

Till
Styrelsen för Stockholm Business
Region

Yttrande över Stockholm Prides ansökan om stöd till evenemang

Ärendet

Stockholm Pride har i en skrivelse till Stockholm Visitors Board den 25 mars 2011 ansökt om ett stöd om 1 000 000 kronor för genomförandet av Stockholm Pride den 1 - 7 augusti 2011 (bilaga 2).

Förberedelserna inför Stockholm Pride 2011, Nordens största Pridefestival, är i full gång. I år flyttar festivalen till Stockholm City och öppnar upp i Kulturhuset/Stadsteatern. Till detta kommer flera områden, men framför allt Kungsträdgården som blir en plats med scenuppträdanden, utställare, mat och nöjen. En annan nyhet är att Stockholm Pride tar bort det generella inträdet och gör det möjligt för ännu fler turister och stockholmare att besöka festivalen vilket även är kopplat till årets tema som är Öppenhet.

När det generella inträdet försvinner ändrar Stockholm Pride delar av sin finansiering. Intäkterna från biljettförsäljning kommer minska. Samtidigt, menar arrangören, kommer intäkterna att öka från sponsorer och försäljning i Kungsträdgården. Kostnaderna minskar vidare då festivalen kan utnyttja befintlig infrastruktur i Kungsträdgården.

Efter förlusten 2009 har föreningen under 2010 åter hamnat på plus. Ekonomin är stabil men föreningen poängterar att stödet är oerhört viktigt för att göra sommarens festival till en succé och skulle gärna se en ökning och på så sätt säkerställa festivalens framtid.

Bolagets synpunkter

Stockholms stads evenemangspolicy slår fast att staden kan överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen, evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp, evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm, evenemanget har en hög internationell status, evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart samt evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare ska kriterierna tillämpas.

Vidare ställs följande krav på arrangören av ett evenemang; en realistisk budget ska ligga till grund för evenemanget, evenemangets ekonomi ska kontinuerligt följas upp och om risk för avvikelser föreligger ska åtgärder genast vidtas. Stockholm Visitors Board ska kontinuerligt hållas underrättade om evenemangets utveckling och ekonomi och efter genomfört evenemang ska en ekonomisk slutredovisning upprättas och skickas till Stockholm Visitors Board.

Årets festival genomförs den 1 - 7 augusti, och temat är Öppenhet. Stockholm Pride har genomgått ett antal förändringar, vilka har till syfte att göra festivalen mer öppen och tillgänglig för HBTQ - communityt och alla som vill delta i Nordens största pride firande.

På Stockholm Pride 2011 försvinner de traditionella områdena Pride Park och Pride House, men återuppstår i nya former som Pride Kungsträdgården och Pride Sergel. Pride på stan utvecklas till Pride c/o och kommer att ta över olika stadsdelar under festivalveckan, medan Pride Parad finns kvar i sin tidigare form.

Cirka 35 000 människor har årligen besökt det som tidigare kallades för Pride Park, 25 000 deltog i de seminarier som arrangerades i Kulturhuset/Stadsteatern och närmare 400 000 följde Prideparaden 2010. Genom att det generella inträdet försvinner inför årets festival möjliggör det för än fler turister och stockholmare att besöka Stockholm Pride.

Marknadsföringen av festivalen kommer bland annat att ske genom www.stockholmpride.org, Facebook, Twitter, tryckta annonser i såväl HBTQ - press som annan press. Stockholm Pride fortsätter även samverka med andra pride arrangörer i Sverige och internationellt vilket är en viktig marknadsföringskanal för att attrahera fler besökare.

Medialt får Stockholm Pride stor uppmärksamhet. Under 2010 genererade Stockholm Pride 1200 inslag och artiklar i medierna, vilket var en ökning med 35 procent jämfört med föregående år. Inför 2011 tror arrangören på ytterligare en ökning med anledning av förändringarna av festivalen och att fler kommer att beröras av festivalen.

Vi kan konstatera att Stockholm Prides ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 400 000 kr.

SLUT