

EVENEMANG SKAPAR TILLVÄXT OCH SYSSELSÄTTNING I STOCKHOLM

Musikalen Mamma Mia! är ett evenemang som i mycket hög grad bidrar till att öka turismen i Stockholm. Våren 2005 sågs musikalen av 205 356 personer, varav drygt hälften var turister. Deras konsumtion uppgick till drygt 438 miljoner SEK, som spenderades på bland annat hotell, restaurang, shopping.

”I Stockholm hålls varje år en mängd evenemang som är till stort nöje för både Stockholmare och stadens turister. Arrangemangen bidrar i hög grad till Stockholms tillväxt och utveckling genom att de skapar omsättning och jobb inom en rad branscher. Mamma Mia är ett lysande exempel på detta”, säger Py Börjeson, Borgarråd och tillika ordförande i Stockholm Visitors Board.

Musikalen Mamma Mia! på Cirkus i Stockholm har gått för fulla hus både vår- och höstsäsong 2005 och kommer att fortsätta båda säsongerna även 2006. Stockholm Visitors Board lät Turismens Utredningsinstitut utföra mätningar av de ekonomiska effekterna avseende föreställningarna som genomfördes våren 2005. Dessa pekar på ett mycket stort ekonomiskt inflöde till regionen för varje säsong som musikalen körs. ”Mamma Mia! sticker ut väldigt mycket och är ett fantastiskt evenemang för Stockholm” säger Ossian Stiernstrand, chefsekonom på Turismens Utredningsinstitut.

Av totalt 205 356 personer som besökte Mamma Mia! under vårsäsongen 2005, var 111 000 turister (54%) från Sverige och utlandet (5.100 personer). Värdet av turisternas konsumtion uppgick till drygt 438 miljoner SEK. Huvuddelen spenderades på hotell, restaurang, shopping samt på själva entrébiljetten.

Turism- och besöksnäringen är en sysselsättningsintensiv bransch. I Sverige krävs det i genomsnitt en omsättning på 1,4 miljoner SEK för att skapa ett årsverke. Musikalen Mamma Mia ger en sysselsättningseffekt på 313 årsverken per säsong.

”Tänker vi på att studien avser endast vårsäsongen 2005, så förstår alla vilken ekonomisk betydelse detta fantastiska evenemang har för Stockholm”, konstaterar Martin Rosborg, VD på Stockholm Visitors Board.

Den genomförda undersökningen visar vilka målgrupper som har attraherats av evenemanget med avseende på ålder, kön, inkomst, hemvist o dylikt. Den visar även besökarnas konsumtion, om de bott på hotell eller annan kommersiell boendeanläggning eller om de bott hos släkt och vänner under sitt besök. Information som kan vara värdefull i arbetet med att skapa ett gott evenemangsutbud i Stockholm.