

Sveriges främsta idrottskommuner 2007

För andra året i rad toppar Göteborg listan. Hade listan avsett Europas fem bästa idrottskommuner hade Göteborg också varit med. Att sedan Stockholm och Malmö följer är helt naturligt, särskilt utifrån Malmös betydande satsningar på arenautveckling. Karlstad och Solna avancerar pga. sin konsekventa satsning på idrotten som verktyg för sin tillväxt medan Åre visat hela idrottsvärden att man kan genomföra ett världsevenemang.

Däremot tappar Linköping, Södertälje och Västerås eftersom de under året inte har lyckats att attrahera några större evenemang med omfattande samhällsintäkter. Förra årets Runner Ups Falun och Luleå har inte visat att de tillfört resurser för att öka sina ambitioner, medan Båstad inte lyckats att bredda sin evenemangsportfölj. Årets Runner Up Mora har tydligt visat att de har ambitionen att arbeta för att deltagarna och besökarna spenderar fler dagar i Vasaloppsområdet jämfört med idag, vilket kommer att innebära ökade samhällsintäkter.

1. GÖTEBORG:

Ohotat etta. Europatopp. Fortsätter sitt långsiktiga, strategiska och aktiva arbete med att vinna hem och genomföra större internationella och nationella evenemang. Lyckas igen med ett världsevenemang; EM i Friidrott 2006. Arbetar nu på ett motsvarande inomhus EM. Tar fortfarande "självlara" evenemang från Stockholm av typen Finnkampen. I Göteborg är politikerna och näringslivsrepresentanterna "välutbildade" i de samhällseffekter som evenemangen skapar men det finns också ett stort antal mycket kompetenta tjänstemän i Göteborgs Stads evenemangsarbete som utgör grunden till framgångarna.



2. STOCKHOLM:

"Capital of Scandinavia" med ett stort utbud av kultur, nöjen och idrottsutrustningar. Evenemangsfrågorna är organiserade under Stockholms näringslivsbolag. Ständiga politiska utspel i arenafrågor. Får nu en arena utanför Stockholm (nationalarenan för fotboll i Solna), som ändå kommer att skapa stora samhällsintäkter till Stockholms Stad eftersom huvuddelen av de tillresande besökarna kommer att bo, äta och shoppa i Stockholm. Känns fortfarande – trots starka varumärken som Globen och Stadion – som om de finansiella musklerna är otillräckliga och evenemangsorganisationen inte tillräckligt aktiv och effektiv. En avgörande skillnad mot Göteborg är det starka näringslivsintresset i evenemangsfrågor som inte på samma sätt finns i Stockholm.



3. MALMÖ:

Större idrottsevenemang utgör viktiga verktyg för Malmös image och förändringsarbete. Malmö har visat att de vågar investera skattemedel av större omfattning i idrottsevenemang. Har sedan förra listan starkt förstärkt sin position genom det omfattande arenaarbete som pågår. En av Europas modernaste inomhusarenor – kanske med namnet Malmö Arena – håller på att skapas för 12 500 åskådare. Ett modernt fotbollsstadion byggs för 21 000 åskådare. Totalt investeras i Malmös båda nya arenor nästan 1 250 miljoner kronor, varav Malmö Stad troligtvis går in med ca 200 miljoner kronor. Samtidigt har Malmö fått ett marknadsmissigt försprång i Öresundsregionen eftersom multiarenan i Köpenhamn dröjer. Malmö har också Sveriges bästa tillgänglighet av kommunikationer för internationella besökare. Men Malmös evenemangsorganisation är fortfarande splittrad och strategin inte alltid tydlig. Det återstår också mycket att bevisa när det gäller att fylla de två arenorna med evenemang, som inte utgörs av enbart hockey- och fotbollsmatcher.



4. KARLSTAD:

Tar i år ett steg upp på listan. Främsta orsaken är deras fortsatta starka fokus på samarbetet mellan kommunen, näringslivet, Löfbergs Lila Arena samt VM Uddeholm Swedish Rally. Dessutom fortsätter Karlstad att ekonomiskt stötta de större evenemangen – både med personella resurser och direkt ekonomiskt stöd. Karlstad arbetar just nu med att ta fram en långsiktig evenemangsstrategi. Har bra personella resurser för genomförande av evenemang men begränsade resurser för det långsiktiga arbetet med att vinna hem större internationella evenemang. Anläggningstillgången är bra liksom bredden på elitidrotten. Dessutom har elitidrotten en stark fördel av de idrottsutbildningar som Karlstads universitet genomför. Organisationen är fortfarande splittrad och flera förvaltningar och kommunala bolag är involverade i evenemangsarbetet. Karlstad utvärderar sina evenemang regelbundet men har ibland en förmåga att övervärdera samhällsintäkterna.



5. ÅRE:

Går upp en placering på årets lista. Helt enkelt eftersom de visade att de kunde genomföra Alpina VM 2007 på det sätt som planerades. Den internationella exponeringseffekten var hög – ca 300 olika media rapporterade från Åre. Samhällsintäkten beräknades preliminärt till 240 miljoner, exklusive de infrastruktursatsningar som gjordes på ca 190 miljoner i backar och på en vägtunnel. Det Internationella Skidförbundet investerade ca 250 miljoner i evenemanget – en utländsk direktinvestering som används för Åres infrastruktur. Sedan Åre tilldelades Alpina VM har näringslivet investerat ca 3 miljarder i Åre. Dessutom lyckades Åre att skapa kommunikationsalternativ för ca 80 000 besökare. För att Åre skall klättra på listan krävs att man kan attrahera andra typer av internationella evenemang.



6. SOLNA:

Mycket stark och bred elitverksamhet – främst i lagsporter. Idrotten används som ett tydligt verktyg för Solnas varumärke. Genomför just nu ett omfattande partnership-program med näringslivet (130 miljoner) för anläggningsutveckling. Detta förutom byggandet av den nya nationalarenan för fotboll, som utgör en del av utvecklingen av Solna centrum. Idrottsföreningarna har ett stort stöd av näringslivet – både elit och breddverksamheten. Solna saknar en evenemangsstrategi. Landskamper i fotboll, basket och innebandy dominerar. Huvuddelen av de intäkter som de tillresande besökarna skapar vid evenemang i Solna går till Stockholms Stad. Det är nu upp till ägaren av den nya fotbollsarenan att visa att man kan fylla arenan med större nationella och internationella evenemang. Inte enbart allsvensk fotboll och fotbollslandskamper. Finns ekonomiska muskler i den nya arenan att slå ut Ullevi som Sveriges främsta megakonsert arena?



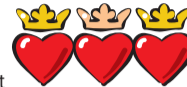
7. UPPSALA:

Evenemangsstrategin bygger på att bli Sverige bäst på att arrangera nationella evenemang – särskilt SM tävlingar i mindre idrotter. När det gäller internationella idrottsevenemang är ambitionen inte tydlig. Den årliga Bandyfinalen är naturligtvis det viktigaste evenemanget utifrån nationell exponering. Efter 2008 kommer den att konkurreras ut. Uppsala har ett mycket bra koncept för att stödja arrangörer av mindre nationella evenemang; "Tävlingsstaden Uppsala". Istället för direkt ekonomiskt stöd samordnar kommunen arbetet med att förse evenemangsarrangörerna med hotellavtal, mediasupport, externt marknadsföringsstöd samt direkt marknadsföring av evenemangen på platser också utanför Uppsala. Den nuvarande strategin handlar mer om att skapa upplevelser för kommuninvånarna än att skapa omfattande samhällsintäkter till besöksnäringen. De flesta av evenemangen har också ett begränsat nationellt exponeringsvärde.



8. HALMSTAD:

Nykomling på listan. Har vunnit hem och i år genomfört det internationella prestigeevenemanget Solheim Cup genom att satsa minst 10 miljoner skattekröner i projektet. Har dessutom en omfattande bredd på sina idrottsanläggningar liksom på sin elitverksamhet. Halmstad har en bra organisation med tydliga personella och ekonomiska resurser för genomförandet av evenemang. Den idrottsrelaterade högskoleutbildningen är stark. Breddstödet till ungdomsidrotten är väl utvecklad. Halmstad saknar dock en tydlig evenemangsstrategi. För att stanna på denna nivå på listan måste Halmstad visa att Solheim Cup satsningen inte var en engångsforeteelse.



9. ÖSTERSUND:

Har fortsatta ambitioner att bli en Vinter OS arrangör tillsammans med Åre. Bevisen på regeringens hantering av ansökningsprocessen kring OS ansökan för 2014. Tydlig fokus på att bli en av de bästa arrangörerna av skidskyttetävlingar på World Cup och VM nivå. Bra val eftersom dessa tävlingar har en mycket stark medieexponering i Europa. Har också ambitionen – i stark konkurrens med Falun – att bli en viktig internationell arrangör av längdskidåkning. Genomför just nu omfattande investeringar (överstiger 10 miljoner) i Östersunds Skidstadion för att kunna ta emot 25 000 åskådare i samband med VM i Skidskytte 2008. Mittuniversitetet utgör en mycket viktig partner för idrotts- och evenemangsutvecklingen i Östersund, bl.a. genom projektet "Nationellt Vintersportcentrum" tillsammans med SOK och RF. Kommunens ekonomiska stöd till större evenemang är mycket traditionell och på för låga nivåer för att säkerställa framgång.



10. LINKÖPING:

Flyttas en bit ner på listan eftersom de inte kunnat visa att organisationen och de ekonomiska resurserna räcker för att attrahera större idrottsevenemang – främst internationella. Visionen att utgöra en arrangör av idrottsevenemang på hög internationell nivå kräver mer personella och ekonomiska resurser än vad som Linköping idag är beredda att investera. Hitintills har satsningarna främst varit på nationella evenemang – endast ett fåtal av dem på hög nivå. Linköpings sätt att samarbeta med arrangörer genom s.k. "samarbetsavtal" är ett bra sätt att stödja en arrangör, men inte tillräckligt för att vinna hem och genomföra större internationella idrottsevenemang. Men om viljan finns kan läget snart förändras.



11. SÖDERTÄLJE:

Backar på listan jämfört med 2006. Idrotten har alltid utgjort en viktig del av Södertäljes varumärke och marknadsföring. Södertälje saknar dock ambitionen att attrahera större internationella idrottsevenemang. Har inte heller avsatt de personella och ekonomiska resurser som krävs för att bli en vinnare. Södertäljes goda förutsättningar är dels en mycket bred elit- och ungdomsidrott i kombination med ett starkt ekonomiskt stöd till ungdomsidrotten; dels det nära samarbetet med AstraZeneca och Scania och övrigt näringsliv och dels den stöttande verksamhet som arrangörer kan få genom Träffpunkt Tälje. Dessutom har satsningen på anläggningsutveckling inneburit att den gamla hockeyhallen nu är moderniserad i Axa Sport Center.



12. VÄSTERÅS:

Ligger på gränsen att ramla ur listan. Har ett antal bra förutsättningar, men saknar en tydlig vision vad man vill med göra med större idrottsevenemang som verktyg för imageförstärkning och marknadsföring. Västerås är en mycket bred idrottskommun – både i lagsporter och i individuella sporter. Arenaområdet kring Rocklunda utgör en stark faktor. Men satsningarna hitintills har mest varit nationella evenemang av mindre omfattning förutom de två VM tävlingarna i Bandy och i Orientering. Västerås & Co använder kända idrottsprofiler i sin marknadsföring att attrahera etablering av företag, inflyttning av boende och rekrytering av studenter till Mälardalens Högskola.



Runner UP. MORA:

Ny Runner Up på listan. Typisk ort som bygger sitt evenemangsarbete på ett årligt stort engångsevenemang – Vasaloppsveckan. Ett evenemang med stort nationellt medieintresse – delvis också internationellt. Mora genomför just nu omfattande infrastrukturinvesteringar av Vasaloppsanläggningarna i storleksordningen 15 miljoner. Dessutom arbetar man tillsammans med vasaloppsarrangören för att utveckla "Vasaloppsfestivalen" i syfte att få de nationella och internationella besökarna/deltagarna att stanna längre i regionen och därmed öka samhällsintäkten till kanske 150 miljoner per år. Dessutom har Mora i förhållande till sin storlek en mycket stark elitidrottsverksamhet – både för lagidrott och individuell idrott. Mora saknar en tydlig evenemangsstrategi som också innefattar evenemang i FM Mattsson Arena. Om Mora lyckas att öka samhällsintäkten för Vasaloppsveckan och samtidigt skapa fler intressanta evenemang i FM Mattsson Arena, kan de komma in på listan.



TEXT: PETER ROHMÉE
ILLUSTRATIONER: SVANTE AHLSEN

SVERIGELISTAN BASERAS PÅ NEDANSTÅENDE FAKTORER

- Omfattningen och strukturen av de internationella och nationella idrottsevenemang som genomförs eller kommer att genomföras samt omfattningen av samhällsintäkterna och internationell och nationell medieexponering
- Om kommunen har en tydlig och långsiktig evenemangsstrategi och om personella och ekonomiska resurser tillförts i tillräcklig omfattning för att genomföra strategin
- Vilken omfattning som kommunen utvärderar de allmänna samhällseffekterna och de specifika samhällsintäkterna av de viktigaste evenemangen
- Befintliga och planerade arenor för inom- och utomhusevenemang samt deras kapacitet
- Tillgängliga utbildningar på högskole- och gymnasienivå som dels möjliggör för elitidrottare att flytta in till kommunen och dels möjliggör att stanna kvar och kombinera elitidrott och utbildning
- Omfattningen och inriktningen på kommunens ekonomiska och annat stöd till ansöknings- och genomförandeprocessen för större idrottsevenemang
- Omfattningen av kommunens elitidrottsverksamhet – både lag och individidrottare
- Omfattningen av kommunen stöd till elit- och breddidrotten
- Omfattningen av näringslivets stöd till evenemang och till elitidrottsverksamheten
- Kommunens hotell och restaurangkapacitet
- Kommunens infrastruktur, kommunikations- och logistikkapacitet för ultimata flöden av människor/ besökare och varor/material