



HUR SVERIGE **VANN & GENOMFÖRDE** TROLLERI-VM

TEXT ATTI SOENARSO
FOTO SARA APPELGREN & ISTOCKPHOTO

I augusti 2003 vann Stockholm överlägset den slutliga omröstningen om platsen för VM i Trolleri år 2006. Det skedde i hård konkurrens med franska Strasbourg, som segervissa kom till kongressen i Haag.

Arbetet med att få kongressen började redan år 2001. På ett kundmöte i Glasgow, arrangerat av International Congress & Convention Association, ICCA, träffades Madeleine Rångtell, då Head of Congress Sales på Stockholmsmässan och Eric Eswin som är generalsekreterare för den internationella trollerifederationen, FISM. Han framförde att FISM gärna skulle se ett kommande VM genomföras i något av de nordiska länderna. Men fanns det verkligen någon förening som själva orkade med att genomföra en kongress i den här storleksordningen? Var föreningen i så fall beredd att ta den ekonomiska risken? Fanns det verkligen lämpliga lokaler i Stockholm för ett så stort evenemang?

Stockholmsmässan tog kontakt med den svenska föreningen som ingår i FISM, och fick efter några samtal utreda möjligheterna för Sverige att kandidera för Trolleri-VM 2006.

Eric Eswin blev inbjuden till en fam-trip som arrangerades av kongressbyrån Congress Stockholm, Stockholmsmässan, Stocon (idag MCI Scandinavia) och Svensk Magisk Cirkel, SMC. Generalsekrete-

raren visades runt i staden, besökte Stockholmsmässan och fick se att lokalerna uppfyllde kraven kongressen ställde.

Under Eric Eswins lediga fredag kväll hände något som bidrog till att han blev en stor supporter av Stockholm som kongresstad. En av medarbetarna på Congress Stockholm bjöd hem Eric Eswin till sin familj – och på ett födelsedagskalas! Kongressproffset Eric Eswin smälte totalt. Inget kunde ha gjorts bättre för att få honom att bli förälskad i Sverige och vårt sätt att vara. Exemplet visar på skillnaden mellan en bra kongressbyrå och en kongressbyrå i elitserien.

Under vintern 2002 arbetade den lokala PCO-n Stocon och Stockholmsmässan fram underlaget för en bid enligt specifikationerna som FISM ställde på en arrangör. Logistiken beskrevs, en detaljerad preliminärbudget upprättades, och preliminära bokningar och prisförhandlingar gjordes med hotellen.

I samband med julen 2002 skickades ett specialarrangerat julkort till samtliga presidenter i FISM. Bilden föreställde några av Sveriges mest kända magiker som på ett personligt sätt hälsade världen välkommen till Sverige 2006. Det blev det officiella startskottet på den informella övertalningskampanj som gjordes gentemot varje enskild president inför kongressen i Haag 2003.

Omröstningen skulle ske på kongressen år 2003 i holländska Haag. Enligt stadgarna tilldelas samtliga presidenter/länder en till 15 röster, beroende på landets storlek inom FISM. Stora medlemsländer blev alltså viktigare att påverka än små länder, men varje röst räknades. Alla presidenter fick personliga telefonsamtal och brev om Stockholms förträfflighet, och respektive lands kongresser besöktes för att övertyga även andra ledamöter i styrelserna att de skulle förmå sin ordförande att rösta för Sverige.

Tidigt våren 2003 besöktes Stockholm av presidiet för FISM. Presidenten, vice presidenten och kassören gästade huvudstaden i tre, fyra dagar för att bilda sig en slutlig uppfattning om kongresslokaler, logistik, kvaliteten på hotellrummen, prisläget, PCO-n och inte minst för att träffa och prata med den lokala föreningens medlemmar. De var ju dem FISM tänkte lägga förtroendet på att få arrangera nästa VM i trolleri.

Under besöket gavs också möjlighet att gå igenom den preliminära bidden för att vässa argumenten och säkerställa att alla formella krav var uppfyllda innan bidden skickades in till FISM.

En annan minnesrik episod för Eric Eswin var när han gick på Hamngatan med några representanter för Stockholm, och lyssnade på när de ”skröt” om att nästan alla kan engelska och ytterligare något språk. Eric Eswin vände sig till fler förbipasserande och ställde turistrelaterade frågor på flera språk. Varje gång fick han bra och tydliga svar som han förstod.

Eftersom Stockholm var övertygat om att trolleri-bidden omedelbart skulle kopieras av de konkurrerande städerna Wien och Strasbourg, bestämdes att bidden skulle skickas iväg så sent som möjligt före omröstningen. Men inte så sent att risken fanns att presidenterna inte skulle hinna förankra ett beslut att välja Stockholm innan de reste till kongressen i Haag. I bidden ingick också en nyhet: Stockholms kandidatur presenterades under parollen ”It’s time for Scandinavia” eftersom de magiska föreningarna i Finland, Norge och Danmark stödde den svenska kandidaturen. Aldrig förr hade kongressen genomförts i



Skandinavien, vilket blev ett av huvudargumenten. Tidigare hade både Österrike och Frankrike varit värdar för kongressen, som enligt statuterna ska rotera i hela världen.

Direkt när bidden – en pärm med detaljerad information bakom tolv flikar – kom till presidenterna drog Wien tillbaka sin kandidatur. Någon vecka senare skickade fransmännen ut en cd-romskiva till alla presiden-



ter med ett mycket enkelt material om Strasbourgs fördelar.

Stockholm valde en annan väg. De bestämde medvetet att inte skicka en cd-skiva eftersom bedömningen av presidenternas datormognad visade att många inte skulle kunna eller vilja öppna skivan. Vid ett senare tillfälle, när representanter för Stockholm talade med presidenterna, fick de veta att bara några enstaka personer tittat på fransmännens presentation, vilket i praktiken innebar att den enda förhandsinformation om kommande kongress som de fått var från Stockholm.

Konkurrensen hårdnade, nu började det allt mer likna kampen om OS i trolleri. De första dagarna, av sex dagar totalt, tilläts inget aktivt kampanjarbete för kommande kongressorter. Först den tredje dagen gavs möjlighet för de kvarvarande kampanjstäderna att bygga en monter vid entrén till kongresshallen.

Montern bemannades av frivilliga från Svensk Magisk Cirkel och de andra skandinaviska föreningarnas deltagare på kongressen. Dessutom fanns representanter för Congress Stockholm och PCO-företaget Stocon.

De nordiska deltagarna på



BJÖRN MASUHR

kongressen samlades och en enkel strategi presenterades: ”Prata med alla om hur bra det blir i Stockholm. Har de invändningar eller frågor ni inte kan svara på, stäm möte med dem i montern så svarar vi på deras frågor där.”

Varje dag genomfördes tävlingar i montern med priser som utlovades till vinnarna i form av en fri hyrbil – sponsrad av Volvo – under veckan i Stockholm samt fritt deltagande för en person på kongressen. Priserna skulle bara delas ut om Stockholm vann kampanjen.

Samtliga ordföranden/nationer kontaktades personligen och frågor ställdes kring vad de skulle rösta på, och vilka tveksamheter som fanns för att de skulle välja Stockholm. De vanligaste argumenten som dök upp – och som underblåstes av motståndarna – var att det är dyrt i Stockholm, att det inte finns bra lokaler, att det ligger långt bort och att det inte finns någon bra trollerikultur här.

Eftersom bidden belyst alla frågetecken i förväg kunde de som argumenterat för Stockholm bemöta argument för argument på ett väl underbyggt sätt, med siffror, kartor och annan fakta som tagits fram.

Summeringar av läget gjordes dagligen; stämningen och spänningen ökade för varje dag. När Stockholm och Strasbourg byggde sina montrar möttes Stockholm av segervissa fransmän. Men svenskarna fortsatte att argumentera och att övertyga person för person. När fransmännen genomfört sina vin- och ostprovningar blev deras monter snabbt tom, och den allmänna känslan var att de gav upp. Så var naturligtvis inte fallet, men tveksamma röster hade bara en kandidat att fråga.

Kvällen före omröstningen bjöd Stockholm alla presidenter på en enkel mottagning med vin och tilltugg

för att slutspurta argumenteringen. Under bjudningen började många anat åt vilket håll omröstningen lutade...

En av Sveriges internationellt mest namnkunniga magiker, Björn Lönn – alias Johnny Lonn – som framgångsrikt tävlat och deltagit som jury i många magiska tävlingar, höll en presentation av Stockholm där han på ett personligt och humoristiskt sätt bemötte veckans motargument, men också gav sin syn på varför Stockholm var värt att få nästa VM. Även fransmännen gjorde en presentation som utstrålade segervisshet och självsäkerhet. Efter en frågestund från presidenterna gick församlingen till sluten omröstning.

En två år lång kampanj, finansierad av Stockholms stad, Stockholmsmässan och PCO-företaget Stocon avslutades i glädje: Segern gick till Sverige som fick omkring 65 procent av rösterna.

Direkt efter presentationen av segraren vidtog en för kongresser, mycket speciell aktivitet. Eftersom deltagarna önskar bra publikplatser i samband med galashower och finaler, fördelas de bästa platserna till dem som har anmält sig först. Det visste Stockholm om och erbjöd deltagarna på kongressen att anmäla sig via kreditkort och betala på plats. Resultat: Närmare 450 personer anmälde sig och betalade innan dagen var slut.

Svensk Magisk Cirkel utsåg en projektledare och avtal skrevs med PCO-n som innebar att SMC – en ideell förening med drygt 200 medlemmar och utan några betydande reserver eller tillgångar – inte tog några som helst ekonomiska risker. En överenskommelse gjordes om vinstfördelning och kongresskommittén beslutade om arbetsformerna.

Alla kongresser är unika. Magikernas kongress utgjordes framför allt av världsmästerskapen i trolleri. Två olika jurygrupper bedömde 152 tävlande i flera olika klasser. Bland de tävlande utsågs finalister, och bland dem världsmästarna.

Men precis som alla andra kongresser innehöll programmet även seminarier, och en mässa som i Stockholm var en marknadsplats för försäljning av magiska tricks. Det viktiga sociala programmet gav deltagarna och deras respektive möjlighet att träffa gamla vänner och knyta nya kontakter med magiker från hela världen.

Över 3 300 deltagare från hela världen deltog. 152 tävlanden kämpade om världsmästartiteln. All media av betydelse från Sverige var närvarande och rapporterade, därutöver var många internationella media representerade.

Antal deltagare: 3 300
Antal dygn per deltagare, i snitt: 6
Omsättning/deltagare/dygn: 3 700 kr
Summa omsättning cirka:
73 000 000 kr
Momsintäkt (410 kr/dygn/deltagare): 8 118 000 kr

P.S. Eftersom andelen privatpersoner på kongressen var relativt hög kan snittomsättningen antas vara lägre än USK-undersökningen varför ett lägre värde har tagits upp här. D.S. ■

Ur **»Kongresshandboken – om konsten att skapa stora möten«** av Björn Masuhr, utgiven av Meetings International Publishing. Boken kan köpas på *www.meetingsinternational.se*. Klicka på MI-butik. Ange kod: MI35 så får du köpa boken för 199 kronor + moms + porto = 50 kronors rabatt.

Av en händelse träffar vi Eric Eswin i en buss

på väg till EIBTM-mässan i Barcelona tidigare i december. Han berättar att de genomfört sin Trollerikongress i Beijing i Kina tidigare i år och sammanfattar arbetet inför det mötet så här:

– Det var inte helt enkelt. När kontraktet var undertecknat började problemen. I andra länder betyder ett kontrakt att man följer det. Så är det inte i Kina. Jag tror inte en enda punkt av det som stod i kontraktet höll vid genomförandet.

De insisterade på att byta ut den PCO vi hade valt för uppdraget trots att den PCO de ville ha har oerhört liten erfarenhet. Delegaterna märkte naturligtvis ingen av det här, men jag hade tre års helvete innan kongressen genomfördes. När allt var klart klagade vår kinesiska partner på att vi inte hade gett någon kines en guldmedalj. När jag påpekade att man var tvungen att förtjäna en medalj inför juryn förstod de inte vad jag menade: ”Vi har ju tagit emot er i vårt land, då borde vi också få en guldmedalj”, var deras svar. Vi kan konstatera att kulturer är olika. Inte minst vid kongressers genomförande.