

STOCKHOLM  MUSIK

EVENEMANGSSTADEN STOCKHOLM

**Rapport om evenemangens
betydelse för Stockholm**

Fallstudie Taylor Swifts konserter
17 – 19 maj 2024



I SAMARBETE MED

 **LIVE**

 **Fabège**

 **SOLNA STAD**

EVENEMANGENS BETYDELSE FÖR STOCKHOLM



2024 har Stockholm en enastående lineup av över 90 svenska och internationella stora artister. Lägg därtill alla små och medelstora scener och venues spridda över hela staden. Konsertscenen i Stockholm blomstrar. Det här storslagna uppådet av musik och kultur lockar publik från världens alla hörn. Det cementerar Stockholm som en av Europas främsta kulturdestinationer.

Konsertkalenderns höjdpunkt var utan tvekan Taylor Swifts framträdanden den 17-19 maj på Strawberry Arena. Konserterna lockade imponerande 151 400 "Swifties" från inte mindre än 130 länder. Stockholm står ut som den enda staden i norra Europa som stoltserade med tre Taylor Swift-konserter.

Det är fantastiskt att staden har visat upp sig från sin bästa sida. Det betyder mycket för hela staden och oss stockholmare, men är också specifikt viktigt för

en livskraftig besöksnäring. De utländska besökarna var smält lyriska över vår stad och dess invånare. Det är beviset på en långsiktig och riktad satsning på evenemang och på ett gemensamt värdskap.

Effekterna representerar inte bara en otrolig konserthändelse utan visar även på vad ett gediget samarbete mellan arrangörer, besöksnäring, fastighetsägare och staden kan ge. Vilket märktes av över hela stan på alla samlade aktiviteter för "Swifties" under begreppet Swiftholm. Avtryck som också satte Stockholm på kartan internationellt. Det är dessutom en viktig ekonomisk boom för staden, med besökarna till Taylor Swift-konserterna som spenderade närmare en miljard kronor under sin vistelse. Detta är inte minst viktigt för en växande och inkluderande arbetsmarknad.

Genom att analysera Taylor Swifts besök ur olika perspektiv, djupdyker den här rapporten i hur stora evenemang bidrar till Stockholms välmående och



151 400

KONSERTBESÖKARE VARAV 67 000 UTLÄNDSKA TILL STOCKHOLM I ANSLUTNING TILL TAYLOR SWIFTS BESÖK

Stockholm Business Region är stadens näringslivs- och destinationsbolag med uppgift att utveckla och marknadsföra Stockholm som etablerings- och besöksdestination både internationellt och nationellt.

Stockholm Business Region har som ett av sina huvuduppdrag att attrahera fler internationella och nationella evenemang och verka för att Stockholm ska bli en attraktivare evenemangsdestination.

vad en växande status som en ledande destination för musik och evenemang verkligen betyder. Några av de viktigaste konkreta faktorerna bakom våra framgångar är den starka samverkan mellan olika aktörer, infrastrukturen och vårt gedigna musikarv i staden.

Alla vi som arbetar i Stockholm kan ta ledarskap och göra insatser som är viktiga var och en på sitt håll. När vi gör det samtidigt och tillsammans kan vi göra det ingen av oss kan göra på egen hand. Det blir större än oss själva. Arbetet med evenemang är ett lysande exempel. Det är ett gemensamt ansvar att jobba tillsammans och ta tillvara på våra möjligheter. Den här rapporten belyser inte bara det ekonomiska lyftet utan även den positiva påverkan de har på våra invånares välbefinnande såväl som för stadens internationella rykte. Vi är både en värdsstad och en världsstad i ett och samma sammanhang.

Det lokala och globala är tätt sammanflätat och därmed boende och lokala företag, kulturaktörer, idrottsliv och akademi med besökare, investerare och internationella talanger som vi vill attrahera till Stockholm. Det här är Stockholm!

CAROLINE STRAND
if VD, STOCKHOLM BUSINESS REGION

INNEHÅLL

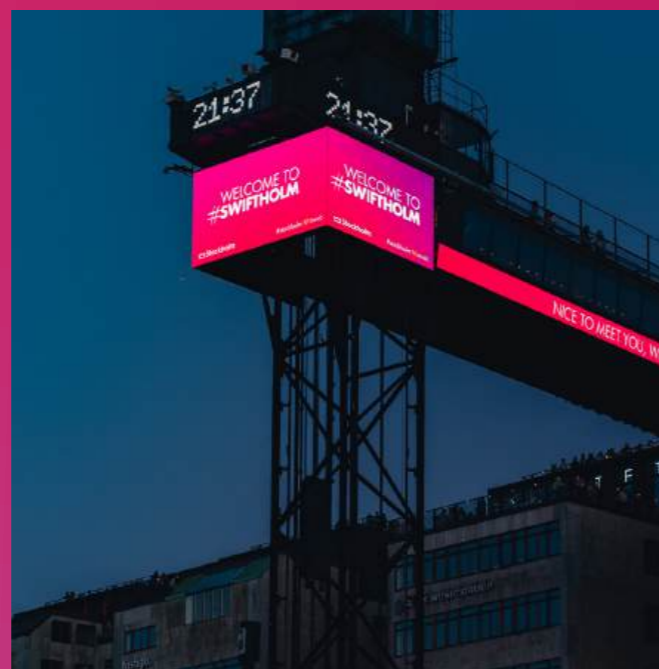
Den här rapporten redogör för och belyser Stockholms roll och kapacitet som evenemangstad. Genom att använda Taylor Swifts besök som en fallstudie, syftar rapporten till att:

- 🦋 Förstå rollen av evenemang för en stad, och utforska hur stadens infrastruktur stödjer och möjliggör genomförandet av stora evenemang.
- 🦋 Synliggöra det arbete som Stockholms stad gör för att verka för fler stora evenemang och hur samverkan mellan olika aktörer kan bidra till en gemensam utveckling som stödjer och faciliterar för stora evenemang.
- 🦋 Analysera den ekonomiska påverkan och effekten av stora evenemang på lokala företag och besöksnäringen.
- 🦋 Genom en studie utförd av professor Micael Dahlen studera invånarnas välbefinnande och hur stora evenemang påverkar invånarna i staden och om de bidrar till ökat välbefinnande och lycka.
- 🦋 Påvisa hur kulturella evenemang kan stärka Stockholms position som en global kultur- och turistdestination.

6 – 9	EVENEMANG UR ETT MAKROPERSPEKTIV
10 – 11	STOCKHOLMS STADS ARBETE MED STORA EVENEMANG
12 – 15	WELCOME TO SWIFTHOLM
16 – 19	KONSERTBESÖKARE
20 – 23	BESÖKSNÄRINGEN OCH EVENEMANG
24 – 29	EVENEMANGENS PÅVERKAN PÅ TURISMEN
30 – 39	MUSIK- OCH LIVESCENEN I STOCKHOLM
40 – 43	EVENEMANG UR ETT SOCIALT & HÅLLBART PERSPEKTIV
44 – 45	EVENEMANG OCH INVÅNARE
46 – 53	HAPPYFLATION
54 – 55	MEDIALT GENOMSLAG



Sida 02



Sida 14



Sida 31



Sida 51

UPPLEVELSEEKONOMIN BLOMSTRAR

Under 2024 planerar 9 av 10 att spendera lika mycket eller mer på upplevelser jämfört med 2023.

Under de senaste åren har människor i allt högre utsträckning investerat i upplevelser snarare än materiella ting. Trenden visar också att människor i allt högre grad säger sig värdesätta att skapa minnen genom upplevelser framför investeringar i fysiska saker.

Enligt Global Market Insights förväntas den globala upplevelseökonomi att växa med en genomsnittlig årlig tillväxttakt på över 6 procent mellan 2021 och 2027; vilket visar att allt större

En undersökning från Mastercard – som omfattar över 16 000 konsumenter på över 20 marknader – visar att nio av tio människor planerar att spendera lika mycket eller mer på upplevelser 2024 jämfört med 2023. 40 procent av respondenterna i Mastercards undersökning säger också att de skulle resa till ett annat land eller kontinent för en upplevelse de verkligen är passionerade för. Den här växande efterfrågan på upplevelser visar inte bara på en

”Den globala upplevelseökonomi väntas växa med en årlig tillväxttakt till 2027 på över 6 procent”

investeringar i upplevelser inte bara är en tillfällig trend utan en långsiktig förändring i hur vi väljer att spendera vår tid och våra pengar. Det här skiftet påverkar också konsert- och turnéekonomin i stor utsträckning. En trend som vi redan sett – inte minst under Taylor Swifts Eras Tour – är att artister och arrangörer anpassar sig genom att erbjuda fler konserter i en och samma stad, vilket skapar en djupare koppling mellan artister och deras publik och minskar behovet av långa och kostsamma turnéer.

förändring i konsumentbeteende, utan är också en möjlig återhämtning och tillväxt för besöksnäringen och underhållningssektorn, som pressades hårt under pandemin.

40 %

**SKULLE RESA TILL ETT ANNAT LAND
ELLER KONTINENT FÖR EN UPPLEVELSE
DE VERKLIGEN ÄR PASSIONERADE FÖR.**



EVENEMANGENS EFFEKT FÖR STOCKHOLM

Under våren 2024 kom Stockholm samman för att, som enda nordiska stad, välkomna världens just nu största artist Taylor Swift.

Trots Stockholms relativt lilla befolkningsmängd, har staden haft en enorm inverkan på den globala musikscenen. Här förenas tradition och innovation i en dynamisk miljö som har legat bakom några av världens mest framstående artister, låtskrivare, musikproducenter och innovativa musikföretag. Stadens framskjutna position inom musik är en bidragande faktor till att vi kan attrahera internationella stjärnor och stora evenemang.

Under våren 2024 välkomnade staden Taylor Swift, en av världens mest framstående och inflytelserika popartister, som inkluderade Stockholm som ett av stoppen på sin internationella turné. Taylor Swift genomförde inte mindre än tre konserter i

ett Stockholm som glittrade ikapp med vårsolen; och skapade oförglömliga kvällar för hundratusentals Swifties.

Taylor Swifts konserter i Stockholm fungerade som ett perfekt exempel på hur stora evenemang kan påverka en stad positivt. Hennes framträdanden lockade hundratusentals fans, vilket i sin tur ledde till en ökning av hotellbokningar, restaurangbesök och andra turistrelaterade aktiviteter. Dessutom satte evenemanget Stockholm på den internationella kartan som en stad mer än kapabel att hantera och framgångsrikt genomföra evenemang av denna magnitud.



EN STAD AV, MED OCH FÖR SUPPORTRAR

Sedan många år har Stockholms stad tagit ett fast grepp om evenemangsfrågan och ser numera evenemangens kraft som något som sträcker sig långt bortom turismekonomi och besöksnäring.

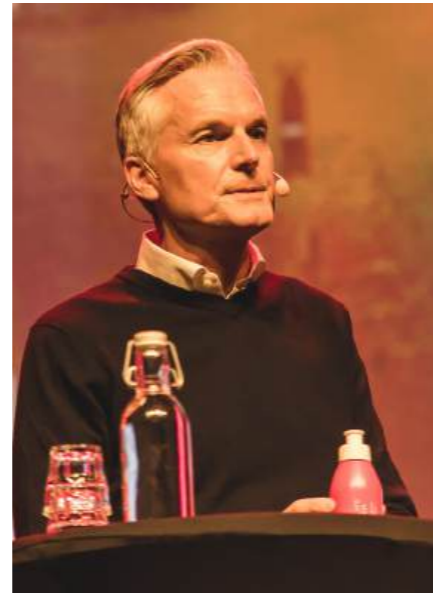
Staden har insett att evenemang kan vara en hävstång för att driva på viktiga samhällsfrågor och skapa sociala effekter, vilket representerar ett paradigmskifte inom evenemangsbranschen. Denna utveckling har pågått i 8-10 år och fick en tydlig form vid handbolls-VM 2023.

Patrik Tengwall arbetar på Stockholm stad som evenemangsstrateg och driver frågor om hur staden samlat ska arbeta strategiskt med att dels attrahera nya evenemang till staden och dels hur staden agerar för att vara en bra och stark värdstad vid större evenemang i Stockholm.

– Stockholms stads strategi för att bli en enad och samlad destination består av två delar. Den första delen fokuserar på stadens interna strukturer. Här arbetar många delar av staden, från kommunala bolag till förvaltningar, tillsammans för att främja evenemang och nå sina egna mål. Genom att samarbeta brett och samlat kring evenemangsfrågan skapar de en starkare gemenskap och en kraftfull stödstruktur, säger Patrik Tengwall.

– Den andra delen av strategin riktar sig externt. Hela destinationen, inklusive näringslivet, idrottslivet och civilsamhället, samverkar för att välkomna och stötta supportrar. Detta innebär att alla, från små företag till stora organisationer, sluter upp bakom evenemang och bidrar till att skapa en gästvänlig och engagerande atmosfär. Ett exempel är hur staden stöttar stora konserter, som Taylor Swifts framträdanden, utan att vara en officiell partner, genom att förse arrangörer med verktyg och resurser, förklarar Patrik.

– Att välkomna varje enskild supporter och visa att det är vi som är Stockholm som skapar en varm



PATRIK TENGWALL
Evenemangsstrateg, Stockholms stad

och inkluderande atmosfär. Genom att vara en god värdstad och visa på evenemangens kraft får Stockholm fler evenemang och därmed fler besökare. Det är nyckeln till stadens framgång som en stad av, med och för supportrar.

Stockholms stad har arbetat långsiktigt med denna fråga och resultatet är tydligt: 3 av 4 invånare tycker att det är positivt att stora evenemang kommer till staden. Denna inställning påverkar handlare, näringsidkare och invånare positivt. Ett exempel på det är Gallerian i Stockholm som såg en ökning på totalt 5 procent där de mest utmärkande ökningarna var lördag och söndag jämfört med motsvarande helg föregående år. På lördagen ökade besöken med 27 procent och söndagen med hela 31 procent.



– En nyckel till framgång har varit politiskt mod och handlingskraft. Genom investera i ett urval av evenemang och projekt har staden kunnat visa på evenemangens viktiga roll. Politiker har förstått att det inte bara handlar om att få hit evenemang, utan att utveckla och dra nytta av de sociala och ekonomiska effekter som de kan generera, fortsätter Patrik.

Stockholms stad har en styrgrupp för evenemang som ser till att staden agerar samlat och strategiskt. För att fortsätta vara en attraktiv värdstad, investerar Stockholms stad i infrastruktur, som den pågående miljardrenoveringen av Avicii Arena. Beslutsfattare har insett vikten av att utveckla världsklassarenor för att locka stora evenemang.

– Det handlar inte bara om att få hit många evenemang, utan att förstå och utveckla vad stora evenemang kan och bör bidra till. Allt faller på plats när staden agerar enat och målmedvetet, avslutar Patrik.

Musikevenemangen i Stockholm skapar inte bara rytm och energi i staden, de förvandlar den till en scenplats som lockar artister och publik från hela världen där varje ton bidrar till att stärka Stockholms identitet som ett nav för global musikinnovation och kreativitet.

Stockholm Business Region har som ett av sina huvuduppdrag att attrahera fler internationella och nationella evenemang och verka för att Stockholm ska bli en attraktivare evenemangsdestination. Enligt Hans Aspgren, Chef för Evenemang & Platsutveckling på bolaget, är samtidigt arbetet med långsiktig och strategisk platsattraktion centralt för att Stockholm ska fortsätta vara en internationellt konkurrenskraftig och företagsvänlig plats. Stockholms position och förmåga som evenemangsdestination spelar då också en avgörande roll för stadens attraktionskraft och därmed viljan att besöka, flytta till och investera i, säger Hans Aspgren.



HANS ASPGREN
Chef för Evenemang & Platsutveckling,
Stockholm Business Region

WELCOME TO SWIFTHOLM

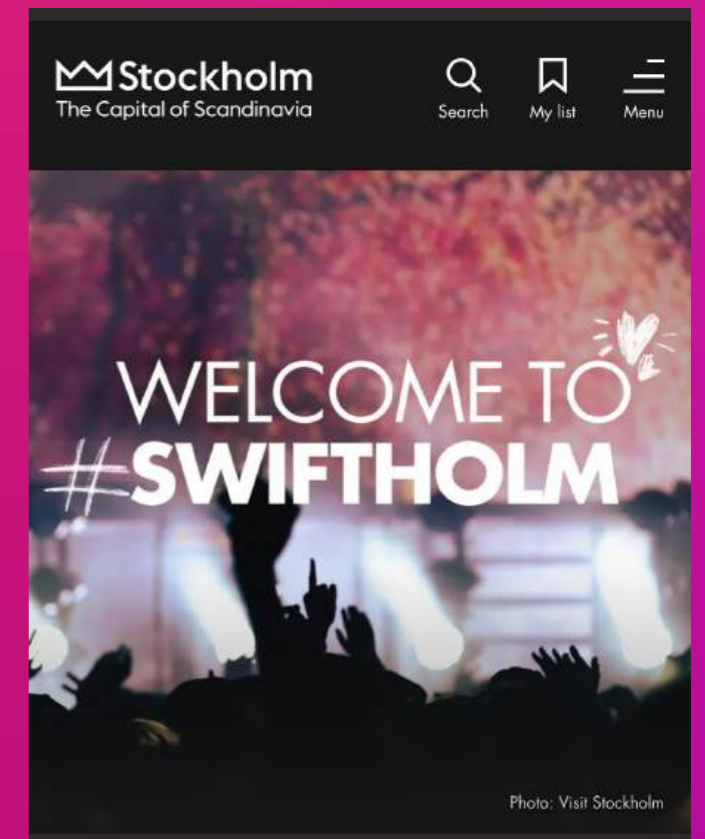
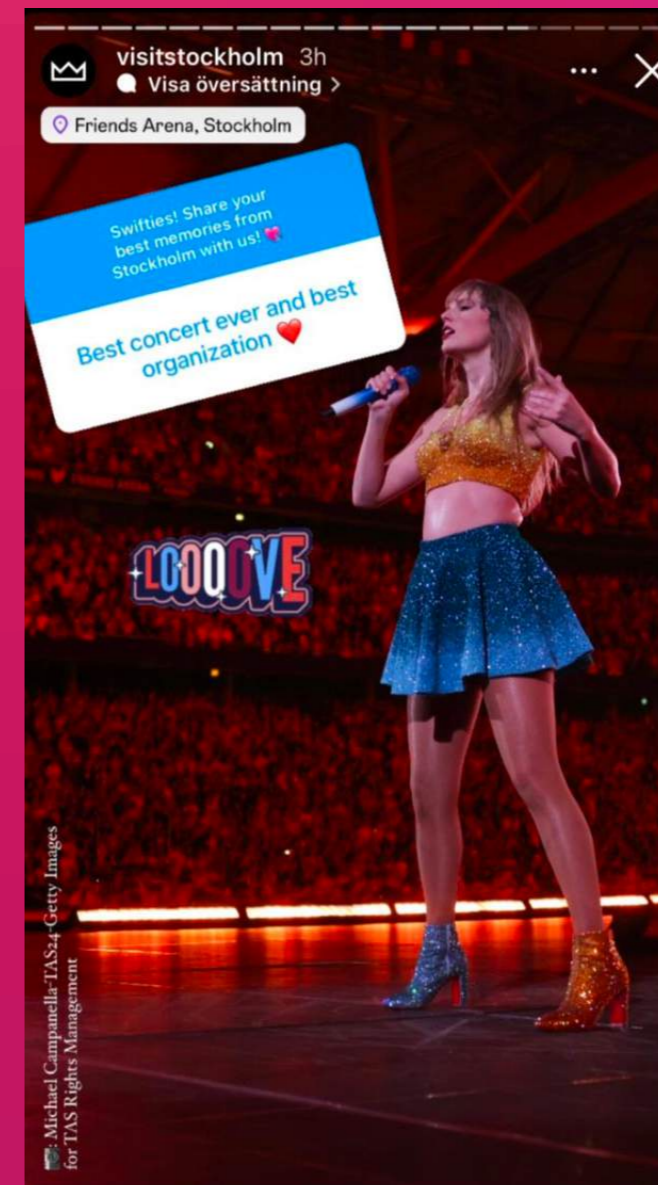
Inför Taylors besök och för att göra sig redo för de tusentals fans som skulle komma och besöka staden, etablerade Stockholms Business Region en strategi och kampanj under namnet Swiftholm för att Välkomna Taylors fans och visa upp Stockholm för potentiella framtida besökare och talanger. Ambitionen var skapa den absolut bästa upplevelsen för Taylors mycket dedikerade fans - Swifties.

Under detta gemensamma koncept kommunicerade staden till såväl invånare och de nya besökarna både genom city dressing med digitala annonsytor runt om i stadsrummet och omfattande aktiviteter på plats samt i sociala kanaler. För att underlätta för besökarna togs en kampanjsida fram, "Welcome to Swiftholm", med fokus på Taylor Swift-relaterade aktiviteter som tog plats i staden under helgen. Runt om i staden arrangerades också meet-ups där Swiftes kunde träffas, skapa och utbyta de karakteristiska armbanden som blivit en viktig del av fan-kulturen kring Taylor Swift.

Arbetet innefattade också att samla stadens aktörer för att skapa ett gemensamt värdskap, där staden tillsammans skulle hjälpas åt i såväl kommunikation som i erbjudande att ta emot alla nya gäster. Inför besöket bjöds aktörer från besöksnäringen in till Stockholms stad för att ta del av ett gemensamt kommunikativt toolkit, lära sig mer kring Swifties från ett sant Taylor Swift-fan och kunna utbyta idéer för initiativ för hur olika verksamheter skulle välkomna besökarna.



Förutom att klä sig i sin favoritpok av Taylor Swifts karriär är en stor del av sångerskans konserter vänskapsarmbanden bland fansen. Armbanden är gjorda av färgglada pärlor med låtititlar och textrader från Swifts låtar.



Nu kommer 150 000 fans till "Swiftholm"



Taylor Swift. Foto: Paolo V/Wikimedia commons

PUBLICERAD 2024-05-17 07:10

UPPDATERAD 2024-05-17 11:32

Hotellen är fullbokade: I helgen kommer personer från 130 länder till Stockholm – eller "Swiftholm" som staden kallar det.

21:37

21:37

WELCOME TO
#SWIFTHOLM

Stockholm

#stockholm music

WELCOME TO
#SWIFTHOLM

Stockholm

#stockholm music

NICE TO MEET YOU, WHERE YOU BEEN? WE HOPE YOU EXPERIENCE INCREDIBLE THINGS! NICE TO

SONY MUSIC GROUP

En del av kampanjen som pågick under Taylor Swifts besök i Stockholm.

Folksam

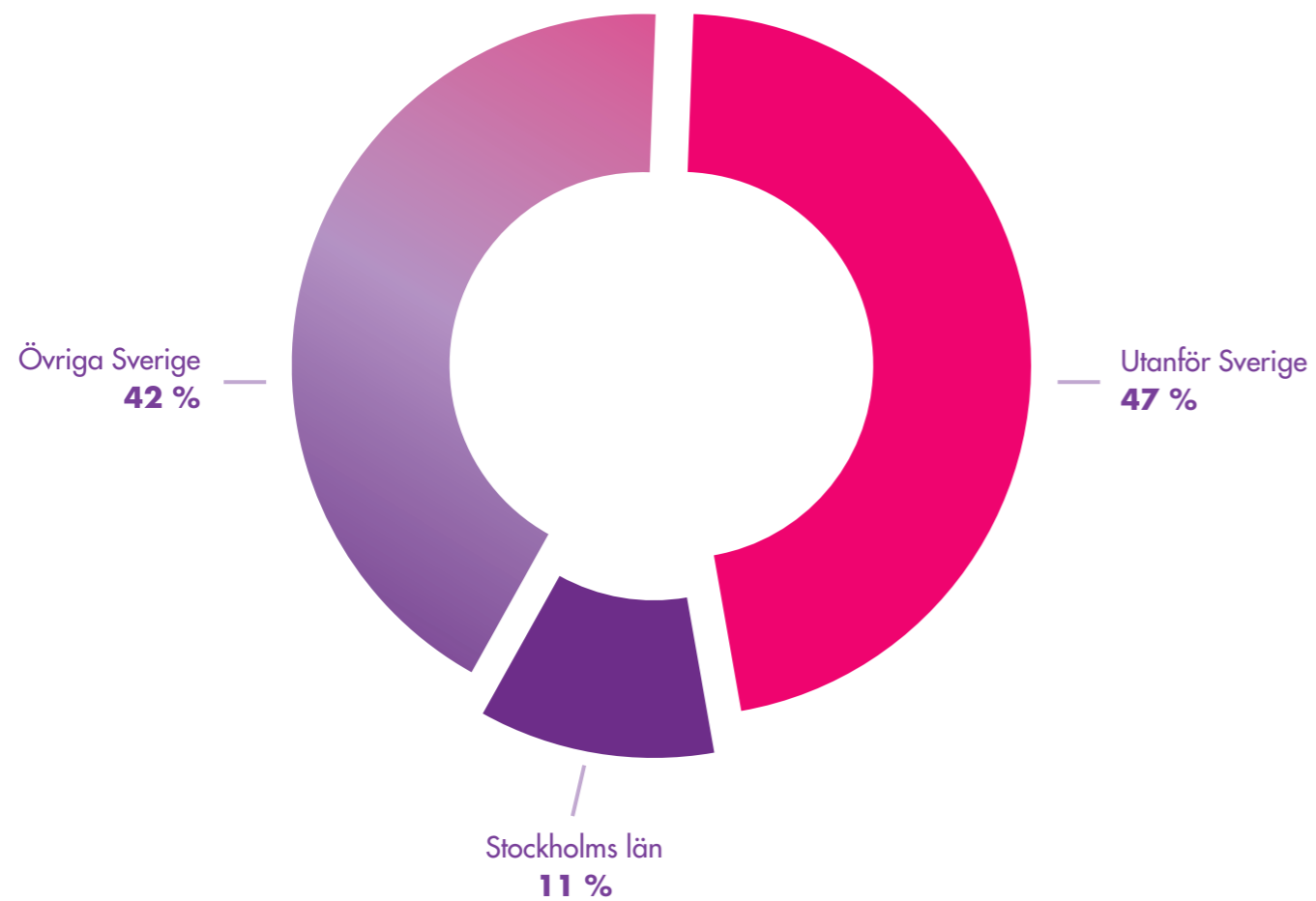
SPOTLIGHT PÅ KONSERTBESÖKARNA

För att förstå den ekonomiska effekten som Taylor Swift besök i Stockholm skapade, har vi tillsammans med Upplevelseinstitutet genomfört en turismekonomisk undersökning som belyser vilka som kom hit, deras beteende på plats samt den ekonomiska effekt som deras besök gav.

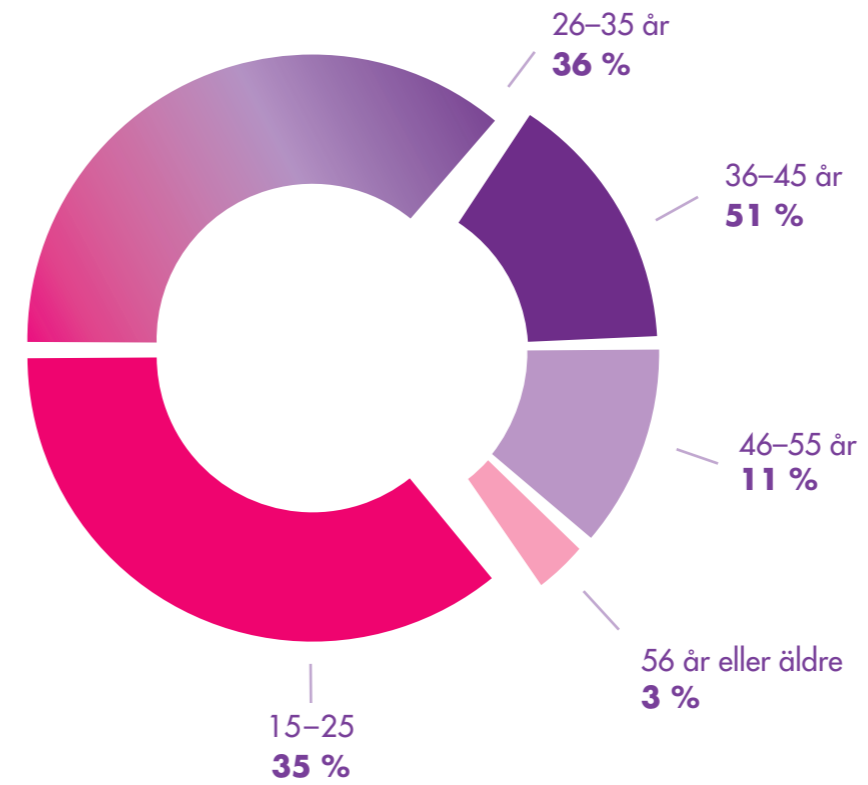
Key takeaways:

- Nära hälften av besökarna till Taylor Swifts tre konserter kom från utlandet.
- Störst andel besök kom från de nordiska grannländerna som stod för 60 procent av de utländska besöken.
- För 80 procent av konsertbesökarna var kvinnor och 70 procent var under 35 år gamla.
- För över 90 procent av besökarna var det första gången de fick möjlighet att uppleva en konsert med Taylor Swift live.

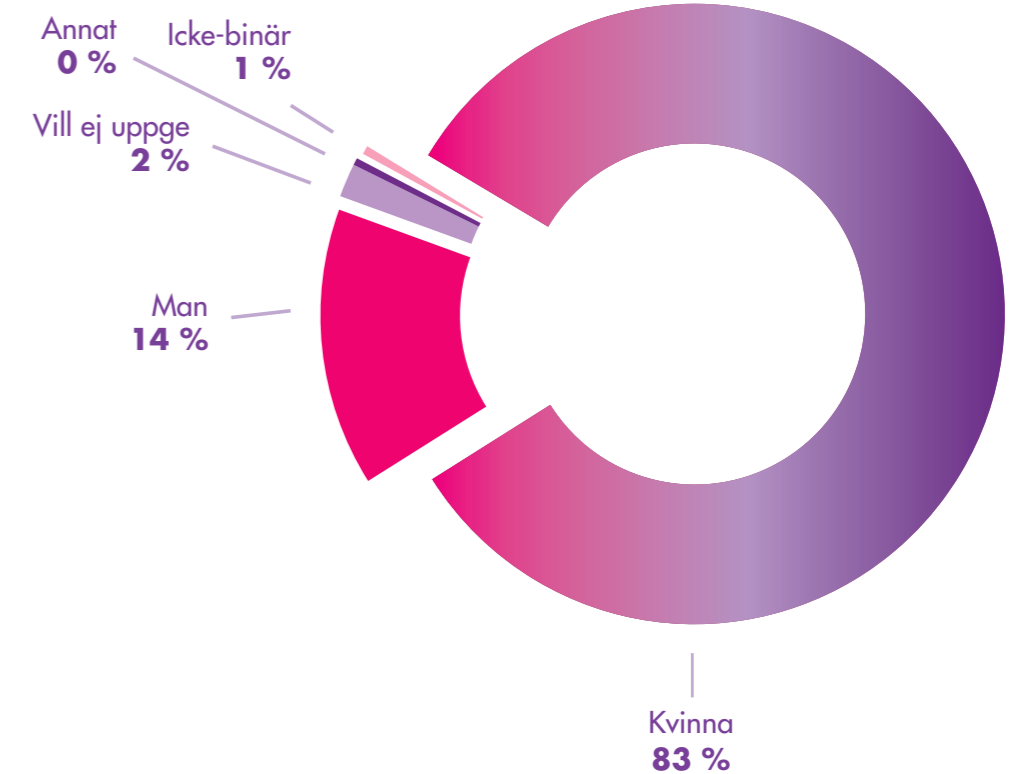
HEMVIST



ÅLDER

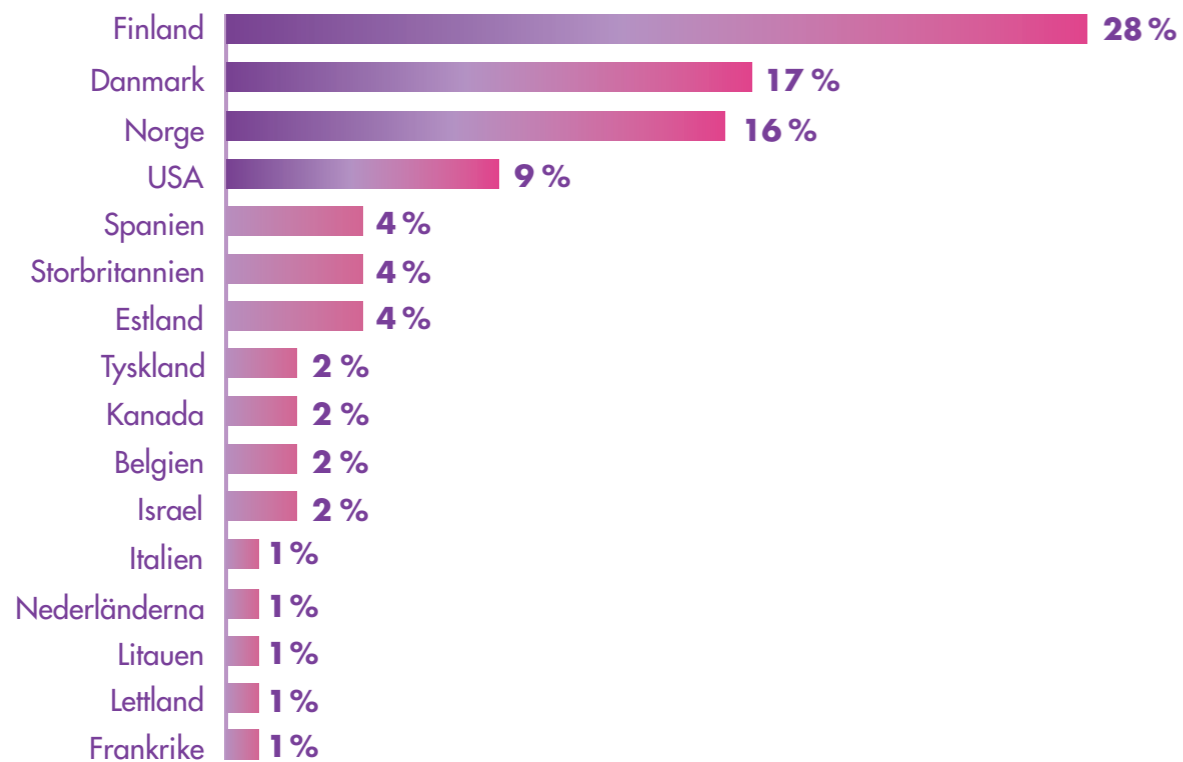


KÖN

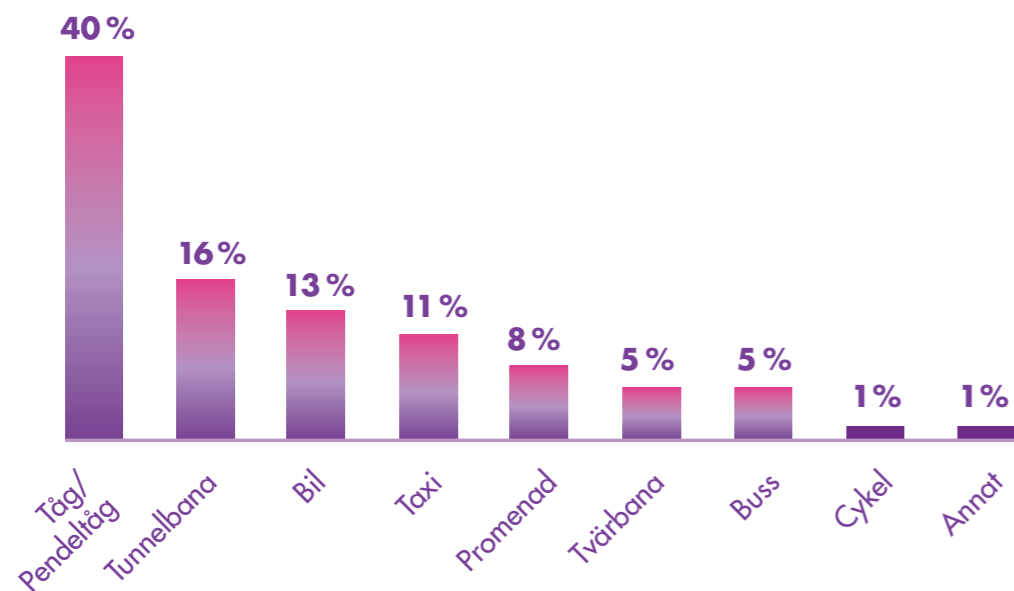


SPOTLIGHT PÅ KONSERTBESÖKARNA

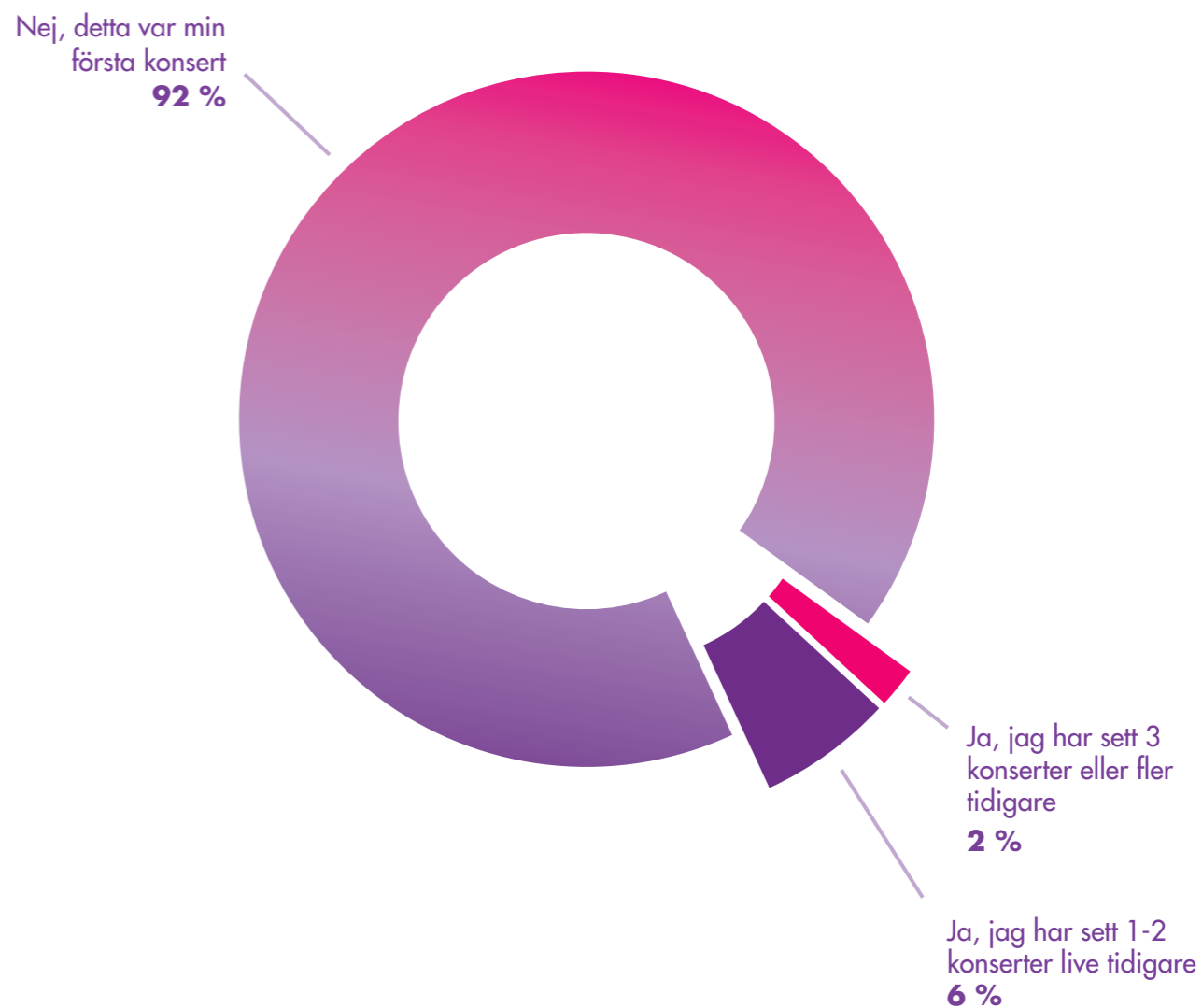
HEMVIST – BOENDE UTANFÖR SVERIGE



HUR TOG DU DIG TILL ARENAN FÖR KONSERTEN?



HAR DU UPPLEVT NÅGRA KONSERTER MED TAYLOR SWIFT LIVE TIDIGARE?



”Kulturen är en viktig kraft för samhällsgemenskap och glädje. Jag är stolt över att Strawberry Arena ligger i Solna, där vi inte bara skapar minnesvärda upplevelser för människor från hela världen, utan också bidrar till att många unga kommer ut i arbete.”

SARA KUKKA-SALAM

KOMMUNSTYRELSENS ORDFÖRANDE I SOLNA STAD

”Infrastruktursatsningar och stora moderna arenor är motorer i städer. Det är pusselbitar i en helhet som kräver vision, mod och samverkan. Vi är stolta över hur Arenastaden och Strawberry Arena bidrar till utvecklingen av regionen och dess attraktionskraft. Vi är helt övertygade om kulturen och idrottens viktiga roller i samhället.”

STEFAN DAHLBO

VD OCH KONCERNCHEF PÅ FABEGE

NÄRINGSLIVETS BIDRAG TILL VÄRDSKAPET



SOFIA RUNDSTRÖM,
Centrumchef, Westfield Mall of Scandinavia

Sofia Rundström, centrumchef på Westfield Mall of Scandinavia, delar med sig av hur Taylor Swifts The Eras Tour inte bara har satt Stockholm på världskartan som en attraktiv eventstad, utan även stärker Westfields varumärke och regionala samverkan.

– Att kunna presentera Westfield i kontexten av sådana här stora evenemang är extremt positivt för oss. Vi arbetar hållbart, socialt och ekonomiskt för att stärka de områden vi verkar i, säger Sofia Rundström.

Taylor Swifts The Eras Tour var ett perfekt tillfälle för staden att visa upp sin förmåga att hantera stora internationella evenemang och samtidigt bidra till lokalsamhället, berättar Sofia.

Evenemanget skapade en unik samlad kraft där både lokala och regionala aktörer gick samman.

– Det här är något vi inte tidigare har sett på denna nivå. Vi insåg verkligen styrkan i när alla går ihop. Den ökade besöksfrekvensen gynnade både restauranger och butiker i Arenastaden. Det var en fantastisk upplevelse att se hur samhället enades kring detta stora evenemang och arbetade tillsammans för att skapa en oförglömlig upplevelse för alla besökare, fortsätter Sofia.

Med nästan 200 000 besökare under de tre dagarna bidrog Taylor Swifts konserter inte bara till ökade besökssiffror, utan också till en positiv ekonomisk påverkan.

Sofia Rundström igen:

– Swifties var något speciellt. Det var en otrolig

gemenskap och en positiv stämning som vi alla bidrog till, vilket gynnar Stockholmsbilden. Dessa fans har visat hur starkt musik och kultur kan förena människor och skapa en känsla av gemenskap och glädje. En av de största utmaningarna var att upprätthålla all logistik och kommunikation under flera dagar. Men vi är rustade att hantera sådana evenemang. Sofia menar på att det handlar om att fortsätta arbeta för turism och besöksnäring och sätta Stockholm på världskartan som en attraktiv eventstad. Hon menar på att det Taylors besök visar är att Stockholm har kapaciteten att hantera komplexa evenemang och att vi kan skapa en

positiv upplevelse för både besökare och lokala invånare.

Inför stora evenemang samarbetar Westfield med arrangörer för att förlänga upplevelsen för besökarna. Under Taylor Swifts besök hade de bl.a glamstations, armbandsstudios. Detta för att skapa mervärde och förlänga upplevelsen av evenemanget.

– Genom att erbjuda dessa extra aktiviteter kan vi fördjupa besökarnas upplevelse och skapa minnen som varar länge, avslutar Sofia.

98%

ÖKNING AV INTÄKT PER TILLGÄNGLIGT RUM (RevPAR) PÅ STOCKHOLMS HOTELL JÄMFÖRT MED SAMMA DATUM FÖRRA ÅRET (17-20 MAJ)

“Vi ser en stor ökning av försäljning i anslutning till evenemang, och försöker ofta göra något särskilt för fansen. Vi gillar att ge dem något extra till och från arenan.”

**KORVBYRÅN,
RÅSUNDAVÄGEN**

“Att ha en verksamhet i anslutning till evenemangen skapar en särskild stämning av förväntningar och glädje. För oss är alla event som sker här ett jättestort plus.”

**GREKISKA GRILL & BAR,
ARENASTADEN**

KOMMENTARER FRÅN INSTAGRAM,
@VISITSTOCKHOLM

“Wow Stockholm, you made the whole place shimmer! Thank you for welcoming us to Swiftholm. It was a love story we’ll never forget!”



“Stockholm did not disappoint. Thank you for embracing all us out of town Swifties. We all had such a magical weekend!!!”

We love the city of Stockholm and the people of Sweden were all so welcoming. What a beautiful place. *It was rare, I was there*”



EN MAJORITET AV ALLA BESÖKARE
UPPLEVDE STOCKHOLM SOM EN
VÄLKOMNANDE OCH DYNAMISK STAD

TURISTEKONOMISK UTVÄRDERING
Taylor Swift i Stockholm – Maj 2024 - Upplevelseinstitutet

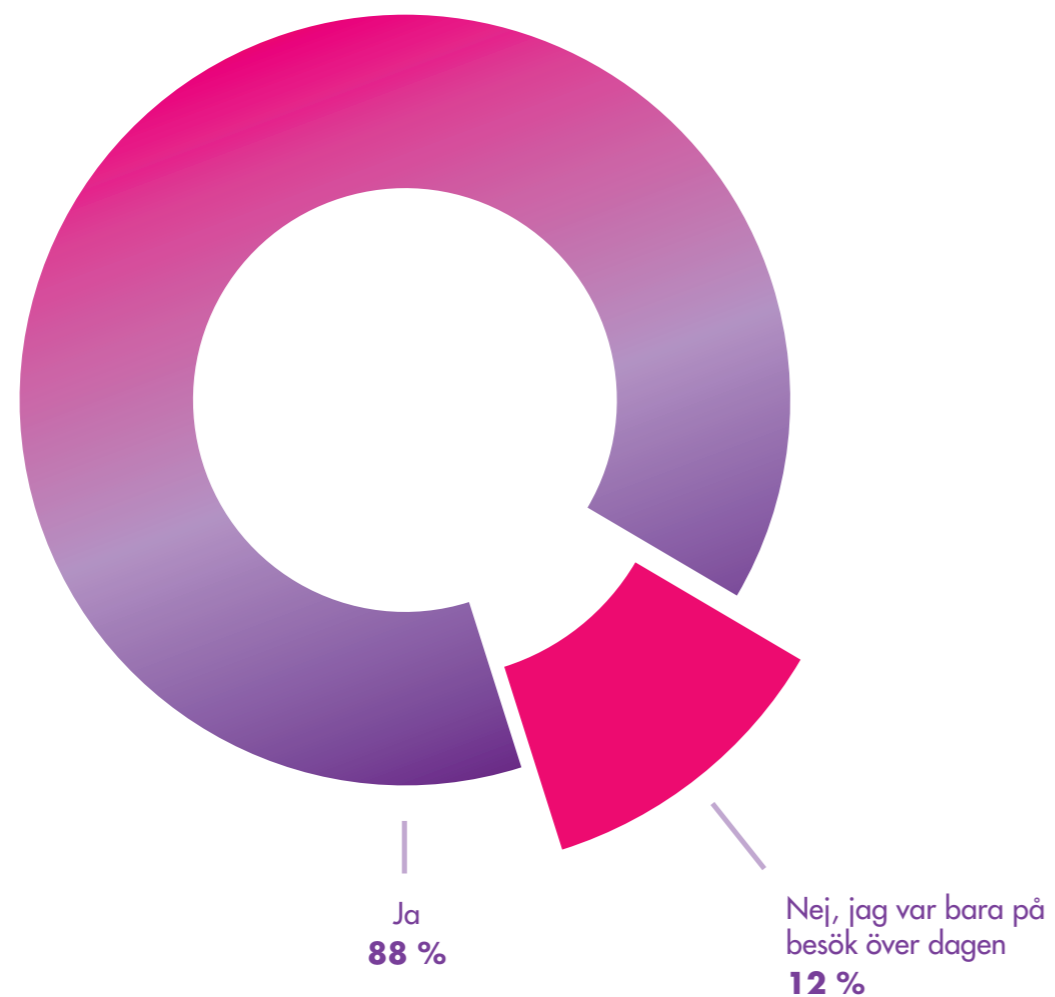


SPOTLIGHT PÅ TURISTERNA

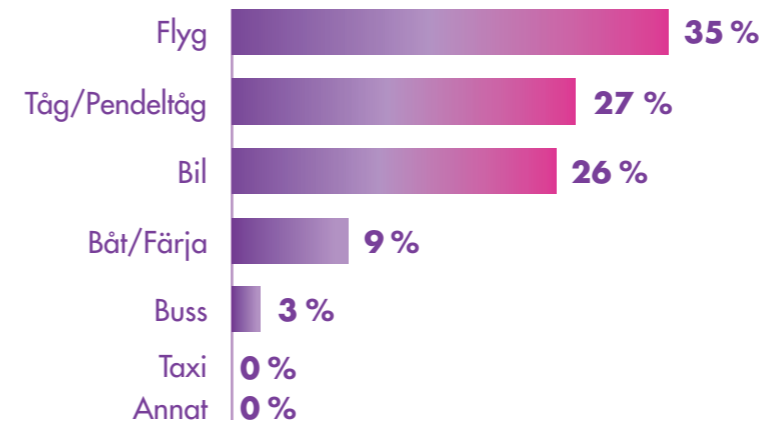
Key takeaways:

- 88 procent av besökarna övernattade och stannade i genomsnitt i tre dagar i Stockholm. 90 procent av de utländska turisterna övernattade komersiellt – att jämföra med 47 procent för svenska turister.
- 25 procent av de utländska besökarna tog sig till Stockholm med annat färdmedel än flyg.

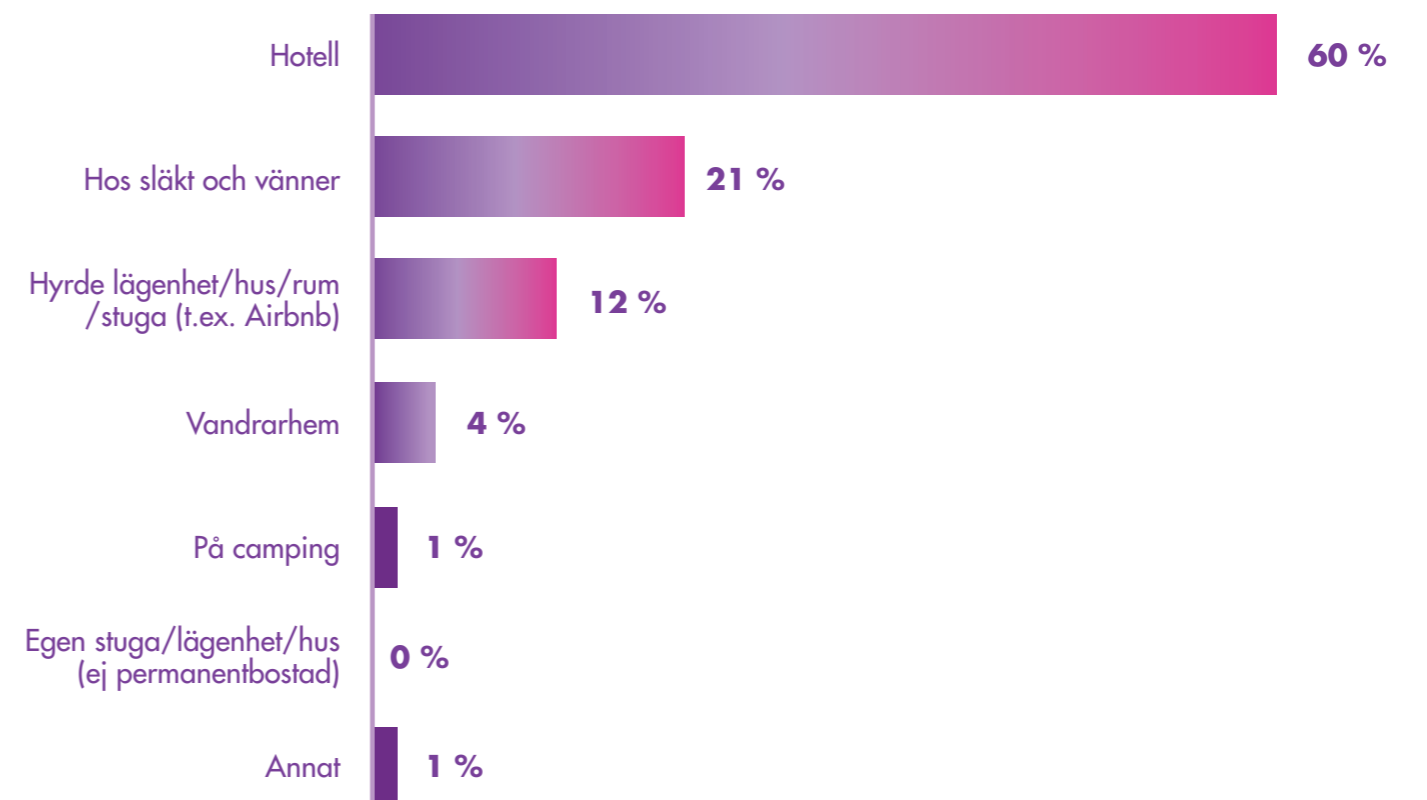
ÖVERNATTADE DU I STOCKHOLMS LÄN I SAMBAND MED EVENEMANGET?



HUR ÅKTE DU TILL STOCKHOLM?



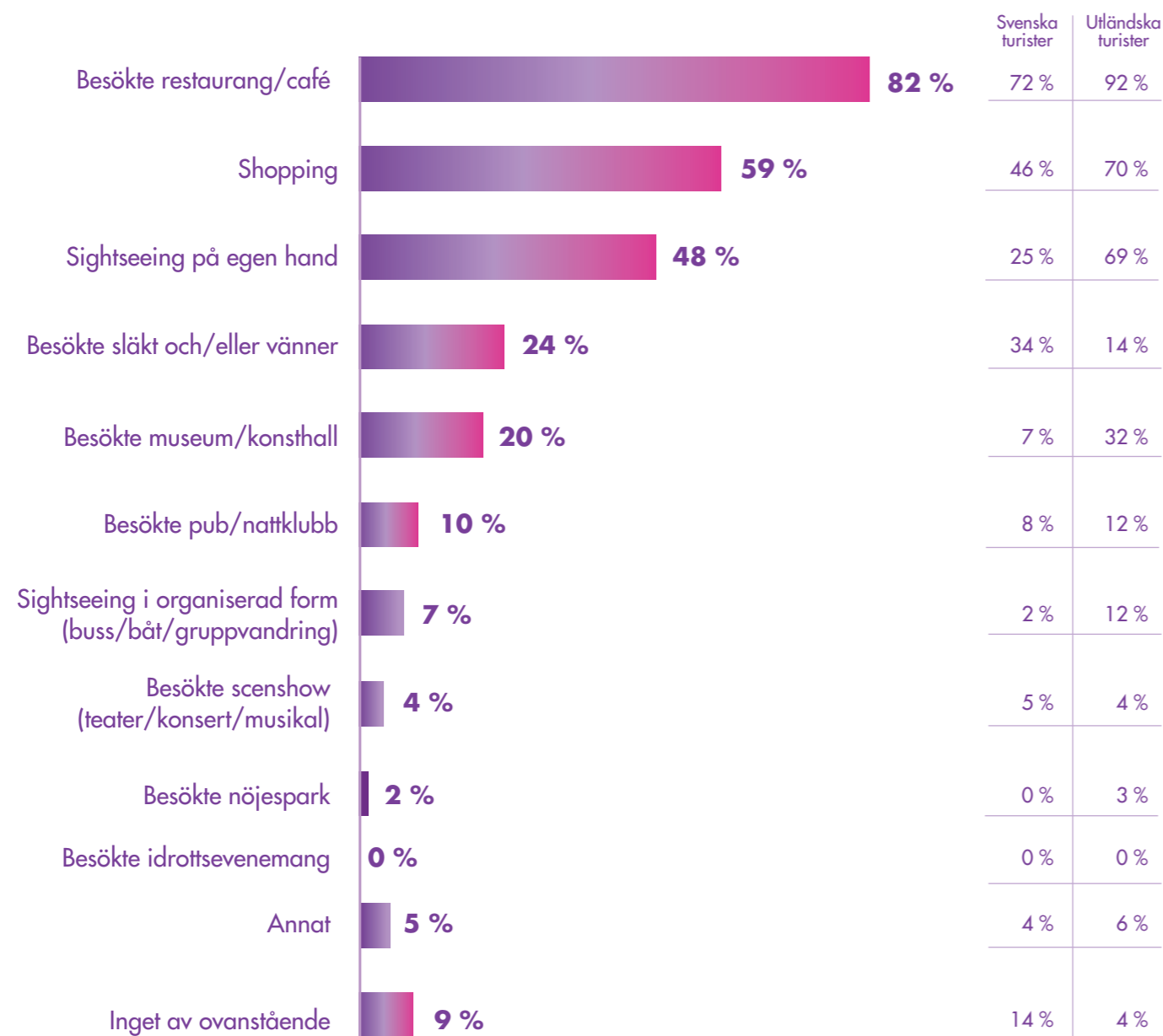
HUR BODDE DU UNDER DITT BESÖK PÅ EVENEMANGET?



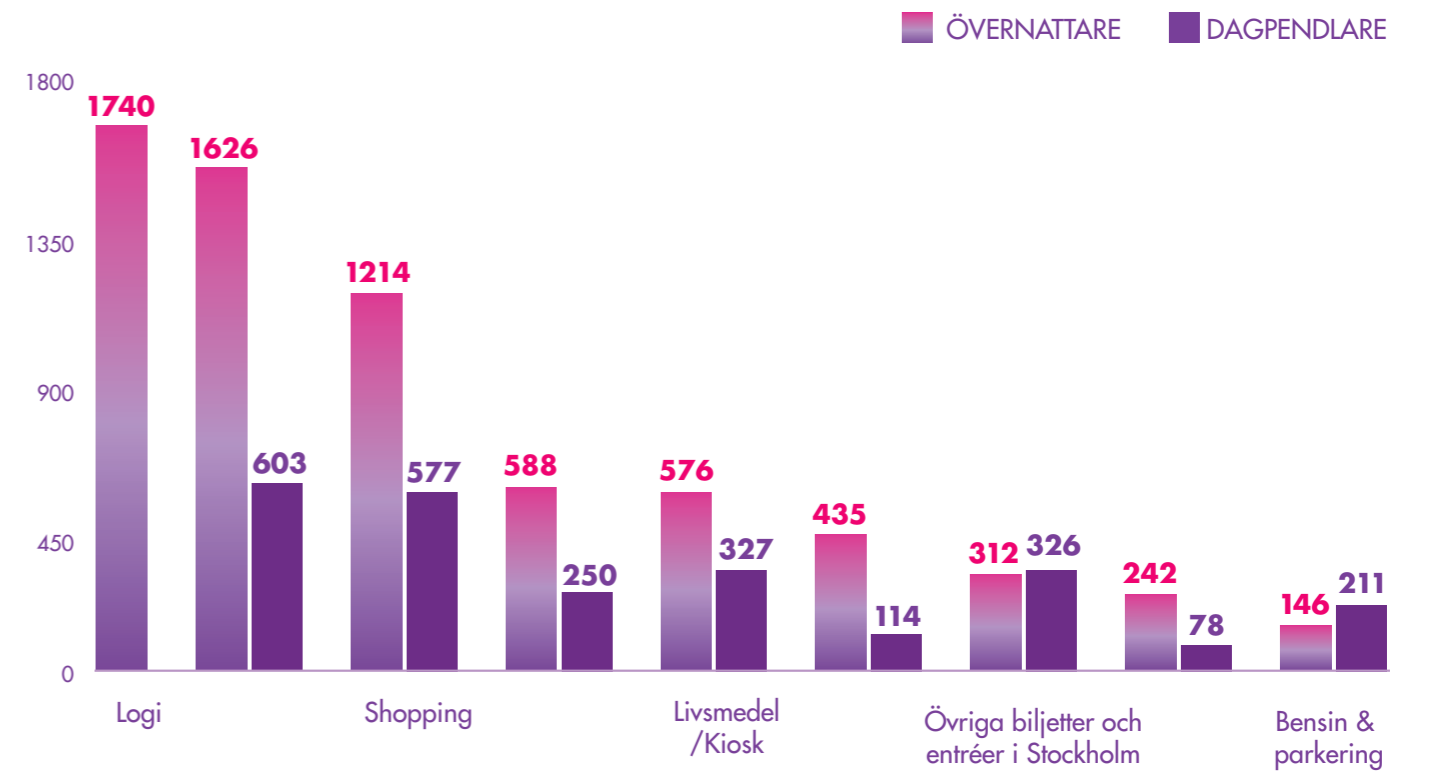
	Dagpendlar	Kommersiellt	Icke-kommersiellt
SVERIGE	21 %	27 %	32 %
ÖVR LÄNDER	3 %	90 %	6 %

SPOTLIGHT PÅ TURISTERNA

VAD GJORDE DU MER UNDER DIN VISTELSE I STOCKHOLM?



GENOMSnittlig konsumtion



TURISMEKONOMISK BERÄKNING

Konserterna genererade 848 miljoner kronor i turismekonomisk effekt baserat på konsumtion och boende, exklusive biljettförsäljning

**TOTAL TURISTEKONOMISK OMSÄTTNING
= 848 092 00 SEK**

	SVERIGE	UTLANDET
LOGI & BOENDE	49 344 000 SEK	162 726 000 SEK
DAGSKONSUMTION	215 967 000 SEK	420 055 000 SEK
TOTAL KONSUMTION	265 311 000 SEK	582 781 000 SEK



TOTAL SKATTEEFFEKT CA 431 MKR

DEN TOTALA SKATTEEFFEKTEN FRÅN TURISTERNAS OMSÄTTNING UPPGÅR TILL 431 MILJONER KRONOR* OCH FÖRDELAS ENLIGT FÖLJANDE:

- **KOMMUNALA SKATTER CA 152 MKR**
- **REGIONSKATT CA 105 MKR**
- **STATLIGA SKATTER & AVGIFTER CA 174 MKR**

*Beräknad som procent av turismomsättningen baserat på kommunalskattekronan samt statliga avgifter och moms. Uppskattningsvis stannar c a 90% av kommunala och regionala skatter i Stockholmsregionen då företag och anställda där konsumtionen sker bedöms höra hemma i Stockholms län.

Swifties på väg till arenan för
en oförglömlig upplevelse.



MUSIKSTADEN STOCKHOLM

Stockholms styrka som en attraktiv värdstad för stora evenemang, ligger också i stadens position som en globalt ledande musikstad. Det är flera faktorer som bidrar till att så många stora musikevenemang väljer att besöka just Stockholm.

En viktig faktor är självklart Stockholms imponerande musikhistoria. Genom ikoniska popgrupper som ABBA och framstående musikproducenter som Max Martin, har staden haft en enorm inverkan på den globala musikindustrin. Denna framgång har gett Stockholm stor prestige, vilket gör staden till en attraktiv plats för arrangörer av stora musikevenemang. Staden är också värd för Polarpriset, eller Polar Music Prize - ett internationellt musikpris som funnits sedan 1989. Priset instiftades av musikproducenten Stig-Erik "Stikkan" Andersson och delades ut för första gången år 1992. Namnet "Polarpriset" kommer från Stikkans egna skivbolag som hette Polar Music.

Utöver Stockholms roll som musikstad, med en framgångsrik musikexport, har Stockholm också en välutvecklad infrastruktur som kan hantera de krav som ställs vid storskaliga konserter och festivaler. Staden är hem för flera professionella produktionsbolag, såsom Live Nation / Luger, All Things Live, United Stage och FKP Scorpio, vilket säkerställer att evenemang kan genomföras med hög kvalitet. För de som själva vill skapa har Stockholm en fantastisk infrastruktur med möjligheter för unga att vara kreativa. Föreningar som Medborgarskolan, Driv, ABF och Fryshuset har hjälpt nya talanger att komma igång, och nysatsningen The Node erbjuder studiotid och spellokaler med bästa möjliga akustiska och teknologiska förutsättningar.

Dessutom finns det många välrenommerade konsertlokaler, såsom Strawberry Arena, Tele2 Arena, Avicii Arena och Gröna Lund, som kan ta emot stora publik och komplexa tekniska uppsättningar.

Stockholm erbjuder en live-scen där både lokala talanger och internationella storstjärnor får plats. Från klassiska stråkar i Berwaldhallen, experimentell black metal i Slaktkyrkan till kioskvältpop på Avicii Arena. Dessutom är Stockholm en bubblande festivalstad. Här kan

du gå på stora evenemang med ett pärlband av världsstjärnor – som Stockholm Fields och Rosendal Garden Party. Under Stockholm Jazz Festival och Östersjöfestivalen kan du uppleva konstmusik på anrika scener. Därtill finns det ett myller av festivaler för dem med nischad smak som Bodyfest, Fuzz Festival och Department.

Viktigt är också att förstå rollen av de framstående musikutbildningsinstitutioner, däribland Kungliga Musikhögskolan, som Stockholm huserar. Institutionerna främjar en ständig tillväxt av nya talanger och innovationer inom musiken, som i sin tur skapar en kontinuerlig ström av kreativa och nyskapande musikevenemang som lockar både publik och artister.

Musiktechbolag som Spotify har också spelat en avgörande roll för att göra Stockholm till en attraktiv plats för musikevenemang. Spotify, som grundades i Stockholm 2006, har inte bara revolutionerat hur vi konsumerar musik globalt, utan har också cementerat stadens rykte som ett nav för innovation och kreativitet inom musikindustrin. Ett annat exempel på detta är Teenage Engineering, som med sin OP-1 har blivit hyllade av världsartister såsom John Mayer, Skrillex och Bon Iver.

Närvaro av företag som Spotify mfl. lockar musiktalanger och företag från hela världen, vilket i sin tur gör Stockholm till en naturlig plats för stora musikevenemang och konferenser. Denna tech-boom har bidragit till att skapa ett dynamiskt ekosystem som stöder och främjar musikrelaterade evenemang, vilket ytterligare befäster stadens status som en ledande musikstad.



”Genom årtionden har svenska artister gjort avtryck på den globala musikvärlden, allt från ikoniska ABBA till Robyn och Avicii. Sverige, och Stockholm specifikt, är en av världens mest framgångsrika platser på producent- och låtskrivarsidan, t. ex. Max Martin som skrivit några av 2000-talets största hits åt artister som Britney Spears, The Weeknd och sist men inte minst Taylor Swift.”

EMMA VIKSTRÖM
MUSIKCHEF PÅ SPOTIFY & SWIFTIE

STOCKHOLMS LIVESCEN



MARIE LINDQVIST
Senior Vice President Operations Europe,
Official ASM Global

Efter pandemin har evenemangsbranschen kommit tillbaka väldigt starkt, och efterfrågan och intresset från fansen har bidragit till en återhämtning som tyder på att upplevelser och att skapa minnen fortsatt är något som konsumenterna världen över värdesätter.

Även om kostnaderna för att turnera har ökat, ser vi att stora artister fortfarande väljer att inkludera Stockholm i sina turnéplaner. Större artister lockar fler besökare, vilket gynnar både staden och arenorna, berättar Marie.

För att övertyga artister att komma till Stockholm handlar det om att visa att vi har såväl fansen som rätt infrastruktur. Dessutom är tillgängligheten i bokatidskalendern avgörande. Att ha flexibla

och tillgängliga arenor gör Stockholm mer attraktivt för stora turnéer.

Marie Lindqvist igen:

– Stockholm har gjort en fantastisk resa de senaste 10–15 åren. Genom investeringar i moderna arenor som Tele2 Arena och Strawberry Arena har staden stärkt sin position som en ledande plats för stora evenemang. Den pågående uppdateringen av Avicii Arena säkerställer att vi även i framtiden kan erbjuda toppmoderna faciliteter. Denna modiga investering är nu det som vi kan och kommer att se frukten av kommande 20 år. Ett annat exempel på att Stockholm står sig bra när det gäller arenor är mångsidigheten hos stadens anläggningar. Till exempel spelar Taylor Swift ofta på stora fotbollsarenor utan tak, och vi skulle

”Livemusikindustrin har sett en stor förändring, särskilt efter pandemin. Vi har märkt en enorm efterfrågan och ett starkt intresse bland fans för livemusik.”



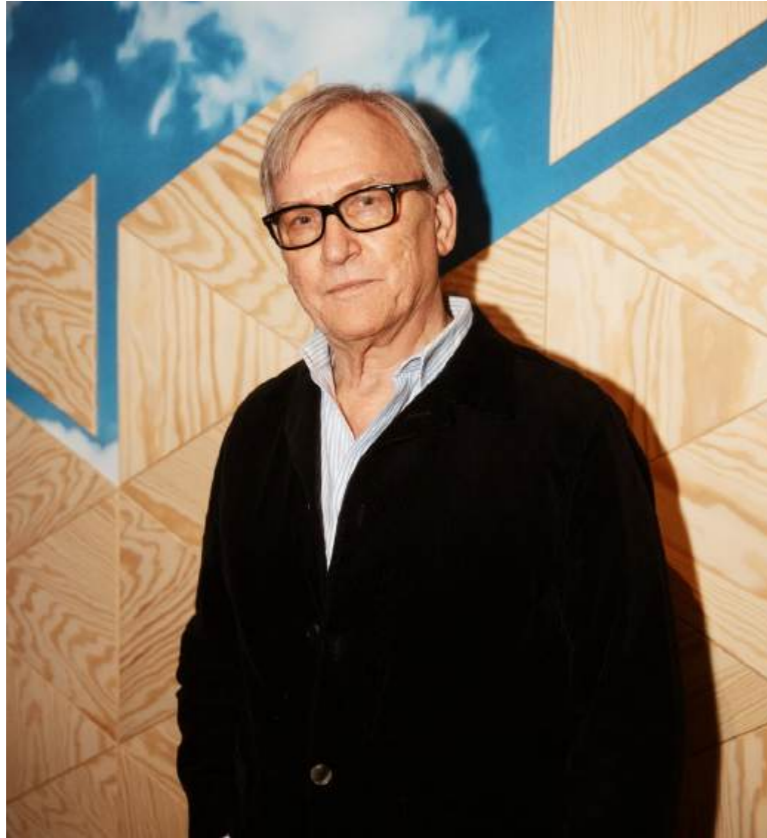
inte ha kunnat ha henne på besök i maj utan stadens takförsedda arenor. Detsamma gäller Beyoncé:s besök våren 2023. Genom att ha tak på arenorna förlängs säsongen för att ta emot den här typen av turnéer.

Marie adderar även att en annan viktig faktor för Stockholms framgång som evenemangsstad är de svenska konsertarrangörerna. Thomas Johansson, som grundade Live Nation, har varit en central figur inom den svenska livemusikbranschen och har mycket att tackas för. På senare år har även andra starka aktörer som All Things Live och Scorpio bidragit till att driva utvecklingen framåt. Tack vare deras arbete och de moderna arenorna kan Stockholm erbjuda förstklassiga musikevenemang och fortsätta locka stora artister.

För att fortsätta ligga i framkant när det kommer till att vara en evenemangsstad är det viktigt att fortsätta arbeta med alla aspekter av värdskapet, och säkerställa att besökare får en bra helhetsupplevelse av staden.

– Stockholm som värdstad för stora evenemang ligger i framkant. Framåt är det viktigt att ha en gemensam vision om hur vi vill upplevas som evenemangsstad. Stockholm har gjort mycket rätt de senaste åren och det är tydligt att både arrangörer och invånare ser positivt på den utveckling som skett, avslutar Marie.

EVENEMANGENS SOCIALA PÅVERKAN



KLAS BERGLING
Tim Bergling Foundation: En ljus framtid
för unga genom musikens kraft

Tim Bergling Foundation etablerades efter den tragiska bortgången av Tim "Avicii" Bergling. Stiftelsen har ett tydligt syfte: att förebygga psykisk ohälsa och självmord bland unga bland annat genom musikens kraft. Klas Bergling berättar om stiftelsens bakgrund, mål och deras arbete för att skapa en positiv förändring för unga.

Stiftelsen startades 2019 efter att familjen Bergling fått en överväldigande mängd brev och e-postmeddelanden från unga människor världen över. Slående många skrev om hur Tims musik, texter och hans person hjälpte dem att hantera sina psykiska problem. Detta fick dem att inse hur utbredd psykisk ohälsa är bland unga.

– Vi kände att det bästa sättet att använda Tims arv var att hedra Tims minne genom att starta en stiftelse med fokus på att förebygga psykisk ohälsa

och självmord bland barn, unga och unga vuxna, säger Klas Bergling.

Tim Bergling Foundation samarbetar idag med flera organisationer som delar deras mål, och unika ingång kring musikens positiva inverkan på psykisk hälsa. De ser själva att musik har en kraftfull effekt på välbefinnande genom aktiviteter som körsång, musikproduktion och konserter.

Klas Bergling igen:

– Vi jobbar med donationer, bidrag och samarbeten. Ett exempel är vårt initiativ konserten Together for a Better Day, som vi hoppas kunna göra till ett årligt evenemang. I år renoverar Stockholm Live arenan varför nästa konsert blir 2025. Konsertsatsningen ingår i våra planer att integrera underhållning med viktiga samhällsfrågor för att engagera skolor, lärare, föräldrar, politiker

och andra aktörer. Våra liveupplevelser har fått fantastisk respons, särskilt från unga efter konserterna.

För att bidra långsiktigt samarbetar de med flera olika aktörer däribland Stockholm Business Region, för att säkerställa att deras projekt har en gedigen inverkan. Ett sådant projekt är The Node på Plattan, där de har två studios under uppbyggnad. De strävar efter att skapa en plats där ungdomar kan mötas och utvecklas, både musikaliskt och personligt. Detta för att se till att deras aktiviteter får sociala ringar på vattnet och inspirerar unga att engagera sig i musik och kultur.

– Min vision är att Tim Bergling Foundation ska fortsätta växa och göra en positiv skillnad för unga människor. Vi vill fortsätta använda musik som ett verktyg för att förbättra psykisk hälsa och skapa en känsla av gemenskap. Live-evenemang spelar en viktig roll i detta, då de inte bara erbjuder underhållning utan också en möjlighet att samla människor kring viktiga frågor. Jag hoppas att vi kan inspirera andra städer och organisationer att följa vårt exempel och att vi tillsammans kan skapa en bättre framtid för nästa generation, avslutar Klas Bergling.

”Live-evenemang spelar en viktig roll då de inte bara erbjuder underhållning utan även en möjlighet att samla människor kring viktiga frågor.”



HÅLLBARA EVENEMANG

En viktig aspekt i att välkomna stora evenemang till staden är att säkerställa att det genomförs så hållbart som möjligt.

Stockholms stad har utvecklat en omfattande guide för att stödja stadens aktörer i att genomföra hållbara evenemang. Guiden, som inkluderar ekologiska, ekonomiska och sociala aspekter, är baserad på ISO-standarden 20121 och erbjuder vägledning och verktyg för arrangörer.

En del av strategin för att säkerställa att hållbarhetsarbetet är välorganiserat är att utse en ansvarig för hållbarhetsfrågor och förankra detta arbete på ledningsnivå. Alla involverade parter, inklusive leverantörer och medarrangörer, bör vara medvetna om evenemangets hållbarhetsprofil. Arrangörer uppmanas att utbilda all personal, både intern och extern, inklusive volontärer, om hållbarhetsmålen.

Valet av plats för evenemanget spelar också en viktig roll för dess hållbarhet. Stockholms stad rekommenderar att välja platser med goda kollektivtrafikförbindelser för att minska transportutsläpp, samt att beakta säkerhet, tillgänglighet och närhet till boende och affärsverksamheter för att minimera störningar. I Stockholm har vi ett välutvecklat system av kollektiva transportsystem som tunnelbana, pendeltåg och bussar. Både Strawberry Arena och de stora arenorna i Globenområdet nås lätt via flera stationer för dessa färdmedel. Detta märktes tydligt vid Taylor Swifts konserter då ca 65 procent av besökarna använde kollektiva färdmedel till och från arenan. Dessutom satsar Stockholms stad mycket på infrastruktur för cykling och när arenorna ligger så pass centralt som de gör (och inte utanför staden) blir detta också ett vanligt förekommande transportalternativ till evenemangen.

Stockholms stad ställer också höga krav på hållbarhet när det gäller leverantörer och material. Arrangörer bör säkerställa att material och produkter inte innehåller skadliga ämnen och att de är återvinningsbara eller återbrukbara. Engångsartiklar bör undvikas och produkter som används bör vara hållbarhetsmärkta.

Arrangörer av evenemang stöttas genom information/utbildning och diskussioner vid träffar i stadens arrangörsnätverk. Det är tydligt att detta är en prioriterad fråga för alla arrangörer och många har ett aktivt och ambitiöst hållbarhetsarbete kring sina evenemang.

Maten som serveras på evenemanget har också en stor inverkan på dess hållbarhet. Stockholm uppmuntrar alltid arrangörer att välja närproducerad och ekologisk mat, med fokus på att minska köttkonsumtionen genom att erbjuda fler vegetariska alternativ och kött med låg klimatpåverkan, som vilt och fågel.

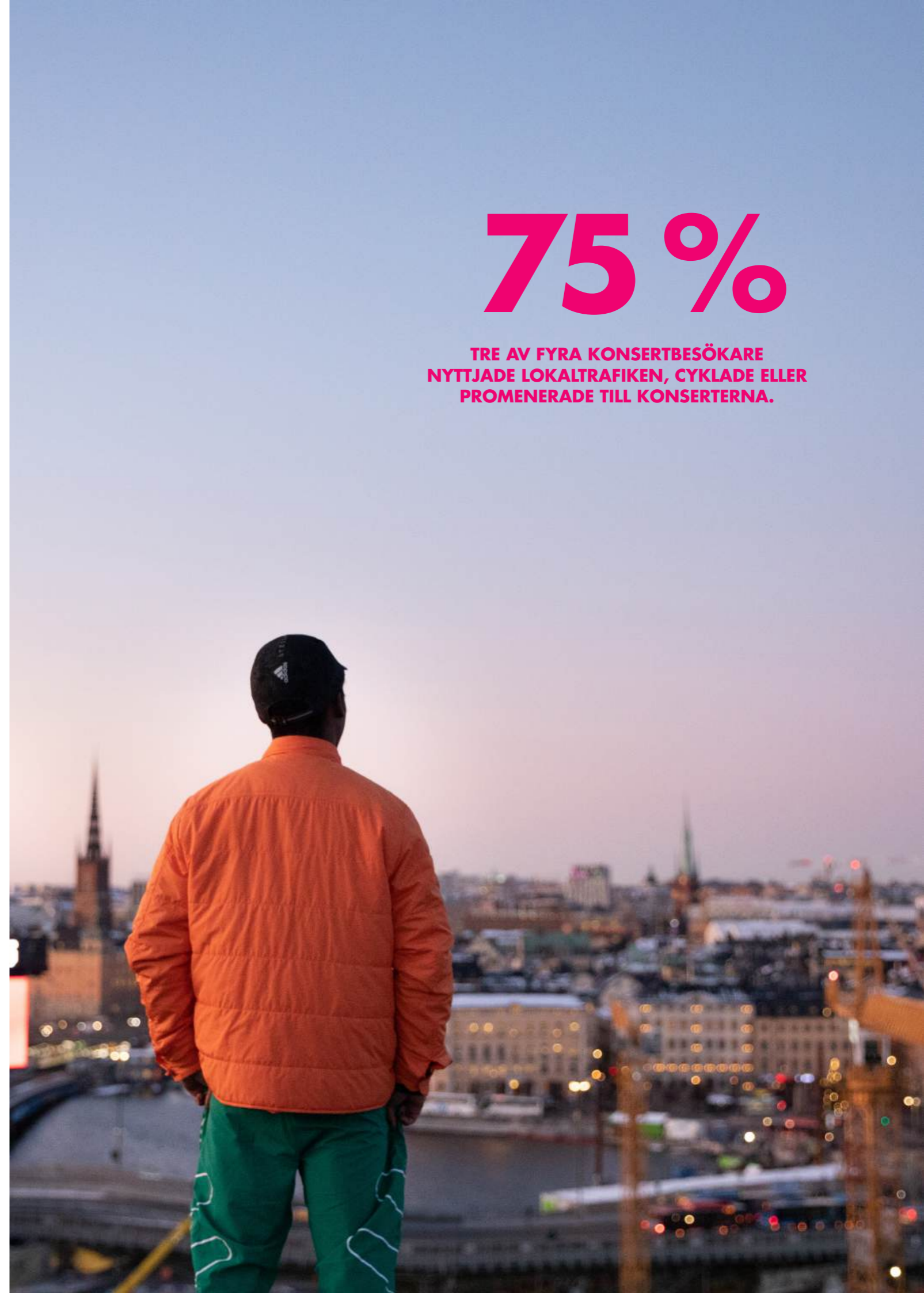
Kranvatten bör föredras framför buteljerat vatten. Effektiv avfallshantering är också viktigt, och arrangörer bör planera detta noggrant och säkerställa att avfallet sorteras enligt stadens föreskrifter för att minimera avfall och matsvinn.

SVOA (Stockholm Vatten och Avfall) säkerställer information om detta och kan vid evenemang sätta ut tappställen för kranvatten vid behov. Efter evenemanget är det viktigt att utvärdera hur väl hållbarhetsmålen uppfylldes och identifiera förbättringsområden. Resultaten bör kommuniceras för att visa hur evenemanget bidragit till hållbar utveckling.

Genom att marknadsföra hållbarhetsarbetet kan arrangörer skapa positiv publicitet och stärka Stockholms varumärke som en ledande stad för hållbara evenemang. Inom stadens organisation finns ett "nätverk för hållbarhet vid möten och evenemang" där ovanstående frågor diskuteras och utvecklas. En viktig aspekt förutom att evenemang genomförs på ett så hållbart sätt som möjligt, är att använda evenemanget som kommunikationskanal för att påverka individen att leva mer hållbart i vardagen.

75 %

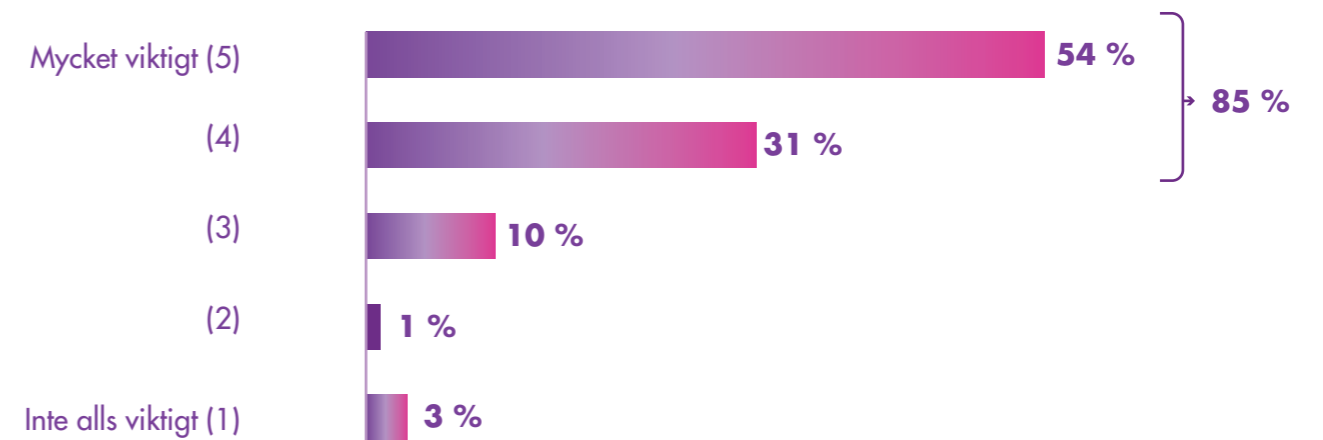
**TRE AV FYRA KONSERTBESÖKARE
NYTTJADE LOKALTRAFIKEN, CYKLADE ELLER
PROMENERADE TILL KONSERTERNA.**



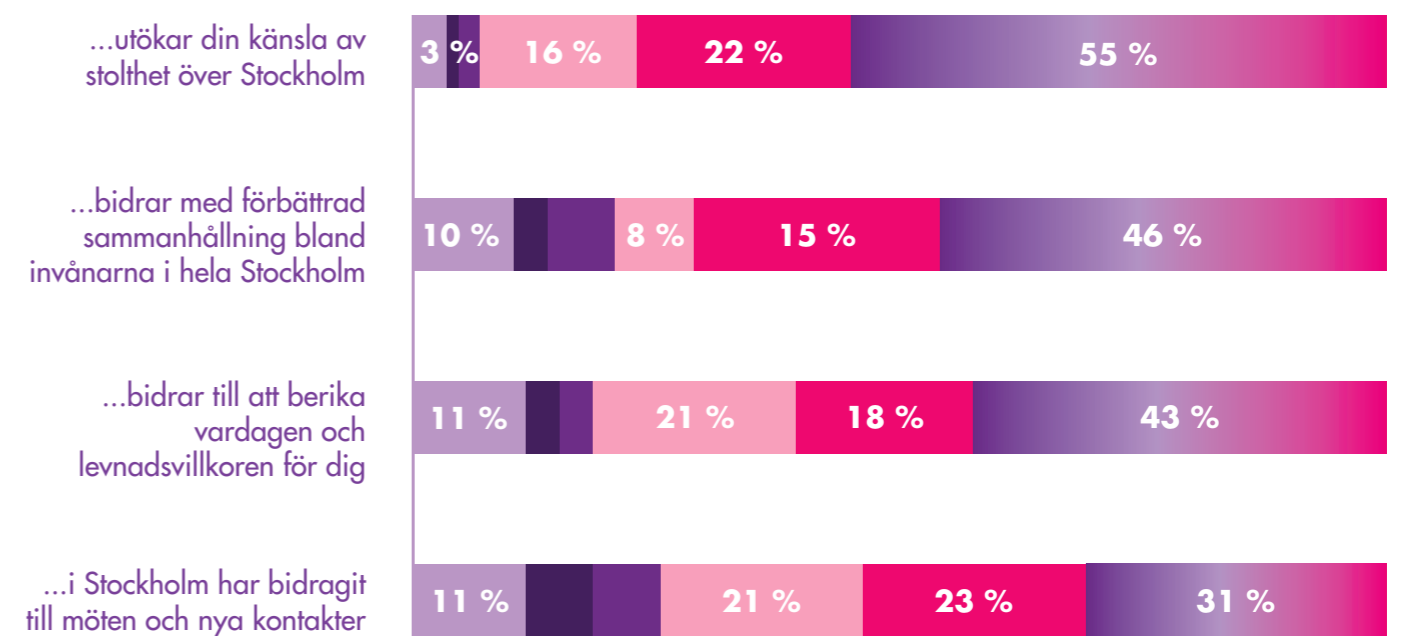
SPOTLIGHT PÅ INVÅNARNA

Nära nio av tio av invånare i Stockholm tycker att det är viktigt att stora publika evenemang likt Taylor Swifts konserter arrangeras i staden. Tre av fyra menar att det ökar en känsla av stolthet för staden och bidrar till en bättre sammanhållning bland invånare.

HUR VIKTIGT ÄR DET FÖR DIG ATT STORA PUBLIKA EVENEMANG ARRANGERAS RENT ALLMÄNT I STOCKHOLM



UPPLEVER DU ATT EVENEMANGET...



VET EJ
 1. INSTÄMMER INTE ALLS
 2
 3
 4
 5. INSTÄMMER HELT



“Om hela Sverige hade fått en lyckonivåhöjning av den här storleken hade vi teoretiskt kunnat, under den här perioden, toppa ansedda World Happiness Report som världens lyckligaste land.”

MICAEL DAHLEN

FÖRFATTARE OCH PROFESSOR PÅ HANDELSHÖGSKOLAN

HAPPYFLATION!

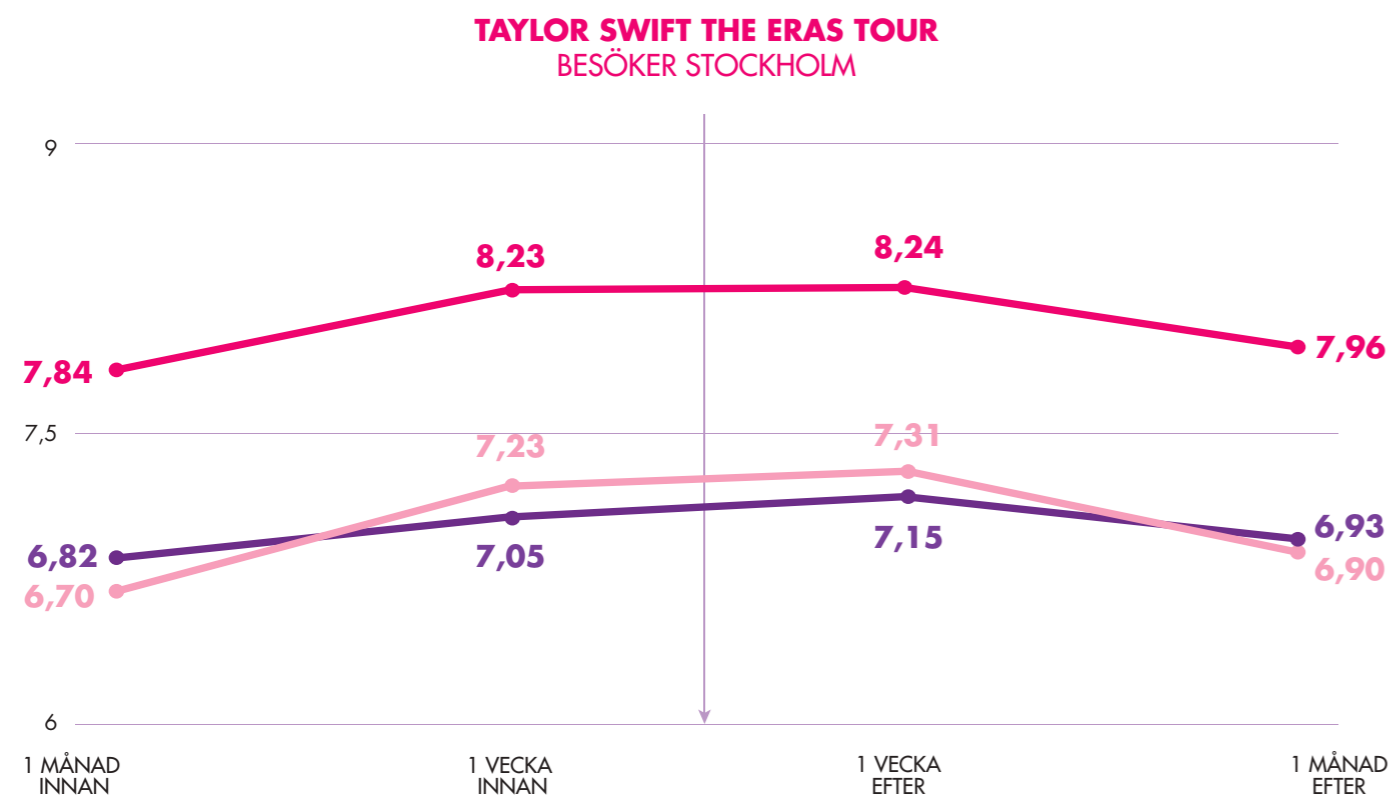
Micael Dahlen, professor vid Handelshögskolans Center for Wellbeing, Welfare och Happiness har i ett samarbete med Stockholm Business Region använt Taylor Swifts tre konserter i Stockholm som ett naturligt experiment för att titta närmare på om och hur stora evenemang kan ha betydande positiva effekter på en hel stads välbefinnande, mående och upplevda gemenskap.

I studien har inte mindre än fem olika mätningar genomförts i Sverige och Stockholm runt tiden för konserterna, bland annat genom Stockholms stads Medborgarpanel.

Micael Dahlen tittar i studien inte bara på hur konserterna påverkat de som besökt dem, utan är framför allt intresserad av hur evenemangen har

påverkat måendet bland hela stadens invånare. För att ta bort yttre faktorer såsom det fina vädret har man i studien jämfört måendet i Stockholm under perioden med övriga landet. Studien visar också att hela 89% av Stockholms invånare kände till att Taylor Swift hade konserter i Stockholm.

Det är tämligen stora lyckoeffekter som Micael har observerat hos invånarna under veckorna inför och efter konserterna – om hela Sverige hade fått en nivåhöjning av den här storleken hade vi teoretiskt kunnat under den här perioden, toppa ansedda World Happiness Report som världens lyckligaste land. I stort sett alla resultat följer samma mönster: stadens invånare kände mer lycka och var mer nöjda med att bo i sin stad vid tiden för världsartistens besök.



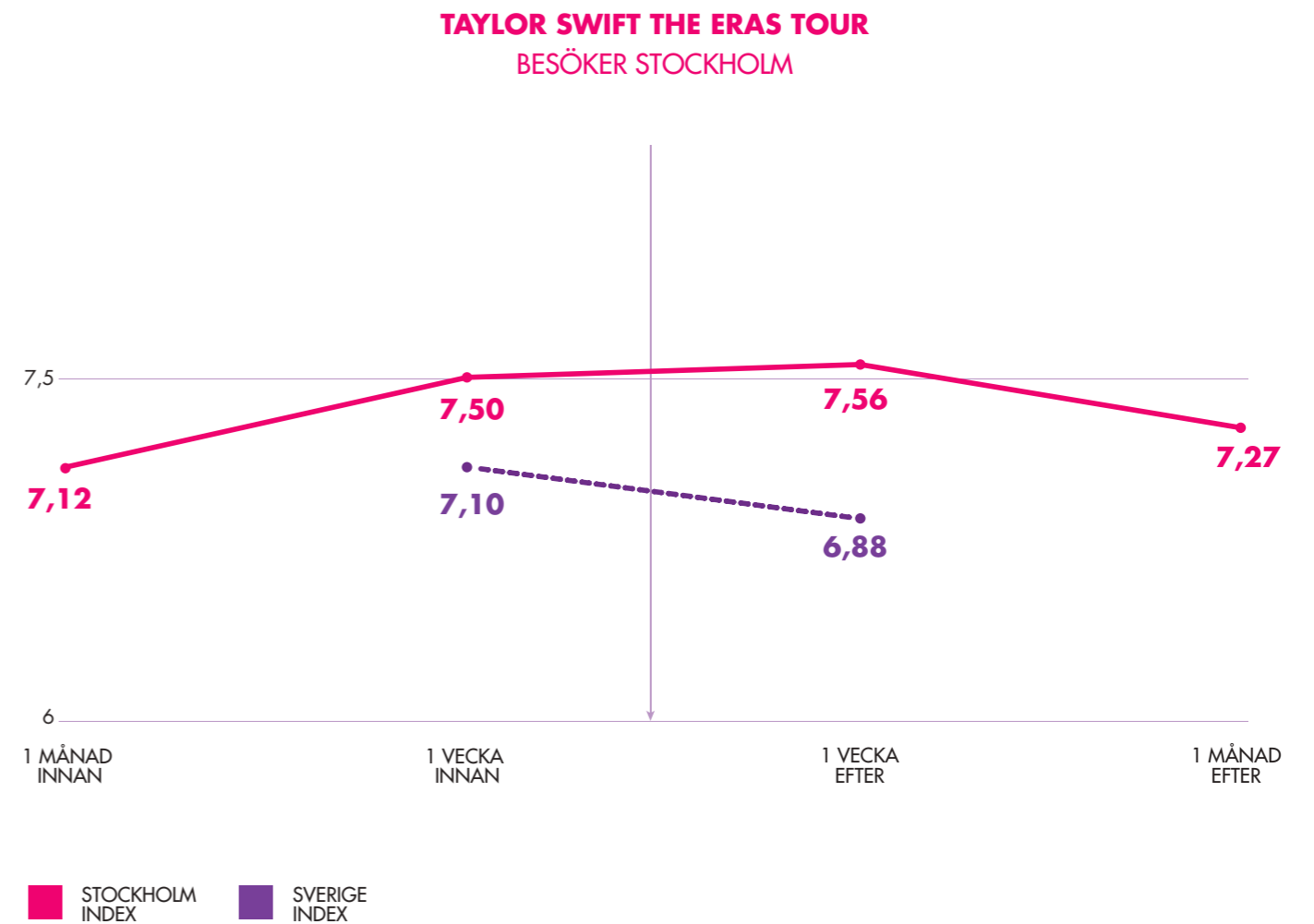
Hur nöjd är du med att bo i den stad du bor i på en skala 1-10?
Bas: Stockholms invånare

Hur lycklig är du just nu på en skala 1-10?
Bas: Stockholms invånare

Föreställ dig en stega där 10 är det bästa tänkbara livet för dig och 1 är det sämsta tänkbara livet för dig. Var på stegen skulle du säga att ditt liv är just nu?
Bas: Stockholms invånare

INDEX; AV DE TRE UNDERSÖKNINGSFRÅGORNA*, STOCKHOLM JÄMFÖRT MED ÖVRIGA SVERIGE

För att skapa ett jämförelsetal har Micael Dahlen genomfört två riksrepresentativa kontrollmätningar på Sveriges invånare vid tiden för Taylor Swifts besök. När man jämför Stockholms invånares upplevda lycka och nöjdhet med att bo i sin stad med övriga av landet så ser man under perioden tämligen stora skillnader, där Stockholmarna sticker ut i positiv bemärkelse.



*Index baserat på resultatet från frågorna (1) Hur nöjd är du med att bo i den stad du bor i? (2) Hur lycklig är du just nu? (3) Föreställ dig en stega där 10 är det bästa tänkbara livet för dig och 1 är det sämsta tänkbara livet för dig. Var på stegen skulle du säga att ditt liv är just nu?



MICAEL DAHLEN
Författare och professor, Handelshögskolan

Lyckoforskaren Micael Dahlen konstaterar den påtagliga inverkan som kultur-evenemang kan ha på en så pass stor stad som Stockholm. Mätningarna visar en nästan femprocentig ökning i invånarnas lycka, en siffra som Dahlen anser är anmärkningsvärd, särskilt med tanke på att mindre än en tiondel av befolkningen faktiskt närvarade vid konserterna.

– Det här var ett perfekt och unikt tillfälle att testa vad vi kallar "Happyflation" – hur lycka och välmående kan spridas kollektivt genom en stad. Få artister har förmågan att samla så många människor och skapa en sådan kollektiv glädje som Taylor Swift, säger Micael Dahlen.

Jämfört med tidigare studier, som de som genomfördes under OS i London, där man undersökte hur stora sportevenemang påverkar välmåendet hos invånarna, är denna studie unik i sitt fokus på effekterna av en världsartists besök. Dahlen betonar att evenemang av denna magnitud inte bara skapar glädje hos de som deltar direkt, utan att effekten sprids vidare genom staden.

– Vi kallar det "Happyflation", säger han. Människors glädje och lycka kan smitta av sig på varandra i flera led. De hundratusentals glada konsertbesökarna delade sin entusiasm med stockholmarna, som i sin tur delade den vidare. Detta bidrar också till en ökad känsla av gemenskap och stolthet över att vara en del av en stad som uppmärksammas positivt både nationellt och internationellt.

DE FEM MÄTNINGARNA VISAR BLAND ANNAT ATT:



Taylor Swifts konserter ökade lyckan hos Stockholms invånare såväl inför som efter artistens Sverigebesök, jämfört med övriga Sverige. Skillnaden var dessutom större efter evenemanget, vilket visar på en tydlig eventeffekt.



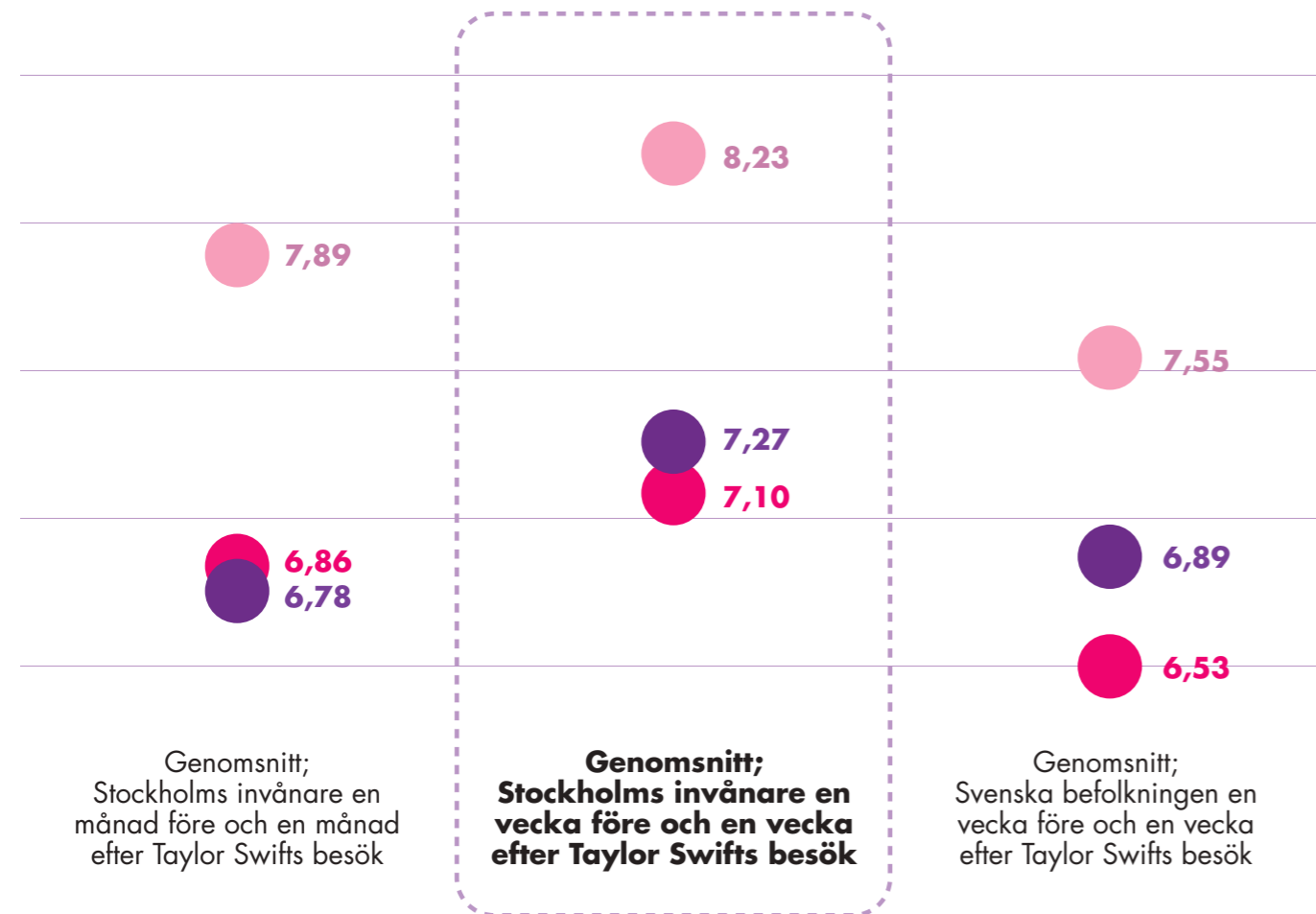
Taylor Swifts konserter hade även en **statistiskt genomgående positiv effekt på andra aspekter av stockholmarnas välmående och beteende under perioden;** två av de känslor som sticker ut extra är att konserterna bidragit till att Stockholms invånare upplever en större glädje och även en större känsla av gemenskap i Stockholm för tiden runt evenemanget.



I en av mätningarna – där respondenterna själva fick uppskatta hur de hade påverkats av Taylor Swifts Sverigebesök – var de positiva effekterna signifikanta och de följde också vad Micael Dahlen beskriver som "ett logiskt mönster". **Det fanns större positiva effekter i Stockholm jämfört med övriga Sverige;** och det fanns större positiva effekter bland de som kände någon som var på konserten, och allra störst effekter bland de som själva var där.

FÖRHÖJDA KÄNSLOLÄGEN UNDER TAYLOR SWIFTS BESÖK

Diagrammet visar hur Stockholms invånares känslolägen var förhöjda veckan före och veckan efter Taylor Swifts besök. Dels i jämförelse med en månad innan och en månad efter konserterna, och även i jämförelse med ett riksrepresentativt urval i Sverige vid samma tidpunkt.



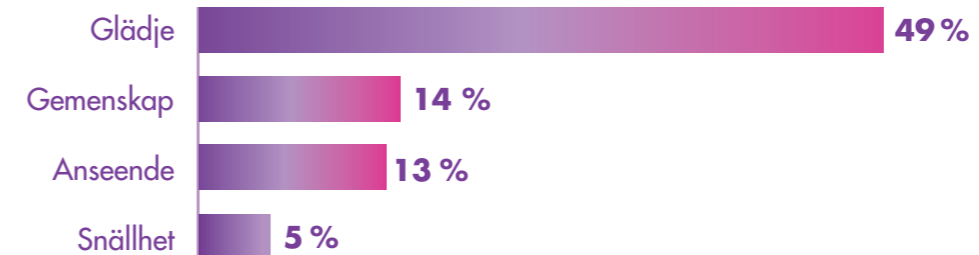
■ Hur nöjd är du med att bo i den stad du bor i på en skala 1-10?

■ Hur lycklig är du just nu på en skala 1-10?

■ Föreställ dig en stega där 10 är det bästa tänkbara livet för dig och 1 är det sämsta tänkbara livet för dig. Var på stegen skulle du säga att ditt liv är just nu?

DRIVKRAFTERNA BAKOM RESULTATEN

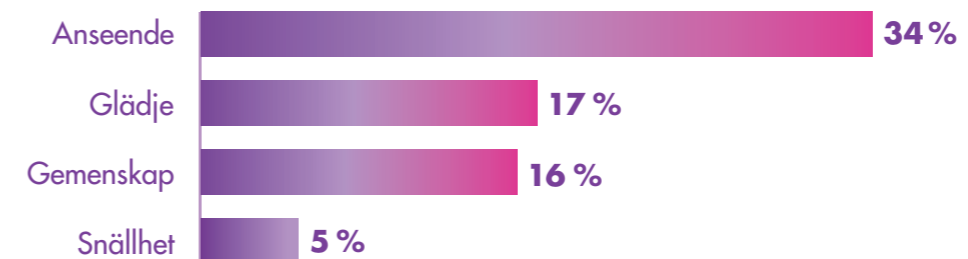
När man ser till studien som helhet och vad som har bidragit till stockholmarnas ökade lycka och nöjdhet, framstår några faktorer särskilt tydlig på en övergripande nivå. Den största faktorn är den förhöjda glädje som invånarna kände under Taylor Swifts besök. Samtidigt har känslan av samhörighet och den positiva uppmärksamhet som Stockholm fick från omvärlden också spelat en viktig roll.



De sammantagna förklaringsvariablerna till resultaten på frågorna (1) Hur nöjd är du med att bo i den stad du bor i? (2) Hur lycklig är du just nu? (3) Föreställ dig en stega där 10 är det bästa tänkbara livet för dig och 1 är det sämsta tänkbara livet för dig. Var på stegen skulle du säga att ditt liv är just nu?

STOCKHOLMARNAS NÖJDHET FÖRSTÄRKS AV OMVÄRLDENS SYN

Det som skapar lycka hos Stockholms invånare skiljer sig från vad som gör dem nöjda med att bo i staden de bor i. Vad gäller nöjdheten med att bo i Stockholm har hur positiva invånarna tror att omvärldens bild är, här kallat anseende, en stor inverkan. Att man upplever att Stockholm betraktas positivt, både inom Sverige och internationellt, spelar en betydande roll för hur nöjda stockholmarna känner sig med sin stad. En upplevelse av att omvärlden har en positiv bild av Stockholm kan ha förstärkts hos invånarna under tiden för Taylor Swifts besök, då staden fick mycket positiv uppmärksamhet. Att se sin stad uppskattad och erkänd av andra bidrar starkt till invånarnas stolthet.



MEDIALT GENOMSLAG

Taylor Swifts konserter i Stockholm genererade över 19 000 artiklar och ett annonsvärde på 200 miljoner kronor.

Besöken på visitstockholm.com ökade med 80 procent och googlesökningar på Stockholm steg med 52 procent

Det har publicerats över 19 000 artiklar och inlägg i nyhetsmedier och på sociala medier, under sju dagars mätning i relation till konserterna i Stockholm, med en potentiell räckvidd på över 5 miljarder. I annonsvärde motsvarar det drygt 200 miljoner kronor.

"Swiftholm" har nämnts i över 6 000 artiklar och inlägg i sociala medier under sju dagars mätning vid Taylor Swifts besök.

Globala googlesökningar på Stockholm ökade markant under perioden med 27 procent veckan innan konserterna – och med 52 procent veckan efter konserterna.

De utländska besökarna ger Stockholm som stad mycket höga betyg överlag. 6 av 10 kan klassas som stockholmsambassadörer efter besöket.

"Taylor Swift Thanks Sweden Eras Tour Shows for Having the 'Most Generous, Excitable, Magical Crowds'"

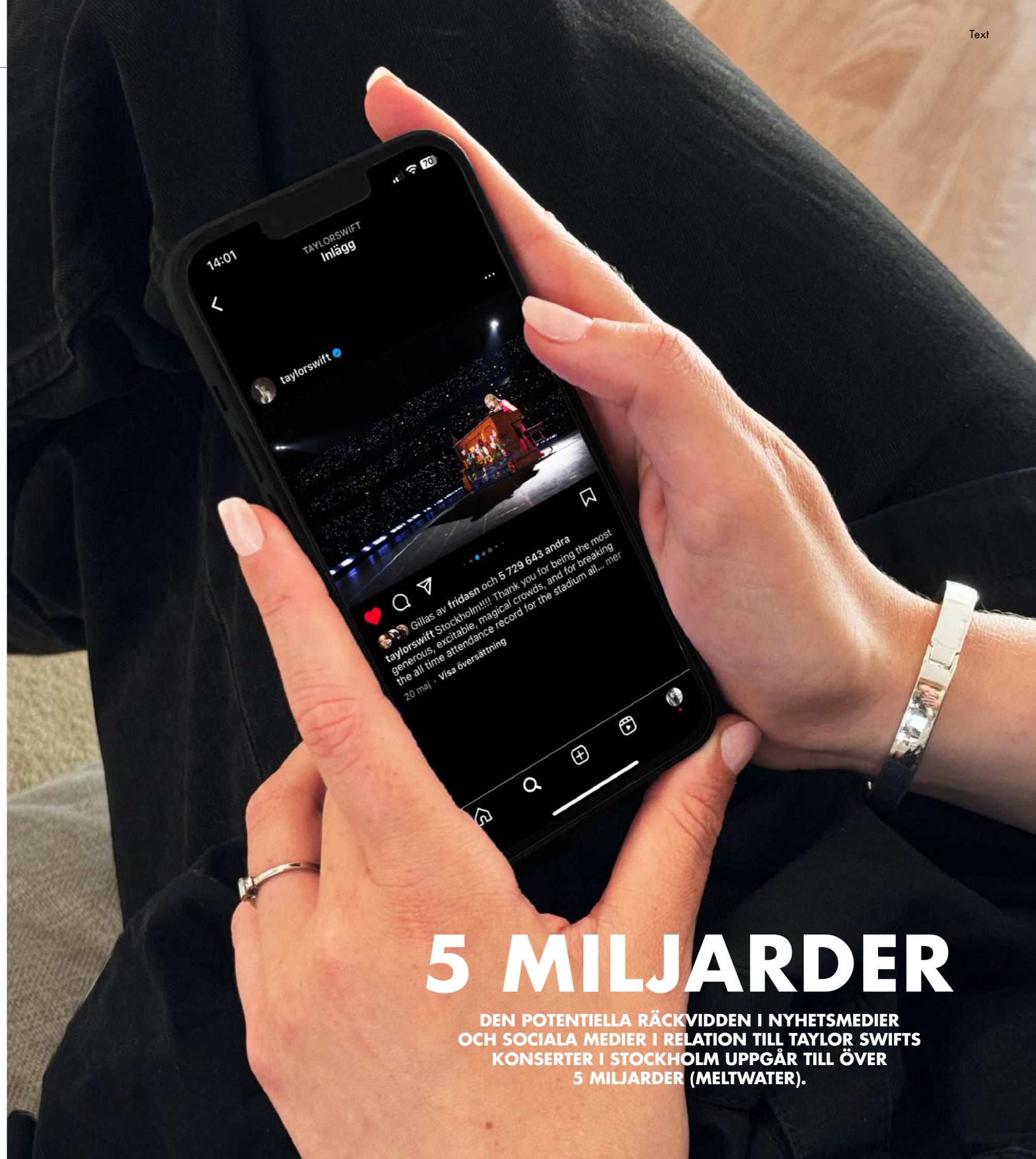
People

"Taylor Swift dedicated her acoustic, guitar mash-up on Sunday to Max Martin, a Swedish record producer and songwriter"

USA TODAY

"Taylor Swift breaks attendance record in Stockholm on European tour"

Hindustan Times



5 MILJARDER

DEN POTENTIELLA RÄCKVIDDEN I NYHETSMEDIER OCH SOCIALA MEDIER I RELATION TILL TAYLOR SWIFTS KONserter I STOCKHOLM UPPGÅR TILL ÖVER 5 MILJARDER (MELTWATER).

“Stockholm kommer alltid vara av stort intresse från musikvärldens ögon. I en värld där musik sprids mellan landsgränser och språk så har Stockholm sitt musikarv som gör att staden står stadigt bland alla snabba trender och snabbt växande genrer, och jag tror alltid att musikvärlden kommer snegla mot Sverige och Stockholm för att se vad vi gör och ta inspiration på ett eller annat sätt.”

EMMA VIKSTRÖM
MUSIKCHEF PÅ SPOTIFY & SWIFTIE

KEY TAKEAWAYS

Musikrapporten 2024 målar upp en inspirerande bild av Stockholm som en världsledande evenemangsstad, där Taylor Swifts besök under våren 2024 är ett lysande exempel. Hennes konserter lockade 151 400 unika besökare, vilket skapade en enorm ekonomisk och social påverkan. Stadens förmåga att genomföra evenemang av denna magnitud visar på en framgångsrik samverkan mellan näringslivet, kulturinstitutioner och invånare.

Rapporten svarar på följande huvudfrågor:

Varför kommer stora artister till Stockholm?

- Stockholm är en attraktiv och öppen stad där alla känner sig välkomna
- Stockholm har genom investeringar i infrastruktur och hållbara lösningar stärkt stadens kapacitet att hantera stora evenemang framgångsrikt
- Stockholm har bra tillgänglighet
- Stockholm har publiken och det lokala värdskapet
- Stockholm har en stark lokal musikbransch med ett stort ekosystem av välrenommerade aktörer
- Stockholms har erfarenhet av, och välkomnar, stora evenemang

Vad ger musikevenemang för effekter för Stockholm?

- Stärker Stockholms internationella status och bilden av Stockholm
- Stärker Stockholms attraktionskraft
- En ekonomisk injektion för näringslivet i staden
- Turismekonomiska effekter för stat, region och kommun
- Nöjda besökare som blir nya Stockholmsambassadörer
- Stolta och lyckliga stockholmare med en rikare vardag
- Förbättrad sammanhållning bland stockholmarna



STORT TACK. VI GÖR DET TILLSAMMANS!

Vi är tacksamma för det stöd och den medverkan som alla inblandade parter har bidragit med. Tillsammans har vi visat att Stockholm inte bara kan attrahera, utan också framgångsrikt genomföra evenemang av världsklass.

Framgången bakom dessa evenemang bygger på en stark samverkan mellan stadens olika aktörer. Genom gemensamma ansträngningar mellan Stockholms stad, näringslivet, kulturinstitutioner och invånare har vi kunnat skapa en robust och inkluderande plattform för att hantera de komplexa utmaningar som stora evenemang innebär.

Nu ser vi fram emot att fortsätta bygga på dessa framgångar. Genom fortsatt samarbete, innovation och engagemang kan vi säkerställa att Stockholm förblir en attraktiv och dynamisk stad för både invånare och besökare.

Tillsammans ser vi fram emot en rad spännande evenemang som ytterligare kommer att befästa Stockholms ställning som en av världens främsta evenemangsstäder. Festivaler, konserter, sportevenemang och kulturella aktiviteter väntar, och vi är redo att välkomna både nya och återkommande besökare till vår stad.



#STOCKHOLM2024

JUSTIN TIMBERLAKE

M.I.A TAYLOR SWIFT PINK

TROYE SIVAN FRÖKEN SNUSK JOHN MAYER

THIRTY SECONDS TO MARS

BRYAN ADAMS NICKI

GRACE JONES ELLEN KRAVVS MINAJ

AKON SEINABO SEY

BRUCE SPRINGSTEEN DINA ÖGON

DEEP PURPLE SAM SMITH

IN FLAMES VICTOR LEKSELL

GAVIN DEGRAW ANTWAN

BENJAMIN INGROSSO

#STOCKHOLM2024

RAPPORTEN ÄR FRAMTAGEN PÅ ETT GEMENSAMT INITIATIV AV



SOLNA STAD

MED UNDERSÖKNINGAR GENOMFÖRDA AV



Origo Group