv evenemangsvecka för en hel bygd är ett starkt exempel. Stockholm Marathon har också breddats och den utvecklingen fortsätter. På samma sätt kan renodlade elit-tävlingar som exempelvis Royal Palace Sprint kompletteras med skidaktiviteter för barn, ungdomar och motionsåkare. Även barn- och ungdomstävlingar samt mindre idrottsevenemang i kanske lite ovanliga idrotter är viktiga för Stockholm.

Stort publikunderlag

Publikunderlaget är alltid av avgörande betydelse för ett evenemang. Det stora antalet deltagare i löpartävlingar som Stockholm Marathon och Tjejmilen sätter sin prägel på Stockholm under flera dagar. Deltagarna tillför i sin tur publik i form av familj och vänner vilket ökar antalet faktiska deltagare avsevärt. Därför måste de evenemang staden ställer sig bakom eller stöttar på olika sätt alltid upplevas som både deltagar- och publikvänliga.

Effektiva och miljövänliga transporter

AB Storstockholms Lokaltrafik, SL och entreprenörer måste ges möjlighet att komma in tidigt och tydligt i evenemangsprocessen och uppleva att företaget är en del av stadens totala arbete med evenemang. Evenemangsarrangörer, inte minst av idrottstävlingar för barn och ungdomar framför ofta ett önskemål om någon form av subventioner för kollektivtrafiken i Stockholm under evenemangsdagarna.

Tryggt och säkert

Trygghet och säkerhet är tunga faktorer när internationella organisationer fattar beslut om valet av värdstad för exempelvis kongresser och större idrottstävlingar. Säkerhetsaspekten måste genomsyra Stockholms evenemangsprocess i alla led och ta hänsyn till både deltagare och publik. Men säkerheten får inte bli ett hinder för evenemangen med tunga avspärningar och minskad framkomlighet.

Evenemang del av helhetsupplevelse

Stockholm har en klar konkurrensfördel i form av läge och utbudet av sevärdheter och attraktioner. Även här behövs ett tydliggörande av Stockholms kvaliteter vid sidan av stadens goda förmåga att kunna ta emot och genomföra stora evenemang.



Geografin: läget och vädret

Stockholms så kallade väderfaktor behöver inte beskrivas i negativa eller ursäktande termer. Precis som anges ovan kan de ”mörka vinterdagarna” användas proaktivt. Nobel-festligheterna och Lucia är två exempel. Sommarens ljusa kvällar och nätter borde få större genomslag i evenemangsutbudet med aktiviteter som börjar ”lite senare och varar lite längre”.

Ineffektiv intern organisation

Tydligheten med och enkelheten för att nå rätt ”person” eller enhet inom ”evenemangsfunktionen” kan inte nog betonas.

Brist på opinionsbildare

Varje stad av betydelse behöver ambassadörer för att synas och höras i den hårda globala konkurrensen. I Londons fall har Lord Coe (löparstjärnan Sebastian Coe) uppenbarligen betytt mycket i den samlade marknadsföringen av London inför sommar-OS 2012. Fixstjärnor är en framgångsrik väg men i Stockholms fall kan en tydligare central evenemangsfunktion och evenemangsstrategi få ambassadörsbetydelse. Att stadens internationella besökare uppfattar stockholmarna som servicesinnade och duktiga i engelska borde tas tillvara bättre.

Brist på stöd från stockholmarna och Brist på kunskap om evenemangsindustrins betydelse för Stockholm

För att nå ovan angivna mål krävs ett tydliggörande av hur viktiga evenemangen är för staden och invånarna. Därför är valet av evenemang och innehållet avgörande för hur stockholmarna uppfattar och känner för exempelvis ett världsmästerskap eller en tävling av motionskaraktär med 10 000-tals deltagare. Alltför stora begränsningar i stockholmarnas rörelsemönster förtar känslan av folkfest.

Huvudstadens dilemma

Vissa evenemang kan som tidigare angivits breddas och ges en form och ett innehåll som gör att exempelvis större företag ordnar egna aktiviteter i anslutning till en idrottsaktivitet.

Prioriteringar i linje med Vision 2030

I uppräknningen saknar idrottsförvaltningen idrott. Stockholm utsågs nyligen till Sveriges främsta idrottskommun 2011 och med tanke på Stockholms ställning som mästerskapsstad har idrottsevenemangen en självklar plats bland prioriteringarna. Med hänvisning till detta bör nedanstående stycke omformuleras.



Även **idrottsevenemang** kan ligga i linje med kriterierna, om de bidrar till att positionera Stockholm. I linje med kärnvärdena bör idrottsevenemang med koppling till vatten och miljö särskilt prioriteras.

Förslag till ny formulering: **Idrottsevenemang** ligger väl i linje med kriterierna och bidrar till att positionera Stockholm. I linje med kärnvärdena bör idrottsevenemang med koppling till vatten och miljö ges hög prioritet.

Stockholms goda rykte bland elit- och motionslöpare och utmärkelsen Världens bästa löparstad är ett av flera argument.

Bistånd med tillståndshantering

Lotsfunktionen måste, i likhet med vad som anges, förtydligas och profileras mer.

Bilaga

Evenemangsstrategi för Stockholms stad