



SVENSK FRIIDROTT

Rapport - Finnkampen 2017

Inledning

Finnkampen är ett av Sveriges mest klassiska och folkkära idrottsevenemang och en av förbundets viktigaste verksamheter ur ett sportsligt- marknads och ekonomiskt perspektiv. För att utveckla evenemanget och kontrollera rättigheter och ekonomi, beslutades att förbundet skulle arrangera Finnkampen 2017 i egen regi.

Ett avtal med Stockholm Stad träffades där staden stod som värd och medarrangör av Finnkampen på Stockholms Stadion. Svenska Friidrottsförbundet har erhållit ett evenemangsbidrag för tävlingens genomförande och som bl a har använts till marknadsföring, insatser för ökad publikupplevelse på Stadion samt även aktiviteter som ska bidra till ökat intresse för Finnkampen, Svensk Friidrott och Stockholm som evenemangsstad. Exempel på gemensam marknadsföring och publika aktiviteter som genomförts är:

- Den årligen återkommande skoltävlingen Häckkampen.
- Medverkan vid Idrottens dag på Stadion.
- Aktiviteten i Kungsträdgården i samband med 100-års firande av Finlands självständighet.
- Medverkan vid två större evenemang i Finland, Lag-EM samt Pavo Nurmi Games, för att locka fler finländska besökare.
- Stort antal besök hos distriktsförbund- friidrottsföreningar samt vid friidrottstävlingar
- Finnkampståget
- Uppbyggnad av publik- , VIP-område och försäljningsställen på Stadion

Gemensamma mål

1. 20 000 besökare totalt (sålda biljetter) varav 1000 finska besökare
Resultat: 15 208 sålda biljetter och ca 650 finska besökare
2. 1,5 miljoner TV tittare totalt på direktsändningen
Resultat: Lördag 556 000 och andel av totalt tittande på 32,2%. På söndag var snittet 579 000 med en andel på 52,5% exkl. web. Totalt tittande inkl. nyhetsinslag 6 409 000
3. Uppnå ett NKI (nöjd kund index) på 75
Resultat: 74
4. Mediabevakning på plats av samtliga riksmedia
Resultat: Uppnått
5. Stockholmare och besökare ska uppleva att Finnkampen är av hög kvalitet och bidrar till att göra Stockholm till en attraktiv stad samt markera Stadion som en aktiv arena och besöksmål.
Resultat: I genomförd publikundersökning ansåg 49% av besökarna att Finnkampen bidrar till att göra Stockholm till en attraktiv Stad.

6. Förstärka Stockholms ställning som ledande och hållbar evenemangsstad.
Resultat: Gemensam marknadsföring och aktiviteter inför evenemanget
7. Finnkamporganisationen ska verka för satsningar på idrott och fysisk aktivitet som är tillgänglig och integrerande för alla och som stimulerar till ytterligare rörelse.
Resultat: Medverkan vid ett stort antal aktiviteter där "prova på" aktiviteter med olika friidrottsgrenar varit ett inslag.
8. Öka bredden samt höja statusen för ungdomsevenemanget Häckkampen inom ramen för Finnkampen.
Resultat: Häckkampen är ett återkommande inslag i Finnkampen som genomförts på ett bra sätt. Aktiviteten är mycket uppskatta bland deltagarna

Sammanfattning

Vi kan konstatera att Finnkampen blev ett mycket lyckat evenemang med ett bra slutresultat. De tuffa uppsatta målen vi satte uppnåddes i många fall. och som helhet ett bättre resultat i alla avseenden i jämförelse med 2015.

Det går inte att tillräckligt betona Finnkampens betydelse för Svensk Friidrott. Årets Finnkamp har visat att vi är på rätt väg och att det finns stor enutvecklingspotential för Finnkampen.

Vi vill rikta ett stort tack till Stockholms Stad som genom sitt engagemang bidragit till ett bra resultat och ett väl genomfört evenemang!

Stockholm den 27 december 2017

Svenska Friidrott

Stefan Olsson
Generalsekreterare

Jan Larsson
Marknadschef