

Stockholm 2013-03-26

STOCKHOLM VISITORS BOARD	
Ink.	2013 -03- 27
Dnr.	Till 3.8.3-220/2013

Ansökan om marknadsföringsinsats till Stockholm Pride 2013

Förberedelserna för Stockholm Pride 2013 - Nordens största Pridefestival - är i full gång efter sommarens succé, parallellt som långsiktiga planer läggs för att nå visionen att bli en av världens största Pridefestivaler och att agera värd för World Pride 2018. Inför 2013 har föreningen Stockholm Pride påbörjat ett långsiktigt strategiskt arbete för att bygga och stärka varumärket Stockholm Pride. Det innebär att vi utifrån de värderingar som föreningen, i ett första steg, har sett över all kommunikation. Detta i syfte att skapa en tydlig varumärkesplattform. Vi har också i år påbörjat ett strukturellt arbete med hela Stockholm Pride för att säkerställa affärsmässighet, organisation samt långsiktigt sätta grunden för hur Stockholm Pride ser ut och sedermera uppfattas.

2013 års festival kommer vara grunden för att Stockholm Pride ska kunna växa och bli internationellt erkänd. Stockholm Stad kommer att vara den viktigaste samarbetspartnern i Stockholm Prides arbete att nå visionen. Nyligen blev återigen Sverige utsedd till hbtq (homosexuella, bisexuella, transpersoner och queers)-vänligaste landet i världen av reseguiden Spartacus. Även Stockholm har uppmärksammats som en av de hbtq vänligaste städerna i världen. Detta öppnar flera möjligheter att marknadsföra Stockholm under den enskilt största turisthändelsen för hbtq-personer i Skandinavien. Stockholm Pride har kommit att bli Stockholms absolut största festival och antalet internationella besökare har ökat i takt med festivalen har vuxit.

Det är långt ifrån enbart hbtq-personer som besöker och berörs av festivalen då 52 000 människor besökte festivalens olika verksamhetsområden under festivalveckan 2012. Hela Stockholm påverkades under festivalen sista dag då 540 000 åskådare samlats, vilket är rekord för att beskåda 50 000 färgglada paraddeltagare.

När besökarna på Stockholm Pride får berätta om vad de tycker är viktigt med festivalen så svarade de att det är att få komma till Stockholm och känna sig hemma i en miljö där alla är accepterade, i en stad där man kan vara sig själv. För många av besökarna är festivalen höjdpunkten på året. Detta ligger i linje med syftet som föreningen Stockholm Pride har: att blanda fest, kultur, kärlek och politik och erbjuda en plattform för att föra fram viktiga frågor för hbtq-personer.

Medieintresset för Stockholm Pride var enormt 2012. Över 400 journalister/fotografer/bloggare var ackrediterade, varav 45 hade internationell ackreditering. 1 000-tals artiklar och blogginlägg om Stockholm Pride publicerades under 2012. Stockholm Pride medverkade med festivalchefen och styrelseordföranden i flertalet TV- och radioprogram både i Sverige och internationellt. Även Musikguiden i P3, spelade in och sände en konsert från Stockholm Pride.

Årets Pridefestival i Stockholm gick dessutom bra ekonomiskt. Festivalen gav ett positivt resultat på 1,35Mkr vilket var dubbelt så högt som budgeterat. Vinsten är ett resultat av en förändrad organisation och de välvilliga överenskommelser som gjorts med ett stort antal av

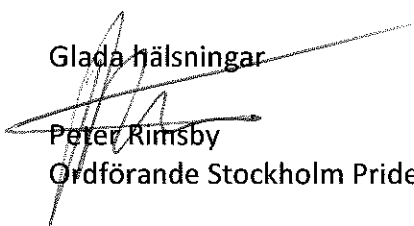
2011-års leverantörer då föreningen hade stora förluster. Därmed har Stockholm Pride visat att föreningens engagerade medlemmar är en kraft att räkna med.

Stockholm Pride 2013 kommer att äga rum mellan den 30 juli och 3 augusti med Pride Park på Östermalms IP, ett område som är säkrat för framtida festivaler. Pride House kommer traditionsenligt vara i Stadsteaterns och Kulturhusets uppskattade lokaler. Med årets tema "Familjen" vill Stockholm Pride uppmärksamma alla de olika familjekonstellationer som existerar idag.

I sammanhanget vill vi lyfta fram hur en annan stad väljer att stödja "sin" Pridefestival. I Göteborg väljer staden att stödja hbtq-festivalen med ett fast bidrag (300 000 under 2011) och därutöver lönefinansiering- vilket gör att Göteborg i praktiken satsar mer på sitt Pride firande än huvudstaden. Vi ser också en utveckling där allt fler städer har Pridefestivaler runt om i landet, med stöd från kommunen och finansiering av anställningar, liksom växande festivaler i grannländerna. Det är förstås en glädjande utveckling då den säger något om utvecklingen för hbtq-personer och mänskliga rättigheter, men ställer också högre krav på Stockholm Pride och Stockholm Stad för att vi ska behålla vår ledande roll samt bli en av världens största Pridefestivaler är det ekonomiska stöder från staden avgörande.

Stockholm Pride söker en miljon kronor från Stockholm Visitors Board.

Glada hälsningar



Peter Rimsby

Ordförande Stockholm Pride

Budget för Stockholm Pride 2013

Intäkter			Kostnader	
Biljettförsäljning	7 170 000		Försäljningskostnader	-1 350 000
Sponsorer	1 500 000		Annonsering & Kampanj	-1 500 000
Betalande aktörer	2 160 000		Etableringskostnader	-5 000 000
Övriga intäkter	1 600 000	(*)	Programverksamhet	-1 580 000
Medlemsavgifter	21 000		Externa kostnader	-1 250 000
			Volontärer	-800 000
Summa	12 451 000		Summa	-11 480 000

Budgeterat resultat 971 000

() I beloppet ingår bidrag från Stockholm Visitor Board med 1Mkr*

En redogörelse över Stockholm Prides arbete med miljöfrågor 2013

Stockholm Pride arbetar systematiskt med att välja lösningar som minimerar vår påverkan på miljön. Vid kontakter med leverantörer och samverkanspartner är hållbarhetsperspektivet alltid på agendan när ni vi utformar festivalens innehåll och aktiviteter. Exempel på områden där festivalen aktivt söker hållbara lösningar är elförsörjning, avfallssortering, samtransporter, inköp av förbrukningsvaror, val av transporter för vår organisation.

Plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget.

Stockholm Pride ser SVB som en huvudsponsor och kommer ge samma synlighet, vilket har ett värde av 1 miljon sek. Förslaget nedan är baserat på ett bidrag på 1 miljon sek, vilket kan justeras efter SVB beslut.

- Affischer
- Annonser
- Adshels, Clearchannel
- Pride Magasin (två uppslag, top-of mind)
- Webb/hemsida
- Programblad
- Volontärernas tröjor (800 personers rörliga annonspelare)
- Festivalområde - Skyltar/skärmar/ballonger
- Sociala medier, FB, twitter, You tube, Instagram
- Festivalbag
- SVT kommer göra en produktion/tv serie under Pride veckan som kommer ge stor synlighet i media. Produktionsbolag: Tre Vänner