



Underlag för äskande av marknadsbidrag rörande Vinterspelen på Stortorget 28 /12 -19– 5/1 - 20

Sammanfattning

Vintern 2018 presenterades ett helt nytt arrangemang och koncept för Malmöborna på Stortorget i Malmö. Ett arrangemang för barn och ungdomar med fokus på spel. Ett arrangemang för tjejer och killar i målgruppen 6–15 år. Det blev succé.

Fastighets- och gatukontoret (FGK) ansöker hos kommunstyrelsen om 2600 tkr för fortsatt utveckling genomförande och marknadsföring av Vinterspelen 2019–2020. Summan motsvarar de anslag FGK under 2018 erhöll via Socialstyrelsens lovsättningsbidrag. Projektets totala budget omfattar 5000 tkr varav 2400 tkr kommer från FGK.

Ärende

Fastighets- och gatukontoret (FGK) ansöker om 2600 tkr för ytterligare utveckling, genomförande samt marknadsföring av Vinterspelen. Arrangemanget ligger i linje med Malmös långsiktiga satsning på att bli Europas spelhuvudstad.

Ambitionen är att fortsätta och utveckla ett Vinterlov som är unikt för Malmö som stad. Arrangemanget tillvaratar och arbetar utifrån de målområden (1,3,5,7) som angetts för staden.

Vinterspelens utvecklingspotential ligger framförallt i att samverka med merparten av de aktörer som finns på den lokala marknaden. Utmaningen ligger i att nå alla. Enligt Citysamverkans mätning av personflödet på Södergatan ökade det under genomförandet med 70 000 personer jämfört med den senaste mätningen år 2016. Mätningar visar att Fosie och Rosengård är de områden som är minst representerade på plats under arrangemanget. En utökad satsning med ambitionen att nå alla initieras.

Vinterspelen går i linje med FKG:s övergripande strävan om att skapa neutrala kostnadsfria mötesplatser, likt Malmöfestivalen, Folkets park och Urban beach, där alla har samma rätt att tillgodogöra sig innehåll och plats och ingen kan eller ska premieras pga. socioekonomisk status, utbildning, bostadsområde etc. Ett arrangemang där språk och social kontext inte står i fokus och där alla ges chansen att testa en del av det utbud som idag är så hett eftertraktat av så många.

Projektets totala budget omfattar 5000 tkr varav 2400 tkr kommer från FGK. FGK finansierar dessutom:

Två heltidstjänster för projektledning respektive administration.

Två heltids-resurser fördelade på programinnehåll, arrangemangsproduktion, genomförandeorganisation samt säkerhetsplanering.

En halvtids-resurs för teknisk projektledning samt arbetsledning.

En halvtidsresurs för marknadsföring med fokus på utveckling mot kommunikation i och mot ytterområden i Malmö stad.

All arrangemangsutrustning arrangemangsenheten råder över.

Bakgrund

Malmö stad och regionen tog 2015 fram en femårig vision för hur vi ska bli Europas spelhuvudstad. I dag har vi The Game Assembly, en av världens bästa spelutbildningar, ytterligare en på Malmö universitet, Game habitats och Malmö game week. Malmö har världsledande varumärken och spelutvecklare. Danska IO Interactive samt Avalanche har precis öppnat upp i Malmö och speljätten Massive har släppt uppföljaren till "The Division" – ett succéspel och världens mest sålda 2016. Precis innan påsk offentliggjordes att Dreamhack masters, en av världens största e-sports tävlingar, vill återvända till Malmö och bli en del av Malmö game week.

I ett försök att hitta ett sätt att applicera Malmö stads satsning på spel samt tillgängliggöra den för alla, så gjordes under Big five festival en "festival i festivalen" under namnet Malmö game festival. Den samverkade med Malmö game week och namnet valdes för att knyta arrangemanget till stadens övergripande spelsatsning. FGK ville se om man kunde få alla att våga testa samt om det gick att nå en jämställd besöksstatistik, något som spelbranschen har stora problem med på dom etablerade arenorna. Båda föresatser nåddes med råge. Som en utveckling av detta skapades Vinterspelen och succén var given.

Enligt en attitydundersökning (bifogad) testade en majoritet av besökarna något nytt och kvinnor i högre utsträckning än män. Besökare i åldern 6–11 år provade nytt i högre utsträckning än övriga åldersgrupper. Majoriteten tyckte att Vinterspelen är till för alla och att det fanns lika stort utbud för tjejer som för killar. Besöks- samt deltagarstatistiken visade på en jämställd fördelning bland de över 70 000 besökarna. Publikillströmningen samt arrangemangets unika innehåll och upplägg rönste stort uppmärksamhet i media med en mängd inslag lokalt, regionalt och nationellt.

Datum

Anna Bertilsson
Fastighets- och Gatudirektör