



Pressmeddelande

Ny rapport om Stockholmsupplevelser: Skärgård, äventyr och "wow-faktor" toppar stockholmarnas önskelista

För att twittra denna nyhet, använd hashtagen #PricelessStockholm

Stockholm, 16 april 2013 – Att åka u-båt för att se Stockholm ur ett nytt perspektiv toppar listan när stockholmarna själva får välja. Man vill gärna uppleva något nytt som är värt att snacka om, skärgården är en favoritplats och upplevelser inom kultur är populära. Det framgår av en ny undersökning där stockholmarna har fått tycka till om Stockholm och upplevelser i staden. Resultatet av undersökningen ligger delvis till grund för utvecklingen av MasterCards nya upplevelseprogram Priceless Stockholm som lanseras den 25 april.

"Undersökningen visar att stockholmare värdesätter tid med familjen och att de gärna tar del av upplevelser av det äventyrligare slaget. Det framkommer också att de gärna upplever något utöver det vanliga, något de kan dela med sig av. Priceless Stockholm kommer att innehålla en blandning av unika och oväntade upplevelser tillsammans med sådant som gör vardagen lite mer spännande och annorlunda." säger Pernilla Winberg Babtist, marknadschef för MasterCard i Norden och Baltikum.

Undersökningen är genomförd av undersökningsföretaget Ipsos på uppdrag av MasterCard. Den är utförd på 1003 män och kvinnor i åldern 18-74 år i Stockholms län mellan december 2012 – januari 2013. I tillägg till undersökningen har också intervjuer med utvalda stockholmss profiler och bloggare genomförts.

Nedan presenteras utdrag ur undersökningen "The Priceless Stockholm Report". Mer information finns att hitta i den bifogade rapporten.

Så här ser stockholmare på sin stad:

- Om stockholmare bara får beskriva staden med ett enda ord är 89 procent av dessa positiva. I topp ligger ord som "vacker". Medan de som anger ett negativt ord nämner ängslig och stress.
- 61 procent tycker att Stockholm är bäst på sommaren och ingen (!) tycker att staden är bäst under vinterhalvåret.
- Den person som flest tycker personifierar Stockholm är Kungen följt av kronprinsessan Victoria. På tredje plats hamnar Lasse Berghagen.
- Favoritplatsen i Stockholm är skärgården (18 procent) följt av Djurgården (13 procent).
- När vi ska visa besökare Stockholm toppar Gamla Stan listan med 18 procent. 15 procent väljer Djurgården och 13 procent skulle helst ta med en besökare till skärgården.

Topplista på vilka upplevelser stockholmarna helst vill testa på:

- Åka u-båt (27 procent).
- Köra tunnelbana på natten (15 procent).
- Rida med vaktparaden (10 procent).

Stockholmaren:

- Tycker att "spenderar mycket tid med familjen" visar på status (15 procent).

- Stockholmarena är lite kändisblyga. Man är mer intresserad av upplevelser som ger tillgång till en plats som vanligtvis är stängd för allmänheten (som till exempel de privata våningarna på Drottningholms slott) än en känd person.

Vad gör en Stockholmsupplevelse värdefull?

- 45 procent vill helst uppleva något udda som man kan berätta om – såsom att övernatta på Slottet eller köra tunnelbanan på natten. På andra plats hamnar en oväntad omtanke följt av vardagslyx som garanterad sittplats på bussen eller en garanterad p-plats i Stockholms innerstad, och ”röda mattan”-upplevelser.
- 7 av 10 vill hellre få tillgång till en plats som vanligtvis inte är tillgänglig för allmänheten (såsom de privata våningarna på slottet eller en u-båt) än att få träffa en känd person.

MasterCard har sedan tidigare lanserat upplevelseprogrammet Priceless Cities i världsstäder som New York, Paris och London. Med Priceless Stockholm hamnar Stockholms DNA i fokus och upplevelseprogrammet vänder sig såväl till stockholmarna som till svenska och internationella turister och ger tillgång till erbjudanden och upplevelser i ett Stockholm utanför guideböckerna. Därför har MasterCard tagit stockholmarna till hjälp.

”Stockholmarena känner sin stad allra bäst och därför var det viktigt för oss att fråga dem för att få inspiration till skapandet av Priceless Stockholm. Undersökningen har gett oss många idéer och uppslag och vår förhoppning är att det ska finnas något för alla i vårt upplevelseprogram.” fortsätter Pernilla Winberg Babtist.

”Stockholm har 3 miljoner fler gästnätter än Köpenhamn och är en av de tio största besöksdestinationerna i Europa. Vår huvudstad har väldigt mycket av vad megastäderna har att erbjuda, fast i litet format.” säger Ann-Charlotte Jönsson, PR-chef, Stockholm Visitors Board som är en av stockholmprofilerna som bidragit till rapporten.

I den bifogade rapporten finns även information kring vilka upplevelser som stockholmarna anser är ”priceless” inom kategorier som ”shopping och mode”, ”mat och dryck”, ”hotell och boende”, ”utflykter och äventyr”, ”sport och hälsa” och ”kultur och nöje”.

För mer information:

Frida Almgren, kommunikationschef MasterCard Norden och Baltikum
070-317 35 45
frida_almgren@mastercard.com

Om Priceless Stockholm

Priceless Stockholm är ett upplevelseprogram för alla MasterCard-kortinnehavare som kommer att erbjuda ovärderliga upplevelser runt om i huvudstaden. Övriga erbjudanden på allt från välkända till svåråtkomliga platser. Aktiviteter som är exklusiva, inte för att de är dyra, utan för att de är unika.

Erbjudandena tas fram inom kategorierna Mat & Dryck, Underhållning, Shopping, Sport & Hälsa, Resa & Hotell och På Stan och kommer att finnas tillgängliga på en Priceless Stockholm-sajt som öppnar i samband med lanseringen den 25 april. Erbjudandena riktar sig såväl till stockholmarna som andra besökare i staden. MasterCards Priceless Cities-program finns sedan tidigare i världsstäder som New York, London och Paris.

Om MasterCard

MasterCard (NYSE:MA) är ett globalt betalnings- och teknikföretag. MasterCard driver världens snabbaste nätverk för betalningsprocesser som knyter samman konsument, finansiella institutioner, handeln, myndigheter och företag i över 210 länder och marknader. MasterCards produkter och lösningar gör vardagliga aktiviteter – som inköp, shopping, resande och företagande – lättare, säkrare och mer effektivt för alla. Följ oss på Twitter [@MasterCardSE](https://twitter.com/MasterCardSE) vår blogg [Cashless Conversations](https://www.mastercard.se/cashless-conversations) och [prenumerera](https://www.mastercard.se/prenumerera) på senaste [nytt](https://www.mastercard.se/nytt). För mer information besök: www.mastercard.se