

Beslutsärende – Samarbetsavtal Volvo Ocean Race 2018

Förslag till beslut

- Styrelsen beslutar att ingå samarbetsavtal som ”Main Partner Gothenburg Stopover” för Volvo Ocean Race 2018 med Göteborg & Co till en kostnad av 1,6 mnkr, exklusive moms och skatt.

Sammanfattning

Enligt Göteborgs Stads policy och riktlinje för sponsring ska styrelsen fatta beslut om sponsring.

Inom ramen för det föreslagna sponsorsamarbetet hyr vi ut aktuell mark till Göteborg & Co. Vi kommer att behöva rusta upp delar av ytan (klottersanering, asfätläggning etc). Vi kommer även att vara en del av Göteborgs Stads stadspaviljong och ha en monter/container på plats med Älvstadens budskap.

Evenemanget ligger helt i linje med bolaget sponsringpolicy eftersom det aktivt exponerar Älvstaden/Älvstranden Utveckling och sprider kunskap om vår verksamhet och stärker våra relationer med omvärlden. Det finns även en tydlig koppling till vår verksamhet, eftersom evenemanget äger rum på vår mark i Frihamnen.

I samverkan runt arrangemanget är vi en av stadens nyckelorganisationer tillsammans med Stadsledningskontoret, Göteborg & Co och Göteborgs Hamn.

Bakgrund

2015 deltog Älvstranden Utveckling som Main Partner för Volvo Ocean Race (21–28 juni 2015). Racet bidrog till att 335 000 personer besökte eventet och Frihamnen, fördelat på 40 % tillresta och 60% göteborgare. Samtliga av Göteborgs stadsdelar var representerade bland göteborgarna.

Under perioden november 2014 – september 2015 hade vi ett annonsvärde i svensk press (tryckt och webbaserad) samt internationell webbpublicitet som uppgick till 16,8 mnkr. Denna siffra visar på att Frihamnen som område/plats har kommunicerats ut brett i detta sammanhang och blivit satt på kartan, såväl nationellt som internationellt.

Möjligheter och fördelar

Frihamnen och Älvstaden kommer att exponeras stort i nationella och internationella medier under våren/sommaren 2018 i samband med Volvo Ocean Race, vilket kommer att bidra att föra ut budskapet om Frihamnen och Älvstaden.

Genom att delta bidrar vi till KFs mål (91 KF15) att öka göteborgarnas möjlighet att turista i sin egen stad – Göteborg ska vara en hållbar turist-, mötes- och evenemangsstad

med fler öppna arrangemang. Sysselsättningen och samverkan inom besöksnäringen ska öka.

Ur ett Employer Branding-perspektiv kommer vi öka kännedomen om Älvstaden som i sin tur kan bidra till att fler personer vill arbeta med projektet. Erfarenheterna från 2015 visar också på att sammanhållningen internt inom bolaget ökade genom att vi gemensamt bemannade monter och knöt nya kontakter mellan avdelningarna.

Personella resurser

Samtliga medarbetare kommer under själva perioden för evenemanget att involveras – vi planerar att ha en monter inom ramen för stadens paviljong. Inför evenemanget finns det en utpekad organisation för planering, samordning och genomförande på cirka fem personer.

Ekonomi

Kostnaderna för aktivering av sponsringen ryms inom ramen för lagd budget 2018.

Tidplan

Genomförande 14–22 juni 2018. Planering och koordinering pågår fortlöpande fram till evenemanget.

Olika perspektiv

Jämställdhetsperspektivet

Erfarenheterna från 2015 års evenemang visar att evenemanget har lockat besökare av båda könen. 52 procent män och 48 procent kvinnor bland turister samt 47 procent män och 53 procent kvinnor bland göteborgarna. Spridningen i ålder från 15 år och upp till 66 + är förhållandevis jämn.

Mångfaldsperspektivet

Evenemanget ska vara öppet, välkomnande och tillgängligt för alla. Det är fri entré till området.

Miljöperspektivet

Evenemanget ska vara en internationell förebild för hållbara evenemang och skapa nytta för både människa och samhälle.

Omvärldsperspektivet

Internationellt evenemang som skapar uppmärksamhet både nationellt som internationellt samt drar besökare från hela världen.