



miljöpartiet de gröna

STOCKHOLMS STAD	
Kommun - grön	
Registraturet	
Ink.	2013 -02- 25
Dnr:	023-337/2013
Till:	RI

Motion av Åsa Jernberg (MP) om en sponsringspolicy för Stockholms stads bolag

Idrott och sport har under större delen av 1900-talet dominerats av män. Det har gällt inom de flesta delar och aspekter av idrotten, såsom idéburen breddverksamhet, andelen betalda elitidrottare och andelen ledare. I takt med att idrott i allt större utsträckning professionaliseras väljer fler och fler företag idrottssponsring i sin marknadsföringsmix. Sponsringen i sin helhet utvecklas och ökar trots lågkonjunktur och den förväntas också fortsätta växa; idag innehar idrott 57 procent av den totala sponsringen i Sverige, sociala organisationer 24 procent och kultur 14 procent.¹

Med den utveckling av sponsringen som sker blir det allt viktigare att sponsringsmedel fördelas lika mellan könen. Det handlar om att tjejer och killar ska ges samma möjlighet att utöva idrott och ta del av kultur. Idag är fördelningen långtifrån jämställd. Siffror som tankesmedjan Idrottsekonomiskt Centrum tagit fram uppskattar kvinnors andel av svensk idrotts totala resurser till 20-30 procent. Av sponsringsintäkterna på elitnivå får kvinnor cirka 10-20 procent av de 2-3 miljarder kronor som uppskattningsvis investeras varje år.² En direkt konsekvens av detta är att män tjänar 90 procent av alla inkomster inom svensk idrott idag. Siffror för ungdoms- och breddidrotten är svårare att ta fram men mönstret är tydligt och skillnaderna i resurser går ut över kvinnors och tjejers möjlighet att utöva idrott.

Kommunalägda bolags sponsring utgör inte något undantag från ovanstående mönster. En undersökning gjord i Malmö under år 2012 visade att sponsringen från kommunens bolag hade riktat sig oproportionerligt till mäns idrottande.³ Detta har lett till att Malmö stad har beslutat om att ta fram en sponsringspolicy för de kommunala bolagen.

I Stockholm har Miljöpartiet gjort en undersökning som visar att även Stockholms stads bolag sponsrar mäns idrottande framför kvinnors. En försiktig uppskattning av antalet killar respektive tjejer i de sponsrade föreningarna visar att cirka 70 procent av pengarna som stadens bolag lagt på sponsring under år 2012 gått till killars idrottande medan endast 30 procent gått till tjejers. (I undersökningen inkom svar från 16 av stadens bolag.)

Inom Stockholms stad finns idag ingen samlad bild av omfattningen av bolagens sponsringsinsatser och vart insatserna riktar sig. Det finns inte heller någon policy för bolagens sponsring. Vi föreslår därför att en policy för jämställd sponsring tas fram för stadens bolag där staden fastslår att bolagen ska fördela sponsringsmedel lika mellan tjejer och killar.

Det är viktigt att stadens bolag agerar som föredömen när det gäller att skapa ett mer jämställt idrotts- och kulturliv i Stockholm. Det är en självklarhet att stadens bolag ska behandla tjejer och killar lika. En sponsringspolicy kan borge för att stadens sponsringsinsatser sker på jämställda villkor.

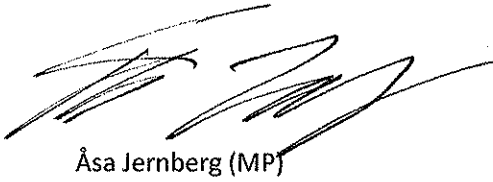
¹ ekonomisverige.se: Sponsring - Äkta engagemang blir effektiv marknadsföring, 111019

² IdrottsEkonomisktCentrum: IEC 2011:1 Kvinnors andel av sponsring, reklam och övriga intäkter inom sport, 110621

³ <http://www.malmo.se/Nyheter/Centrala/8-15-2012-Sponsringspolicy-for-jamstalldhet-ska-tas-fram.html>

Med anledning av ovanstående föreslår vi kommunfullmäktige besluta

Att en sponsringspolicy ska tas fram för de kommunala bolagen, i vilken anges att sponsringsmedel ska fördelas jämställt

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Åsa Jernberg', written over a horizontal line.

Åsa Jernberg (MP)