

*Kommunstyrelsen
Handläggare: Jan Fransson*

Melodifestivalen 2019-2021

Förslag till beslut

Kommunstyrelsens arbetsutskott föreslår kommunstyrelsen besluta att ansöka om att Melodifestivalen arrangeras i Lidköping under perioden 2019-2021,

att 700 000 kr ur Kommunstyrelsens anslag för oförutsedda behov anvisas för att delvis täcka kostnader samt

att verka för att Kommunalförbundet Skaraborg skjuter till medel, och att näringslivet engageras i marknadsföringen och bär kostnader för denna.

Sammanfattning

2014 stod Lidköping värd för Melodifestivalens Andra Chansen. Arrangörskapet genomfördes framgångsrikt och innebar ökad handel och turismkonsumtion.

Den totala budgeten för evenemanget var 2 140 200 kr, varav 700 000 kr användes ur Kommunstyrelsens anslag för oförutsedda behov.

Lidköpings Kommun önskar nu verka för att under perioden 2019-2021 åter stå som värd för Melodifestivalen. Det är emellertid inte möjligt välja år eller deltävling.

Ärendebeskrivning

2014 stod Lidköping som värd för Melodifestivalens Andra Chansen. Arrangörskapet genomfördes framgångsrikt.

Totalt genomförs tre föreställningar inför publik. En generalrepetition på fredag kväll, en matiné på lördag förmiddag och en tv-sänd liveföreställning på lördag kväll.

Den totala budgeten för evenemanget var 2 140 200 kr. De största intäktsposterna var:

- hyra från Live Nation/SVT på 300 000 kr,
- bidrag till marknadsföring från Sparbanksstiftelsen på 500 000 kr,
- tillväxtmedel på 300 000 kr från Kommunalförbundet Skaraborg och
- turismmedel på 200 000 kr från Kommunalförbundet Skaraborg.

Utöver detta sköt Kommunstyrelsen till 700 000 kr från anslag för oförutsedda behov.

Lidköpings Kommun erhöll biljetter som motprestation för arrangörskapet. 200 av dessa användes till en särskilt satsning mot kommunens särskoleelever och deras lärare.

Följande sammanställning visar att arrangörskapet 2014 var framgångsrikt:

- Biljetterna till huvudföreställningen (4 000 st.) såldes slut på en timme. Biljetterna till de två generalreparationerna (8 000 st.) såldes slut på 24 timmar. 50 % av alla biljetter köptes av boende i Lidköping och omkringliggande kommuner och 25 % köptes av boende i övriga Västergötland.
- Hotell och övriga boendeanläggningar var fullbokade i hela regionen, vilket enligt Destinationsbolaget innebar en ökning på 80 % för helgen och på 70 % för vardagarna.
- Enligt dåvarande handelsutvecklare ökade handeln i Lidköping med 10-20 % under hela veckan, och den sammanlagda turistkonsumtionen (handel, hotell, restauranger, transporter m.m.) ökade med minst 25 %.
- 170 journalister & fotografer ackrediterade sig i Lidköping.
- Totalt skrevs 4 159 artiklar om Lidköping, varav 1800 artiklar hade en direkt koppling till vårt arrangörskap. Under arrangemangsveckan skrevs 200 % fler artiklar om Lidköping än under jämförande period året innan.
- 2,7 miljoner tv-tittare följde hela TV-programmet. 3,8 miljoner såg någon del av det. 66,5 % av de som såg på TV under sändningstid valde att se på Melodifestivalen.
- Utöver evenemanget genomfördes 57 aktiviteter över hela Lidköping, främst för de som inte hade biljetter till evenemanget. Aktiviteter som genomfördes var bland annat:
Minimello, schlagerutställning på Vänermuseet, utomhusbio (Livet är en schlager), Glitter & Glamourkväll på rörstrandsområdet och After Work med slagertema. Dessutom bjöds det på ”mellomeny” på kommunala förskolor och äldreboenden.

Lidköpings Kommun önskar nu verka för att under perioden 2019-2021 åter stå som värd för Melodifestivalen. Det är emellertid inte möjligt välja år eller deltävling.

Beslutet ska skickas till

Kommunstyrelsen
Jan Fransson