



Pressmeddelande

Ny rapport om upplevelser i Stockholm: Skärgård, äventyr och "wow-faktor" när 08:orna visar upp huvudstaden

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 över upplevelser som skulle lyfta fram det bästa med Sveriges huvudstad. Man vill uppleva något nytt som är värt att snacka om, gärna något äventyrligt och skärgården är en favoritplats. Det framgår av en ny undersökning där stockholmarna har fått tycka till om huvudstaden, hur man bäst upplever den och hur man helst visar upp den för besökare. Resultatet av undersökningen ligger delvis till grund för utvecklingen av MasterCards nya upplevelseprogram Priceless Stockholm som lanseras den 25 april.

"Undersökningen visar att stockholmarna 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 Baptist, 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 18-74 år i Stockholms län mellan december 2012 – januari 2013. I tillägg till undersökningen har också intervjuer med utvalda stockholmsprofiler och bloggare genomförts.

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

Så här ser stockholmarna på sin stad:

- Om stockholmarna 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).

Äventyr och utflykter, skärgården, Gamla Stan och restaurang Gondolen – med utsikt över Stockholms inlopp – är vad stockholmarna vill visa upp för besökare. 8 av 10 tycker också att Stockholm är en bra shoppingstad.

Topplista över vilka upplevelser stockholmarna helst vill testa på:

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

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.

"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 stockholmsprofilerna som bidragit till rapporten.

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 stockholmare 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.

"Stockholmarna känner staden 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 spännade idéer och uppslag och vår förhoppning är att det ska finnas något för alla i vårt upplevelseprogram" fortsätter Pernilla Winberg Babtist.

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. Oväntade 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 i april. Erbjudandena riktar sig såväl till stockholmare 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 konsumenter, 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](#), vår blogg [Cashless Conversations](#) och [prenumerera](#) på senaste [nytt](#). För mer information besök: www.mastercard.se