



Volvo Ocean Race Stockholm Stopover 2009

Slutrapport



Boston

Rio de Janeiro

Galway

Marstrand

S:t Petersburg

Stockholm Stopover

Alicante

Kapstaden

Kochi

Singapore

Qingdao



Innehåll

Stockholm Stopover 2009

- 9 Förord: Ett evenemang i världsklass
- 12 Inledning: Volvo Ocean Race – världens största havskappsegling
- 18 Bakgrund: Varför Volvo Ocean Race i Stockholm?
- 22 Evenemangsområdet: Race Village – händelsernas centrum
- 29 Publiken: Besökarna strömmade till – fler än väntat
- 34 Seglingstävlingar: Seglingsfest i Stockholm
- 40 Evenemang och ceremonier: Många höjdpunkter i programmet

- 44 Program för Stockholm Stopover
- 48 Marknadsföring: Tema ”Meet a new global city”
- 52 Sponsorer: Stort intresse från sponsorer – trots lågkonjunktur
- 54 Media och information: Många positiva rubriker
- 56 Ekonomi: Ett lönsamt evenemang
- 61 Organisation: Organisationen bakom Stockholm Stopover
- 64 Loggbok: 12 november 2007–1 oktober 2009

Resultat och utvärdering

- 72 Publiken
- 77 Media och information
- 80 Sponsorer
- 82 Ekonomi
- 84 Slutord
- 86 Rapporter och källmaterial

Stockholm Stopover 2009

”Detta är det bäst organiserade stopover som någonsin genomförts i tävlingens historia.”

Knut Frostad, vd Volvo Ocean Race, 25 juni 2009



Ett evenemang i världsklass

Målsättningen under planeringen av Volvo Ocean Race Stockholm Stopover har hela tiden varit att det ska bli det bästa stoppet av alla i tävlingens historia, under temat "Meet a new global city".



Tiden går fort och nu när vi har evenemanget bakom oss passar det bra att citera Mange Olsson, skeppare på Ericsson 3, som beskriver nivån för vad vi har uppnått:

"Stockholmarna är fantastiska, det har varit ett förbannat bra stopover där allt har varit välskött och jag känner ett oerhört stöd från min egen stad".

Sett i backspegeln har vi genomfört ett lyckat evenemang med nöjda besökare, sponsorer och partners. Våra målsättningar har överträffats med råge. Antalet besökare blev 50 procent fler. Mer pengar har spenderats och kommit stadens turismnäring till del. Mediebevakningen av tävlingarna och hamnstoppet har överträffat alla våra förväntningar. Samtliga av stoppets sponsorer har framfört att de vill vara med om Volvo Ocean Race kommer tillbaka till Stockholm.

Att mäta vad ett evenemang tillför och dess ekonomiska effekter är ett aktuellt och intressant ämne, men också en utmaning. Mätningar ger värdefull information till beslutsfattare på olika nivåer och från skilda samhällssektorer, både lokalt och internationellt. Bra svar har vi fått genom att intervjua bland andra besökare, sponsorer, utställare och tävlingsteam. Mer om resultatet finns att läsa i denna rapport.

Det som gör stoppet i Stockholm så unikt är närheten till staden. Men närheten skapar också huvudbry eftersom Skeppsbron erbjuder mindre utrymme och besvärligare kommunikationer än om stoppet låg i stadens utkant. När vi hösten 2007 startade planeringen för Stockholm Stopover anade vi inte hur stort det skulle bli. Vi fick tidigt beskedet att Skeppsbrons 24 000 kvadratmeter skulle räcka för att bygga Race Village och Wet Area. Det tog inte lång tid innan vi planerade för ytterligare 5 000 kvadratmeter. För att lösa platsbristen placerades scen, restauranger och några av teamens verkstäder på prämar längs Skeppsbron.

Säkerhet och ordning inom evenemangsområdet har varit ledord under både planering och genomförande. Incidenter och olyckor har lyckligtvis uteblivit, trots välfyllda kajer och vattenområden med åskådare och båtar.

Vädret var minst sagt ombytligt. Under uppbyggnaden och ett par dagar efter det officiella öppnandet den 14 juni inföll den kallaste perioden på 50 år i Stockholm. Lyckligtvis blev vädret sedan bara bättre och bättre.

Ett stort tack till alla som medverkade till ett framgångsrikt stopp i Stockholm. En hjälteroll i arrangementet spelade alla frivilliga funktionärer som såg till att mycket

av det praktiska fungerade. Vi tackar även KSSS som ansvarade för allt kring tävlingarna på Kanholmsfjärden, Stockholms ström och i Sandhamn.

Än en gång är det kombinationen av stad och vatten vid Skeppsbron som gjort Stockholm Stopover unikt bland stoppen i Volvo Ocean Race. Ingen annanstans kommer båtarna så nära centrum och stadens turistattraktioner. Stockholm har verkligen fått visa sig som en attraktiv stad i världen.

Carl-Erik Aroseus
Styrgruppsordförande, Volvo Ocean Race
Stockholm Stopover 2009



Heja Sverige!

Vi är många som är stolta över svenskarnas insatser i Volvo Ocean Race 2008-2009. Ombord på Ericsson 3 fanns det nordiska teamet – svårslagna efter stenhård träning och med Mange Olsson i spetsen. Men det blev Ericsson 4 och det favorittippade internationella teamet, med en av världens mest erfarna seglare Torben Grael, som tog hem totalsegern efter nio månaders tuff segling mellan fem kontinenter.

Volvo Ocean Race – världens största havskappsegling

Volvo Ocean Race – som under namnet “The Whitbread Round the World Race” har funnits ända sedan 1973 – är den största havskappseglingen jorden runt med besättning. Sommaren 2009 stod Stockholm för första gången som värd för ett av tävlingens elva etappmål – det sista innan slutmålet i S:t Petersburg.

Racets historia

1973 föddes “The Whitbread Round the World Race” med Royal Naval Sailing Association som organisatör och ett bryggeri som sponsor. Det var den första globala havskappseglingen jorden runt med besättning. I augusti 1977 hade Whitbread redan blivit en av de mest åtråvärda titlarna inom kappsegling. I denna upplaga tävlade 15 båtar, som representerade 12 länder, med 168 besättningsmän.

I 1997-1998 års upplaga av Whitbread Round the World Race stod Volvo som sponsor för huvudtrofén. Inför nästa upplaga förhandlade Volvo med Whitbread om att ta över ägarskapet och organisationen av hela tävlingen. Volvo hade letat efter en möjlighet att sponsra ett större seglingsevenemang och Whitbread passade perfekt. Med start 1998 fick tävlingen ny ledning, ny identitet och fördelarna av framstående teknik – evenemanget förflyttades därmed till en högre nivå. Idag är Volvo Ocean Race känt världen över som seglarnas svar på bergsbestigarnas Mount Everest.

Volvo Open 70

Tävlingsbåtarna heter Volvo Open 70 (VO 70) och ligger i frontlinjen för vad båtbyggaringenjörerna kan åstadkomma. Båten begränsas av vissa grundramar inom vilka varje båtbyggare kan utveckla sina egna idéer om vad som gör båten bättre. Grundramarna slår fast att båten måste vara 70 fot lång i vattenlinjen, 31,5 meter hög och väga mellan 12,5 och 14 ton.

Först i hamn vinner

Den båt som är först i hamn vinner. Det låter enkelt och poängberäkningen i Volvo Ocean Race är nästan lika enkel. Kappseglingen består av tio etapper mellan hamnarna, som ofta finns i olika världsdelar. De olika etapperna kallas “ben” eller “leg” på engelska.

De långa etapperna poängsätts så att vinnaren får lika många poäng som antalet båtar som deltar. I 2008-2009 års Volvo Ocean Race fick vinnaren sålunda åtta poäng, tvåan sju poäng, trean sex poäng och så vidare. Sist in fick ett poäng. Sju av racen poängsattes även halvvägs. Då

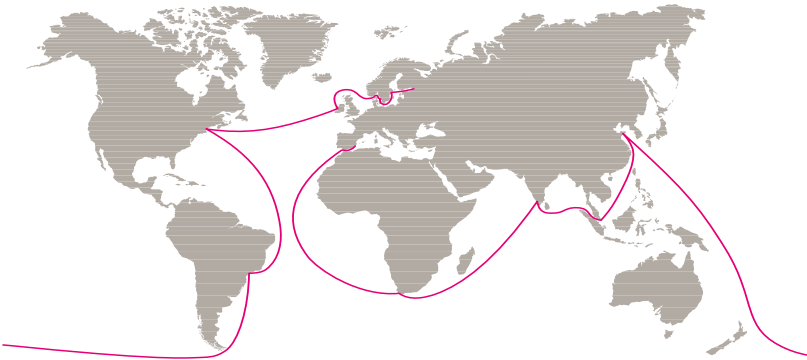
delades 4 poäng ut till den båt som ledde i halvtid, 3,5 poäng till tvåan, 3,0 poäng till trean, 2,5 poäng till fyran och så vidare. Sist i halvtid fick därmed en halv poäng.

Samma poängssystem används för de kortare In-Port Racen. Med hela sju In-Port Races blir det inte oviktigt hur det går där. Det går knappast att vinna tävlingen om man inte gör bra ifrån sig i de kortare In-Port Racen.

Volvo Ocean Race 2008-2009

Den tionde upplagan av Volvo Ocean Race bestod av tio etapper – med start i Alicante den 11 oktober 2008 och målgång den 27 juni 2009 i S:t Petersburg – och sju hamnraces, de så kallade In-Port Racen. För första gången anlöptes kusterna i Asien. Det var också första gången som tävlingen varken anlöpte Australien eller Nya Zeeland.

Volvo Ocean Race 2008-2009



Åtta båtar med besättningar deltog:

Ericsson 4 , internationell besättning	Sverige
Ericsson 3 , nordisk besättning	Sverige
PUMA	USA
Telefonica Blue	Spanien
Green Dragon	Irland
Telefonica Black	Spanien
Delta Lloyd	Nederländerna
Team Russia	Ryssland



Ericsson 4



PUMA



Ericsson 3



Telefonica Blue



Telefonica Black



Green Dragon



Delta Lloyd



Team Russia

Världsrekord och totalseger för Ericsson 4

Under den första etappen, den 29 oktober 2008, slog Ericsson 4 världsrekord för en-skrovsbåtar när de under 24 timmar avverkade en sträcka på 596,6 nautiska mil med en snitthastighet på 24,85 knop.

Den 23 december 2008 meddelade Team Russia att de skulle avbryta sitt deltagande i Volvo Ocean Race. Detta på grund av problem med att hitta finansörer som kunde bekosta ett fortsatt tävlande. Etappen mellan Kochi och Singapore blev teamets sista.

Den 15 juni, 2009, placerade sig Ericsson 4, med skeppare Torben Grael på tredje plats på Leg 9 från Marstrand till Stockholm, Sverige. Med deras tredje placering säkrade de totalsegern i 2008-2009 års upplaga av Volvo Ocean Race.

Krävande seglats mot evenemang i världsklass

När båtarna gick i mål hade de seglat inte mindre än 37 000 nautiska mil på världens mest dramatiska hav. De hade också gjort hamnstopp i fem världsdelar – Europa, Afrika, Asien, Sydamerika och Nordamerika.

De åtta tävlande båtarna hade elva besättningsmän vardera och besättningarna skulle inte bara kunna segla. På varje båt fanns två personer med sjukvårdsutbildning, en segelmakare, en ingenjör och dessutom en mediaspecialist som skulle förmedla allt som hände ombord till internet- och TV-publiken.

Volvo Ocean Race är en av världens mest krävande tävlingar. En av rutterna innebär mer än 40 dagars oavbruten segling. Dieten bestod av frystorkad mat, temperaturen kunde variera från minusgrader till en värme på 40 grader och varje besättningsman hade bara ett ombyte av kläder.

Vid de elva hamnstoppen var det desto mer generöst. Hamnarna var centrum för evenemang i världsklass och lockade tusentals besökare som fick uppleva världens främsta kappsegling på nära håll.

Volvo Ocean Race 2008-2009

Alicante	In-Port Race	4 oktober 2008	
Alicante	Leg 1 START	11 oktober 2008	6.500 Nm
Kapstaden	Leg 2 START	15 november 2008	4.450 Nm
Kochi, Indien	Leg 3 START	13 december 2008	1.950 Nm
Singapore	In-Port Race	10 januari 2009	
Singapore	Leg 4 START	18 januari 2009	2.500 Nm
Qingdao	In-Port Race	7 februari 2009	
Qingdao	Leg 5 START	14 februari 2009	12.300 Nm
Rio De Janeiro	In-Port Race	4 april 2009	
Rio De Janeiro	Leg 6 START	11 april 2009	4.900 Nm
Boston	In-Port Race	9 maj 2009	
Boston	Leg 7 START	16 maj 2009	2.550 Nm
Galway	In-Port Race	30 maj 2009	
Galway	Leg 8 START	6 juni 2009	950 Nm
Marstrand	Leg 9 START	14 juni 2009	525 Nm
Stockholm	In-Port Race	21 juni 2009	
Stockholm	LEG 10 START	25 juni 2009	370 Nm
S:t Petersburg	RACE FINISH	27 juni 2009	



Alicante



Kapstaden



Rio de Janeiro



Boston



Kochi, Indien



Singapore



Marstrand



Galway



Qingdao



S:t Petersburg



Stockholm



Dubbel dramatik mellan Marstrand och Sandhamn

Strax söder om Marstrand gick Telefonica Blue på grund och blev stående i hävande sjö i över en timme. Senare, tidigt på morgonen den 15 juni, utspelades en hård kamp mellan Ericsson 3, Ericsson 4 och PUMA i Östersjön. Till slut avgjorde ett misstag ombord på Ericsson 3 tävlingens resultat, ett försegel fastnade i en stagvändning, och PUMA kunde ohotat segla först i mål inför en stor skara åskådarbåtar utanför Sandhamn. Ericsson 4 kom in på tredje plats och säkrade därmed totalsegern i Volvo Ocean Race 2008-2009.

Varför Volvo Ocean Race i Stockholm?

I juni 2009 tog Stockholm för första gången emot den världsomspännande seglingstävlingen Volvo Ocean Race. Stockholms stad var värd och Stockholms Hamnar hade det operativa ansvaret för evenemanget, som var det största i Norden under 2009.

Stadens evenemangspolicy

Stockholm har lång erfarenhet av att genomföra stora evenemang, och det är en viktig del i utvecklingen och marknadsföringen av staden. Sedan Stockholms stad fått information om att Volvo Ocean Race planerade ett stopover i Sverige i samband med tävlingen 2008-2009 framförde de sitt intresse att bli värd för evenemanget i juni 2009. Det nära samarbetet med Ericsson och det faktum att Ericsson deltog i tävlingen gjorde evenemanget än mer intressant.

Enligt Stockholms stads evenemangspolicy kan staden ta på sig rollen som arrangör under vissa förutsättningar. När staden tar ett ekonomiskt huvudansvar och därmed står för den ekonomiska risken måste de försäkra sig om inflytande, insyn och kontroll över evenemanget. Garantier för andra intressenters medverkan ska inhämtas på ett tidigt stadium och det ska alltid tydligt framgå vilken instans som är ansvarig för evenemanget. Vidare ska redogöras för kriterier för att ett ekonomiskt engagemang kan övervägas, samt den bild evenemanget ska förmedla av Stockholm. Samtliga kriterier uppfylldes mycket väl när det gällde Stockholm Stopover – likaså den bild av Stockholm som evenemanget skulle förmedla.

Eventtema: Meet a new global city

Stadens övergripande inriktningsmål är att Stockholm ska vara en attraktiv, trygg och växande stad för boende, företagande och besök. Stockholm har som storstad en naturlig attraktionskraft. Staden är marknadsplats för handel med varor och tjänster, mötesplats för utbyte av kunskaper och idéer mellan människor samt centrum för kultur och nöjen.

För att intresset för Stockholm ska kunna hållas vid liv måste staden kontinuerligt utvecklas och marknadsföras. Evenemang bidrar till att upprätthålla och sprida bilden av Stockholm. Volvo Ocean Race var en utmärkt möjlighet att marknadsföra Stockholm som en attraktiv stad för boende, näringsliv och turism. Som ett av hamnstoppen – bland internationella storheter som Singapore, Rio de Janeiro, Kapstaden och Boston – sattes Stockholm på världskartan.

Stockholm Stopover genomfördes under temat "Meet a new global city". Målet var att lyfta fram Stockholms kvaliteter som miljöstad, centralt belägen marknadsplats och ett rikt kulturliv.

Temat var inte bara relevant för att beskriva Stockholm som ett stopp under Volvo Ocean Race, utan också för att beskriva stadens framtid.

Vision 2030 – ett Stockholm i världsklass

Stockholms stad har tillsammans med ett flertal aktörer i regionen arbetat med att ta fram en långsiktig och samlad vision för Stockholms utveckling och för en hållbar tillväxt i projektet "Vision Stockholm 2030".

Vision 2030 handlar om ett växande Stockholm och hur vi planerar för att kombinera tillväxt och miljö. Staden är, och ska vara, attraktiv för såväl människor som företag. Evenemang som Stockholm Stopover bidrar till att öka intresset för Stockholm som stad och etableringsort. Det ger staden möjlighet att berätta om framtidsplaner och miljömål.

Inom ramen för Vision 2030 pågår och planeras nu en rad utvecklingsprojekt som gynnar boende, näringsliv och besökare. Citybanan, Stockholmsarenan och Stockholm Royal Sea Port är några exempel. Projekten drivs med största möjliga hänsyn till miljön.

Att regionen klarar att stärka sin konkurrenskraft är viktigt för hela landet, som behöver en internationellt konkurrenskraftig huvudstadsregion. Stockholm Stopover var ett viktigt steg i stadens långsiktiga vision om att vara en mångsidig och upplevelserik stad i världsklass.



Stockholm – The Capital of Scandinavia

”Stockholm – The Capital of Scandinavia” är ett budskap som sammanfattar Stockholmsregionens varumärke.

Det finns många skäl till varför Stockholm är Skandinaviens naturliga huvudstad. Stockholm är den största staden i det största landet och ligger mitt i hjärtat av Skandinavien med kommunikationer i världsklass. Stockholm är också Skandinaviens ekonomiska centrum med den största bruttoregionalprodukten och flest multinationella företag. Här finns ett av världens största ICT-kluster, ett av Europas största bioteknikkluster och norra Europas finansiella centrum. Dessutom är Stockholm Skandinaviens tongivande kulturstad med ett unikt utbud av gallerier och museer, en internationell matkultur och ett centrum för musikproduktion.

Mot bakgrund av tidigare evenemang, inte minst de positiva siffrorna från Volvo Ocean Race 2005-2006 avseende massmedia,

förväntades marknadsföringseffekten av Stockholm och varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia bli stor, både nationellt och internationellt.

Miljöstaden Stockholm

Under 2009 utsågs Stockholm till ”Europas Miljöhuvudstad 2010” (European Green Capital) – ett nytt utnämmande från Europeiska kommissionen. Hela 35 städer var med och stred om titeln. Bland annat handlar det om att staden ska ha hållbara transportlösningar, gröna områden i staden, innovativa lösningar på bullerproblem och förmåga att samarbeta med olika parter. Detta stämmer mer än väl överens med evenemang som Volvo Ocean Race, där sol, vind och vatten är tveklöst dominerande och miljövänliga inslag.

Arrangemang på offentlig plats

Vid en publikundersökning som gjordes av Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor under Stockholm Stopover visade det sig att såväl stockholmare som turister ställer sig positiva till den här typen av arrangemang i Stockholm under somrarna.

78 procent av besökarna var mycket positivt inställda och ytterligare 16 procent var ganska positiva. Mest positiva var turisterna.

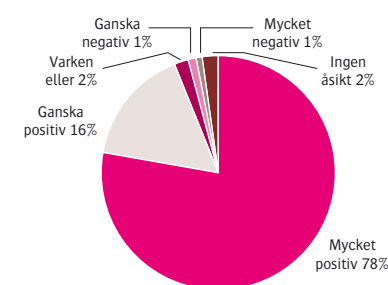
De flesta tyckte att Stockholms stad bör bidra ekonomiskt till den här typen av evenemang.

Många av dem som var positiva till evenemang på offentlig plats tyckte dessutom att man främst bör satsa på arrangemang med anknytning till båtar och vatten.

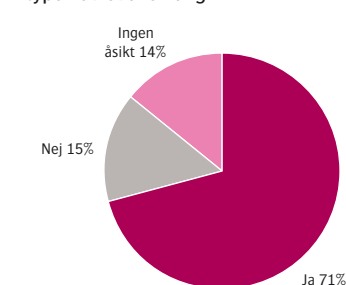
Sammantaget var Stockholm Stopover ett viktigt evenemang för att marknadsföra Stockholm och regionen, och för att sprida bilden av en stad i världsklass, The Capital of Scandinavia och miljöstaden Stockholm.



Är du positiv eller negativ till att det arrangeras evenemang på offentlig plats i Stockholm under somrarna?



Tycker du att Stockholms stad ska vara med och bidra ekonomiskt till den här typen av evenemang?



Race Village — händelsernas centrum

Evenemangsområdet, Race Village, låg på Skeppsbron och i Kungsträdgården i centrala Stockholm och var öppet 14–25 juni 2009. Här fanns bland annat servicedepåer för båtarna, spektakulära paviljonger, restauranger samt underhållning och aktiviteter för besökarna.

Gästhamnen

I samarbete med Promarina anlades en gästhamn framför slottet vid Logårds-trappan, Gästhamnen var öppen för allmänheten. Endast ett fåtal platser kunde förbokas, medan större delen av platserna var tillgängliga för spontana angöringar för båtar upp till cirka 15 meter. Totalt fanns ungefär 75 platser fördelade på tre 50 meter långa pontoner. Gästhamnen hade 805 anlöp, varav 439 var övernattningar. I direkt anslutning till marinan anlades även en flytande toatömningsstation för de gästande båtarna.

Scenen

En stor scen för publika uppträdanden etablerades på en flytande påkörsramp framför Gustav III:s staty. Scenen mätte cirka 16 x 12 meter plus produktionsyta och var dagligen under evenemanget en central punkt på området med en mängd välbesökta uppträdanden. Den öppna ytan framför scenen rymde omkring 10 000 personer.

Restaurangerna Waterfront och Dockside

På pråmen Betty, som bogserades in till kajen närmast scenen söderut, etablerades i samarbete med Sodexo restaurangen Waterfront. Restaurangen hade två barer, 600 platser och var öppen för allmänheten. Hälften av ytan var täckt av ett stort tält, den andra halvan var öppen utan tak och byggd på ett trädäck. Restaurang Dockside var placerad på kajen framför slottet. Även den var täckt med ett stort tält, med ett trädäck på framsidan mot vattnet. Dockside hade cirka 400 platser.

VO 70-marinan

Det mest besökta området på Skeppsbron var tveklöst marinan för de åtta tävlande VO 70-båtarna. Marinan bestod av 100 meter flytbryggor som förtöjdes mot kajen. Publiken kunde betrakta de spektakulära båtarna på mycket nära avstånd när de låg förtöjda med aktern mot flytbryggorna.

Sponsorbyar

På tre olika platser runt Skeppsbron byggdes sponsorbyar upp, där Stockholm Stopovers sponsorer gavs möjligheten att visa upp sig och sina tjänster/produkter för allmänheten.

Ericssons paviljong

Som på så många andra ställen under Volvo Ocean Race så byggde Ericsson upp sin ”flagship” paviljong på Skeppsbron. Här visade Ericsson upp produkter och tjänster till framför allt kunder, men även allmänheten gavs tillfälle att besöka vissa delar av paviljongen. Ericsson arrangerade en rad interna aktiviteter för sina kunder, många av dem inresta från världens alla hörn.

Volvos paviljong

Den största etableringen på kajen stod Volvo för med sin tvåvåningspaviljong, med plats för 300 hospitality-gäster på övervåningen och en utställning med Volvos alla affärsområden på gatuplanet. Utställningen var öppen för allmänheten. Framför paviljongen på kajen visades ett axplock av Volvos alla fordonstyper upp, allt från en bränslesnål taxibil till grävmaskor och stora bussar.

Sambandscentral och sjukvårdscenter

I det permanenta styrmanshuset Skeppsbron 13 upprättades säkerhetsorganisationens sambandscentral samt ett bemannat sjukvårdscenter. Totalt togs 119 patienter emot, varav 111 under perioden 14–25 juni. Lyckligtvis handlade det mest om skavsår och mindre allvarliga skador. Feel-Good var ansvariga för sjukvårdsmottagningen. För säkerheten ansvarade Kulturförvaltningen. Sambandscentralen fungerade bra och säkerhetsnivån kunde hållas hög. Generellt sett drabbades inte området av några större incidenter.

Radio Volvo Ocean Race

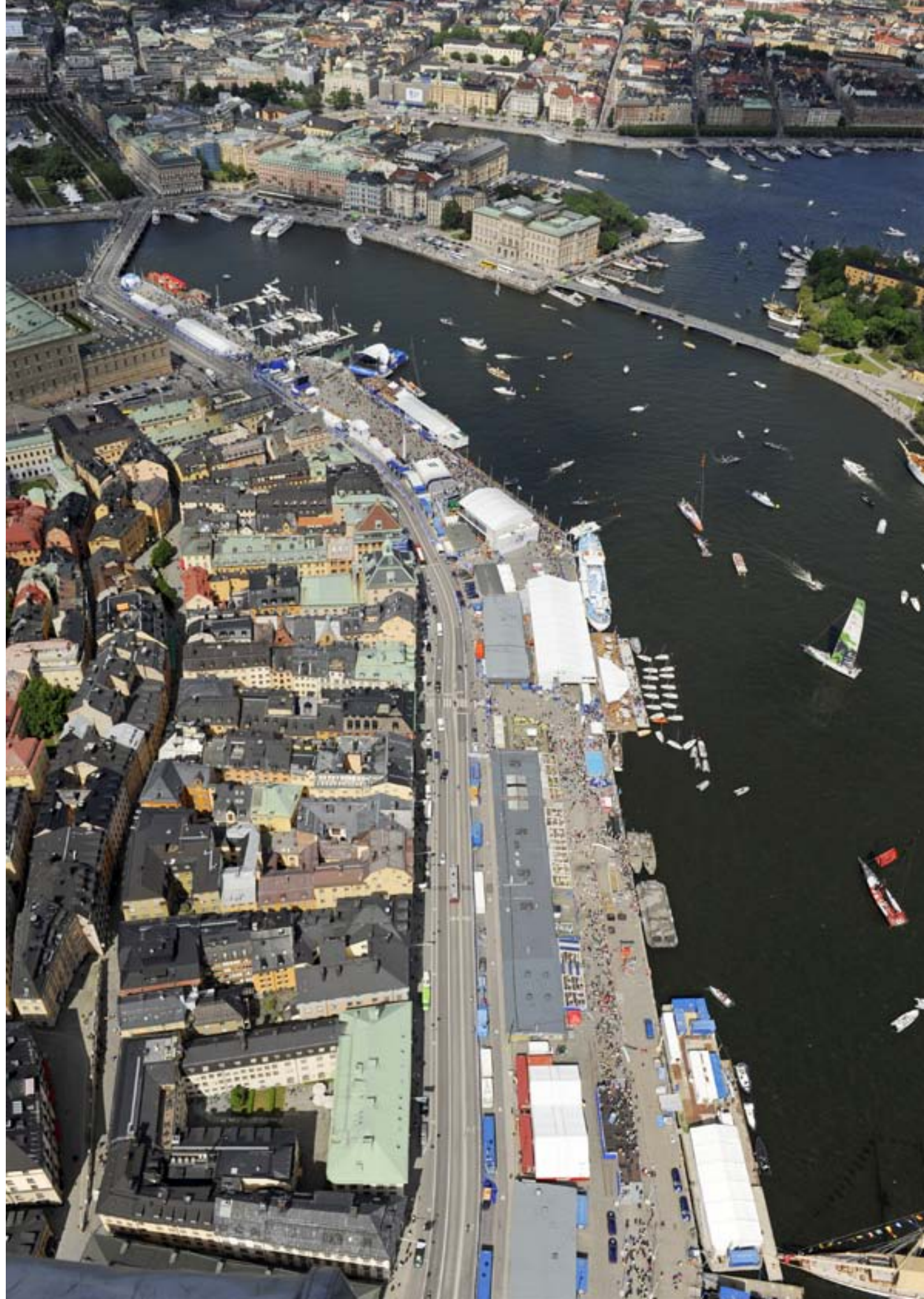
Från en liten 10-fotscontainer på kajen sändes liveradio tio timmar om dagen, med räckvidd över hela Stockholm. Radioprofilerna Jesse och Logna underhöll med musik, intervjuer och reportage som var kopplade till Volvo Ocean Race.

Cantina

Skärmtaket utanför Tullhus 1 byggdes om till Cantina. Här serverades dagligen hundratals måltider till alla funktionärer som jobbade med evenemanget, även under bygg- och rivningsperioderna.

Mediecenter

I Tullhus 1 byggdes det internationella mediecentret upp. Den gamla slitna avgångsterminalen för Ålandstrafiken rustades upp och blev en temporär arbets- och mötesplats för alla journalister som besökte Stockholm Stopover.



Ocean Race Club

Framför Tullhus 1 byggdes en hospitality-anläggning upp med plats för cirka 1 200 gäster. Ocean Race Club bestod av tre olika avdelningar: ett tvåvåningstält med matsal och terrass, en flytande loungebar samt Teaterskeppet, som med sin teatersalong för 200 personer och matsal för 300 personer var en alternativ mötesplats till det stora tältet.

Teamens servicedepåer

Vid Skeppsbrons södra ände anlades de så kallade Wet Teams. Här hade de deltagande teamen sina personal- och serviceanläggningar. Tusentals ton med utrustning fraktades in till Skeppsbron för att kunna reparera och underhålla de krävande kappseglingsbåtarna. För att få mer välbehövlig plats på kajen placerades två team ute på stora betongpråmar som förtöjdes längs kajen.

Här förbereddes båtarna för de olika seglingarna i farvattnen runt Stockholm. Den här delen av evenemangsområdet var synlig för besökarna genom transparenta tält och öppna planlösningar, så att det gick att ta del av det stora maskineri av folk och teknisk utrustning som krävs för att hålla en VO 70 igång under Volvo Ocean Race.

Volvo Ocean Race Experience

Tre attraktioner, relaterade till Volvo Ocean Race, etablerades på kajen: The Dome, som var ett stort tält med filmvisning, The Pool, en bassäng med radiostyrda båtar och The Grinding Challenge, där man kunde tävla i winsch-simulering.

Båtlyft

Som en del av den service som de deltagande teamen kunde nyttja under Stockholm Stopover fanns det möjlighet att lyfta de tävlande VO 70-båtarna inne i Race Village. För att kunna få in en mobilkran av rätt storlek till Skeppsbron var man tvungen att lyfta in den 70 ton tunga kranen över vattnet, hängandes i lyftkroken under den flytande kranen Lodbros världiga lyftarm.

Alicante Dome

Regionen Alicante i Spanien hade ett stort engagemang i Volvo Ocean Race med två deltagande båtar samt var startplatsen för hela tävlingen. I Kungsträdgården i Stockholm byggdes en "dome", fylld med marknadsföringsaktiviteter för Alicante.

Sjöhistoriska museet

I ett nära samarbete med Sjöhistoriska museet bjöds det på lite udda aktiviteter för allmänheten. I fontänen i Kungsträdgården kunde man bland annat provsegla optimistjollar.

Stockholmspaviljongen

I samband med evenemanget byggdes den 300 kvadratmeter stora Stockholmspaviljongen i Kungsträdgården. Här presenterade Stockholms stad ett antal miljö- och byggprojekt inom ramen för Stockholms Vision 2030. Även Stockholms Hamnar, Citybanan, Banverket, Swedbank och SGA Fastigheter visade upp några av sina pågående projekt i Stockholmsområdet. I paviljongen fanns en 44 kvadratmeter stor modell av Stockholm med några av de aktuella projekten visualiserade. Antal besökare i paviljongen uppskattades till 1 000 per dag.



- Kungsträdgården**
 - 1 Stockholmspaviljongen
 - 2 Tourism Ireland
 - 3 Sjöhistoriska museet/Sjöscouterna
 - 4 Scouterna
 - 5 Volvo City Safety Drive
 - 6 Ericsson
 - 7 Alicante Dome
 - 8 Scen
 - Utställningsytor
- Skeppsbron**
 - 9 Teambaser
 - 10 Båtlyft Volvo Open 70
 - 11 Volvo Ocean Race Experience
 - 12 Ocean Race Club
 - 13 Port Sponsor Square
 - 14 Mediecenter
 - 15 Volvo Pavilion
 - 16 Ericsson Pavilion
 - 17 Volvo Open 70 Marina
 - 18 Port Sponsor Deck
 - 19 Gästhamn
 - 20 Port Sponsor Piazza
 - 21 PUMA
 - 22 The Dome
 - 23 Stora scenen
 - Restaurang
 - Toaletter
 - Information
 - Sjukvård
 - Tunnelbana
 - Busshållplats
 - Entré





Välkommen hem!

Vilken folkfest! Tiotusentals åskådare väntade längs stadens kajer för att se båtarnas spektakulära ankomst till Stockholm den 17 juni. Ericsson 3 vann Stockholm City Sprint och skeppare Mange Olsson med besättning fick ta emot hemmapublikens jubel från stora scenen. Gemenskapen ombord, kämparandan och känslan av att prestera bra tillsammans är oslagbar, enligt Mange – känd profil i seglingssammanhang och en av våra mest meriterade kappseglare.



Besökarna strömmade till – fler än väntat

Med erfarenheter från tidigare Whitbread Races och Volvo Ocean Races räknade arrangören, Stockholms Hamnar, på förhand med omkring en halv miljon besök av evenemangsområdet. Uppskattningsvis gjordes drygt 730 000 besök nere vid Skeppsbron. Cirka 15 procent var turister. Till det ska läggas cirka 250 000 personer längs andra kajer och vattenområden samt ungefär 6 000 åskådarbåtar.

Växlande väder och midsommarhelg

På öppningsdagen den 14 juni vräkte regnet ner och besökarna var få. Även dagen efter lyste solen med sin frånvaro och besökarna var lättträknade. På kvällen kom båtarna till Sandhamn. Den tredje dagen tittade solen äntligen fram.

Den 17 juni var dagen många väntat på – då genomfördes Stockholm City Sprint med målgång vid Skeppsbron. När tävlingen nådde Stockholm – den sista anhalten innan slutmålet i S:t Petersburg – stod det redan klart att Ericsson 4 hade vunnit hela Volvo Ocean Race. På plats runt Strömmen fanns uppskattningsvis omkring 150 000 åskådare och drygt 1 000 båtar följde seglarna. Solen strålade dagen till ära.

Den 18 juni blev det åter regnigt och publiken krympte igen. Midsommarhelgen inföll mitt i evenemangsperioden. Dessa två dagar kom fler besökare än väntat till Race Village – cirka 100 000 totalt – varav många turister. Söndagen den 21 juni var solig. Då lotsades de sju tävlingsbåtarna av Visbykorvetten ”Helsingborg” till Kanholms-

fjärden, där In-Port Race gick av stapeln. Tävlingsflottan följdes av 3 500 åskådarbåtar. Antalet besökare i Race Village var omkring 70 000 denna dag. Den 22 juni gick Pro/Am-tävlingen på Strömmen i sol-dis inför en stor publik. Vid starten för Leg 10, den 25 juni, slöt återigen hundratals åskådarbåtar upp för att se VO 70-båtarna segla vidare mot slutmålet S:t Petersburg.

Män och kvinnor i alla åldrar

En publikundersökning som gjorts av Stockholms stads Utrednings- och Statistikkontor (USK) visar att evenemanget lockade både män och kvinnor, med en liten manlig dominans. Spridningen över åldrar var påfallande jämn. De intervjuades medelålder var 46 år. De allra flesta, 85 procent, var bosatta i någon kommun i Stockholms län – varav huvuddelen bodde i Stockholms stad. 11 procent var bosatta i andra delar av landet och 4 procent kom från länder utanför Sverige.

Var fjärde intervjuad hade redan besökt, eller räknade med att besöka, evenemangsområdet fler än en gång. I genomsnitt räk-

nade man denna gång med 1,5 besök per person. Det skulle innebära att ungefär en halv miljon unika personer besökte evenemangsområdet under de två veckorna.

75 000 turister i Race Village

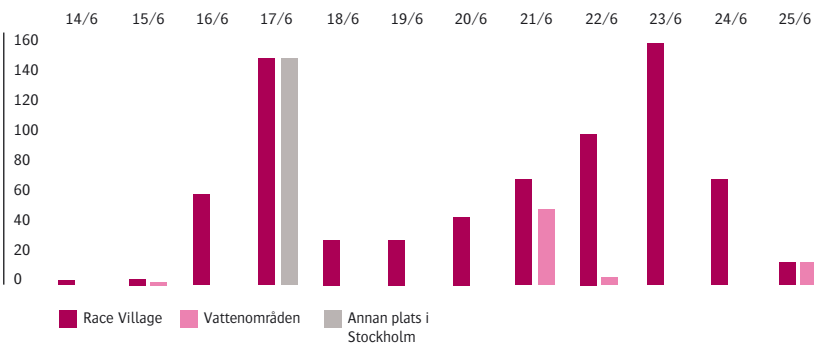
De tillresta besökarna – personer som var bosatta utanför Stockholms län – var 15 procent av alla evenemangsbesökare. En halv miljon unika besökare totalt innebär att de tillresta var 75 000. Främst kom de från närliggande län och från Västra Götaland. Utländska turister utgjorde en anse-nlig del – en fjärdedel – av alla tillresta.

Många turister var här på semester, i affärer eller av andra orsaker och passade under Stockholmsvistelsen på att besöka evenemanget. 28 procent uppgav att Volvo Ocean Race var den huvudsakliga orsaken till att de befann sig i Stockholm vid intervjutillfället, vilket motsvarar 21 000 personer.

Båtarna lockade mest

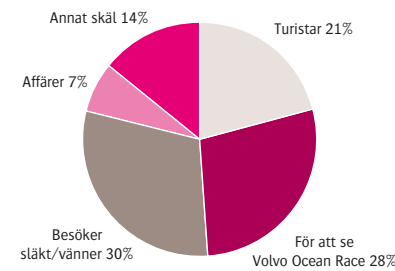
Evenemanget innehöll många program-punkter. Mer om detta finns i avsnitten om

Dagliga besökare i Race Village och vattenområden (tusental)



Vilket är det huvudsakliga skälet att du besöker Stockholm?

Besökare som är bosatta utanför Stockholms län





”Race Village” och ”Evenemang och ceremonier”. Tävlingsbåtarna och intresset kring dem och tävlingarna var det som lockade de flesta till Skeppsbron. En stor del anger mer ospecifika orsaker som nyfikenhet eller vackert väder.

Åtta av tio räknade med att ha tittat på båtarna, liggande vid kaj, inseglande, i samband med ett port race eller via TV-skärmar. Närmare varannan hade utnyttjat, eller planerade att utnyttja, restauranger och caféer eller besöka sponsortälten. Var tredje räknade med att titta på några av tävlingsaktiviteterna på vattnet eller lyssna på underhållningen från scenen.

Ordning och reda – trivsamt och tryggt

Besökarna ombads att bedöma kvaliteten på arrangemangen med hjälp av en femgradig skala som sträckte sig från ”mycket

missnöjd” till ”mycket nöjd”. Helhetsomdömet blev 4,0 på den femgradiga skalan, vilket motsvarar ”ganska nöjd”. Bäst omdöme fick säkerhet, ordning och trivsel.

Positiva ord beskriver evenemanget

Som indikation på hur evenemanget uppfattades fick de intervjuade välja tre ord som bäst beskrev Stockholm Stopover. Tydligt negativt laddade ord var försvinnande få. Exempel på återkommande ord var; trevligt, bra, kul, intressant, roligt, underhållande.

En hel del svar kretsade kring marknadsföringsaspekten, ibland som ett konstaterande och ibland kompletterat med en reflektion om att Volvo Ocean Race var bra för Stockholm. En annan aspekt som ofta lyftes fram var evenemangets folklighet, inte bara att här fanns mycket folk utan mer som en beskrivning av upplevelsen som folkfest.

Ja tack till arrangemang på offentlig plats

Intervjun innehöll även ett par mer generella frågor om inställningen till arrangemang på offentlig plats och stadens roll som finansiär. Inställningen till att det arrangeras evenemang på offentlig plats i Stockholm under somrarna är klart positiv bland besökarna av Stockholm Stopover.

Mer om USK:s undersökning finns att läsa i Resultat och utvärdering.





En oförglömlig upplevelse på Kanholmsfjärden

I strålande solsken den 21 juni, eskorterade Visbykorvetten "Helsingborg" tävlingsbåtarna från Race Village ut genom skärgården. Från varje liten vik längs vägen anslöt båtar av alla typer och storlekar. Resultatet blev ett kokande inferno av båtar som alla ville få en skynt av VO 70-båtarna. KSSS, Sjöpolisen, Kustbevakningen, Marinen och Sjöräddningssällskapet gjorde ett fantastiskt arbete med att samla de omkring 3 500 åskådarbåtarna utanför avspärrningarna. In-Port Racet på Kanholmsfjärden var en oförglömlig upplevelse och ett skolboksexempel på hur ett seglingsarrangemang ska genomföras.

Seglingsfest i Stockholm

Efter nästan nio månader och lika många delsträckor och stopovers kom båtarna äntligen till Stockholm – det sista hamnstoppet innan målgången i S:t Petersburg. VO 70-båtarna och deras besättningar togs emot av stockholmare och turister med öppna armar – både på land och till sjöss. Förutom In-Port Racet, som är en viktig del i tävlingen Volvo Ocean Race, arrangerades en rad andra seglingsaktiviteter.

Dubbel dramatik mellan Marstrand och Sandhamn

Samtidigt som solen stekte i Marstrand öste regnet ner över Stockholm. På Skeppsbron kunde man följa starten i direktsändning på stora TV-skärmar. Den tappra skaran åskådare som hade trotsat ovädret fick mycket dramatik för mödan – mitt under direktsändning gick en av de deltagande båtarna, Telefonica Blue, på ett välkänt grund strax söder om Marstrand. Båten blev stående i hävande sjö i flera timmar innan man till slut lyckas dra loss henne. Samtidigt forsade de andra sex båtarna vidare mot Stockholm i en ökande sydvästlig vind. Sträckan var 525 nautiska mil lång och bjöd på en hel del utmaningar längs Sveriges västkust. Flottan passerade Öresund, rundade Sveriges sydspets och gick sedan förbi Öland och vidare upp mot Stockholms skärgård.

Det blev ganska snart uppenbart att båtarna skulle komma in till målet i Sandhamn tidigare än beräknat. Redan på måndagsmorgonen, den 15 juni, var båtarna långt inne i Östersjön, där en hård kamp utspelades i tätttrion med Ericsson 3, Ericsson 4 och PUMA. Vid tiotiden på måndagskvällen skymtades de första båtarna ute vid Alma-grundet, där en stor skara åskådarbåtar hade samlats för att möta upp och följa båtarna in till målet vid Skanskobb utanför Sandhamn.

De sista distansminuterna blev dramatiska då ledningen skiftade flera gånger mellan Ericsson 3 och PUMA. Till slut avgjorde ett misstag ombord på Ericsson 3 tävlingens resultat – ett försegel fastnade i en stagvändning – och PUMA kunde ohotat segla in i mål som segrare för Leg 9. På tredje plats kom Ericsson 4, vilket betydde att

Torben Grael och hans besättning hade säkrat totalsegern i Volvo Ocean Race 2008-2009.

Juniorer beredde väg för VO 70-båtarna

Det rädde full fart på Skeppsbron i Stockholm när 144 barn och ungdomar, fördelade på 48 lag, samlades för att delta i Ericsson Junior Cup den 15–17 juni. Tävlingen arrangerades av Svenska Seglarförbundet tillsammans med Ericsson i samband med Volvo Ocean Race. Samtliga seglarföreningar i Sverige fick chansen att anmäla ett tremannalag, där den sammanslagna åldern inte fick överskrida 50 år. 16 båtar av typen C55 användes under de tre dagar som tävlingen pågick.

Den 17 juni gick finalseglingarna precis utanför Race Village. Samtidigt hade VO 70-båtarna startat längre ut på Torsbyfjärden, och en stor förväntansfull publik fanns på plats på Skeppsbron. Slutfinalen i Junior Cup blev mycket spännande – trion Emil Malmström, Charlie Ekberg Ehnlund och Oscar Mark från Uppsala KF vann till sist över Lag Finland efter en tätt slutstrid. Sedan dröjde det inte länge innan åskådarna kunde se VO 70-båtarna komma in mot stan.

Folkfest när båtarna kom till stan

Tiotusentals stockholmare hade letat sig ut för att se den spektakulära ankomsten av VO 70-båtarna in till Stockholm och Race Village på Skeppsbron. Starten för Stockholm City Sprint skedde på Torsbyfjärden, ungefär 12 nautiska mil från målet framför Gamla Stan. Bansträckningen gick norr om Granholmen förbi Nacka Strand och med målgång på Strömmen utanför Race Village. Hundratals åskådarbåtar hade samlats

vid startområdet och inne på Skeppsbron kunde publiken samtidigt följa dramatiken på storbildsskärmar, filmat från helikopter.

Efter en dryg timmes segling skymtades tävlingsbåtarna för första gången för stockholmarna som tåligt väntade längs stadens kajer och utsiktsplatser. Till många glädje var det dubbelt svenskt i täten – Ericsson 3 låg först, tätt följd av Ericsson 4. Därefter kom en gigantisk flotta åskådarbåtar. Ericsson 3 vann till slut Stockholm City Sprint och en kort stund efter målgången fick skeppare Mange Olsson med besättning ta emot hemmapublikens applåder på stora scenen, där samtliga team presenterade sig.

Telefonica Blue tog revansch i In-Port Race

In-Port Racen ingår i poängberäkningen mot totalsegern i Volvo Ocean Race. Två seglingar genomförs och det lag som får bäst kombinerad poäng efter de två seglingarna vinner.

Förväntningarna var enorma inför In-Port Racet den 21 juni. Ända sedan det blev klart att Stockholm skulle stå värd för Volvo Ocean Race hade söndagen i midsommarhelgen varit bokad i många kalendrar. I strålände solsken eskorterades tävlingsbåtarna av Visbykorvetten "Helsingborg" från Race Village ut genom skärgården. Från varje liten vik längs färdvägen anslöt båtar av alla typer och storlekar.

När konvojen anlände till Kanholmsfjärden så var det ett kokande inferno av båtar som alla ville få en skymt av VO 70-båtarna. Funktionärerna från KSSS gjorde tillsammans med personal från Sjöpolisen, Kustbevakningen, Marinen och Sjöräddnings-sällskapet ett fantastiskt arbete med att få de omkring 3 500 åskådarbåtarna samlade





utanför avspärningarna. En stor eloge även till alla skeppare som uppträdde discipline-rat och respekterade de lokala reglerna som gällde för dagen.

De två delseglingarna genomfördes i per-fekta förhållanden. Till mångas glädje vann Telefonica Blue, som efter en heroisk insats hade reparerats på kort tid efter grundstöt-ningen utanför Marstrand och slutfört Leg 9, Marstrand–Stockholm. Prisutdel-ningen skedde på stora scenen direkt efter att båtarna var tillbaka i Race Village.

Årets nyhet: Pro/Am Race

Den så kallade Pro/Am-tävlingen (Profes-sionella/Amatörer) var ett nytt koncept i denna upplaga av Volvo Ocean Race. VO 70-båtarna bemannades dels av sin ordinarie besättning, dels av ett fåtal in-bjudna gäster som fick chansen att uppleva ett publikvänligt race ombord på båtarna. Ställningen i Volvo Ocean Race påverkades inte av resultatet från Pro/Am-Race. Banan gick från starten utanför Race Village till ett rundningsmärke som anpassades efter vindstyrkan. Totalt genomfördes tre races å cirka 45 minuter, varav Telefonica Blue vann två och Ericsson 4 ett.

Kändisrace och trimaransegling

I Stockholms Hamnars regi arrangerades en kappsegling med välkända profiler inom svenskt idrotts- och kulturliv den 23 juni. Här sågs kändisar från TV blandas med OS-medaljörer och svenska elitseglare. Seglingarna genomfördes i båttypen C55 och efter en hård kamp i två kval och en final stod simstjärnan Lars Frölander och hans lag överst på prispallen.

Dagen efter, den 24 juni, anordnades en trimarankappsegling på Strömmen för klasserna Sea Cart 30 och Multi 23.

Mot slutmålet

På grund av det stora antalet åskådarbåtar som ville uppleva starten för den sista etappen i Volvo Ocean Race 2008-2009 flyttades startlinjen från Kanholmsfjärden till sydöstra sidan av Sandhamn, längre ut på havet. Detta för att garantera säker-het och sportslig rättvisa för de tävlande båtarna. Trots en torsdag mitt i veckan så slöt återigen hundratals åskådarbåtar upp för att se VO 70-båtarna för sista gången under Stockholm Stopover. Kl 14.00 den 25 juni ljöd startkanonen från Visbykorvetten ”Helsingborg” och de sju VO 70-båtarna var på väg mot slutmålet i S:t Petersburg. Tele-fonica Black vann till slut den sista etappen före PUMA och Telefonica Blue.

KSSS – lokal tävlingsarrangör

KSSS fick i uppdrag av Stockholms Hamnar att ansvara för de sportsliga evenemangen under Stockholm Stopover. Uppdraget innebar att assistera VEMUK (Volvo Event Management UK Ltd) med en lokal seg-lingsledning samt att organisera avgräns-ningsbåtar kring tävlingsområdet de dagar VO 70-båtarna tävlade i Stockholm. KSSS planering inför evenemanget pågick i över ett år och engagerade många medlemmar inom klubben.

Av cirka 250 sökande från hela Sverige re-kryterades 140 funktionärer, som hjälpte till med avgränsningarna runt tävlingsområdet. Samtliga fick utbildning, som anordnades i samarbete med Scandinavian Safety Training Center, innehållande bland annat brandövning och första hjälpen samt en ordentlig genomgång av uppdraget. Under själva racedagarna höll dessa funktionärer åskådare borta från tävlingsområdet. Till detta användes ett femtiotal båtar, de flesta privatägda av funktionärerna.

Basen för funktionärerna var KSSS anlägg-ning i Saltsjöbaden, där de dagliga genom-gångarna hölls och allt material förvarades.

Under fem dagar, utspritt över perioden 16–25 juni, genomfördes målgång i Sandhamn, Stockholm City Sprint, In-Port Race, Pro/Am Race och start för den sista etappen till S:t Petersburg. Volvo Ocean Race har aldrig upplevt så många åskådare under något stopover tidigare. Disciplinen hos både funktionärer och åskådare möjlig-gjorde en unik upplevelse i Stockholms skärgård.

Sjösäkerhet och sportslig rättvisa

Inför planeringen av de omfattande aktivi-teterna på vattenområdena i Stockholms skärgård bildades en grupp representanter för olika myndigheter med anknytning till sjösäkerhet. Gruppen träffades en gång i månaden under hela planeringsåret och bestod av nyckelpersoner från Sjöpolis-en, Kustbevakningen, Sjöfartsverket, Sjörädd-ningssällskapet, KSSS, Luftfartsverket, Brandförsvaret, Försvarmakten, Länsstyrel-sen, Sjöassistance, Stockholm Radio, Värmdö kommun samt Stockholms Hamnar. Uppgiften för gruppen var att upprätta rutiner för att säkerställa sportsligt rättvisa kappseglingsbanor för Volvo Ocean Race, utan att kompromissa med säkerheten för allmänheten. Stor vikt lades också vid att minimera omställningar för yrkestrafiken till sjöss under den aktuella tiden.

Slutresultat Volvo Ocean Race 2008-2009

1.	Ericsson 4	114,5 poäng
2.	PUMA	105,5 poäng
3.	Telefonica Blue	98 poäng
4.	Ericsson 3	78,5 poäng
5.	Green Dragon	67 poäng
6.	Telefonica Black	58 poäng
7.	Delta Lloyd	41,5 poäng
8.	Team Russia	10,5 poäng



Hög stämning i Blå hallen

Prisutdelningsceremonin arrangerades den 22 juni i Stadshuset med Nobelfesten som förebild. Ken Reed, PUMA, tog emot första pris för etappen Marstrand–Stockholm ur H.M Konungens hand och passade vid tacktalet på att stjäla hans öppningsfras; "This is the King speaking...". Stämningen var hög och många seglade vidare ut i Stockholms nattliv.

Många höjdpunkter i programmet

Under den två veckor långa seglingsfesten i Stockholm avlöste evenemangen och ceremonierna varandra, både publika och företagsaktiviteter, på Skeppsbron och i centrala Stockholm. Här beskrivs några av alla minnesvärda och välbesökta höjdpunkter.

Mottagning på Slottet

H.M. Konung Carl XVI Gustaf visade ett stort personligt intresse i Stockholm Stopover. En av höjdpunkterna under evenemanget var när H.M. Konungen bjöd in alla seglarna till en mottagning på Stockholms slott den 17 juni. På plats fanns även H.M. Drottning Silvia, H.K.H. Kronprinsessan Victoria och H.K.H. Prins Carl Philip. För första gången på över 100 år användes vackra Logården till en privat mottagning. Det blev en oförglömlig eftermiddag för de 400 gästerna som fick tillfälle att träffa de internationella seglarna, de svenska kungligheterna och toppar från näringslivet.

Veteranbåtsparad

Den 21 juni anordnade MYS, Motor Yacht Society, en uppskattad parad med ett trettiotal veteranbåtar. Båtarna gick fram och tillbaka längs Skeppsbron, framför Race Village, och lade sedan till i gästhamnen för allmänhetens beskådan.

Prisutdelning i Stadshuset

En av de återkommande programpunkterna under ett stopover i Volvo Ocean Race är prisutdelningsceremonin, som arrangeras av den lokala värden och influeras av de kulturella traditionerna från trakten. För Stockholms vidkommande var det helt naturligt att lägga ceremonin i Stadshuset med Nobelfesten som förebild. Vård för prisutdelningen, som hölls den 22 juni,

var Stockholms finansborgarråd Sten Nordin och bland gästerna fanns H.M. Konung Carl XVI Gustaf, H.M. Drottning Silvia och H.K.H. Prins Carl Philip.

Miljöseminarium

Den 24 juni arrangerade Stockholms stad ett unikt miljöseminarium för omkring 150 speciellt inbjudna gäster på initiativ av H.M. Konung Carl XVI Gustaf. Seminariet "Det osynliga livet – ett utnyttjat ekosystem och en utforskad resurs" var helt klart en av höjdpunkterna under Stockholm Stopover.

Seminariet belyste en havsmiljö och ett ekosystem som exploaterats men visade också på en värld full av utforskade möjligheter. Några av de mest spännande globala forskningsprojekten inom området presenterades och diskuterades under ledning av Erling Norrby, Professor i Virologi.

Craig Venter, en av världens mest ansedda forskare inom genetik, var seminariets huvudtalare. Han presenterade sitt storslagna projekt "Global Ocean Sampling Expedition" – ett flerårigt forskningsprojekt där DNA från världshaven samlas och analyseras. Projektet kan få stor betydelse för utvecklingen av såväl nya läkemedel som nya energikällor.

Seminariet avslutades med en paneldebatt som belyste havsmiljöns utmaningar utifrån bland annat överföringen av ballastvatten mellan världshaven samt Östersjöns hotade ekosystem.

Craig Venter – världsförbättrare och världsomseglare

Världens mest kända genforskare är på god väg att skapa konstgjort liv. Men i somras fiskade Craig Venter gener i Östersjön. Craig Venter är en amerikansk biokemist, tillika världsförbättrare och världsomseglare, som har utvecklat nya metoder för att snabbare läsa av DNA. Mest känd är han för listan på människans alla 23 000 gener. Han har också utfört flera expeditioner med segelbåten "Sorcerer II", som låg förtöjd vid Skeppsbron under Stockholm Stopover. Båten besöktes av både H.M. Konungen och ledande svenska forskare.

"Sorcerer II" har kryssat runt på en stor del av världens hav och fiskat efter gener i havsvattnet – huvudsakligen från bakterier och alger. Craig Venter's genforsknings-teknik täcker in 100 procent av havets invånare. Kunskapen om organismerna i havet använder han till att försöka få mikroorganismer att fånga upp koldioxid och producera alternativa bränslen. Målet är att hejda klimatförändringen på jorden.





Underhållning på stora scenen

I Race Village på Skeppsbron fick besökarna möjlighet att ta del av ett gediget underhållningsprogram. I Sverige finns otroligt många duktiga sångare, sångerskor, musiker och musikskapare. Under evenemangets tolv dagar bjöd både världskända artister och kommande stjärnor på rock, indiepop, soul, visor, pop och schlager.

Under första veckan, som dessvärre var i regnigaste laget, fick vi se Charlotte Perrelli, Daniel Lindström, en Ericssonshow med Tommy Körberg, Sarah Dawn Finer, Gunilla Backman samt ett elvemannaband framföra musik av Benny Andersson och Björn Ulvaeus. Joachim Bergström framförde skön soul och jazz med sitt band och på midsommardagen stod discoklubben Loveboat för underhållningen – ett mycket välbesökt discoparty. Även Jimmy Jansson,

Brandur, Sara Lundbäck, Chris Lindh och Fastforwards underhöll besökarna den första veckan som avslutades med en magisk konsert med Uno Svenningsson, kompad av husbandet De Sotos.

Under midsommarhelgen och efterföljande vecka blev vädret lyckligtvis bättre, vilket betydde fler konsertbesökare. Den andra veckan inleddes med det nya husbandet Marmeladorkestern.

Tisdagen den 23 juni antrades scenen av Alcazar, som utan tvekan drog störst publik – cirka 12 000 personer. Många barnfamiljer fanns på plats. Senare under samma kväll uppträdde rockbandet The Poodles. Kvällen efter kom soulkungen Eric Gadd med sitt niemannaband och blev inropad till två extranummer! Sista dagen avslutades med rookiebandet Winston.



Program för Stockholm Stopover

SÖNDAG 14 JUNI

11.00 Race Village öppnar på Skeppsbron och i Kungsträdgården
12.00 De Sotos uppträder
12.50 ca Livesändning på storbildsskärm från Start Leg 9 i Marstrand
13.00-16.00 Ansiktsmålare till alla barn finns på plats
14.00 Invigning av Race Village. Charlotte Perrelli och Daniel Lindström uppträder
19.00 De Sotos uppträder
00.00 Race Village stänger

MÅNDAG 15 JUNI

10.00 Race Village öppnar
10.15 Start Junior Cup
19.00 Brandur uppträder
00.00 Race Village stänger

TISDAG 16 JUNI

Målgång för Leg 9 Marstrand–Stockholm, i Sandhamn
10.00 Race Village öppnar
10.15 Start Junior Cup
19.00 Jimmy Jansson uppträder
00.00 Race Village stänger

ONSDAG 17 JUNI

10.00 Race Village öppnar
10.00 Start Junior Cup
11.50 ca Livesändning på storbildsskärm från Stockholm City Sprint
12.00 Start Stockholm City Sprint (Torsbyfjärden)
13.00-14.00 Målgång Stockholm City Sprint/
Volvo Open 70-båtarna anländer till Skeppsbron
14.30-19.30 Gycklargruppen Jauvet gästar Race Village
14.45 Besättningarna presenteras på stora scenen (Obs! Tiden är preliminär)
19.00 Kvällsevenemang i samarbete med Ericsson, föreställning 1
22.00 Kvällsevenemang i samarbete med Ericsson, föreställning 2
00.00 Race Village stänger

TORSDAG 18 JUNI

10.00 Race Village öppnar
13.00 Provssegla radiostyrda minikatamaraner
13.00 Joachim Bergström uppträder
16.00 De Sotos uppträder
18.00 Joachim Bergström uppträder
20.30 The Fast Forwards>> uppträder
00.00 Race Village stänger

FREDAG 19 JUNI

10.00 Race Village öppnar
12.00 Chris Lind uppträder
14.00 Chris Lind uppträder
00.00 Race Village stänger

LÖRDAG 20 JUNI

10.00 Race Village öppnar
15.00 Sarah Lundbäck uppträder
18.00 Sarah Lundbäck uppträder
20.00 Love Boat gästar Skeppsbron
02.00 Race Village stänger

SÖNDAG 21 JUNI

07.00 Race Village öppnar
10.00-18.00 Prova-på-segling med C55-segelbåtar vid Skeppsbron i samarbete med Ericsson och Club Metro
12.00-15.00 Close-up magiker gästar Race Village
12.00 Motor Yacht Society finns på plats
12.45 Jas 39 Gripen överflygning Kanholmsfjärden
12.50 ca Livesändning från In-Port Race
13.00 Start In-Port Race (Kanholmsfjärden)
13.00-16.00 Ansiktsmålare till alla barn finns på plats
16.00 De Sotos uppträder
20.00 Prisceremoni In-Port Race
21.00 Uno Svenningsson uppträder
00.00 Race Village stänger

MÅNDAG 22 JUNI

10.00 Race Village öppnar
11.50 ca Livesändning från Pro/Am Race
12.00 Start Pro/Am Race, Strömmen/Lilla Värtan. Start och mål framför Skeppsbron
16.00 Marmeladorkestern uppträder
20.00 Marmeladorkestern uppträder
00.00 Race Village stänger

TISDAG 23 JUNI

10.00 Race Village öppnar
11.00-16.00 Ballongclown gästar Race Village och delar ut ballonger till alla barn
12.00 Marmeladorkestern uppträder
16.00 Start Celebrity Race
17.15 Marmeladorkestern uppträder
18.00 Prisutdelning Celebrity Race
19.00 Alcazar uppträder
21.30 The Poodles uppträder
00.00 Race Village stänger

ONSDAG 24 JUNI

10.00 Race Village öppnar
10.00-12.00 Trimaran Multi23 kappseglar på Strömmen, delsegling i Multi Cup -09
12.00-14.00 Offshore trimaranerna SeaCart 30 kappseglar på Strömmen
13.00 Marmeladorkestern uppträder
18.00 Sodexo Food Race – Svenska Kocklandslaget tävlar med Sodexos kockar om den godaste tävlingsmaten för Ericsson 3
21.00 Eric Gadd uppträder
00.00 Race Village stänger

TORSDAG 25 JUNI

07.00 Race Village öppnar
07.30 Volvo Open 70-båtarna lämnar Skeppsbron för färd mot startlinjen på sydöstra sidan av Sandhamn
13.45 Jas 39 Gripen överflygning Kanholmsfjärden
13.50 ca Livesändning på storbildsskärm från Start Leg 10 Stockholm – S:t Petersburg
14.00 Start Leg 10, Stockholm – S:t Petersburg.
17.00 Winston uppträder
00.00 Race Village stänger





En attraktiv världsstad

Kombinationen av stad och vatten vid Skeppsbron visade sig än en gång vara ett oslagbart koncept. Ingen annanstans under Volvo Ocean Race kom båtarna så nära centrum och stadens turistattraktioner. Stockholm har verkligen fått visa sig som en attraktiv stad i världen. Eller som Glenn Bourke, tidigare vd för Volvo Ocean Race, sa vid presskonferensen i januari 2008, då Stockholm Stopover offentliggjordes: – Vi är mycket glada över att kunna ta tävlingen till en så vacker stad. Att se tävlingsflottan segla in i Stockholms hamn och lägga till vid Slottet kommer att bli en magnifik upplevelse.

Tema "Meet a new global city"

Utgångspunkten var att Volvo Ocean Races omfattning och karaktär, med lång planeringstid och framförhållning, skulle skapa ett stort intresse – både internationellt och nationellt. Stockholm Stopover skulle bli det största och mest bevakade evenemanget i Sverige under 2009. Det blev det största i Norden. Målsättningen på 500 000 besökare slogs med råge.

Övergripande budskap och grafiskt manér

Marknadsföringskampanjen inleddes sommaren 2008 med planering av aktiviteter och framtagning av en produktionsplan. I samarbete med en reklambyrå och en marknadsföringsstrateg formulerades ett budskap för att stärka Stockholms stads önskemål om ett Stockholm i världsklass, "Meet a new global city" eller "Möt en ny världsstad". Syftet var dels att väcka intresse bland besökare, sponsorer och media för själva evenemanget i Stockholm, dels att lyfta fram Stockholms kvaliteter som miljöstad och centralt belägen marknadsplats samt dess rika kulturliv.

Tillsammans med devisen skapades en huvudbild för hela evenemanget, föreställande ett stiliserat segel i vitt och rött mot en sommarhimmel i blått. I fonden ligger en stiliserad siluett av Stockholm, sett från väster, med ett antal segelbåtar på Riddarfjärden. Denna bild och devis utgjorde de övergripande designelementen för hela evenemanget. Under evenemanget syntes detta grafiska manér över hela området i form av dekor på scener, dekor på projektgruppens sponsrade bilar och båtar, avskärningsytor, flaggor samt kontorsmaterial som visitkort, brevpapper och etiketter.

Mycket utomhusreklam

En stor del av marknadsföringen var placerad i utomhusreklam i Storstockholm. På Arlanda och Bromma flygplatser köptes 28 eurosizetavlor, vid tre av infarterna till Stockholm användes megasizetavlor och längs Värmdöleden hängdes fem stora Volvo Ocean Race-flaggor upp. Även Stadens två elektroniska informationstavlor vid E4/E20 användes. En digital annons visades på storbilds-TV vid Globen, en fasadvepa placerades på Skeppsbron och 170 evenemangsbaner centralt i Stockholm city. I utomhusreklamerna ingick dessutom 450 kulturtavlor, dekaler på 1 500 taxibilar från Taxi Stockholm samt två informationspelare på Skeppsbron.

Annonser, informationsmaterial och reklamspot

Under hösten 2008 påbörjades annonsering inför evenemanget i olika tidningar. En serie annonser för olika tillfällen togs fram enligt planen. Grafiskt användes huvudbilden för att skapa grunden för det manér som hade valts och för att "lära" målgruppen att känna igen evenemanget visuellt. Text- och rubrikmassigt fokuserade annonserna på någon aktuell situation i seglingstävlingen eller annan för sammanhanget relevant företeelse.

I samarbete med News Factory producerades en bilaga för distribution med DN i 300 000 exemplar, och i Metro infördes helsidesannonser under hela evenemanget. I fackpressen placerades annonser i Båtnytt, Segling och På Kryss.

En folder och en 30 sekunder lång "reklamspot" producerades för att marknadsföra Stockholm och Stockholms medverkan i Volvo Ocean Race. Foldern användes på tävlingens övriga hamnstopp och filmen visades under hela vintern och våren 2008-2009 på sportkanalen ESPN i Nordamerika och större delen av Asien.

Även rekryteringsannonser och informationsmaterial om funktionärstjänsterna togs fram under hösten.

Mässor och Infopoint

Två mässmontrar planerades och producerades, den ena för Scandinavian Boat Show i november 2008, och den andra för Allt för Sjön i februari 2009. Den sistnämnda var på hela 585 kvadratmeter och rymde bland annat Ericsson 1, en VO 70-båt som tävlat i tidigare races. Mässornas huvudsyfte var att göra allmänhet, sponsorer och massmedia uppmärksamma på evenemanget och planera in det i sina agendor. En annan viktig del var att få in intresseanmälningar för alla funktionärstjänster som behövdes under evenemanget.



Varmt välkommen till huvudstaden – The Capital of Scandinavia

Med Stockholm Stopover tar vi världens tuffaste världsomsegling till din dörr. Följ dramatiken i tävlingar och särskild målgång på Stockholms ström, fest på Skeppsbron med uppträdanden, aktiviteter och ännu mera segling. Allt om Volvo Ocean Race Stockholm Stopover och vårt gedigna program på www.oceanracestockholm.se.

Volvo Ocean Race Stockholm Stopover 14–25 juni 2009

Meet a new global city

En så kallad "Infopoint" arrangerades i Sverigehuset vid Kungsträdgården för att informera och locka besökare både före och under evenemanget under perioden maj – juni. Här rullade en film med seglings-sekvenser från det pågående Volvo Ocean Race. Golvet utgjordes av en världskarta som visade loppets rutt. Infopoint var obemannad innan evenemangets start, därefter fanns funktionärer från Stockholm Stopover på plats för att, med hjälp av informations-material och aktuellt dagsprogram från Race Village, informera och svara på besökarnas frågor.

Webbplats

Givetvis hade Stockholm Stopover en egen webbplats, www.oceanracestockholm.se, med information om tävlingen, hamnstoppen, teamen, båtarna, historik, Race Village, intervjuer, presentation av organisationen och mycket mer. Under juni 2009 hade webbplatsen 110919 besök, varav 68901 unika besökare. Störst antal besök på en

dag gjordes onsdagen den 17 juni med 11 600 besök. Viktigaste trafikällor var Google, följt av www.volvooceanrace.org. Den sida som var mest välbesökt, efter startsidan, var dagsprogrammet på svenska.

Värdering av köpt medieexponering

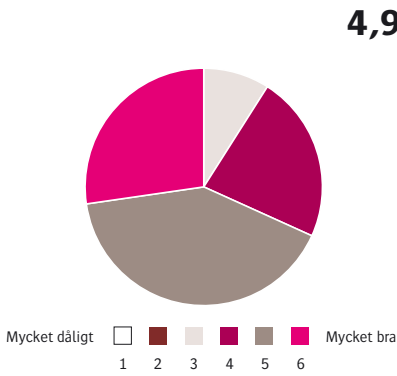
Exponeringen i media motsvarade ett värde av nästan 12 MSEK, enligt en beräkning som utförts av företaget Bizkit på uppdrag av Stockholms Hamnar. Detta värde kan ställas mot den totala budgeten för marknadsföring av evenemanget som uppgick till 9,5 MSEK. Kostnaden för köpt medieexponering uppgick till 7 MSEK.

Hur har du fått information om Stockholm Stopover?

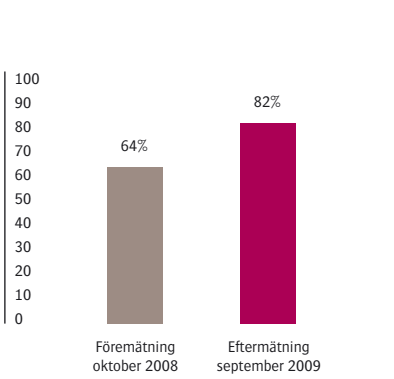
Av dem som kände till Stockholm Stopover

Tidningar/tidskrift	68%
TV	50%
Vänner/bekanta	20%
Radio	14%
Programtidning	13%
Utomhusannonsering	11%
Internet	10%
Annat sätt	11%

Hur upplevde ni Stockholm Stopovers grafiska profil/manér?



Har du hört talas om Volvo Ocean Race?



Stort intresse från sponsorer – trots lågkonjunktur

Evenemang med många entusiastiska besökare, massmedial bevakning och internationell anknytning brukar locka sponsorer. Med andra ord – läget såg ljust ut. Men så förbyttes blomstrande högkonjunktur till finanskris och iskall marknad. Vägen till Stockholm Stopover var full av utmaningar.

Utmaningar på vägen

Arbetet med att hitta intresserade sponsorer till Stockholm Stopover påbörjades ett drygt år i förväg. Det är en kort förberedelsestid, speciellt med tanke på att det var ett helt nytt evenemang för staden. När beslutet togs om att arrangera detta världsevenemang i Stockholm var det blomstrande högkonjunktur med massor av investeringsvilliga företag på marknaden. Läget förbyttes till en iskall marknad med nedbantade budgets under hösten 2008 – med andra ord precis när erbjudandet skulle ut på marknaden.

Detta var en av många utmaningar när de kommersiella värdena skulle identifieras, paketeras, prissättas och inte minst säljas till potentiella sponsorer. En annan viktig fråga var att de rättigheter våra ”Port Sponsors” erbjöds inte konkurrerade med Volvo Ocean Race’s övriga sponsorer, utan kompletterade varandra på ett bra sätt.

Trots lågkonjunktur var intresset stort för att medverka som sponsor för Stockholm Stopover. Efter kontakter med ett 70-tal företag och hundratals möten engagerade sig drygt 35 sponsorer och partners i hamnstoppet.

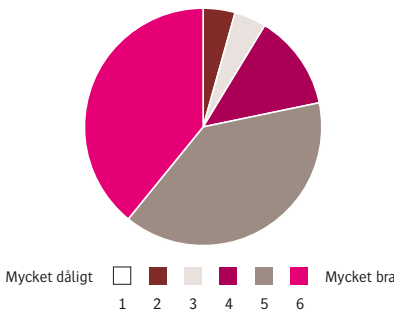
Exponering på plats, utrymme i media, möjligheter att bjuda in kunder och anställda samt tillgång till utställningsplats var de dominerande rättigheter som sponsorena hade möjlighet att utnyttja. Ocean Race Club var sponsorernas mötesplats på Skeppsbron med tillgång till en skräddarsydd paviljong för luncher och middagar, en flytande lounge, utomhusbarer och konferensmöjligheter på Teaterskeppet.

Sponsorena positiva till Stockholm Stopover
Efter evenemanget genomfördes en utvärdering bland sponsorena. I undersökningen ställdes frågor om de sportsliga arrangemangen, marknadsföring och profilering, utställnings- och aktivitetsområden, service samt Ocean Race Club. På en skala 1 – 6,

där 6 är bäst, låg medelvärdet för samtliga områden på över 4. Allra bäst betyg fick Stockholm Sprint Race. På frågan om sponsorena skulle vara intresserade av att medverka igen, om Volvo Ocean Race kom tillbaka till Stockholm, svarade samtliga företag ”ja”. Läs mer om undersökningen i Resultat och utvärdering.

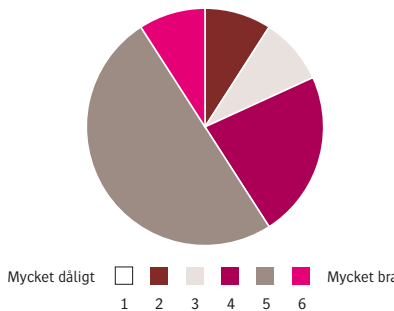
Hur fungerade servicen på plats för er som partners?

5,0



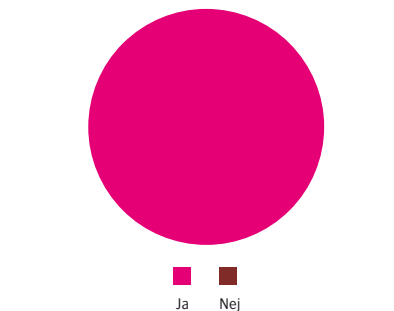
I vilken utsträckning har er medverkan som sponsor till Stockholm Stopover levt upp till era förväntningar?

4,4



Skulle ni vara intresserade av att medverka igen som sponsor/partner/supplier om Volvo Ocean Race kommer tillbaka till Stockholm?

Ja



Port Sponsors



Homecoming Partner



Port Partners



Port Suppliers



Official Shopping Centre



Media Partners



Associated Organisations



Många positiva rubriker

Mot bakgrund av tävlingens omfattning och tidigare evenemang förväntades Stockholm Stopover bli det mest bevakade evenemanget i Sverige under 2009. Ingen annan händelse i Norden fick lika mycket medial uppmärksamhet och publiciteten var mycket positiv.

Många följde tävlingen

Årets tävling som avslutades sommaren 2009 startade i Alicante i Spanien redan i oktober 2008. Starten och tävlingens utveckling bevakades noggrant i media. Bland annat sände TV 4 både från start och stopovers i olika delar av världen inklusive Stockholm, samt bevakade racets utveckling under etapperna. TV 4 sände även sitt morgonprogram direkt från Skeppsbron under evenemanget.

Enligt en undersökning genomförd av Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor (USK) hade drygt var tredje besökare vid Skeppsbron följt tävlingens olika etapper sedan starten i Alicante, i huvudsak genom TV-bevakningen och i andra hand genom webben. Fler manliga än kvinnliga besökare hade följt tävlingen, och det var även mer vanligt att tillresta besökare än stockholmare hade visat intresse för tävlingen genom att följa racet. Den fullständiga rapporten från USK finns på dvd längst bak i denna rapport.

Informationsspridning

Inför etappmålet i Stockholm intensifierades informationen med fokus på vad som skulle hända nere vid Skeppsbron. En specialbilaga delades ut tillsammans med DN och fanns även att hämta ute på stan, banderoller och affischer fanns uppsatta och evenemanget hade förstås en egen webbplats med fördjupande information. Evenemanget vid Skeppsbron var även väl synligt för dem som bara passerade förbi.

Tidningar och tidskrifter var för de flesta (45 procent) den främsta informationskällan om Stockholm Stopover. TV nämndes av nästan lika många (41 procent). Vänner och bekanta stod för en förhållandevis stor del av informationsspridningen.

Mediecenter i Race Village

Under Stockholm Stopover organiserades ett mediecenter med lokaler, service och bemanning i Race Village på Skeppsbron. Det var öppet för all ackrediterad media och fungerade även som informations- och samlingspunkt för de mediebåtar som arrangerades för journalisterna vid tävlingsmomenten. Under evenemanget hölls två presskonferenser. Stockholm Stopover ansvarade bland annat för lokaler och teknik, medan Volvo Ocean Race ansvarade för innehållet. Det hölls också en Round Table med Knut Frostad, vd för Volvo Ocean Race.

På plats fanns 163 ackrediterade journalister, varav 83 kom från 19 olika länder utanför Sverige.

God publicitet är ingen tillfällighet

För att få god publicitet är det viktigt att ha något attraktivt att erbjuda journalisterna, och att portionera ut det attraktiva i lagom stora godbitar. Stockholm Stopover kunde locka med flera saker: kända människor, intressanta idrottsmän, häftiga båtar, spännande tävlingar, populära artister, ett eventområde med aktiviteter för alla och – inte minst – Stockholms vackra skärgård och en attraktiv miljö.

Strategin var tidigt att ge så många medier som möjligt egna exklusiva nyheter, helt enkelt att fungera som en sambandscentral för bra artikeluppslag. När en svensk tidning fick en längre intervju med Mange Olsson, fick en annan vara först med att

segla på en av båtarna med Torben Grael, skeppare på Ericsson 4.

BBC fick hjälp med reportage i skärgården, franska TV 5 togs med på gäddfiske och spanska El País fick flyga sjöflyg. Alla fick sin egen godbit – strategin fungerade utmärkt.

Medias bild av Stockholm Stopover

Enligt en undersökning som gjordes av Infopaq på uppdrag av Stockholms Hamnar blev det totala genomslaget i svenska och internationella medier 1 372 införanden, en räckvidd på 390 miljoner och ett annonsvärde på 44,1 MSEK.

Webbartiklar stod för merparten av alla publiceringar i internationella medier. Av 985 införingar var över 700 webbartiklar, medan 239 återfanns i tryckt press under perioden oktober 2008–oktober 2009. Antalet införanden i svenska medier var 387, varav de flesta i tryckt press. Den svenska mediebilden av Stockholm Stopover var mycket positiv och kan sammanfattas med stort genomslag, bra publicitet och gott mottagande. Både svenska och internationella medier fokuserade främst på tävlingen och resultatet.

De fullständiga rapporterna om svensk och internationell mediebevakning av Stockholm Stopover finns på bifogad dvd.

Det totala genomslaget

Totalt antal införanden	1 372
Total räckvidd (exponeringstillfällen)	390 miljoner
Totalt annonsvärde	44,1 MSEK



Ett lönsamt evenemang

Stockholm Stopover var ett lyckat evenemang med nöjda deltagare, besökare, sponsorer och partners. På längre sikt kan det beskrivas som ekonomiskt lönsamt för Stockholm, regionen och resten av landet. Antalet besökare blev 50 procent fler än förväntat, vilket bland annat betyder att mer pengar har spenderats och kommit stadens turistnäring till del.

Här ställs budget mot faktiska kostnader. Hur insatser och utgifter i samband med Stockholm Stopover resulterade i ökad ekonomisk aktivitet i Stockholm och regionen redovisas i Resultat och utvärdering.

Finansiering

Den totala kostnaden för Stockholms stads värdskap beräknades på förhand till 49,8 MSEK. Av detta belopp avsåg cirka 10 MSEK 2008 och resterande 2009. Stockholms Hamnar, som var operativt ansvariga för evenemanget, fick avkastningskravet sänkt med motsvarande belopp från moderbolaget Stockholms Stadshus AB. Intäkter från sponsring och barter samt partnerskap reducerade kostnadsbeloppet i motsvarande grad.

Kommentar till utfallet

I ett tidigt skede under planeringen för Stockholm Stopover visade det sig att Skeppsbrons ytor inte räckte till för alla behov. Lösningen att bygga i vatten med pråmar och pontoner kostade betydande belopp. Stoppets placering mitt i staden och den långa tid som evenemanget varade från etablering till avetablering medförde också att kostnader för säkerhet, bevakning och ordning ökade rejält.

Stora delar av kostnadsökningarna kompenserades, dels med besparingar på andra kostnadsposter men också med barterlösningar från sponsorer och partners. Kostnader för restauranger, hospitality och courtesy reglerades med intäkter från besökare, åskådare samt av sponsorer och partners.

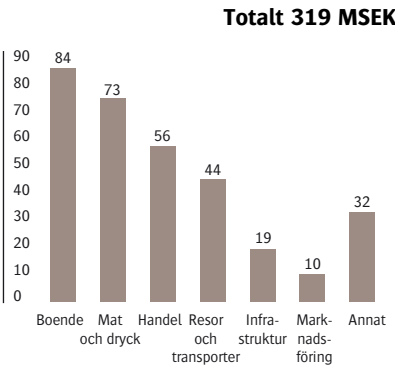
En undersökning av Deloitte visade att omkring 319 MSEK spenderades i samband med Stockholm Stopover, varav den största delen kom från besökarnas inköp.

Viktigt i sammanhanget är även det utrymme som Stockholm Stopover fick i svenska och internationella medier. Enligt en undersökning av Infopaq värderades detta till 44,1 MSEK.

Totalt kostade Stockholm Stopover 43,9 MSEK mot budgeterat 49,8 MSEK.

Kostnader för genomförandet (tusental)	Budget	Utfall
Hotell, media center och kontor	1 650	1 743
Tävlingsbyn, hamnfaciliteter, byggande på kaj	8 525	13 532
Marknadsföring (internationellt och nationellt, reklam och press)	9 500	9 470
Program för besökare, publika faciliteter	12 000	6 038
Prisceremoni i Stadshuset	1 550	1 601
Volontärer	1 200	761
Tävlingsledning	2 500	1 713
Egen projektadministration	8 350	8 606
Oförutsett 10%	4 525	
	49 800	43 466
Courtesy och hospitality, netto		481
Totalt		43 947

Direkt ekonomisk påverkan av Volvo Ocean Race i Stockholm per kategori (MSEK)





Mot slutmålet

Arbetar de inte i Sverige på sommaren? Frågan ställdes av en besättningsman ombord på Telefonica Blue, apropå den stora publik som kommit för att uppleva starten för den sista etappen utanför Sandhamn den 25 juni. Klockan 14.00 ljud startkanonen från Visbykorvetten "Helsingborg" och de sju VO 70-båtarna seglade vidare mot S:t Petersburg. Två dagar senare nådde båtarna slutmålet efter 37 000 nautiska mil på världens mest dramatiska hav.



Organisationen bakom Stockholm Stopover

Bakom varje lyckat projekt finns en driven, väl sammansatt organisation. Det gäller särskilt stora event som detta. Utan målmedveten styrning, en kompetent arbetsgrupp och inte minst ett stort antal seglingsintresserade volontärer hade inte Stockholm Stopover blivit den stora framgång som det blev.

Ledning och projektorganisation

Volvo Event Management UK Limited (VEMUK) är företaget som ansvarar för ledning och organisation av Volvo Ocean Race. Stockholms Hamnar var ansvariga för Stockholm Stopover. Redan i februari 2008 anställdes Ola Åstradsson som projektledare för Volvo Ocean Race Stockholm Stopover. Allteftersom behoven ökade så rekryterades fler kunniga medarbetare med specialkompetens inom respektive område. I genomsnitt anställdes en person i månaden fram till våren 2009 och till slut bestod projektorganisationen av 19 personer.

Parallellt med rekryteringen av projektgruppen bildades även en styrgrupp med representanter från Stadens bolag och förvaltningar. Styrgruppen träffades en gång i månaden för uppdateringar från projektledningen. Under hösten 2008 påbörjades

det stora arbetet med att locka funktionärer till projektet. I samband med Stockholm Stopovers utställningar på båtmässorna i Stockholm under hösten och vintern rekryterades ett stort antal personer som alla var entusiastiska över tillfället. Man delade sedan in alla funktionärer i två grupper, en för sjösidan och en för landsidan. 250 funktionärer medverkade under genomförandet på land och 110 funktionärer var verksamma ute på vattnet under ledning av KSSS.

Efter genomförandet upphörde de flestas anställning och endast en mindre grupp på fyra personer var engagerade i efterarbetet med att stänga ner projektet och producera de olika rapporterna som är grunden till denna slutrapport.

Projektorganisationen upplöstes den 1 oktober 2009 i samband med projektets officiella avslutning.

Lokaler

Den första tiden arbetade organisationen från en av Stockholms Hamnars lokaler på Skeppsbron. Men ytan var begränsad och under våren 2009 flyttade projektet in i större och mer anpassade lokaler i en kontorsfastighet på Skeppsbron. I samma lokal huserade även VEMUK under genomförandet av Stockholm Stopover. Tack vare att Stockholm låg sent i tävlingskalendern hade projektledningen möjligheten att dra nytta av genomförandet av andra stopovers.



Projektorganisation Volvo Ocean Race Stockholm

Ola Åstradsson	Projektledare
Jan Torstenson	Kommersiellt ansvarig
Jonas Wackenhuth	Yacht Service Manager
Anders Grönlund	Funktionärsansvarig
Calle Sand	Event Manager
Magnus Woxén	Sportsligt ansvarig
Lars Petré	Grafisk form
Gunnar Lindén	Kommunikationsstrateg
Rikard Björk	Pressansvarig
Lotta Örtnäs	PR- och marknadsföringsansvarig
Torbjörn Persson	Hamnstyrman
Neith Åstradsson	Hospitality Manager
Jane Ekström	Hospitality Manager
Totte Callerholm	IT- och elansvarig

Roger Ticoalu	Säkerhetsansvarig
Emil Björnered	Projekttassistent
Axel Nordman	Projekttassistent
Axel Hedström	Projekttassistent
Jessica Rington	Projekttassistent

Styrgrupp

Carl-Erik Aroseus	Styrgruppens ordförande/Stockholms Hamnar
Mattias Rindberg	Stockholm Visitors Board
Ninna Engberg	Stockholm Globe Arenas
Per Blomstrand	Stockholms Stads hus AB
Louise Bill	Trafikkontoret, Stockholms stad



Inget event utan funktionärer

Drivkraft, engagemang och ett brinnande intresse för segling var gemensamma nämnare hos de flesta av våra funktionärer. Här ser du några av de 360 eldsjälar som bidrog till att göra Volvo Ocean Race Stockholm Stopover 2009 till en fantastisk upplevelse. Funktionärerna var viktiga kuggar i maskineriet före, under och efter evenemanget. Belöningen blev meriterande erfarenhet, nya kontakter och ett minne för livet. Ett stort tack till er alla!

Loggbok:

12 november 2007 – 1 oktober 2009

12 NOVEMBER 2007

Den första platsinspektionen av Skeppsbron gjordes av Jeremy Throughton från VEMUK, styrelseordförande Carl-Erik Aroseus och Mattias Rindberg från Stockholm Visitors Board. Då anade ingen hur stort det skulle bli. Vi fick tidigt beskedet att Skeppsbrons 24 000 kvadratmeter skulle räcka för att bygga Race Village och Wet Area, men en kort tid senare var vi tvungna att planera för ytterligare 5 000 kvadratmeter. För att lösa platsbristen placerades scen, restauranger och några av teamens verkstäder på pråmar längs Skeppsbron.



23 JANUARI 2008

Stockholm Stopover offentliggjordes på en presskonferens med finansborgarrådet Christina Axén-Ohlin (m), ordförande för Stockholms Hamnar samt miljö- och fastighetsborgarrådet Ulla Hamilton (m) och Glenn Bourke, dåvarande vd för Volvo Ocean Race. Planerna för arrangemanget och dess möjligheter presenterades.

– Vi är mycket glada över att kunna ta tävlingen till en så vacker stad. Att se tävlingsflottan segla in i Stockholms hamn och lägga till vid Slottet kommer att bli en magnifik upplevelse, sa Glenn Bourke.

11 FEBRUARI 2008

Inriktningsbeslut om Stockholm Stopover tas i fullmäktige. Stockholms Hamnar fick i uppdrag av moderbolaget Stockholms Stadshus AB att för Stadens räkning förhandla med VEMUK om att vara värd för Stockholm Stopover i juni 2009. I uppdraget ingick att utreda förutsättningarna och åtagandena i ett genomförande.

11 FEBRUARI 2008

Lite drygt 16 månader innan båtarnas ankomst till Stockholm anställdes Ola Åstradsson som projektledare för Stockholm Stopover. Ola är en av Sveriges mest erfarna kappseglare, och har jobbat med internationella seglingsevenemang sedan 1991, inklusive tävlingar som The Fastnet Race, Sydney–Hobart och America's Cup.



4 OKTOBER 2008

Starten för Volvo Ocean Race 2008-2009 gick i spanska Alicante. Här bjöds deltagare och åskådare på en medelhavsinspirerad seglingsfest, både inför tävlingens start och under det inledande In-Port Racet, som till publikens stora glädje togs hem av spanska Telefonica Blue. Den 11 oktober seglade båtarna vidare mot nästa mål – Kapstaden.



5 NOVEMBER 2008

Stockholm Stopover ställde ut på Scandinavian Boat Show. Mässmontern var utformad som en "lounge" med moderna, stilrena möbler för att skapa en behaglig och inbjudande miljö. För att återskapa lite av "racets action" fanns en tv-vägg, i form av kantlösa 42-tumsskärmar, med filmer från tävlingen, häftiga seglingssekvenser, intervjuer, tillbakablickar från tidigare races med mera.

20 NOVEMBER 2008

Det första Port Sponsor-avtalet signerades av Viamare Invest. Inom Viamare finns en grupp företag som spänner över flera olika verksamheter. Gemenskapen finns i kopplingen till hav och båtliv. Enligt Hans Mellström, vd för Viamare Invest, var Stockholm Stopover en unik möjlighet att visa upp företagets anläggningar, produkter och tjänster.

15 DECEMBER 2008

Genomförandebeslut, med redovisning av förutsättningar och åtaganden, fattades av fullmäktige. Stockholms stad och Stockholms Hamnar kunde därmed fortsätta planeringen av evenemanget inom ramen för budgeterade medel och målsättningar.



27 FEBRUARI 2009

Stockholm Stopover ställde ut tillsammans med Ericsson på Allt för sjön. Den 600 kvadratmeter stora montern rymde bland annat Ericsson 1, en VO 70-tävlingsbåt. Syftet var att locka besökare, sponsorer och media till evenemanget. Montern var uppskattad och välbesökt.



29 MAJ 2009

Det sista Port Sponsor-avtalet signerades av SBS Radio AB, som äger och driver 42 radiostationer i Sverige. Mix Megapol är det största nätverket med 29 sändare runt om i landet. SBS Radios stationer är alla uppbyggda på underhållning, information och nyheter blandat med musik.

31 MAJ 2009

Under perioden 31 maj – 5 juli lades trafiken på Skeppsbron om. Skeppsbron stängdes av för biltrafik i norrgående riktning.



Avstängningen gällde även Saltsjörampen och Slussplans förbindelse till Skeppsbron. Ett körfält norrut hölls öppet för linje-busstrafik och cyklar. Körbanan söderut fungerade som vanligt. Trafiken reglerades av avstängningar, vakter och omprogrammerade trafiksignaler.

1 JUNI 2009

Evenemangsplatsen – Race Village – började etableras på Skeppsbron. Ett år tidigare godkände Trafikkontoret att den 72 ton tunga kranen som skulle lyfta upp VO 70-båtarna, kunde transporteras över Strömbro. Sedan ändrade de sig – bron kunde rasa. Idag fick problemet sin lösning, kranen kunde transporteras sjövägen till Skeppsbron av en annan, ännu större kran – Lodbrok.

12 JUNI 2009

En lastbil med fundamentet som båtarna skulle lyftas upp på stoppade all trafik på Skeppsbron under en tid på förmiddagen. Förberedelsearbetet pågick överallt i Race Village och i Kungsträdgården, där etableringen inleddes idag. Hela Stockholm var laddat för seglingsfest!

14 JUNI, SÖNDAG – DAG 1:

Öppningsdag i regn och kyla

Finansborgarrådet Sten Nordin klippte bandet och invigde Stockholm Stopover inför en blöt, frusen och tapper liten skara.



De Sotos spelade. Projektledare Ola Åstradsson talade om seglingstävlingen och Stockholm Stopover. Målsättningen 500 000 besökare kändes ganska avlägsen. På kvällen hölls öppningsmiddag på Ocean Race Club med partners, sponsorer och hela projektteamet. Mitt under middagen blev Ola Åstradsson uppringd av Gustav Morin, medieansvarig ombord på Ericsson 3. Tekniken fungerade och alla fick ta del av deras segling mot Sandhamn. En lyckad tillställning – trots iskallt tält. Mindre lycka hade Telefonica Blue som gick på grund utanför Marstrand.



VÄDER: Ösregn och kallt, 8°C

DAGENS HÄNDELSE: Tekniken tog oss ombord på Ericsson 3 – på väg mot Sandhamn.

15 JUNI, MÅNDAG – DAG 2:

Målgång i Sandhamn – rättor knaprade datakabel

En mellandag med få besökare i Race Village. Lång väntan på båtarnas målgång i Sandhamn på kvällen/natten. Ulla Hamilton invigde Stockholmspaviljongen i Kungsträdgården. Ralf Aspholm från Data-Com, som var ansvariga för datanätverket, meddelade att nätverkskablarna måste bytas ut eftersom rättor bitit sönder dem. Pressansvarig Rikard Björk ringde in de sista journalisterna till Södertörn, Sandhamnsbåten som gick ut för att bevaka målgången – bråttom, bråttom.

PUMA blev etappvinnare med bara några hundra meters marginal till Ericsson 3. Ericsson 4 kom in som trea och blev därmed totalsegrare.



VÄDER: Småregn, mulet och kallt – solen visade sig mot kvällen.

DAGENS HÄNDELSE: Idag gjordes mer än 10 000 besök på evenemangets webbsida!

16 JUNI, TISDAG – DAG 3:

Kontorsmöte och säkerhetsrapport – enklare förändringar

Flera polispatruller och säkerhetsvakter ombads lämna området för att inte bevakningen skulle sticka ut för mycket. Inga stora incidenter på området – det allvarligaste var en kvinna som föll i vattnet. Allt gick bra, men kvinnan fördes ändå till sjukhus för kontroll.

Några enklare förändringar, till exempel förflyttningar av skyltar, skulle göra området mer öppet och välkomnande för besökare.

Några volontärer åtgärdade på eget initiativ problem med vinschtest och radiostyrda båtar i Volvo Ocean Race Experience Center.



VÄDER: Äntligen sol, 14°C

DAGENS HÄNDELSE: Fest på Pumapråmen – en man kom ner i morgonrock och tofflor från sin lägenhet i Gamla Stan. Han undrade vad som stod på och bad en funktionär skruva ner musiken. Sekunden efter blev det tvärtyst. Mannen lommade hem igen, ännu mer förbryllad...

17 JUNI, ONSDAG – DAG 4:

Båtarna, publiken och solen kom till stan!

Båtarna gick i mål på Skeppsbron i tävlingen Stockholm City Sprint. Ungefär 150 000 åskådare samlades runt Strömmen för att se Ericsson 3, med Mange Olsson ombord, vinna strax före Ericsson 4 på hemmaplan.



På eftermiddagen var det Garden Party och mottagning med kungafamiljen på Logården. Ola Rembe från Ericsson och Ola Åstradsson,



projektledare Stockholm Stopover, kunde båda andas ut och glädjas över framgångarna.

Tommy Körberg med flera uppträdde med en välbesökt ABBA-show på kvällen.

VÄDER: Soligt, 16°C

DAGENS HÄNDELSE: Båtarna såklart!

18 JUNI, TORSDAG – DAG 5:

Åter regn och krympande publik

Idag bestämdes det att startplatsen för slutetappen mot S:t Petersburg skulle flyttas från Kanholmsfjärden till utanför Sandhamn, på grund av det stora antalet åskådarbåtar.

Den stora 72 ton tunga kranen som skulle lyfta upp båtarna var försenad. Totte Cederholm, it- och elansvarig, väntade på den utanför Ocean Race-kontoret. Kranen levererades av Lodbrok – en ännu större kran.

VÄDER: Molnigt och regnigt, 13°C

DAGENS HÄNDELSE: Lång väntan på kranen.

19 JUNI, FREDAG – DAG 6:

Midsommarafton med många turister i Race Village

Fler besökare än väntat – främst turister – samlades i Race Village och i Stockholmspaviljongen. I mediecentret var det full fart mitt på midsommarafton – massvis med pressklipp på väggarna.



På Teaterskeppet och i Volvos paviljong firades svensk midsommar.

VÄDER: Från moln till sol och regn på kvällen, 14°C

DAGENS HÄNDELSE: Alla glada turister i Race Village!

20 JUNI, LÖRDAG – DAG 7:

En perfekt dag för aktiviteter på Skeppsbron

Massor av glada besökare samlades på Skeppsbron för att ta del av alla upplevelser och aktiviteter – precis så här ska det vara! Även Stockholmspaviljongen var full med



människor – minst 200 besökare per timme har tagits emot de senaste dagarna. Midsommarhelgen var planerad som ”mellandagar” med relativt få besökare – det blev precis tvärtom. Sammanlagt kom 100 000 besökare på två dagar – fantastiskt roligt!



VÄDER: Molnigt, men uppehåll, 16°C

DAGENS HÄNDELSE: Många besök i Stockholmspaviljongen

21 JUNI, SÖNDAG – DAG 8:

In-Port Race på Kanholmsfjärden med tusentals åskådarbåtar



Klockan 07.30 avgick Visbykorvetten ”Helsingborg” från Skeppsbron med destination Kanholmsfjärden. Sju VO 70-båtar och massor av åskådarbåtar följde med



ut. KSSS-teamet, som var ansvariga för seglingarna, kom ombord på Helsingborg för att koordinera seglingen från högsta utsiktspunkten på fjärden. Tävlingen följdes av tusentals åskådarbåtar – en oförglömlig upplevelse och ett skolboksexempel på hur ett seglingsarrangemang ska genomföras.

VÄDER: Strålände solsken, 14–20°C

DAGENS HÄNDELSE: KSSS-teamet gjorde ett kanonjobb!

22 JUNI, MÅNDAG – DAG 9:

Pro/Am-tävling på Strömmen och prisutdelning i Stadshuset

Det fullkomligt sjöd av aktiviteter runt Volvo Ocean Race i Stockholm denna soliga sommardag. TV 4 sände sitt morgonprogram direkt från Race Village. Under



dagen välldes besökarna in i tusentals. Styrelseordförande Carl-Erik Aroseus svettades över bordsplaceringen av kungliga gäster vid honnörsbordet inför kvällens ceremoni i Stadshuset. Ken Reed, PUMA, tog emot första pris för etappen Marstrand–Stockholm ur H.M. Konungens hand och passade på att stjäla hans öppningsfras – ”This is the king speaking”. Många seglade sen vidare ut i Stockholms nattliv.



VÄDER: Soldis, 21°C

DAGENS HÄNDELSE: En spexande Mange Olsson, Ericsson 3, fick hela Blå hallen att lyfta.

23 JUNI, TISDAG – DAG 10:

Kändisrace och Stockholms-seminarium

Skön stämning och gott om glada besökare i Race Village denna soliga tisdag. Marmeladorkestern underhöll och clownerna delade ut ballonger till barnen.

Ett seminarium hölls om Stockholm – The Capital of Scandinavia. Julian Stubbs, upphovsman till regionens varumärke, underströk Stockholms storhet i många olika sammanhang och för många olika målgrupper.

Celebrity Race arrangerades utanför Skeppsbron, med en kändis, en erfaren



seglare och en junior i varje lag. Simmaren Lars Frölanders lag vann över bland andra TV-profilen Ebba Blitz, Sara Lumholdt från f.d. A-teens, Richard Mason från Ericsson 3 och Gurra Krantz.

På kvällen drog Alcazar och The Poodles stor publik – en perfekt avslutning på ännu en lyckad dag.



VÄDER: Kunde inte bli bättre, 24°C och sol!

DAGENS HÄNDELSE: I Race Village passade Irland, Green Dragons hemland, på att marknadsföra sin gröna ö.

24 JUNI, ONSDAG – DAG 11:

Volvo och seglingsteamet gillar Stockholm

Jeremy Troughton från VEMUK, ansvarig för planeringen av Volvo Ocean Race 2011, tog emot ett hundratal gäster från kandidatstäderna. Det var ingen slump att Stockholm valdes ut för att presentera hur ett hamnstopp ska se ut.



150 speciellt utvalda gäster var inbjudna till dagens miljöseminarium, med bland andra Craig Venter – världskänd genforskare, seglare och världsförbättrare. Craig Venter försöker bland annat hejda klimatförändringen genom att producera alternativa bränslen.

Holländaren At van Barnevald, som representerade Hilfiger och sponsrade Delta Lloyd, var förtjust i kontrasterna i Stockholm och Race Village, men tyckte In-Port Racet låg för långt bort. Stewart McLachlan, tekniker på Telefonica Blue, tyckte Stockholm Stopover var fantastiskt. Det enda problematiska var att förflytta saker på området, eftersom det var så många besökare.

Avslutningsfesten diskuterades. Alla volontärer måste tackas ordentligt!

VÄDER: Ännu en varm och solig dag, 24°C

DAGENS HÄNDELSE: På kvällen fyllde Eric Gadd Skeppsbron och scenområdet.



25 JUNI, TORSDAG – DAG 12, SISTA DAGEN:

Tack Stockholm – nu seglar vi mot slutmålet S:t Petersburg

Massor av åskådarbåtar följde starten utanför Sandhamn, som fungerade perfekt. Andra följde den via storbildsskärmarna i Race Village. Besökarna började droppa av från området, som under många dagar varit mycket välbesökt. Det totala antalet besökare uppskattades till minst 700 000, vilket betydde att målet på 500 000 hade passerats med råge.

Många sponsorer och samarbetspartners tackade projektteamet för ett mycket väl genomfört event – ”snyggt och prydligt”, ”ordning och reda”, ”gott om besökare” var några av alla positiva kommentarer.

Projektteamet och funktionärerna var glada, men lite trötta, och såg fram emot kvällens avslutningsfest.

Här tackade Knut Frostad, vd för Volvo Ocean Race, alla festdeltagare med de glädjande orden ”Detta är det bäst organiserade stopover som någonsin genomförts i tävlingens historia”.

VÄDER: Varm och solig avslutning, 25°C

DAGENS HÄNDELSE: Båtarna startade mot slutmålet – avslutningsfest!

26 JUNI – 1 OKTOBER:

Ordningen återställd

Dagen efter att tävlingsflottan seglat vidare påbörjades avetableringen. Båtarna nådde slutmålet S:t Petersburg den 27 juni. Först i mål kom Telefonica Black. Totalsegrare blev Ericsson 4. Den 4 juli hävdades trafikomläggningarna på Skeppsbron. Efter Trafikkontorets och Stockholms Hamns inspektion av Skeppsbron återlämnades kajen i ursprungligt skick den 7 juli. Volvo Ocean Race Stockholm Stopover avslutades officiellt den 1 oktober 2009.



Resultat och utvärdering

”Arbetar de inte i Sverige på sommaren?
Det var otroligt att se alla dessa människor
som kom för att se starten mitt i veckan.
Vi ser fram emot att komma tillbaka
till Stockholm!”

Gabriele Olivo, medieman på Telefonica Blue, om starten för Leg 10 den 25 juni 2009

Publiken

I detta avsnitt presenteras en sammanfattning av resultatet av två undersökningar som Stockholms Hamnar gav Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor (USK) i uppdrag att genomföra. 718 slumpvis utvalda besökare intervjuades på plats under Stockholm Stopover och 350 boende i Stockholm och Mälardalen intervjuades per telefon, före och efter evenemanget. De fullständiga rapporterna finns på dvd längst bak. Där finns också mer information om hur undersökningarna har genomförts.

Uppskattningsvis gjordes drygt 730 000 besök nere vid Skeppsbron av stockholmare och turister. Till det ska läggas cirka 250 000 personer längs andra kajer och vattenområden samt cirka 6 000 åskådarbåtar.

Den 17 och 23 juni besöktes Race Village av över 150 000 personer per dag. Många såg Stockholm City Sprint från en annan plats i Stockholm. Dessutom fanns nästan 3 500 åskådarbåtar på plats när In-Port Race gick av stapeln på Kanholmsfjärden den 21 juni.

Var fjärde intervjuad hade redan besökt, eller räknade med att besöka, evenemangsområdet fler än en gång. I genomsnitt räknade man denna gång med 1,5 besök per person. Det skulle innebära ungefär en halv miljon unika besökare under de tolv dagarna.

Män och kvinnor i alla åldrar

Evenemanget lockade både män och kvinnor, med en liten manlig dominans. Spridningen över åldrar var påfallande jämn. De intervjuades medelålder var 46 år. De allra flesta, 85 procent, var bosatta i någon kommun i Stockholms län – varav huvuddelen bodde i Stockholms stad. 11 procent var bosatta i andra delar av landet och 4 procent kom från andra länder.

Besökarnas förväntningar

Var tredje hade inga direkta förväntningar på evenemanget. Majoriteten av övriga menade att det var ungefär som väntat medan

18 procent var positivt överraskade. Var tionde tyckte att det var sämre än väntat.

Ja tack till arrangemang på offentlig plats

Intervjun innehöll även ett par mer generella frågor om inställningen till arrangemang på offentlig plats och stadens roll som finansier. Inställningen till att det arrangeras evenemang på offentlig plats i Stockholm under somrarna var klart positiv bland besökarna av Stockholm Stopover. 78 procent var mycket positivt inställda och ytterligare 16 procent var ganska positiva. Några få procent var negativa och några procent saknade uppfattning.

Hela 71 procent tyckte att Stockholms stad ska vara med och bidra ekonomiskt till den här typen av evenemang.

75 000 turister i Race Village

De tillresta besökarna – personer som var bosatta utanför Stockholms län – var 15 procent av alla evenemangsbesökare. En halv miljon unika besökare totalt innebär att de tillresta var 75 000. Främst kom de från närliggande län och från Västra Götaland. Utländska turister utgjorde en anse- nlig del – en fjärdedel – av alla tillresta.

Många turister var här på semester, i affärer eller av andra orsaker och passade under Stockholmsvistelsen på att besöka evenemanget. 28 procent angav att Volvo Ocean Race var den huvudsakliga orsaken till att de befann sig i Stockholm vid intervjutillfäl- let, vilket motsvarar 21 000 personer.

I genomsnitt stannade turisterna 3,7 dagar i Stockholmsområdet. Då har några med mycket långa vistelsetider, på grund av kurser eller arbetsuppdrag, exkluderats.

Turister som kom från länder utanför Sverige var mycket positivt inställda till Stockholm. Sannolikheten att de skulle komma tillbaka eller rekommendera andra att komma till Stockholm bedömdes som hög.

Kännedom, inställning och utnyttjande av evenemanget

Vid USK:s telefonundersökning visade det sig att kännedomen om Volvo Ocean Race hade ökat från 64 procent vid föremätningen i oktober 2008 till 82 procent vid eftermät- ningen i september 2009.

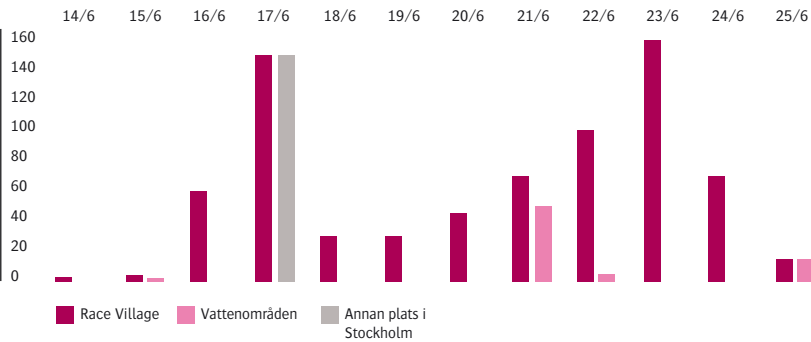
När det gäller delmålet i Stockholm hade kännedomen ökat från 28 procent till 81 procent mellan de två tillfällena.

Den främsta informationskällan om Stock- holm Stopover var tidningar/tidskrifter och TV. Även information från vänner och bekanta var vanligt.

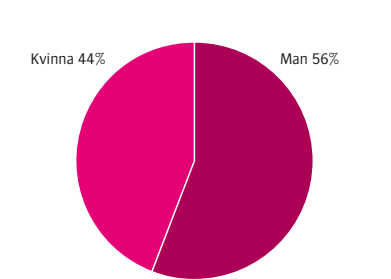
Av dem som kände till Stockholm Stopover var 49 procent ganska eller mycket nöjda med informationen om evenemanget.

Av de tillfrågade svarade 65 procent att de befann sig i Stockholm någon gång under evenemanget – mot 60 procent som i oktober 2008 räknade med att de skulle vara i Stockholm.

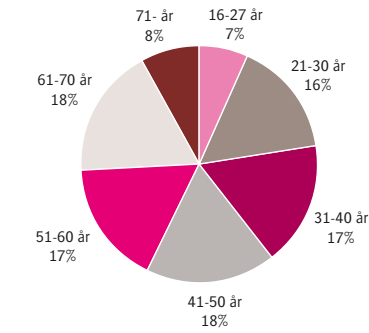
Dagliga besökare i Race Village och vattenområden (tusental)



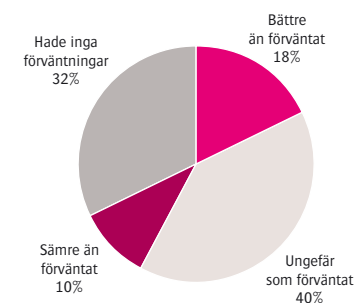
Den intervjuades kön



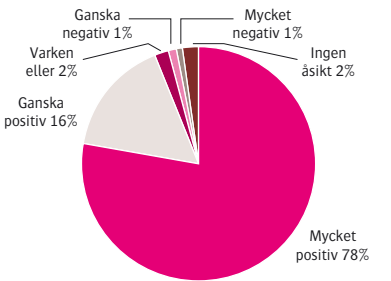
Den intervjuades ålder



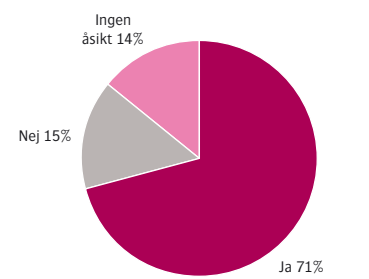
Hur väl motsvarade Stockholm Stopover de förväntningar du hade innan du kom hit?



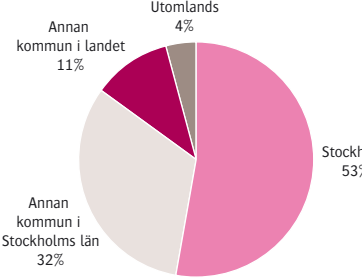
Är du positiv eller negativ till att det arrangeras evenemang på offentlig plats i Stockholm under somrarna?



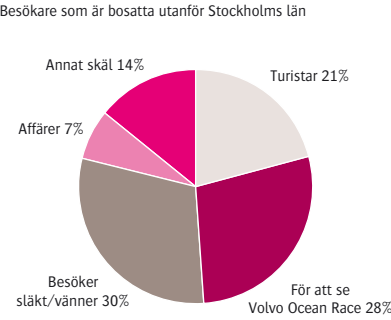
Tycker du att Stockholms stad ska vara med och bidra ekonomiskt till den här typen av evenemang?



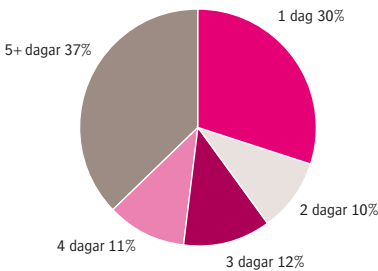
I vilken kommun bor du?



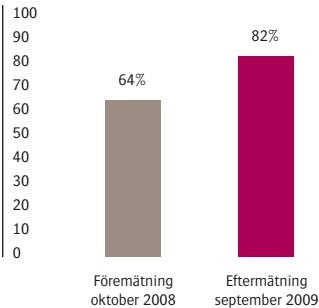
Vilket är det huvudsakliga skälet att du besöker Stockholm?



Antal dagar i Stockholmsområdet

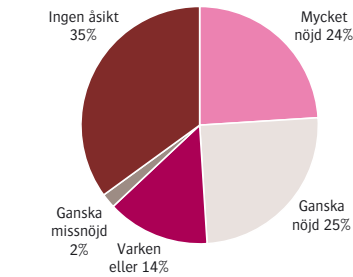


Har du hört talas om Volvo Ocean Race?

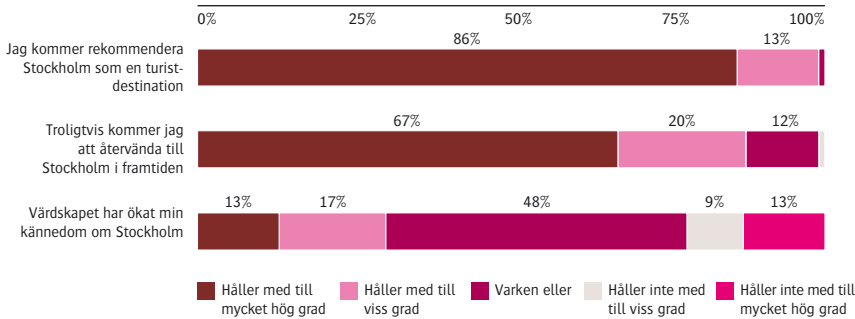


Var du nöjd eller missnöjd med informationen om evenemanget?

Av dem som kände till Stockholm Stopover

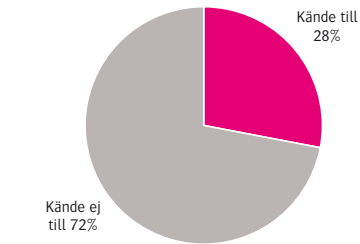


Internationella besökares intryck av Stockholm Stopover 2009



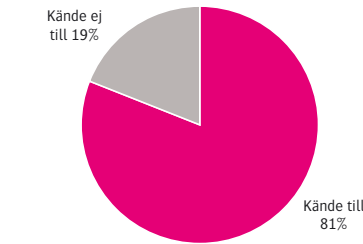
Känner du till att Volvo Ocean Race har ett av sina delmål i Stockholm i juni 2009?

Föremätning oktober 2008



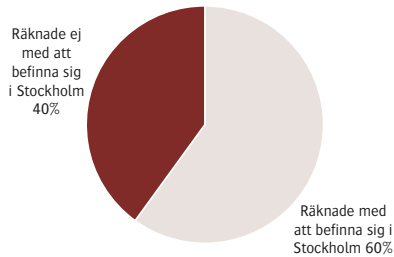
Känner du till att Volvo Ocean Race hade ett av sina delmål i Stockholm i juni 2009?

Eftermätning september 2009



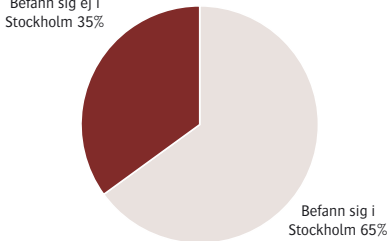
Stockholm Stopover arrangeras vid Skeppsbron 13–25 juni 2009. Kommer du befinna dig i Stockholmsregionen någon gång under den tiden?

Föremätning oktober 2008



Stockholm Stopover arrangerades vid Skeppsbron 13–25 juni 2009. Befann du dig i Stockholmsregionen någon gång under den tiden?

Eftermätning september 2009





Media och information

Här presenteras en sammanfattning av det internationella genomslaget i media samt den svenska mediebilden av Stockholm Stopover, enligt två undersökningar av Infopaq. Även det beräknade värdet av köpt exponering i media samt medborgarnas kännedom om Volvo Ocean Race redovisas. De fullständiga rapporterna bifogas på dvd.

Internationellt genomslag

Totalt sett hade publiciteten om Stockholm Stopover runt 390 miljoner exponeringstillfällen. Medieutrymmet var värt 44,1 MSEK.

Webbartiklar stod för merparten av alla publiceringar i internationella medier, då över 700 av 985 införingar återfanns här. I artiklarna var det framförallt fokus på tävlingarna och resultaten. Nederländerna, Irland, Tyskland och Frankrike var de länder som skrev flest artiklar om Volvo Ocean Race och Stockholm. Den tyska sajten spiegel.de publicerade flera artiklar om seglingstävlingen där Stockholm nämndes. Sajten hade den största räckvidden av alla webbmedier i genomgången, då artiklar därifrån nådde ut till 7 miljoner.

Drygt 10 procent av artiklarna från webben publicerades på olika nyhetsportaler. Räckvidd för sökportaler med nyhetssidor är inte medräknad eftersom antalet unika besökare inte motsvarar antalet besökare som faktiskt använder dessa sajter som nyhetskällor. Mer än 250 av artiklarna på webben publicerades vidare på sportsidor med begränsat antal läsare.

Enligt Infopaqs undersökning gav en sökning på Volvo Ocean Race i samband med Stockholm totalt 239 träffar i internationell tryckt press inklusive nyhetsbyråer, ett år tillbaka i tiden (oktober 2008–oktober 2009). Även tryckt press fokuserade i första hand på tävlingarna och resultaten. Länder som Frankrike, Irland, Nederländerna, Storbritannien och USA publicerade ett större antal artiklar om Volvo Ocean Race där Stockholms nämndes. Det var i den brittiska tabloiden The Daily Mail som en artikel om Volvo Ocean Race och Stockholm nådde flest läsare, totalt 4,3 miljoner.

En rad internationella nyhetsbyråer publicerade material om Volvo Ocean Race där Stockholm nämndes. Nyhetsbyråmaterial genererar ingen spridning eller annonsvärde i sig men brukar nå många läsare via annan press.

En översikt där det internationella genomslaget för Stockholm Stopover sattes i relation till genomslaget för övriga hamnstopp visade att Stockholm låg i nivå med stoppet i Galway. Det ska dock påpekas att jämförelsen endast ger en fingervisning om genomslaget för övriga hamnstopp, då den bygger på en ogränsad webbvakning av internationella källor, där webbunderlaget varierar mellan olika regioner och länder.

Den svenska mediebilden

Publiciteten om Stockholm Stopover hade runt 148 miljoner exponeringstillfällen, motsvarande 21 kontakter med varje vuxen svensk. Evenemanget fick stort utrymme i ledande storstadspress, såsom Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, men också i kvällspress och i stora etersändningar. Skulle det handla om köpt utrymme, motsvarade det en kontaktkostnad på 15 öre. Medieutrymmet var värt nästan 22 miljoner kronor.

Publiciteten kring Stockholm Stopover hade främst fokus på tävlingen och deltagarna. Merparten av alla artiklar och inslag handlade om segling och resultat. Det var också främst besättningarna som kom till tals. När fokus i publiciteten låg på evenemanget, beskrevs det ofta som en välbesökt folkfest. I en mindre del av artiklarna diskuterades det vad evenemanget betydde för Stockholm som stad. Då var särskilt representanter från Staden och arrangörerna viktiga budbärare. Även publiciteten kring kappseglingen bidrog till att ge bilden av Stockholm som en attraktiv och upplevelserik stad. Publiciteten höll hög kvalitet, ofta med stort uppslag, rikt illustrerade artiklar.

Närmare 9 av 10 artiklar framställde tävlingen och evenemanget på ett positivt eller neutralt sätt. Kritiken var nästintill obefintlig. När kritik förekom, var det främst tyckande journalister som ifrågasatte att skattepengar används till att bekosta liknande evenemang eller som kritiserade att ett Volvo i kris sponsrade tävlingen. Den befärade kritiken kring trafikstörningar uteblev nästan helt. Totalt var endast ett fåtal införanden negativa.

Stockholm Stopover i siffror	Sverige	Internationellt	Totalt
Totalt antal införanden	387	985	1 372
Total räckvidd (exponeringstillfällen)	148 miljoner	242 miljoner	390 miljoner
Totalt annonsvärde	21,9 MSEK	22,2 MSEK	44,1 MSEK
Antal kontakter per vuxen svensk	21		
Kontaktkostnad	15 öre		
Antal artiklar bara i DN/SvD	40		
Andel positiv/neutral publicitet	97%		

Jämförelsetal
Stora börsnoterade bolag har cirka 80-100 miljoner exponeringar per månad.
Mindre börsnoterade bolag, myndigheter och fackförbund cirka 20-40 miljoner exponeringar.

Värdering av köpt medieexponering

Köpt medieexponering motsvarade ett totalt värde på nästan 12 MSEK. I detta ingick sponsring och reklamfilm på ESPN, Asia och Versus i Nordamerika, en bilaga i DN, helsidesannonser i Metro varje dag under evenemanget, banners på espn.com, utomhusannonsering, annonser i magasinerna Segling, Båtnytt och På Kryss samt radiospottar på Skärgårdsradion och i Stockholmskanalerna. Beräkningen gjordes av Bizkit, den fullständiga rapporten finns bifogad på dvd.

Kännedom om Volvo Ocean Race

Enligt en medborgarundersökning från Stockholms Stads Utrednings- och Statistik-kontor kände närmare nio av tio till själva tävlingen Volvo Ocean Race i september 2009.

Kännedomen hade ökat med 18 procent mellan föremätningen (oktober 2008) och eftermätningen (september 2009).

Nästan alla som inte kände till evenemang-et saknade intresse för segling.

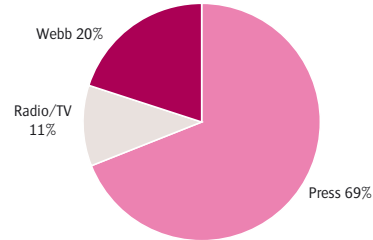
Var fjärde hade följt tävlingen sedan starten i oktober 2008, de flesta genom TV.

Kännedomen om Stockholm Stopover hade ökat markant mellan före- och eftermät-ningen – från 28 till 81 procent .

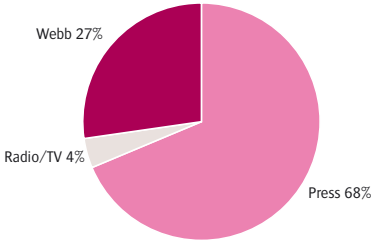
Två tredjedelar hade fått informationen genom tidningar och knappt varannan ge-nom TV.

57 procent var ganska eller mycket nöjda med informationen om evenemanget, 52 procent var varken eller, eller hade ingen åsikt. Bara 1 procent var missnöjd.

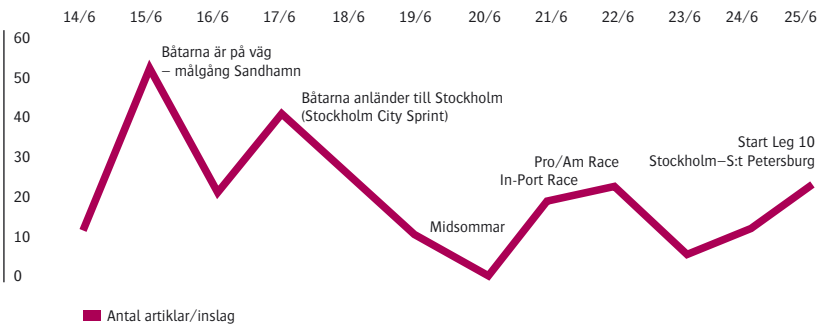
Media, räckvidd



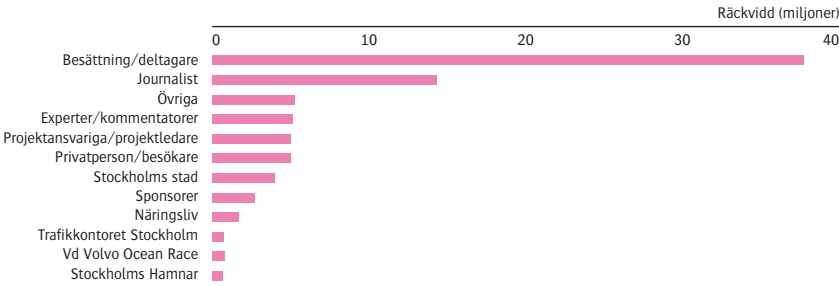
Media, antal införanden



Toppar i samband med tävlingar, svenska medier

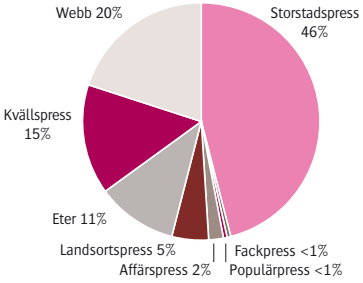


Huvudaktörer i publiciteten

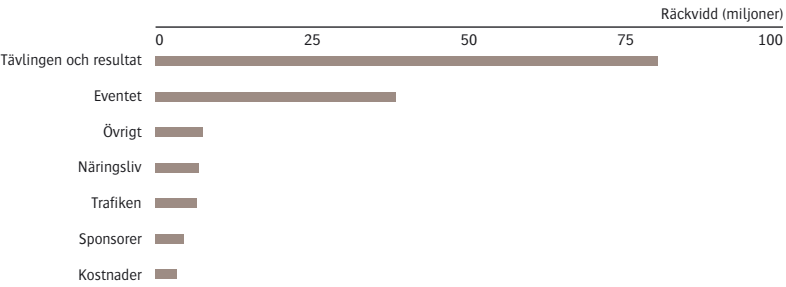


Exponeringar mot mediepubliken

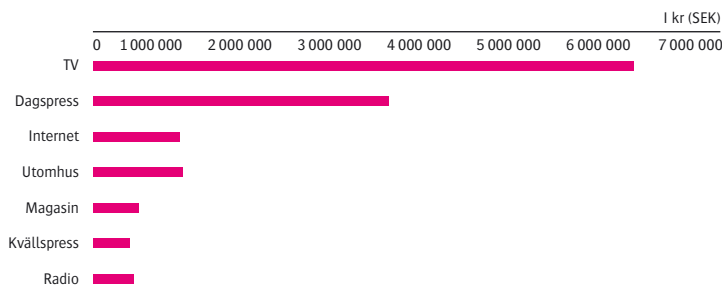
Baserat på räckvidd i miljoner



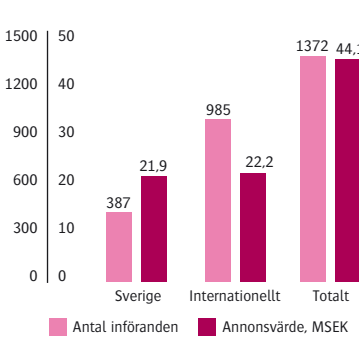
Infallsvinklar i publiciteten



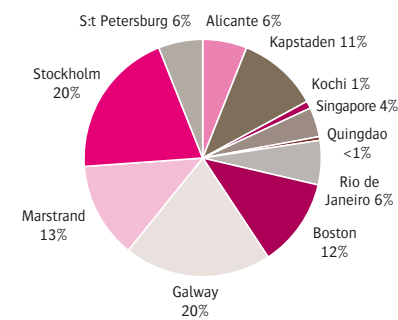
Värde medieexponering



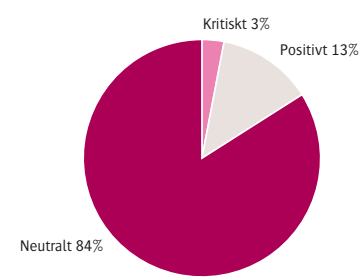
Total medieexponering



Internationellt genomslag



Mediebild, antal införanden



Hur har du fått information om Stockholm Stopover?

Av dem som kände till Stockholm Stopover

Tidningar/tidskrift	68%
TV	50%
Vänner/bekanta	20%
Radio	14%
Programtidning	13%
Utomhusannonsering	11%
Internet	10%
Annat sätt	11%

Sponsorer

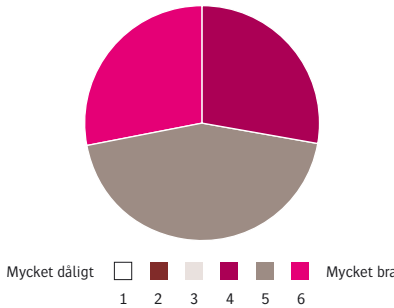
Här sammanfattas en enkätundersökning som gjordes av Brandspot efter Stockholm Stopover på uppdrag av Stockholms Hamnar. I enkäten ställdes frågor till sponsorer, partners och suppliers om de sportsliga arrangemangen, marknadsföring och profilering, utställnings- och aktivitetsområden, service samt Ocean Race Club. Den fullständiga rapporten finns på dvd längst bak i denna rapport, tillsammans med information om hur undersökningen har genomförts.

Resultatet visade att sponsorerna var mycket positivt inställda till Stockholm Stopover. På en skala 1–6, där 6 är bäst, låg medelvärdet för samtliga frågor på över 4. Allra bäst betyg fick Stockholm Sprint Race på 5,3. Samtliga tillfrågade uppgav att

de skulle vara intresserade av att medverka igen om Volvo Ocean Race kom tillbaka till Stockholm.

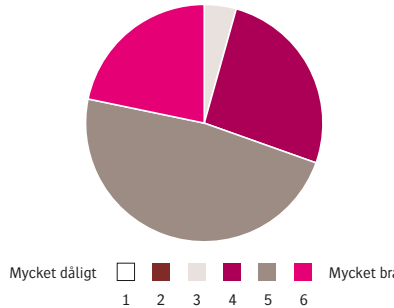
Hur upplevde ni de sportsliga arrangemangen som helhet?

5,0



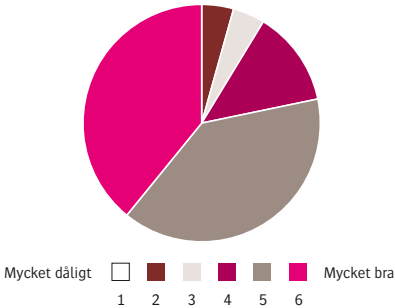
Vilket är ert övergripande intryck av Stockholm Stopover 2009?

4,9



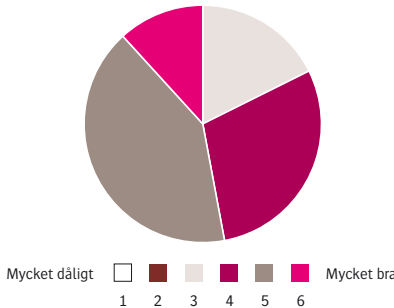
Hur fungerade servicen på plats för er som partners?

5,0



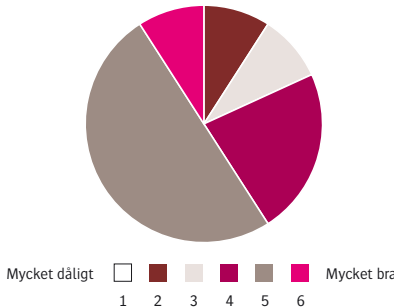
Hur utföll era förväntningar på egen försäljning/produktinformation på området?

4,5



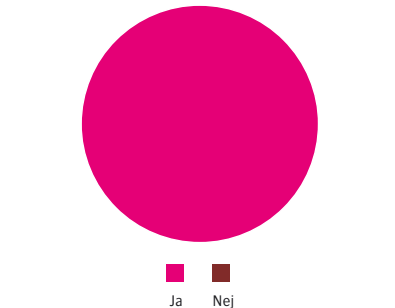
I vilken utsträckning har er medverkan som sponsor till Stockholm Stopover levt upp till era förväntningar?

4,4



Skulle ni vara intresserade av att medverka igen som sponsor/partner/supplier om Volvo Ocean Race kommer tillbaka till Stockholm?

Ja



Ekonomi

Deloitte har på uppdrag av VEMUK och Stockholms Hamnar undersökt hur insatser och inköp i samband med Stockholm Stopover resulterade i ökad ekonomisk aktivitet i Stockholm och regionen. Den ekonomiska aktiviteten stimulerades av deltagare, publik och värdorganisation och påverkade ekonomin på både lokal och nationell nivå. Resultatsammanfattningen i detta avsnitt bygger även på en publikundersökning av Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor.

De fullständiga rapporterna finns på dvd längst bak. Där finns också mer information om hur undersökningarna har genomförts.

Tillskott för stadens näringsliv

Deloitte's undersökning visade att omkring 319 MSEK spenderades i samband med Stockholm Stopover, varav den största delen kom från besökarnas inköp.

Mest pengar lades på logi, mat och dryck. Även inom detaljhandeln, transporter och marknadsföring spenderades betydande summor.

De tävlande lagen gjorde inköp för omkring 25 MSEK. Av detta kunde 75 procent härledas till marknadsföring och företagsaktiviteter. Över 7 000 gäster deltog i lagens marknadsföringsaktiviteter, varav 2 300 i särskilda gästprogram. 163 ackrediterade journalister fanns på plats, varav 83 kom från länder utanför Sverige. Medias inköp uppskattades till totalt 2 MSEK, med mat och dryck som den största posten.

Totalt besökte 737 000 personer Race Village. Som mest kom fler än 150 000

besökare på en och samma dag – det hände två gånger under evenemangets tolv dagar.

De internationella besökarna gjorde dagligen inköp för 1 640 SEK per person, medan de svenska turisterna spenderade omkring 840 SEK per dag och person.

De internationella turisterna spenderade över 10 000 SEK per person under evenemanget, och de svenska turisterna cirka 5 000 SEK per person.

Sammantaget medförde Stockholm Stopover flera positiva effekter – både direkta och indirekta. Evenemanget var uppskattat bland stockholmarna och resulterade i ökad stolthet över Stockholm och Sverige. Turister från andra länder var mycket positivt inställda till både evenemanget och staden och uppgav att de kunde rekommendera andra att tillbringa semestern här. De flesta trodde också att de själva skulle återvända till Stockholm vid ett annat tillfälle.

Till de positiva effekterna hör inte minst det utrymme som Stockholm Stopover fick i svenska och internationella medier. En undersökning av Infopaq visade att detta var värt 44,1 MSEK.

Turistekonomisk omsättning

Enligt en publikundersökning som gjordes av USK, Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor, stannade 70 procent av de tillresta besökarna en eller flera nätter i Stockholm. De övernattande besökarna bodde påfallande ofta hos släkt eller vänner (53 procent). 38 procent valde kommersiella boendeformer, huvudsakligen hotell. I genomsnitt stannade turisterna 3,7 dagar i stockholmsområdet.

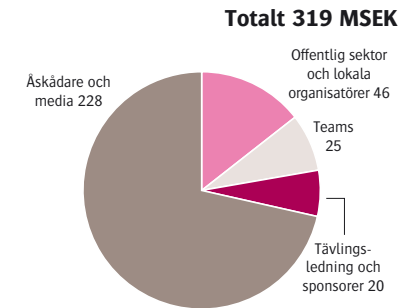
Eftersom de flesta turister som intervjuades var i Stockholm för att besöka släkt och vänner eller turista är det inte överraskande att de hann med en hel del annat under sin vistelse i staden. I främsta rummet rör det sig om restaurangbesök och shopping, men även en del sightseeing och släktträffar. Undersökningen visade att utgiften för shopping var högst, närmast följd av restaurangbesök.

Sammanfattning

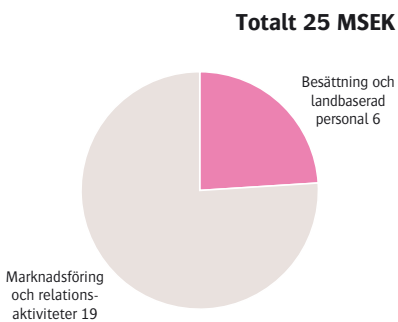
Totalt antal unika besökare av Stockholm Stopover	cirka 500 000 personer
Andel tillresta besökare, turister	15 procent
Turisternas genomsnittliga utlägg per vistelse	3 400 SEK
Direkt ekonomisk påverkan	319 MSEK
Andel tillresta besökare som hade Stockholm Stopover om huvudsakligt skäl	28 procent

De fullständiga rapporterna från Deloitte och Stockholms Stads Utrednings- och Statistikkontor (USK) finns på bifogad dvd.

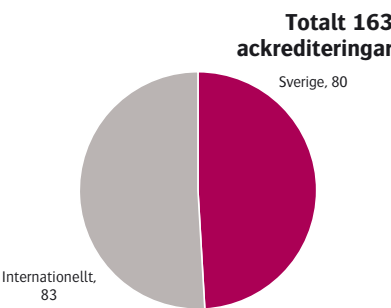
Volvo Ocean Race 2008-2009 – direkta inköp i Stockholm (MSEK)



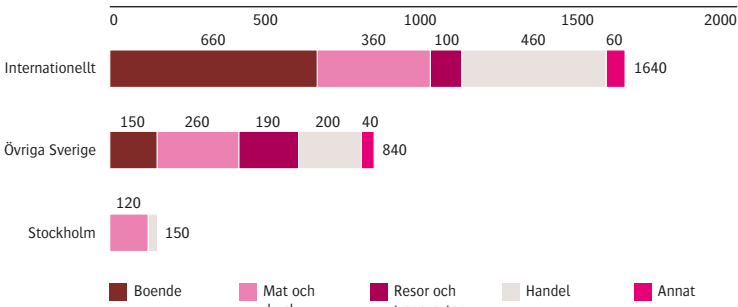
Teamens totala inköp i Stockholm (MSEK)



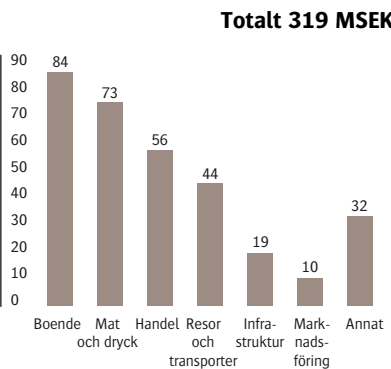
Ackrediterad media, Stockholm Stopover 2009



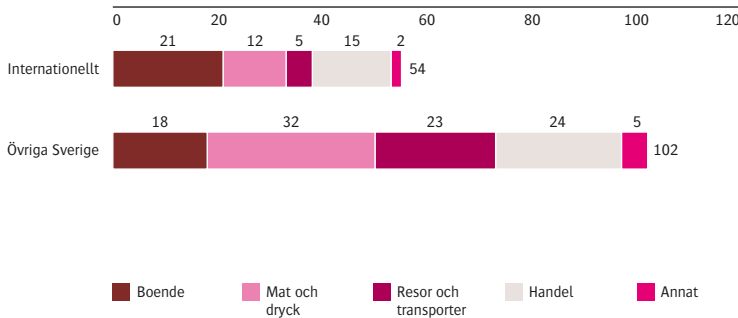
Dagligt inköp i Stockholm (SEK per person)



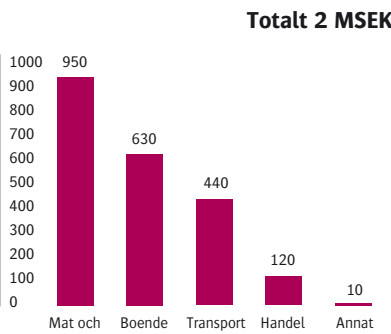
Direkt ekonomisk påverkan av Volvo Ocean Race i Stockholm per kategori (MSEK)



Totalt inköp, tillresta besökare (MSEK)



Internationella medias inköp i Stockholm (SEK 000)



I backspegeln

Nu när dammet åter har lagt sig på Skeppsbron, och Race Village är ett minne blott, finns all anledning att blicka tillbaka och summera den fantastiska tid som Stockholm Stopover har varit.



Redan den 11 februari 2008, lite drygt 16 månader innan båtarnas ankomst till Stockholm, rekryterades jag för att leda projektet. Det var inte svårt att konstatera att vi hade alla förutsättningar att arrangera ett stopover utöver det vanliga – god ekonomi, gott om tid och möjlighet att anställa de bästa personerna för uppgiften. Med andra ord – det fanns inga ursäkter för ett misslyckande.

Vilka risker fanns då att ta med i beräkningarna? Vid ett möte med styrelsen för KSSS, ett år innan evenemanget, fick jag frågan av Jakob Wallenberg. Oförberedd svarade jag instinktivt att jag trodde det fanns en liten risk att båtar av olika skäl skulle falla ur tävlingen, att intresset för Volvo Ocean Race därmed skulle minska, och att vår förväntade storpublik skulle lysa med sin frånvaro.

Några månader senare drog sig Team Russia ur tävlingen av finansiella orsaker. Mellan Singapore och Qingdao höll Ericsson 3 på att sjunka, Telefonica Black gick nästan av på mitten och Delta Lloyd var nära en katastrofal delaminering av skrovet. När Telefonica Blue gick på grund precis innan

starten från Qingdao var fem av åtta båtar ute ur tävlingen. Bara tre båtar seglade mot Rio på utsatt tid. Men tack vara heroiska insatser av de nedräknade teamen kom alla utom Team Russia välbehållna fram till Rio. Min profetia slog lyckligtvis inte in. Vi hade till och med förmånen att få återse ryssarna i Stockholm. För första gången sedan Singapore var alla åtta båtarna i Volvo Ocean Race 2008-2009 samlade igen.

En annan riskfaktor var förstås vädret. De första dagarna på evenemanget upplevde vi temperaturer som snarare förknippas med mild vinter, men tack och lov kom sommaren med sol, värme och tropiska nätter under den andra veckan.

Vid sidan av riskerna fanns förstås även höga förväntningar och fantastiska chanser för Stockholm att visa upp sig som internationell evenemangsstad. Med de yttre förutsättningarna givna – Skeppsbron med Race Village och vår fantastiska skärgård som arena – var det upp till mig och projektgruppen att göra Stockholm Stopover till en succé.

Och en succé blev det – det kan jag med gott samvete säga. Vi överträffade inte

bara Stockholms stads och våra egna förväntningar utan även de högt ställda förväntningarna från VEMUK. Extra stolta är vi över Stockholm City Sprint som dels var en fantastisk upplevelse, dels den disciplin som skapade mest uppmärksamhet i media av alla seglingstävlingarna under Stockholm Stopover.

Men det är en annan bild som har etsat sig fast i mitt minne från Stockholm Stopover, nämligen 3 500 åskådarbåtar på Kanholmsfjärden under In-Port Racet den 21 juni. Alla som var med där ute bidrog till en helt unik upplevelse. Aldrig någonsin har så många båtar varit samlade på en så begränsad yta som denna dag. De som hävdar att segling inte är någon publiksport får nog tänka om – In-Port Racet drog fler åskådare än en fotbollslandskamp på Råsunda.

Ola Åstradsson
Projektledare Stockholm Stopover



Rapporter och källmaterial

Projektledningens tack

Projektledningen vill rikta ett stort tack till Polisen, Trafikkontoret, Kulturförvaltningen, Brandförsvaret, SL, Busslink och Stockholm Visitors Board som alla bidrog med resurser och kunskap inför planering och genomförande av Race Village på Skeppsbron och i Kungsträdgården. Tacksamma är vi även för den förståelse som Waxholmsbolaget, Strömma Kanalbolaget, Blidösundsbolaget, Rederi Mälaren, Teaterskeppet, Ånedin-Linjen, Pontus by the Sea, Melanders och Voice visade i samband med omplaneringen av Skeppsbron.

Vi vill även tacka Sjöpolisen, Kustbevakningen, Sjöfartsverket, Sjöräddningssällskapet, KSSS, Luftfartsverket, Brandförsvaret, Försvarsmakten, Länsstyrelsen, Sjöassistance, Stockholm Radio, Värmdö kommun samt Stockholms Hamnar för ett gott samarbete när det gäller sjösäkerhet och sportsliga arrangemang. Slutligen, ett stort tack till rådgivaren Carl-Gustaf Piehl för hans insatser.

Upphovsrättsskyddat material

Bifogad dvd innehåller bilder, filmer, rapporter och annat källmaterial från Volvo Ocean Race 2008-2009. Materialet är upphovsrättsskyddat och ej avsett för allmän spridning. Bilderna ska alltid krediteras fotograf enligt förteckning på bifogad dvd. För mer information och godkännande före användning, kontakta Stockholms Hamnars kommunikationsavdelning på telefon 08-670 26 00.



Produktion: HURRA!, www.hurra.se, i samarbete med Volvo Ocean Race Stockholm Stopover / 2009-10

Tryck: Joma Grafisk Produktion, Ljungby. **Omslag:** Chromolux 700, 350g. **Inlägga:** MultiArt matt, 150g. **Upplaga:** 700 ex.

Medverkande fotografer: Per-Erik Adamsson: sid 20, 57. Stig Berggren/Hurra!: sid 25, 51, 64, 66, 67. Victor Brott: sid 9. Fredrik Hjerling: sid 51, 64, 84. Dave Kneale/Volvo Ocean Race: sid 6, 10, 13, 15, 36, 38, 41, 55, 58, 64, 67, 68, 69, 70, 76, 81. Kustbevakningen: sid 32, 85. Yanan Li: sid 64. Gunnar Lindén: sid 25, 41, 51, 60, 64, 65, 66, 67, 68. Maria Muina/Equipo Telefonica: sid 13. Lasse Petré/Hurra!: sid 2, 24, 51, 86. Dave Pinegar: sid 13. Peter Rutherhagen: sid 25. Rick Tomlinson/Volvo Ocean Race: sid 4, 13, 15, 16, 19, 23, 35, 36, 65, 75. Jeppe Wikström/Elias Lindén/Erik G Svensson: sid 8, 25, 26, 28, 30, 31, 42, 43, 45, 46, 55, 57, 60, 62, 65, 67, 68, 75. Konstnär pristavla sid 40: Niklas Amundsson. Fotografisk förlaga till temabild, se ex. sid 49: Magnus Rietz.



STOCKHOLMS HAMNAR

Magasin 2, Frihamnen, Box 27314, 102 54 Stockholm.
Telefon 08-670 26 00. Telefax 08-665 08 38.
www.stockholmshamn.se. info@stockholmshamn.se

