



# UPPSALAS MÖTESINDUSTRI

ÅRSRAPPORT 2014

## BETYDELSEN AV MÖTEN OCH EVENEMANG FÖR UPPSALA

Möten och evenemang bidrar till att stärka Uppsalas attraktivitet och identitet som en stad att besöka, bo och verka i. Fler möten och evenemang bidrar till fler arbetstillfällen, ger ökad kunskapsimport samt större synlighet för Uppsala som destination. Vi vinner mycket på att ha en gemensam, väl genomarbetad och tydlig långsiktig strategi för att locka fler möten och evenemang till Uppsala.

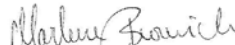
Ett nationellt/internationellt möte eller evenemang hamnar oftast på en destination därför att en lokal person visar ett intresse och engagemang. Det innebär att alla uppsalabor med nationella och internationella nätverk – forskare, politiker, företrädare för näringsliv och ideella organisationer – är viktiga ambassadörer för Uppsala. Du är viktig för Uppsalas tillväxt.

Det ska vara enkelt att verka för fler möten och evenemang. Hela arbetsprocessen i att värva, lotsa och stödja möten och evenemang ska vara enkel, oavsett om man är verksam inom kommunens egen verksamhet eller är en extern arrangör.

I Uppsala har vi därför sedan många år tillbaka en etablerad och professionell convention bureau som stöd för dig i ditt ambassadörskap. Uppsala Convention Bureau inom Destination Uppsala ska;

- Aktivt påverka, stödja och underlätta arbetet för personer inom organisationer, föreningar och företag, som prövar förutsättningarna för ett möte eller evenemang i Uppsala
- Vara en samlande resurs och stöd för mötes- och evenemangsarrangörer

Med stöd av Uppsala convention bureau hoppas jag att fler vågar ta initiativ till att locka fler möten och evenemang till Uppsala. Det bidrar till att utveckla Uppsala och göra vår kommun mer attraktiv.



Marlene Burwick (S)  
Kommunstyrelsens ordförande

# VARFÖR EN ÅRSRAPPORT?

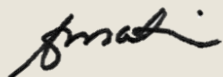
Destination Uppsala (DUAB) har som enda verksamhet i Uppsala en samlad mötes- och evenemangsstatistik för hela staden. Målsättningen för denna årsrapportering är att ge ett samlat svar på olika aktörers frågeställningar och ge svar på de frågor som inte alltid ställs. Denna version av rapporten är den slutgiltiga för mötesåret 2014.

Med en årligen återkommande rapport, med samma mätmetoder och nyckeltal, kommer vi kunna leverera jämförbara siffror med möjlighet att följa upp och påverka utvecklingen på lång sikt. Vi tror den här typen av konsekvent rapportering ger en tydlig bild av Uppsala som mötes- och evenemangsstad och kan komma att ligga till grund för många kloka beslut för Uppsala i framtiden.

Under 2014 arrangerades drygt 150 föreningsmöten och 20 mästerskap och större idrottscuper, arrangemang som bidrar till Uppsalas synlighet och tillväxt. Ett värdskap på hemmaplan kan ge fler möjligheten att delta, uppleva och lära, än när arrangemanget genomförs på en annan destination.

När tog du själv senast hem ett möte eller evenemang till Uppsala?

Med vänlig hälsning,



Anna Lindström  
Chef Möten & Evenemang  
Uppsala Convention Bureau  
Destination Uppsala

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Betydelsen av möten och evenemang	2
Inledning – Varför en årsrapport?	3
Rapportens begränsningar	5-6
Mötesåret i Uppsala 2014	7-8
Internationell jämförelse 2014	9
Nationell Bench 2014	10
ICCA åren 2005-2014	11
Målgrupper och hotellbeläggning	12-14
Idrottsevenemang 2014	15
Möten & Evenemang	16
Utmärkelser & representation 2014	17
Uppsalas Ambassadörer	18

# RAPPORTENS BEGRÄNSNINGAR

För att få ett så tillförlitligt statistiskt underlag som möjligt har vi valt att begränsa oss och bestämt följande urvalskriterier.

## **Föreningsmöten, ej företagskonferenser**

Mötesstatistiken är begränsad till den målgrupp som vi kallar Associations, den engelska benämningen för föreningar av flertalet organisationer. Företagsmöten (på engelska Corporate Meetings) är svåra att följa, de är inte offentliga och har sällan extern synlig information. Ett trovärdigt statistiskt underlag går därför inte att sammanställa för just företagsmöten.

## **Möten, ej mässor**

För att inte blanda äpplen med päron har vi valt att endast ta med de sammankomster som har ett möte kopplat till sig, och där mötet är det primära syftet till att man samlas. Rapporten innefattar dock möten där industriella mässor är knutna till dem. Rapporten innefattar inte rena mässor.

## **Geografisk avgränsning**

UCB verkar för fler möten till Uppsala. Det är därför endast möten inom Uppsala kommuns gränser som statistiken omfattar. När Uppsala omnämns i rapporten så är det endast kommunen som avses, inte Uppsala län.

## **Ej lokala möten**

Då DUAB har som uppdrag att öka besöksantalet till staden och Uppsala Convention Bureau (UCB) verkar med det som huvudmålsättning, fokuserar rapporten på siffror kopplade till möten med tillresta gäster. Inga lokala möten redovisas i rapporten.

## **Storlek**

I rapporten inkluderar endast möten med 50 deltagare eller fler och minst en natts övernattnings. I de enstaka fall då vi saknar information om antalet deltagare vid ett möte har UCB konsekvent använt antalet 100 personer.

# RAPPORTENS BEGRÄNSNINGAR

## Jämförelser nationellt och internationellt

Den samlade statistiken för nationella konferenser och kongresser är fortfarande bristfällig, då många destinationer saknar kännedom om vilka möten som arrangeras på den egna orten. I årsrapporten visas därför inte Uppsalas marknadsandel när det kommer till nationella möten utan endast den internationella jämförelsen som International Congress and Convention Association (ICCA) möjliggör.

## Genrer

Vi har valt att dela in mötena i olika genrer för att se var det lokala engagemanget finns och var majoriteten av mötesambassadörerna verkar. Det finns begränsningar i hur dessa kan fördelas då värdskapet för möten, ofta är ett samarbete mellan flera verksamheter. Följande genrer är valda; *kommunalt* kopplade föreningsengagemang, *Sjukhus/universitetskopplade* föreningsengagemang, *Svenska kyrkan* samt *Övriga* (partikongresser, fritidsföreningar, idrottsförbund etc).

## Val av mötesanläggning

Vi har även tagit hänsyn till vilken typ av lokal som valts för mötena delat in dessa i: kommersiella anläggningar, kommunala anläggningar, universitetslokaler/sjukhus samt övriga.

## Målgrupper/hotell

I beläggningsstatistiken som redovisas begränsas vi av att SCB inte målgruppsfördelar på samtligt kommersiellt boende. Därmed är endast hotellbeläggning och dess målgruppsfördelning medtagen.

## Idrottsevenemang

I linje med Uppsalas Evenemangsstrategi och DUABs värningsuppdrag redovisas endast följande typer av evenemang: Mästerskap på SM, NM, EM, VM-nivå, internationell elit tour och cuper/idrottsevenemang med >1000 deltagare. Vi har därmed inte tagit med följande typer av idrottsevenemang: Distriktsmästerskap/regionala mästerskap, enskilda matcher/ seriespel, cuper under 1000 deltagare. Vi har utöver detta inte heller tagit med och analyserat publiksiffror för evenemang, då det tillgängliga materialet ännu inte är fullständigt.

# MÖTESÅRET I UPPSALA 2014

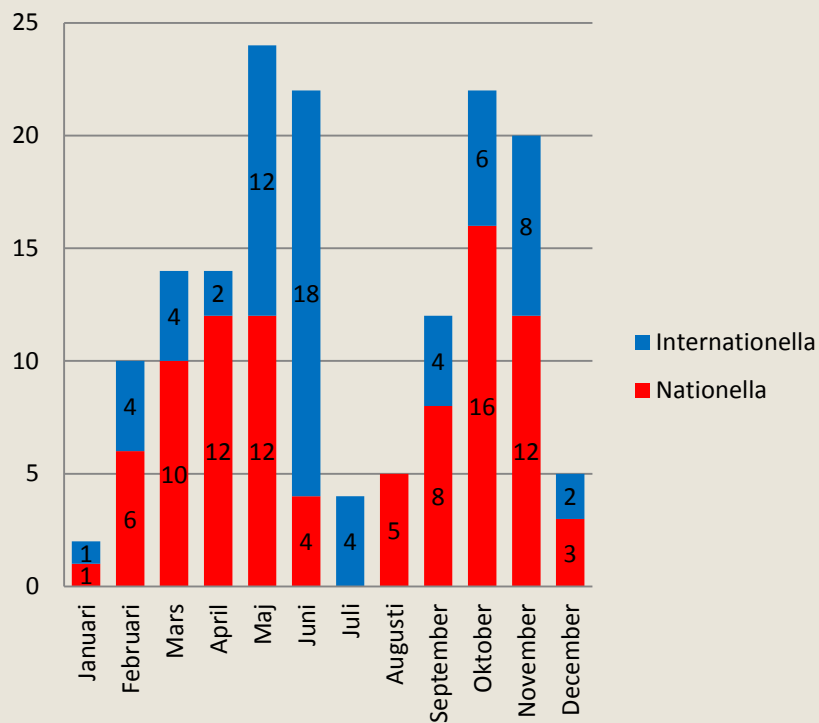
2014 genomfördes 154 organisations- och föreningsmöten (158 möten), med minst 50 delegater och minst en natts övernattning i Uppsala och drygt 23 000 mötesdelegater (28 000 mötesdelegater) välkomnades hit i och med dessa möten. En delegat uppskattas spendera i snitt 3 000 kr/dygn (per övernattande person och dygn), vilket innebär att 2014 års möten inbringade ca 112 miljoner kronor till Uppsala (161 miljoner). Siffrorna inkluderar inte företagskonferenser och events. Inom parantes anges resultatet för 2013.

	Uppsala nationella möten 2014	Uppsala internationella möten 2014	Uppsalas mötesindustri 2014
<b>Antal möten</b>	89 möten (87)	65 möten (71)	Under året arrangerades totalt 154 möten i Uppsala (158).
<b>Snittstorlek/möte</b>	181 delegater (213)	113 delegater (134)	Snittstorleken för ett möte i Uppsala låg år 2014 på 152 delegater (177).
<b>Snittlängd/möte</b>	2,30 dagar (2,36)	2,80 dagar (3,11)	Snittlängden för ett möte i Uppsala låg år 2014 på 2,51 dagar (2,70).
<b>Vardag/helg</b>	70% av mötena arrangerades på vardagar 30% av mötena arrangerades på helgdagar	79% av mötena arrangerades på vardagar 21% av mötena arrangerades på helgdagar	Under året arrangerades 73% av mötena vardagar och 27% på helgdagar.
<b>Mötesmånad</b>	De vanligaste mötesmånaderna är oktober (18%), april, maj och november (vardera 14%) samt mars (11%).	De vanligaste mötesmånaderna juni (28%), maj (18%) samt november (12%).	Under året var de vanligast mötesmånaderna maj (16%) juni och oktober (14% vardera) samt november (13%).
<b>Genre/värdskap</b>	Sjukhus/universitet 47% Kommunal koppling för 13% Svenska kyrkan som huvudman för 7% Övriga 33%	Sjukhus/universitet 89% - Svenska kyrkan som huvudman 2% Övriga 9%	Sjukhus/universitet 65% Kommunal koppling 8% Svenska kyrkan som huvudman 5% Övriga 22%
<b>Mötesanläggning, typ</b>	Kommunala anläggningar 35% Universitetslokaler/sjukhus 34% Kommersiella anläggningar 19% Övriga anläggningar 12%	Universitetslokaler/sjukhus 82% Kommersiella anläggningar 8% Kommunala anläggningar 6% Övriga anläggningar 4%	Universitetslokaler/sjukhus 54% Kommunala anläggningar 23% Kommersiella anläggningar 14% Övriga anläggningar 9%
<b>PCO</b>	26% av de nationella mötena använde sig av en Professional Congress Organiser (PCO).	26% av de internationella mötena använde sig av en Professional Congress Organiser (PCO).	26% av de möten som arrangerades under året använde sig av en Professional Congress Organiser (PCO).

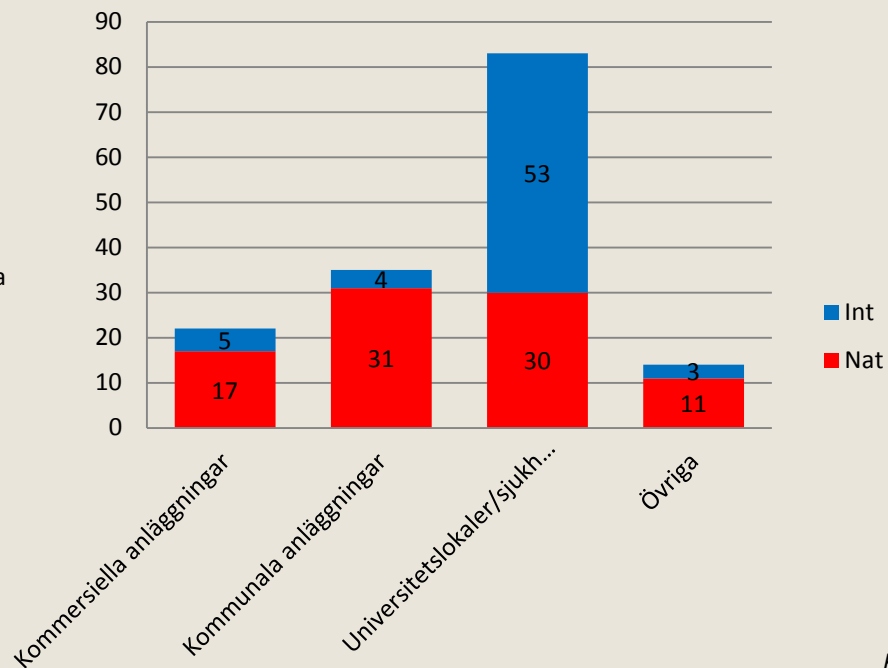
Källa UCB.

# MÖTESÅRET 2014 UPPSALA

## Antal möten per månad 2014



## Typ av mötesanläggning (antal möten/anläggning) 2014



Källa UCB.



# INTERNATIONELL JÄMFÖRELSE 2014

Många av Uppsalas lokala och offentliga verksamheter har ett omfattande nätverk och samarbete med liknande verksamheter i andra länder, inte minst i den akademiska världen. Att uppmuntra chefer och medarbetare att ansöka om att få anordna den årliga internationella kongressen på hemmaplan är viktigt, inte endast för den lokala tillväxten utan genererar exportintäkter till Sverige genom de internationella delegaternas konsumtion i vårt land. Stockholm-Uppsalaregionen står för närmare hälften av Sveriges internationella ICCA-möten.

Nedan redovisas endast statistik för de internationella möten som klarar ICCAs kriterier. Inom parantes anges resultatet för år 2013.

	ICCA Uppsala 2014*	ICCA Sverige 2014**	ICCA totalt 2014***
<b>Antal möten</b>	26 möten (33)	238 möten (238)	11 505 möten (11 685)
<b>ICCA Ranking, plats</b>	Världen: 93 (74) Europa: 51 (38) Norden: 7 (6) Nationellt: 3 (3)	Världen: 14 (15) Europa: 8 (9) Norden: 1 (1)	
<b>Snittstorlek</b>	154 delegater (186)	440 delegater (310)	446 delegater (393)
<b>Snittlängd</b>	3,5 dagar (3,3)	3,4 dagar (3,4)	3,7 dagar (3,7)
<b>Månad</b>	De vanligaste mötesmånaderna är juni (38%), maj och november (15% vardera) samt september (8%).	De vanligaste mötesmånaderna är juni (24%), september (22%), oktober (11%) samt augusti (10%).	De vanligaste mötesmånaderna är september(17%), juni och oktober (14% vardera), maj (12%) samt november (10%).

\* ICCAs kriterier ; internationellt roterande (i minst tre länder) föreningsmöten (icke-religiösa och icke-politiska möten) med minst 50 delegater. \*\* Internationella möten totalt i Sverige 2014 som uppfyller ICCAs kriterier. \*\*\* Internationella möten totalt i världen 2014 som uppfyller ICCAs kriterier.

Källa ICCA.

# NATIONELL BENCH 2014

ICCA publicerar årligen en internationell ranking- och statistikrapport. Vi har i tabellen nedan gjort en jämförelse mellan Sveriges fyra högst rankade städer. Siffrorna inom parantes anger 2013 respektive 2012 års siffror. Till detta ämneskategoriserar ICCA mötena enligt följande, där de markerade ämnena är återkommande för Uppsala. Längst ner i tabellen listas Uppsalas kongressämnen 2014 för att sedan jämföras mot de andra städernas prestation i dessa ämnen.

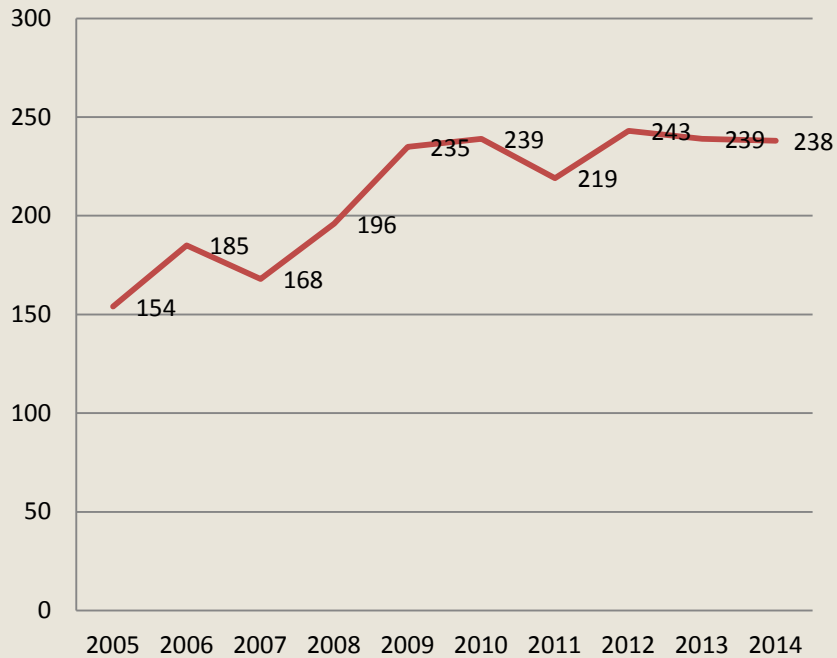
- **Agriculture** • Architecture • Arts • **Commerce** • Corporate • **Culture & Ideas** • Ecology & Environment • **Economics** • **Education** • General • Geography
- Governmental • Historical Sciences • Industry • **Law** • Library & Information • **Linguistics** • Literature • Management • Mathematics & Statistics • **Medical Sciences**
- Safety & Security • **Science** • **Social Sciences** • Sports & Leisure • **Technology** • Transport & Communication

	Uppsala	Stockholm	Göteborg	Malmö	Lund
<b>Antal ICCA-möten/år</b>	2014: 26 2013: 33 2012: 22	2014: 95 2013: 93 2012:110	2014: 47 2013: 42 2012: 38	2014: 16 2013: 13 2012: 18	2014: 17 2013: 21 2012: 15
<b>ICCA Ranking, plats</b>	Världen: 93 (74,100) Europa: 51 (38,54) Norden: 7 (6,7) Nationellt: 3 (3,3)	Världen: 15 (20,12) Europa: 19 (16,11) Norden: 2 (2,2) Nationellt: 1 (1,1)	Världen: 54 (57,60) Europa: 29 (29,31) Norden: 5 (5,5) Nationellt: 2 (2,2)	Världen: 152 (182,125) Europa: 81 (95,66) Norden: 11 (15,9) Nationellt: 5 (5,4)	Världen: 141 (112,157) Europa: 75 (65,82) Norden: 9 (10,12) Nationellt: 4 (4,5)
<b>Starka ämnen 2014</b>	Medical Sciences 24% Science 13% Agriculture 13% Technology 10% Linguistics 10% Education 6% Social Sciences 6% Economics 6% Commerce 6 % Culture & Ideas 3% Law 3%	Medical Sciences 25% Science 16% Agriculture 3% Technology 8% Linguistics 3% Education 7% Social Sciences 3% Economics 3% Commerce 3% Culture & Ideas 2% Law 2%	Medical Sciences 23% Science 17% - Technology 13% Linguistics 3% Education 3% Social Sciences 7% Economics 5% - - -	Medical Sciences 37% Science 5% Agriculture 5% - - Education 5% Social Sciences 11% - - -	Medical Sciences 9% Science 17% - Technology 9% - Education 13% Social Sciences 13% - Commerce 9% - Law 3%

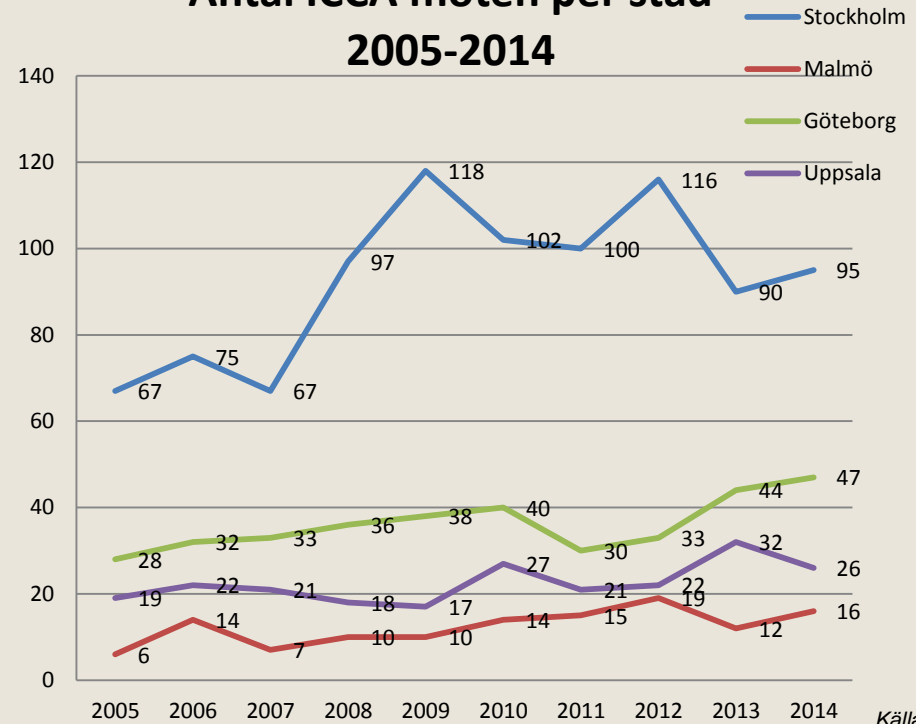
Källa ICCA.

# ICCA 2005-2014

**Antal ICCA möten i Sverige  
2005-2014**



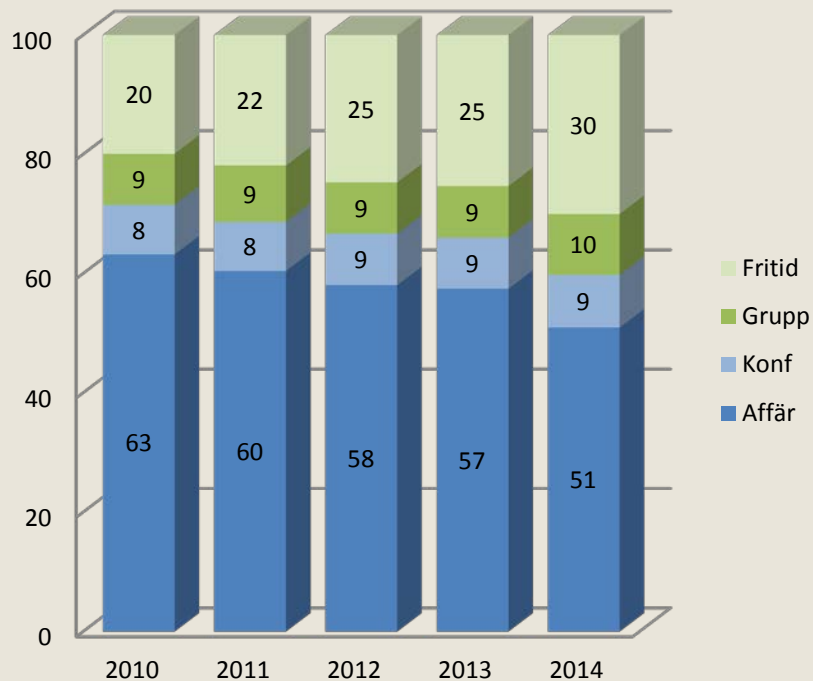
**Antal ICCA möten per stad  
2005-2014**



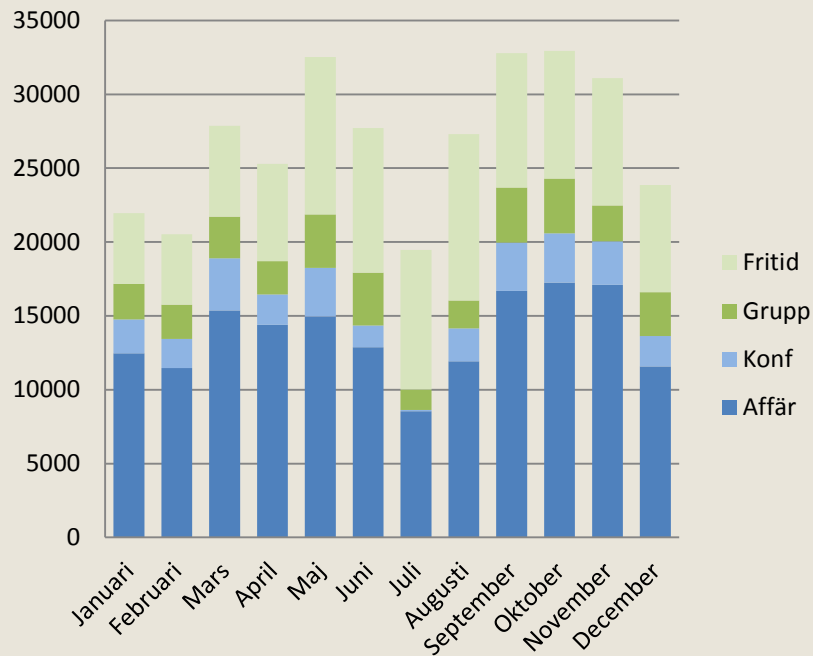
Källa ICCA.

# MÅLGRUPPER HOTELLBELÄGGNING

Uppsala målgrupper



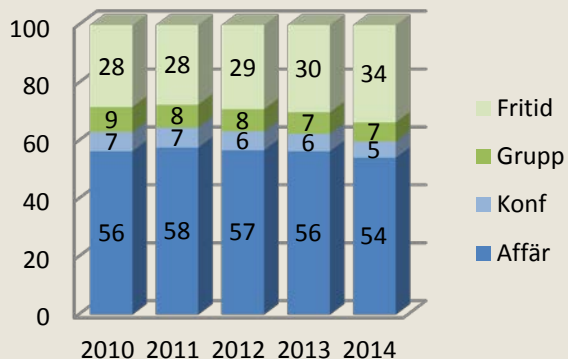
Målgrupper och rum 2014  
Uppsala



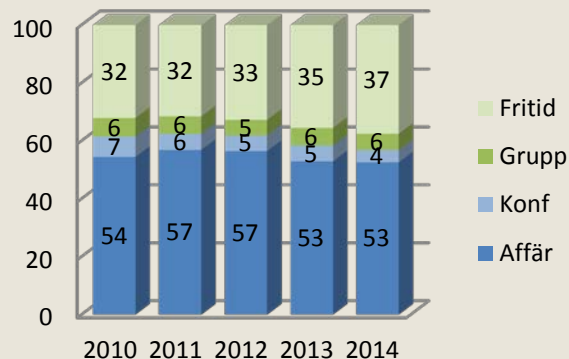
Källa SCB.

# NATIONELL JÄMFÖRELSE HOTELLBELÄGGNING

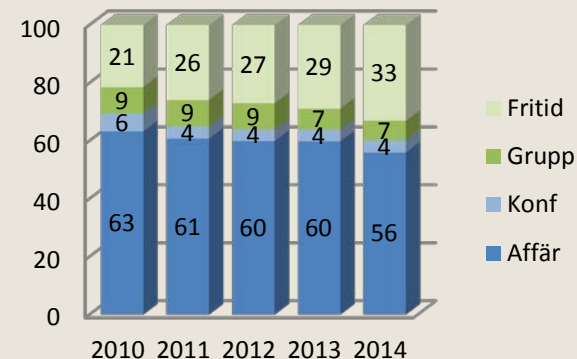
## Stockholm målgrupper



## Göteborg målgrupper



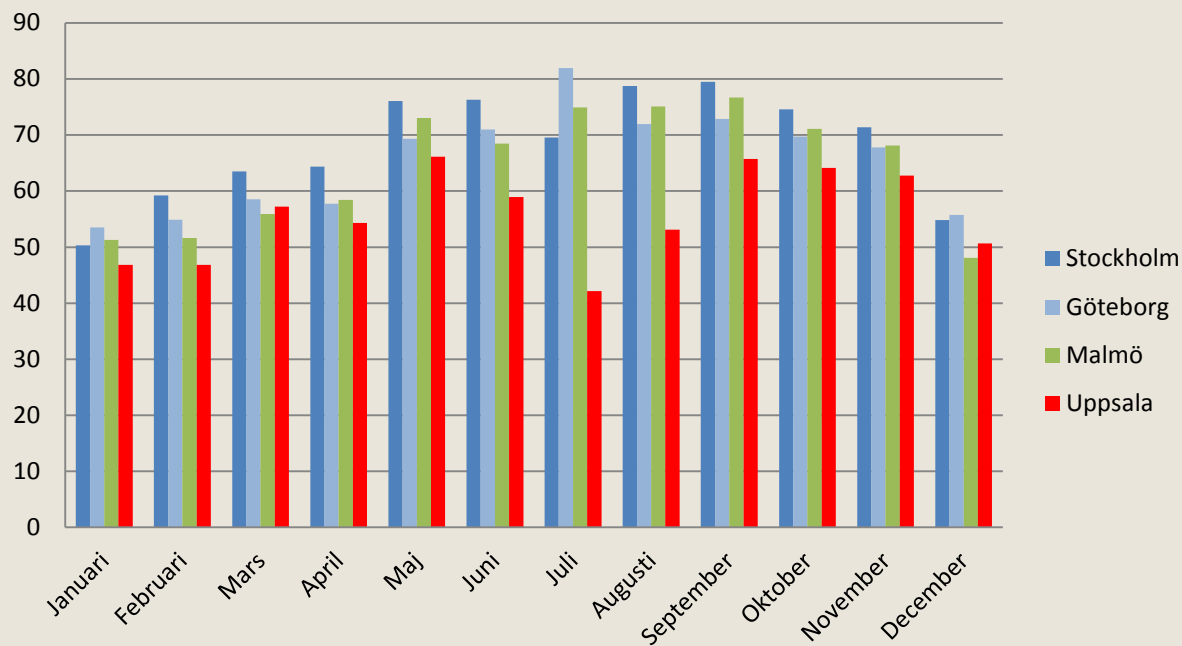
## Malmö målgrupper



Källa SCB.

# NATIONELL JÄMFÖRELSE HOTELLBELÄGGNING

Beläggning, alla dagar på hotell  
2014, per månad



Källa SCB.

# IDROTTSEVENEMANG 2014

Under perioden 2010-2013 har antalet idrottsevenemang varit konstant i antal, i snitt 14 per år. Den stora utvecklingen har skett 2014 då 22 evenemang uppmättes i enlighet med urvalskriterierna (sid 6). De evenemang som tillkommit är i huvudsak evenemang som genomförs utomhus i stadsmiljö. Vi noterar även att evenemangen generellt har fler deltagare men det är för tidigt att dra några slutsatser vad detta beror på.

Under perioden 2010-2014 ser vi en positiv tillväxt vad gäller våra beständiga Uppsalaevenemang, såsom Storstretacupen (innebandy), UNT-cupen (fotboll) och UNT Bike Weekend (cykel) som samtliga har ökat sitt deltagarantal över åren. En del av ökningen per år, består i att andelen s.k. beständiga Uppsalaevenemang har ökat och blivit årligt återkommande, som till exempel Swedish Masters (badminton).

Evenemangen är väl utspridda över året, men med absolut majoritet första halvåret och under helgdagar.

	SM 2014	NM 2014	EM 2014	VM 2014	Elit tour/cup 2014	Cuper 2014 > 1000 deltagare
<b>Antal evenemang</b>	10 evenemang	1 evenemang	1 evenemang	1 evenemang	5 evenemang	4 evenemang
<b>Evenemang 2014</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dart</li> <li>• Isracing</li> <li>• Trolleri</li> <li>• Volleyboll (Veteran)</li> <li>• Orientering (Sprint)</li> <li>• Orientering (Medel&amp;Stafett)</li> <li>• Hundsport (Ungdom)</li> <li>• Rally</li> <li>• Skridsko (Sprint)</li> <li>• Karate (IKumite och Kata)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konståkning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modern femkamp (Ungdom)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amerikansk fotboll (Student)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosendals Supervintertour</li> <li>• Swedish Masters</li> <li>• Svenska Cupen</li> <li>• Triathlon</li> <li>• Folksam Challenge</li> <li>• MSI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uppsala Floorball Cup</li> <li>• Skandis Bike Weekend</li> <li>• UNT-cupen</li> <li>• Storstretacupen</li> </ul>
<b>Snittstorlek</b>	300 deltagare	80 deltagare	159 deltagare	500 deltagare	204 deltagare	4638 deltagare
<b>Snittlängd</b>	1,9 dagar	4 dagar	6 dagar	14 dagar	2 dagar	3,75 dagar
<b>Vardag/Helg</b>	60% genomfördes på helgdagar	100% genomfördes på helgdagar	100% genomfördes på vardagar	100% genomfördes på vardagar	100% genomfördes på helgdagar	100% genomfördes på helgdagar
<b>Evenemangsmånad</b>	30% apr-jun, 40% aug-nov, 30% dec-mars, 0% i juli	100% dec-mars	100% juli	100% apr-jun	20% apr-jun, 40% aug-nov, 40% dec-mars	75% apr-jun, 25% dec-mars

Källa UCB.

# MÖTEN & EVENEMANG

## Uppsala Convention Bureau

Partnerskapet UCB drivs av DUAB tillsammans med den lokala näringen. Målet är att utveckla och öka kunskapen om Uppsala som mötes- och evenemangsstad samt att generera fler och större möten och idrottsarrangemang till Uppsala.

En Convention Bureau är en icke vinstdrivande enhet som med hjälp av möten och evenemang bidrar till utveckling och marknadsföring av en stad. UCB inom DUAB ska;

- Aktivt påverka, stödja och underlätta arbetet för personer inom organisationer, föreningar och företag, som prövar förutsättningarna för ett möte eller evenemang i Uppsala
- Vara en samlade resurs och kostnadsfritt stöd för mötes- och evenemangsarrangörer

Detta är ett långsiktigt arbete för att säkra affärer till destinationen. Varje näringslivspartner i UCB betalar en årsavgift och DUAB går in med ett operativt bidrag för research och projektledning.

## Framgångsrik värvning under 2014 - Detta har UCB genererat

- Under året har verksamheten arbetat aktivt för att få hem 626 potentiella möten för åren 2015–2023 (jmf 417 möten 2013)
- Införsäljning och värvning har genererat fem positiva kongressbesked samt ett idrottsevenemang till staden
- Arrangemangen beräknas generera drygt 4 900 gästnätter, delegatdygn som beräknas generera 14,6 miljoner kronor till Uppsala under de kommande åren
- I verksamheten UCB ingår även att besvara inkommande förfrågningar om Uppsala som destination för möten, under 2014 processades 82 sådana mötesförfrågningar (jmf 76 förfrågningar 2013)
  - *Av de inkommande förfrågningarna (Corporate och Associations, oavsett antal delegater) behandlade totalt 33 123 potentiella gästnätter till Uppsala*



# UTMÄRKELSER & REPRESENTATION

## **Rekordstort intresse för ambassadörsprogrammet 2014**

UCB vill öka dialogen med mötes- och evenemangarrangörer genom ett utvecklat ambassadörsprogram. Under hösten arrangerade verksamheten, utöver den årliga Ambassadörmiddagen, Uppsalas första mötesråd. Detta mötesråd är beslutat att genomföras vid två tillfällen varje år och ska fungera som ett forum för att fånga upp de lokala värdarnas erfarenheter, tankar och idéer. Intresset för ambassadörsprogrammet, med Ambassadörmiddag och Ambassadörsråd, var under 2014 rekordstort. Till middagen kom 136 gäster och det första Ambassadörsrådet samlade ett 40-tal mötes-och evenemangsarrangörer.

## **Uppsala blev ICCA Researcher of the Year 2014**

UCB har återigen tilldelats en internationell utmärkelse. Genom väl genomfört researcharbete, har UCB lyfts som ett gott föredöme av International Congress and Convention Association (ICCA), världens mest framstående nätverk inom mötesindustrin. Uppsala har som enda Convention Bureau i världen tilldelats priser vid mer än ett tillfälle.

## **Sveriges första ICCA-aktivitet till Uppsala**

Under 2014 tog Uppsala hem 3rd ICCA Client Supplier workshop 2016, en i raden av internationella initiativ som UCB hoppas ska bidra till fortsatta positiva resultat för staden. ICCA Client Supplier workshop är en kundaktivitet där europeiska Convention Bureauer samlas tillsammans med internationella kongresskommittéer för att gemensamt se över förutsättningarna för framtida kongresser på de medverkande destinationerna. Genom så kallade client hearings får destinationerna möjlighet att bredda sin kunskap om organisationer, efterfrågan och framtida utmaningar. Workshopen arrangeras 18–20 februari 2016 och blir Sveriges första ICCA-aktivitet någonsin.

## **Workshop genererar fler idrottsevenemang**

Efter Uppsalas initiativ till den första nationella workshopen Idrott och destination i Uppsala 2013 beslutade evenemangets arbetsgrupp att göra aktiviteten årligt återkommande. Under 2014 har verksamhetsområde Möten & Evenemang fortsatt suttit med i den nationella arbetsgruppen tillsammans med Riksidrottsförbundet (RF) och på så sätt vidareutvecklat samverkan mellan svensk idrott och landets destinationer.

# UPPSALAS AMBASSADÖRER



*Marit Torkelson är musikkonsulent inom Svenska kyrkan och projektledare för Kyrkomusiksymposiet 2014. Här ger hon sin syn på Uppsala som mötesstad.*

Den 5-7 september 2014 arrangerades Kyrkomusiksymposiet 2014 i Uppsala, tre dagar av konserter, seminarier och gudstjänster. Aktiviteterna ägde bland annat rum i Uppsala domkyrkan, Helga Trefaldighets kyrka och Uppsala Konsert & Kongress. Symposiet samlade 1 300 deltagare och arrangeras av Svenska kyrkan och Sensus i samarbete med bland annat Uppsala kommun.

#### **Som projektledare för symposiet, vad är det du uppskattar med Uppsala?**

Projektgruppen för symposiet hade ett nära samarbete med Uppsala kommun och dess kulturförvaltning, vilket var värdefullt och utvecklande. Att Uppsala har ett omfattande musikliv och är en av Sveriges körtätaste städer, gör även Uppsala till en väl vald plats för Kyrkomusiksymposiet.

#### **Vad gör Uppsala till en bra stad för evenemang och möten?**

Uppsala Konsert & Kongress tillsammans med Uppsala domkyrka och Helga Trefaldighetskyrkan var hörnpelarna i Kyrkomusiksymposiet. Närheten till kyrkorna, hotell och UKK underlättade logistiken och gav dessutom utrymme för spontana mötesplatser för deltagarna.



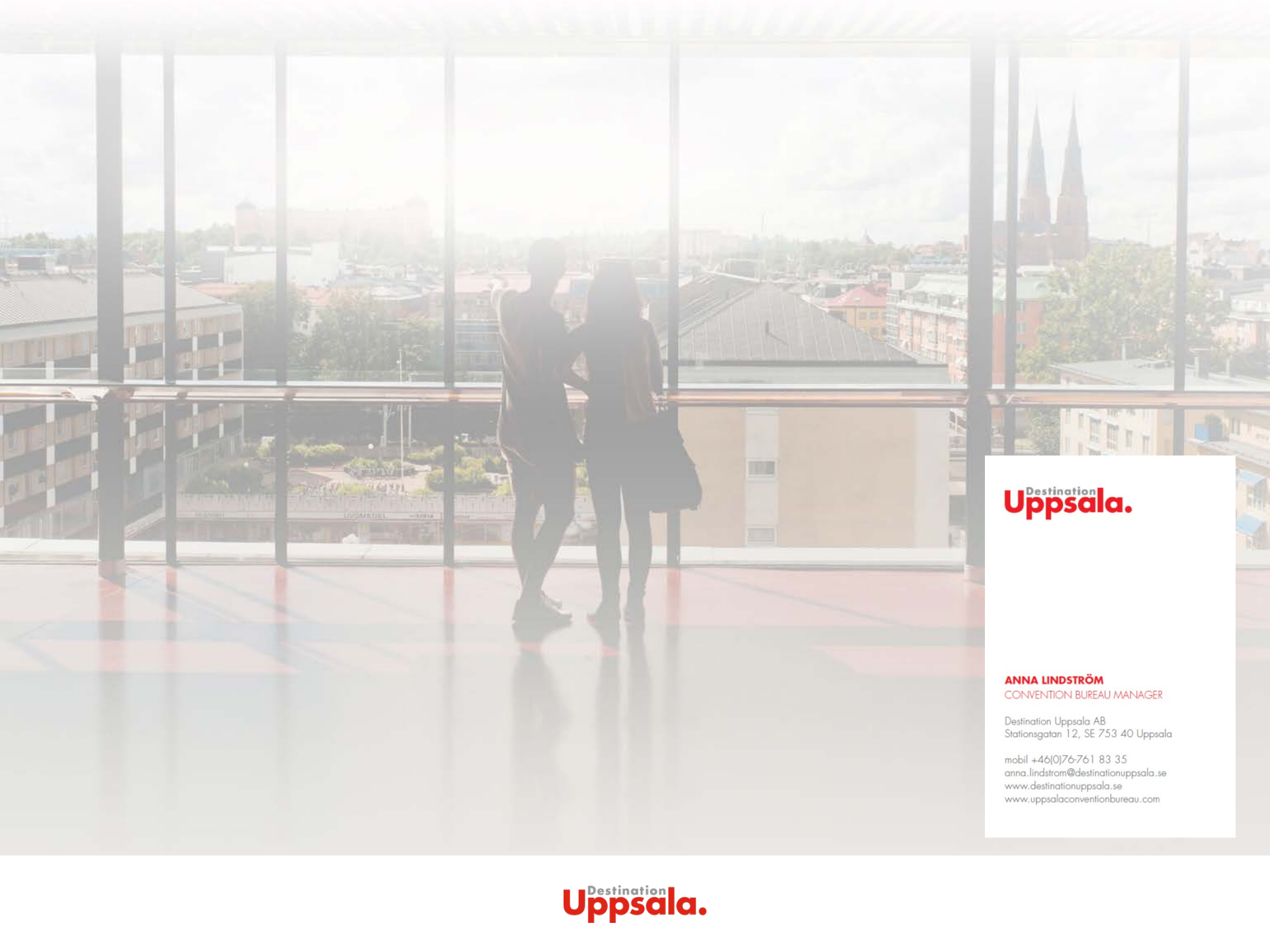
*Martin Söderberg är ordförande i Uppsala 86ers och projektledare för Student-VM i amerikansk fotboll 2014. Här ger han sin syn på Uppsala som evenemangsstad.*

#### **Vadför tycker du att det är viktigt att arrangera idrottsevenemang i Uppsala?**

Uppsala är en av Sveriges fyra storstäder. Invånarna förtjänar att det händer roliga saker i staden. Vi har ett brett kulturliv samt många framstående lagidrotter och individuella idrottare. Det arrangeras årligen många spännande idrottsevenemang, den traditionen måste leva vidare och förhoppningsvis bli än mer omfattande i takt med att nya arenor etableras.

#### **Vad gör Uppsala till en så bra stad för idrott och möten?**

Det centrala läget i Sverige med bra kommunikationer är en stor fördel. Men den multikulturella atmosfären, de internationellt erkända universiteten och den spännande stadskärnan med massor av sevärdheter, restauranger, caféer och handel går ingen obemärkt förbi. Till en viss del har vi även bra arenor, i alla fall för konferenser och kulturella aktiviteter. Idrotten saknar fortfarande de riktigt stora arenorna, men med anläggningar som Fyrishov och Studenternas kommer vi ändå långt och inom några år blir det ännu bättre i samband med att Uppsala Arena och andra arenor blir klara.



Destination  
**Uppsala.**

**ANNA LINDSTRÖM**  
CONVENTION BUREAU MANAGER

Destination Uppsala AB  
Stationsgatan 12, SE 753 40 Uppsala

mobil +46(0)76-761 83 35  
anna.lindstrom@destination uppsala.se  
www.destination uppsala.se  
www.uppsalaconventionbureau.com

Destination  
**Uppsala.**