

Utlåtande 2010:22 RVIII (Dnr 328-13/2009)

Sponsring av stadens idrottsanläggningar

Motion av Per Ankersjö (c) (2009:1)

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande
Motion (2009:1) av Per Ankersjö (c) om ”Sponsring av stadens idrottsanläggningar” anses besvarad med vad som sägs i utlåtandet.

Föredragande borgarrådet Madeleine Sjöstedt anför följande.

Ärendet

I en motion (2009:1) föreslår Per Ankersjö (c) att Stockholms stad borde ta tillvara möjligheterna att utnyttja sponsorpengar inom idrotten, såväl i nya som befintliga anläggningar. Motionären anför att ett område som staden borde arbeta vidare med är så kallad anläggningssponsring. I motionen redogörs för att detta är mycket vanligt utomlands och att det också förekommer i Sverige. Till exempel har telekomföretaget Ericsson nyligen tecknat ett avtal med Stockholm Globe Arena och ägaren AEG Facilities om ett sponsringsavtal på tio år. Motionären skriver att Stockholms stad bör arbeta aktivt med att hitta lämpliga sponsorer när nya stora projekt som till exempel Highvalley skatepark i Högdalen planeras.

I motionen sägs vidare att sponsring inte enbart ska ses som en inkomstkälla för staden utan som ett potentiellt bidrag till en utökad och förbättrad verksamhet.

Motionärerna föreslår därför att kommunfullmäktige beslutar att:

- en sponsringspolicy upprättas med inriktningen att göra det mer attraktivt att sponsra nya och befintliga anläggningar
- frågan om sponsring ska aktualiseras vid varje nytt beslut om att anlägga eller bygga om en idrottsanläggning.

Beredning

Ärendet har remitterats till stadsledningskontoret och idrottsnämnden.

Stadsledningskontoret anser att det är viktigt att utveckla formerna för sponsring av stadens idrottsanläggningar.

Idrottsnämnden anser att det ofta är svårt att finna sponsorer till idrottsanläggningar som har liten publikkapacitet och att en sponsringspolicy inte behöver tas fram. Däremot borde en redovisning av sponsringsmöjligheter göras inför varje nytt anläggningsprojekt.

Mina synpunkter

Stockholms stad har de senaste åren gjort rekordstora investeringar i idrottsanläggningar för såväl stora evenemang, som för breddidrott och friluftsliv och motionsliv. Folkhälsan i Stockholm är till stor del beroende av hur goda möjligheter det finns för stockholmarna att idrotta och motionera. Investeringarna i idrotts- och motionslivet är därför fortsatt viktiga.

Det är självklart viktigt att vi finner så bra och ekonomiskt effektiva metoder som möjligt för att åstadkomma fler och bättre idrottsanläggningar. Motionen är därför ett välkommet bidrag till diskussionen om hur vi kan utveckla finansieringen av stadens idrottsanläggningar i framtiden. Sponsring som motionären föreslår är en metod som bör prövas, och jag är därför positiv till idrottsnämndens förslag om att redovisa vilka sponsringsmöjligheter som finns när nya anläggningsprojekt planeras.

Men sponsring är bara en av flera möjliga metoder för att förbättra ekonomin i stadens anläggningar. Det finns också all anledning att titta på vilka näringsverksamheter som skulle kunna fungera i våra anläggningar. Sommaren 2009 gav idrottsnämnden därför idrottsförvaltningen i uppdrag att anlita en affärsutvecklingskonsult för att undersöka hur exempelvis restaurang- och caféverksamheterna på stadens större anläggningar skulle kunna utvecklas. Dessa kan skötas av såväl föreningar som entreprenörer. Detta arbete kommer att bli särskilt viktigt i arbetet med att upprusta stadens simanläggningar som

inleds under 2010. Arbetet erbjuder en unik möjlighet att tänka nytt i verksamhets- och finansieringsutvecklingen av stadens simhallar.

Idrottsförvaltningen har också sedan tidigare i uppdrag att hitta näringsverksamheter kring de mindre anläggningarna som föreningslivet kan sköta för att stärka sina intäkter. Dessa anläggningar är starka magneter för människor från närområdet och ibland från stora delar av staden. Det borde finnas potentiella marknader för mycket mer än det som idag erbjuds besökarna.

Bilagor

1. Reservationer m.m.
2. Motion (2009:1) av Per Ankersjö (c) om ”Sponsring av stadens idrottsanläggningar”

Borgarrådsberedningen tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

Reservation anfördes av borgarråden *Carin Jämtin* (s) och *Yvonne Ruwaida* (mp) enligt följande.

Vi föreslår att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar att

1. I huvudsak tillstyrka föredragande borgarrådets förslag
2. Därutöver anföra

Vi ser positivt på möjligheten att, via sponsring, skapa bättre ekonomiska förutsättningar för stadens idrottsföreningar och –anläggningar som ett komplement till det offentliga åtagandet. Samtidigt noterar vi att idrottsförvaltningen påpekar att intresset för kommersiell sponsring av stadens anläggningar är begränsat. Hänsyn måste också tas från fall till fall i fråga om sponsring. Särskilt i sammanhang som omfattar barn och unga finns anledning till stor försiktighet.

Detsamma gäller beslutet om utvecklad näringsverksamhet på och kring stadens anläggningar. Det är positivt att detta kan bidra till ökade finansieringsmöjligheter av byggnation och upprustning. Men även denna fråga behöver hanteras med stor försiktighet så att inte stadens offentliga miljöer kommersialiseras i för hög utsträckning.

Det är eftersträfvansvärt att policyn skapas med en bred förankring som möjliggör ett långsiktigt och stabilt arbete, oavsett majoritet i stadshuset.

Reservation anfördes av borgarrådet *Ann-Margarethe Livh* (v) enligt följande.

Jag föreslår att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande

1. Att avslå motionen
2. Därutöver anföra följande

Den nuvarande majoriteten i stadshuset ingick nyligen ett sponsoravtal med Ericsson som rör exponeringen på och runt Globenarenan. Så långt är det en kommersiell verklighet som stora delar av dagens idrottsrörelse har fått lära sig att leva med och inget som väcker uppmärksamhet. Det som är häpnadsväckande med det senaste sponsoravtalet är att Ericsson i och med det avtalet också köpt sig rätten att namnge ett av Stockholms mest kända landmärken. Globen är riksbekant och ses allmänt som en neutral symbol för Stockholm och för Stockholmare som kollektiv. Nu överläts rätten till Globen på ett sätt som är långt mer ingripande än tidigare. Motionären vill nu gå ytterligare ett steg vad avser sponsring av idrottsanläggningar.

Vänsterpartiet vill att Globen och andra idrottsarenor fortsätter vara en gemensam punkt för alla Stockholmare och som är fri från enskilda näringsintressen. Vi har blivit vana av den nuvarande majoritetens utförsäljning av Stockholm bit för bit, men om något som allmänt som Globen nu döps om, vad kommer härnäst? Reklamskyltar på kyrkogårdar? Kanske döpa om stadsdelar? I likhet med idrottsförvaltningen anser vi att en sponsringpolicy inte behöver tas fram. Vi anser inte heller att en redovisning av sponsringsmöjligheter ska tas fram inför nya anläggningsprojekt.

Kommunstyrelsen delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande

Motion (2009:1) av Per Ankersjö (c) om ”Sponsring av stadens idrottsanläggningar” anses besvarad med vad som sägs i utlåtandet.

Stockholm den 10 februari 2010

På kommunstyrelsens vägnar:
STEN NORDIN

Madeleine Sjöstedt

Ylva Tengblad

Reservation anfördes av *Carin Jämtin, Tomas Rudin, Teres Lindberg* och *Mirja Räihä Järvinen* (alla s) och *Stefan Nilsson* (mp) med hänvisning till reservationen av (s) och (mp) i borgarrådsberedningen.

Reservation anfördes av *Ann-Margarethe Livh* (v) med hänvisning till reservationen av (v) i borgarrådsberedningen.

Ersättaryttrande gjordes av *Per Ankersjö* (c) enligt följande.

Om jag hade haft yrkanderätt så hade jag föreslagit Kommunstyrelsen att föreslå Kommunfullmäktige besluta följande:

1. Bifalla motionen
2. Därutöver anföra följande:

Det är glädjande att kommunstyrelsen instämmer i att en redovisning av sponsringsmöjligheter bör göras inför varje nytt anläggningsprojekt. Centerpartiet anser dock att det även finns anledning att undersöka sponsringsmöjligheterna för stadens befintliga anläggningar. I detta arbete är det angeläget att upprätta en sponsringspolicy med inriktningen att göra det möjligt och attraktivt att sponsra såväl nya som befintliga anläggningar.

ÄRENDET

I en motion (2009:1) föreslår Per Ankersjö (c) att Stockholms stad borde ta tillvara möjligheterna att utnyttja sponsorpengar inom idrotten, såväl i nya som befintliga anläggningar. Motionären anför att ett område som staden borde arbeta vidare med är så kallad anläggningssponsring. I motionen redogörs för att detta är mycket vanligt utomlands och att det också förekommer i Sverige. Till exempel har telekomföretaget Ericsson nyligen tecknat ett avtal med Stockholm Globe Arena och ägaren AEG Facilities om ett sponsringsavtal på tio år. Motionären skriver att Stockholms stad bör arbeta aktivt med att hitta lämpliga sponsorer när nya stora projekt som till exempel Highvalley skatepark i Högdalen planeras.

I motionen sägs vidare att sponsring inte enbart ska ses som en inkomstkälla för staden utan som ett potentiellt bidrag till en utökad och förbättrad verksamhet.

Motionärerna föreslår därför att kommunfullmäktige beslutar att:

- en sponsringspolicy upprättas med inriktningen att göra det mer attraktivt att sponsra nya och befintliga anläggningar
- frågan om sponsring ska aktualiseras vid varje nytt beslut om att anlägga eller bygga om en idrottsanläggning.

BEREDNING

Ärendet har remitterats till stadsledningskontoret och idrottsnämnden.

Stadsledningskontoret

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande daterat den 20 april 2009 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsledningskontoret anser liksom motionären att det är viktigt att utveckla formerna för sponsring av stadens idrottsanläggningar. I Stockholms stads budget 2009 med inriktning för 2010 och 2011 anges att idrottsnämnden tillsammans med idrottsrörelsen ska fortsätta arbetet med att förbättra förutsättningarna för idrottsföreningarna att stärka sin ekonomi. Idrottsnämnden ska också ägna särskild uppmärksamhet åt hur samarbetet med näringslivet och idrottsföreningar kan ge fler anläggningar.

Vid stadens idrottsanläggningar förekommer idag både fast och tillfällig reklam. I flertalet av anläggningarna finns fast reklam där avtal upprättas med de föreningar som bedriver verksamhet på berörd anläggning. På detta sätt stöttas föreningarna ekono-

miskt genom att företagare kan göra reklam vid anläggningen. Evenmangsanläggningarna, som till exempel Stockholms Stadion och Erikdalshallen, är reklamfria de tider det inte genomförs evenemang. Vid evenemang upprättas avtal med den ansvariga föreningen som då disponerar rätten till reklam.

Enligt idrottsnämnden är intresset för kommersiell sponsring inte särskilt stort på större delen av stadens anläggningsbestånd och stadsledningskontoret instämmer därmed i nämndens uppfattning att det inte finns behov av att ta fram en särskild sponsringspolicy för idrottsanläggningar. Stadsledningskontoret anser dock att det är viktigt att nämnden arbetar aktivt med frågan om möjliga sponsringsintäkter för staden samt uppdraget att förbättra förutsättningarna för idrottsföreningarna att stärka sin ekonomi.

Stadsledningskontoret anser vidare att vid nytt beslut om att anlägga eller bygga om anläggningar ska idrottsnämnden utveckla formerna för hur samarbetet med näringsliv och idrottsföreningar kan bidra till att utveckla fler hallar. Detta kan ske genom sponsring men förutsätter att sponsringen bidrar till att utveckla den kommunala verksamheten, inte står i konflikt med lagen om offentlig upphandling eller annan svensk lagstiftning och inte förknippas med villkor som gör att staden kommer i beroendeförhållande till sponsorn. Stadsledningskontoret anser vidare att i idrottshallar som ligger i anslutning till och nyttjas av skolor ska sponsring inte stå i konflikt med bestämmelserna i skollagstiftningen. Som stöd i arbetet med sponsring i hallar i anslutning till skolor kan den vägledning som arbetats fram av Konsumentverket i samarbete med Skolverket och Sveriges kommuner och landsting användas.

Stadsledningskontoret föreslår att kommunfullmäktige beslutar att motionen får anses besvarad med hänvisning till vad som anförs i stadsledningskontorets tjänsteutlåtande.

Idrottsnämnden

Idrottsnämnden beslutade vid sitt sammanträde den 14 april 2009 att godkänna förvaltningens förslag som svar på remissen.

Reservation anfördes av Jari Visshed m.fl. (S), *bilaga 1*.

Reservation anfördes av Mehdi Oguzsoy (V) och Else Lundin (MP), *bilaga 1*.

Särskilt uttalande gjordes av Madeleine Sjöstedt m.fl. (FP), Anders Hellström m.fl. (M) och Leif Kroon (KD), *bilaga 1*.

Idrottsförvaltningens tjänsteutlåtande daterat den 31 mars 2009 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen anser liksom motionären att det är mycket angeläget att få sponsorer till stadens idrottsanläggningar. Förvaltningen har också tidigare anlitat en konsult för att utveckla arbetet med sponsring. I sammanhanget kan även nämnas att kommunfullmäktige har gett idrottsnämnden i uppdrag att vidta åtgärder för att stärka föreningarnas ekonomi. Exempel på åtgärder är ökade serveringsmöjligheter, reklamrätt på anläggningar och ekonomiskt stöd till föreningar som tar driftansvar för anläggningar.

Vid stadens idrottsanläggningar förekommer både fast och tillfällig reklam. De större evenemangsanläggningarna - Stockholms Stadion, Zinkensdamms idrottsplats, Eriksdalsbadet och Eriksdalshallen - är reklamfria de tider det inte genomförs arrangemang. Vid evenemang upprättas avtal med den ansvariga föreningen som disponerar rätten till reklam på anläggningen. Den fasta reklamen finns i flertalet av de övriga idrottsanläggningarna. Avtal, oftast helårsavtal, upprättas med de lokala föreningar som bedriver verksamhet på berörd anläggning. Ofta är det mindre och lokala företag som genom reklamen ekonomiskt stöttar föreningarna.

Enligt vad förvaltningen erfarit är intresset för kommersiell sponsring av stadens stora anläggningsbestånd inte särskilt stort. I de mindre, ej publika, anläggningarna har idrotten själv betydligt större möjligheter att få ett samarbete med lokala företagare. I de publika anläggningarna, Stadion, Eriksdalshallen och kanske Zinkensdamms IP, med ibland stor mediebevakning är möjligheten större för staden att få in extern finansiering. Föreningsdrift och olika former av brukarinflytande ökar enligt förvaltningen möjligheten till sponsring som direkt kan stärka föreningarnas ekonomi.

Förvaltningen bedömer inte att en sponsringspolicy behöver tas fram, däremot borde en redovisning av sponsringsmöjligheter göras inför varje nytt anläggningsprojekt.

RESERVATIONER M.M.

Idrottsnämnden

Reservation anfördes av Jari Visshed m.fl. (S) enligt följande

1. I huvudsak godkänna förvaltningens förslag
2. Därutöver anföra

Om man genom sponsring kan skapa bättre ekonomiska förutsättningar för stadens idrottsföreningar att driva sitt arbete är detta positivt.

Det finns dock vissa frågor vad gäller hur, när och vad när det handlar om sponsring. Detta gäller framför allt reklam i anläggningar som nyttjas av barn, men även typer av reklam som kan uppfattas som stötande av utövare eller publik. Detta måste föreningarna tillsammans med idrottsförvaltningen ta hänsyn till i fall till fall när frågan om sponsring kommer upp. Detta omfattar både fasta reklamplatser och sponsring av enskilda tävlingar eller arrangemang som sker på stadens anläggningar.

Reservation anfördes av Mehdi Oguzsoy (V) och Else Lundin (MP) enligt följande

1. Vad som anføres nedan godkänns som svar på remissen "Motion om sponsring av stadens idrottsanläggningar.

Den nuvarande majoriteten i stadshuset ingick nyligen ett sponsoravtal med Ericsson som rör exponering" på och runt Globenarenan. Så långt är det en kommersiell verklighet som stora delar av dagens idrottsrörelse har fått lära sig att leva med och inget som väcker uppmärksamhet. Det som är häpnadsväckande med det senaste sponsoravtalet är att Ericsson i och med det avtalet också köpt sig rätten att namnge ett av Stockholms mest kända landmärken. Globen är riksbekant och ses allmänt som en neutral symbol för Stockholm och för Stockholmare som kollektiv. Nu överläts rätten till Globen på ett sätt som är långt mer ingripande än tidigare. Motionären vill nu gå ytterligare ett steg vad avser sponsring av idrottsanläggningar.

Vänsterpartiet vill att Globen och andra idrottsarenor fortsätter vara en gemensam punkt för alla Stockholmare och som är fri från enskilda näringsintressen. Vi har blivit vana av den nuvarande majoritetens utförsäljning av Stockholm bit får bit, men om något som allmänt som Globen nu döps om, vad kommer härnäst? Reklamskyltar på kyrkogårdar? Kanske döpa om stadsdelar? I likhet med förvaltningen anser vi att en sponsringspolicy inte behöver tas fram. Vi anser inte heller att en redovisning av sponsringsmöjligheter ska tas fram inför nya anläggningsprojekt.

Särskilt uttalande gjordes av Madeleine Sjöstedt m.fl. (FP), Anders Hellström m.fl. (M) och Leif Kroon (KD) enligt följande

Det är angeläget att idrottsföreningar har sådana förutsättningar att de kan ta ansvar för sin egen ekonomi. Därför är tillgången till de resurser som en hall eller idrottsplats kan generera mycket viktig. Det finns många olika vägar för att få intäkter, och sponsring är en viktig sådan. Vi ser fram emot att förvaltningen fortsätter att intensivt arbeta kring att förbättra förutsättningar för idrottsföreningarna att klara sin ekonomi och lägga vikt vid sponsring som en intäktskälla.



KOMMUNFULLMÄKTIGE

Motioner

2009:1

2009:1

Motion av Per Ankersjö (c) om sponsring av stadens idrottsanläggningar

Dnr 328-13/2009

I Stockholms stad finns det ungefär 450 idrottsanläggningar som idrottsförvaltningen ansvarar för. Det handlar om ishallar, simhallar, bollplaner och idrottsplatser. Idrottsanläggningarna utnyttjas av allt ifrån motionsidrottare till elitidrottare. Inte sällan är anläggningarna exponerade i tidningar, radio och TV då olika typer av elitidrott utövas där.

Att Stockholms idrottsanläggningar exponeras gentemot allmänheten är något staden borde ta till vara på ett bättre sätt. Många miljoner skattekronor går att spara när vi i framtiden bygger och rustar upp våra idrottsanläggningar. Detta genom att vara tillåtande och aktivt arbeta med sponsring.

Jiffer & Roos (1999, s.25) definierar sponsring som ”en affärsmetod för kommunikation och marknadsföring som, kortsiktigt och långsiktigt, siktar på att öka sponsorns märkes medvetenhet och image, så väl som att öka sponsorns försäljning. Sponsring ska gynna de inblandade parterna och leda till resultat som kan mätas och jämföras med på förhand uppsatta mål”.

Globalt är idrottssponsring en stor industri som växt i värde med ca 300 procent sedan början av 1990-talet. Idrottssponsring är den dominerande sponsorformen och står för ungefär två tredjedelar av all sponsring. Anledningarna till detta är flera. Idrotten utgör i Sverige både den största folk- och ungdomsrörelsen och anses påverka folkhälsan positivt. Det enorma intresset för idrott bland alla samhällsklasser bidrar också till idrottens attraktion bland sponsorer. Sålunda finns det goda skäl för företag att vilja förknippas med olika idrotter.

Med anledning av detta är det högst anmärkningsvärt att Stockholm stad inte är mer aktivt i sitt arbete att utnyttja sponsorpengar inom idrotten. Ett område som staden aktivt borde arbeta med är så kallad anläggningssponsring. Denna typ av sponsring är mycket vanlig utomlands och har det senaste de-

cenniet på allvar också börjat sprida sig i Sverige. De senaste åren har försäljningen av namnrättigheter till idrottsarenor ökat kraftigt både i antal och i summor. Detta märks tydligt på de många svenska arenor och hallar som nu bär företagsnamn. I USA har idag mer än hälften av alla sportarenor för professionella lag ett företagsnamn.

I Stockholm har telekomföretaget Ericsson nyligen tecknat ett avtal med Stockholm Globe Arena och ägaren AEG Facilities om ett sponsringavtal på tio år. Detta är ett gott exempel på hur staden skulle kunna agera med arenor och anläggningar i stadens ägo. När nya stora projekt planeras såsom Highvalley skatepark i Högdalen eller den nya arenan i Globenområdet så bör staden aktivt arbeta för att hitta lämpliga sponsorer. I arbetet med val av sponsorer bör föreningar med koppling till den aktuella anläggningen involveras, dessa besitter ofta en särskild kompetens som är värdefull för att hitta ”rätt” sponsor. Det finns många kommuner i Sverige som staden kan ta lärdom av, kommuner som arbetar systematiskt med sponsring och därigenom når framgång. På så sätt sparas många skattekronor.

Sponsring ska dock inte enbart ses som en intäktskälla, utan också som ett potentiellt bidrag till en utökad och förbättrad verksamhet. Exempelvis kan sponsring gå hand i hand med olika typer av events kopplade till stadens arenor.

Utifrån vad som ovan anförts föreslår jag kommunfullmäktige besluta att

1. en sponsringpolicy ska upprättas med inriktningen att göra det mer attraktivt att sponsra nya och befintliga idrottsanläggningar
2. frågan om sponsring ska aktualiseras vid varje nytt beslut om att anlägga eller bygga om en idrottsanläggning.

Stockholm den 2 januari 2009

Per Ankersjö