



Stockholm - the Capital of Scandinavia och hela Sverige lockar till sig allt fler kongresser och turister

Devisen ovan har dragit till sig en hel del uppmärksamhet senaste tiden. Många här och i våra grannhuvudstäder har reagerat och haft synpunkter. Stockholm Capital of Scandinavia skapades redan 2005 av Julian Stubbs, varumärkeskonsult. Det är Stockholm Business Region som står bakom denna slogan. De ägs av Stockholms Stad och finansieras av 50 kommuner som ingår i samarbetet.

Text: **Lars och Ann-Marie Lindmark**

Bakgrunden är dock att Stockholm är största huvudstaden i största landet med flest multinationella företag och dessutom största finansiella centrum i Skandinavien. Om det hjälpt Stockholm till sin nuvarande ledande position på konferensmarknaden internationellt kan man tvista om. Köpenhamn har fler kongresser/mässor än Sverige men vi verkar ha fler deltagare på arrangemangen. Men något har hänt under senare år. Allt fler stora kongresser landar i Stockholm och för att kunna ta emot ännu fler har hotellsidan utvecklats enormt på senare år. Drygt dussinet splitternya hotell av hygglig storlek och klass har sett dagens ljus sedan 2010. Och fler är på gång. Förutom två stora mässhallar, Stockholmsmässan och Kistamässan, har Stockholm fått ett tillskott kommit i form av Kongressanläggningen Waterfront med absolut bästa läge mitt i centrum av Stockholm. Man har utsikt över Riddarfjärden. Det är ett stenkast från Centralstationen och transporter från Bromma, Arlanda flygplatser inklusive snabbtåget Arlanda Express och övriga tåg- och bussförbindelser.

Nobelpriset, ABBA och Millennium filmerna har gjort Sverige känt. Sommarens många kryssningsfartyg, med passagerare från hela världen, sprider också kunskap om Stockholm och ger stora inkomster till staden. Stockholm. Hela året ordnas guidade turer med tema ABBA eller vandra i filmens Lisbeth Salanders fotspår. Wasamuseet är välbesökt och 24/5 öppnas ett nytt

Spritmuseum mellan Wasamuseet och Skansen. Här finns också en restaurang med svensk mat och en Absolut Art Collection med alla originalverk.

Ett spektakulärt skådespel kommer starten på ÅF Offshore Race bli. Den går av stapeln 6 juli. Det är den klassiska havskappseglingen Gotland Runt som för första gången startar med flera hundra båtar från Stockholm i stället för Sandhamn. Flera hundra segelbåtar och magnifika yachter från hela världen kommer då att glida fram från centrala Stockholm ut i Skärgården och Gotland runt. I slutet av augusti blir det The Stockholm Water Week. Det är ett vetenskapligt symposium om vatten med över 2.500 deltagare från hela världen. Den 30 augusti överlämnar Kung Carl Gustaf priset i Stadshuset. Priset består av 150.000 USD och en specialdesignad skulptur från Orrefors.

I Stockholm samarbetar Stockholms Stad, hotellen och mässarrangörerna. Man verkar på flera plan i Stockholms Visitors Board och långsiktigt med upp till 7 års planering. För att t ex få hit stora läkarkongresser kontakter man Läkarförbundet och lobbade genom dem. Stockholms Universitets sjukhus status kan också påverka. Stockholm hade häromåret en Diabeteskongress med 19.000 gästnätter och en Medicinkongress, som hålls vart 4:e år, gav 26.000 övernattningar. I år och speciellt under sommaren kommer det att vara fler

läkar- och medicin kongresser i Stockholm Waterfront och på Stockholmsmässan, bla 6.000 neurologer i september. Fram till sommaren 2015 är redan flera stora läkarkongresser inbokade och med tillsammans preliminärt över 40.000 deltagare. Henrik von Arnold chef för Stockholms Convention Bureau berättar att sedan 2001 har Stockholms Län ökat från 7 miljoner gästnätter till 10,4 miljoner under 2011. En ökning med 33% och 50% av dem är affärsresenärer men man vet inte hur stor del av dem som deltar i mässor. Han berättar att det handlar ju inte bara om att fylla mässlokaler och hotellrum med utländska gäster. Enormt viktigt är kunskapsutbytet inom forskning genom dessa kongresser och möten. Både för vår forskarvärld men också för att kunna locka skickliga forskare till Sverige. - Vi är en supportfunktion.

Visit Stockholm

Visit Stockholm arbetar med kampanjer, mässdeltagande och med resebranchen. Man arbetar också målmedvetet för att nå ut redaktionellt. Utländska journalister bjuds in och får mycket hjälp bl a genom att kunna få intervju kända svenskar. Visit Sweden är paraplyorganisation och under den arbetar landets olika Convention Bureaus var för sig för att locka besökare till sin region.

Vi frågar Thomas Brühl, VD för Visit Sweden - Varför har Sverige lyckats så väl under senare år inom detta område?



General Manager Sam Holmberg th och Sales Manager Kenth Larsson tv på Stockholm Waterfront är nöjda med verksamhetens första året. Foto: Ann-Marie Lindmark



Angelica Montez, Pr-ansvarig för Rezdor i Norden ser ljus på framtiden. Med 14 hotell i Sverige i år och tre nya nästa är förutsättningarna de bästa. Foto: Ann-Marie Lindmark

Enligt våra analyser söker många företag nya spännande destinationer när de ska arrangera en konferens. Därför marknadsför vi oss som ett exotiskt och anorlunda resmål med bra kringarrangemang och en mångfald av naturnära aktiviteter förutom moderna urbana städer. Ett Sverige med spännande svenska traditioner. Vi är bra på logistik, levererar i tid och med kvalitet. Våra goda språkkunskaper uppskattas också. Tillgängligheten, en nyckelfråga, är mycket god till våra storstäder och fler destinationer, men vi kan bli bättre på det. Det är en förutsättning om vi skall hävda oss i den internationella mötes- och konferensmarknaden. Det skall vara enkelt och prisvärt att ta sig till ett möte eller konferens.

Finns det något speciellt framgångsrecept som går att vidareutveckla?

Visit Sweden arbetar tillsammans med mötesdestinationer i Sverige för att marknadsföra svenska upplevelser för utländska företag. Vi vänder oss primärt till de agenter, som hjälper företagen att hitta den rätta destinationen för sitt nästa möte. Vi anser att det är viktigt att arbeta långsiktigt i marknadsföringen och ett exempel på detta är ett treårigt partnerskap mellan VisitSweden och sex svenska regionala organisationer (Göteborg & Co, Västsvenska Turistrådet, Tourism in Skåne, Malmö Turism, Stockholm Visitors Board och Swedish Lapland) som gör gemensamma insatser för att få fler tyska företag att lägga sina möten i Sverige. Under 2011 genomförde vi exempelvis tillsammans fem sales tours till utvalda tyska agenter och sex visningsresor till Sverige för tyska agenter. Vi såg också till att Sverige som mötesdestination syntes i utvalda tyska facktidningar.

I åtta av de länder som Visit Sweden bearbetar satsar vi på aktiv marknadsföring av Sverige som mötesdestination. På de flesta marknader bearbetar vi agenterna och inte företagen direkt, eftersom det är för kostsamt och därmed inte effektivt. Genom agentledet får Sveriges mötesindustri ett bredare distributionsled, vilket ger mer synlighet, ökad kunskap om Sverige och större chans till ett långsiktigt ökat intresse för vad Sverige har att erbjuda.

Visit Swedens 12 prioriterade marknader är Norge, Danmark, Finland, Ryssland, Tyskland, Nederländerna, Storbritannien, Frankrike, Spanien, Italien, USA och Kina. I 8 av dessa - Norge, Danmark, Tyskland, Storbritannien, Frankrike, Spanien, Italien och USA - bearbetar vi mötesmarknaden aktivt.

Stockholms nya spektakulära flaggskepp Stockholm Waterfront med hotell Radisson Blu firade nyligen

ettårsjubileum efter ett succéår. Det fantastiska läget mitt i Stockholm mitt emot Stadshuset och nära allt har bidragit till framgångarna. Dessutom är hotellet redan känt för sin goda service och kreativa arrangemang. Vid ettårsfirandet resebranschen och övriga samarbetspartners inbjudna till en festkväll med temat "välkommen hem" med många spännande kreativa arrangemang.

Vi frågar Sam Holmberg, General Manager of Radisson Blu Waterfront & Stockholm Waterfront Congress Centre om hans syn på utvecklingen.

Ni har redan öppnat flera hotell i Sverige och ännu fler är på gång, hur kommer det sig?

Stockholm har nyligen rankats som Number 1 Meeting & Event City. På andra plats kom London. Det är stark efterfrågan när det gäller internationella konferenser och det påverkar hotellkapaciteten.

Varför tror du Stockholms lyckas så väl?

Jag tror att Stockholms Convention Bureau är excellenta när det gäller att marknadsföra destinationen Stockholm. Stockholm har fler hotellrum än Köpenhamn och det verkar som om marknadsföringen av "Stockholm Capital of Scandinavia" varit en succé. Och har fått Stockholms Waterfront J.

När tror du Stockholm har tillräckligt med hotellrum för att kunna ta emot stora grupper?

Jag vet att det har varit svårt tidigare för Stockholm att kunna ta emot grupper med fler än 10.000 deltagare tidigare på grund av brist på hotellrum. För tillfället har Stockholm 15.000 hotellrum och med områdena runt omkring blir det 27.000 rum. Jag skulle vilja säga att upp till 20.000 delegater kan Congress Stockholm ta väl hand om. Till exempel ESC Congress in Stockholm hade 24.000 deltagare.

Spännade utveckling även i Göteborg och Malmö..

I Göteborgs gamla posthus har stått tomt sedan 1996 men i januari öppnade Clarion Hotel Post med över 500 rum. Hotellet kan locka med närheten till Centralstationen och konferensfaciliteter för upp till 2.000 personer. Hotell Gothia kommer att utöka och håller på att bygga ett tredje hotelltorn med över 500 rum 2013. Nya supermoderna Malmö Mässan i stadsdelen Hyllie invigdes i februari. Hit kommer man lätt genom City tunneln och tåget har en ny tågstation nära mässområdet. Malmö mässan ägs av belgiska Artexis och deras dotterbolag EasyFairs köpte Kistamässan i november. Hilton Malmö City (var vid öppnande 1989 Sheraton) är stadens största hotell med sina 216 rum.

I december 2011 hade Stockholms regionen 287 hotell varav 8 nya tillkommit under året. Hotellens vinster för hotellrum var närmare 6,9 miljoner SEK. I januari 2012 registrerades 584.000 övernattningar för 408 miljoner kronor i Stor Stockholm och 70% var affärsresenärer.

De nyeste hotell i Stockholm

- Hotell Scandic Victoria Tower
- Elite Hotel Eden Park
- Elite Hotel Marina Tower
- Radisson Blu Waterfront Hotel
- Nobis Hotell Norrmalmstorg
- Hotel Skeppsholmen
- Best Western Bromma flygplats
- Story Hotel
- Clarion Sign
- Park Inn Hammarby Sjöstad
- Courtyard by Marriott
- Lydmars Hotell

Stockholm er altså ikke hovedstad i Skandinavien

Endelig er der nogen, der tager sagen alvorligt og indklager reklamen for den svenske forbrugerombudsmand.

Af Ejvind Olesen

For mange år siden sad salgsdirektøren i det dengang A. P. Møller ejede rejsebureau Unisol, Tor Sannerud, og så fra sit kontor ud på Rådhuspladsen i København, Danmarks hovedstad.

Nu er han turistchef i Oslo, Norges hovedstad. Og han er sammen med så mange andre rigtig godt træt af at høre og læse om Stockholm - The Capital of Scandinavia. Vel vidende at Stockholm er hovedstad i Sverige - og at der ikke er noget, der hedder hovedstaden i Skandinavien.

Derfor har Tor Sannerud, i følge Aftenbladet, meldt Stockholms turistorganisation til den svenske forbrugerombudsmand. Falsk markedsføring og vildføring. Hvem kender i USA forskel på vore

tre lande, for slet ikke at tale om de tre hovedstæder?

Da svenskerne rullede ud med den forkerte påstand i 2005, var der fra dansk side også en vis forargelse, men hverken fra den daværende lufthavnsluftdirektør Niels Boserup eller adm. direktør i Wonderful Copenhagen, Lars Bernhard Jørgensen, eller for den sags skyld andre turistfolk, var der andet og mere end beklagende skuldertræk og et skævt smil.

Når man tænker på Ryanair og mange andre som af forbrugerorganisationerne er angrebet for den mindste fejl i markedsføringen, burde denne sag være let at afgøre.



Tor Sannerud