



Ansökan till Stockholm Visitors Board

Stockholm Pride, 2014

Stockholm, 2014-02-10

Förberedelserna för Stockholm Pride 2014 pågår för fullt. Ett stort antal personer lägger sedan i höstas sin fritid på att som volontärer med brinnande engagemang arrangera Nordens största Pridefestival. Festivalledningen för 2014 är på plats och årets Pride-parad, Pride-park och Pride-house växer fram med full kraft.

Förra årets Pride slog nytt rekord igen med över 600 000 personer som såg paraden och 60 000 som deltog. Samtidigt besökte 30 000 personer parken och 10 000 kom till Pride House i Kulturhuset Stadsteatern. Det hela kunde genomföras tack vare 629 fantastiska volontärer.

Stockholm Pride är Stockholms i särklass största besöksevenemang. Vi är samtidigt Nordens största Pridefestival och arbetar för att både synliggöra hbtq-frågor och skapa en frizon för hbtq-personer. Vi är med andra ord en plattform för såväl sexualpolitik och rättighetsfrågor, som en plats för människor att mötas och känna trygghet och glädje i staden.

Stockholm Prides långsiktiga plan är att bli en av världens största Pridefestivaler och att på sikt agera värd för Euro Pride och World Pride. Föreningen och festivalen

Stockholm Pride arbetar därför långsiktigt på att utvecklas som plats och bygga och stärka vårt varumärke, i

Stockholm såväl som internationellt. Vi har just nu en ledamot en i den europeiska styrelsen för de pridefestivaler som arrangeras runt om i Europa och därmed direkt möjlighet till påverkan på den gemensamma utvecklingen och vår egen festival.

"Festivalen är en glädjefylld frizon för hbtq-personer och arbetar för att hbtq-personer ska kunna ta plats i det offentliga rummet. Stockholm Pride blandar fest, politik och kultur som en viktig utgångspunkt i all verksamhet. Vi står för glädje, allvar och häftiga upplevelser som inspirerar och sprider kunskap" Ur Stockholm Prides syfte, 2011-02-27

Investering i en ny plats och ett aktivt arbete för stabilitet och aktualitet

2012 års festival gick bra ekonomiskt, medan 2013 års festival gjorde ett sämre resultat. Det senare berodde inte på att kostnaderna rusade iväg utan på lägre intäkter än beräknat.

Orsakerna till det går att söka på flera håll, men handlar främst om etablerandet av Pride Park på en helt ny och lite ovan plats, Östermalms IP, på ökande konkurens från andra festivaler och på att vi prövade en ny biljettstrategi.

Samtidigt som vi hade vissa utmaningar med 2013 års festival var det en stor succé. Paraden slog rekord igen och Pride House var fullt under stora delar av programmet. Samtidigt vill vi vara tydliga med att vi ser arbetet med 2013 års festival som en investering inför kommande festivaler. Vi etablerade för första gången parken på Östermalms IP och vet nu hur vi kan använda platsen på ett bra sätt framöver. Samtidigt har vi lagt mycket kraft på att se över hur vi långsiktigt kan arbeta med de två funktioner som bär festivalen i stor utsträckning; våra volontärer och våra sponsorer. Ett arbete som vi är övertygade om gör oss långt mer stabila över tid.

Inför festivalen 2014 har vi stramat åt budgetramarna något, samtidigt som vi arbetar strukturerat med hela festivalorganisationen i att säkerställa en långsiktig hållbarhet i festivalens ekonomi. Det arbetet görs såväl rent operativt som strategiskt – vi behöver för att säkerställa festivalens roll, relevans och stabilitet arbeta brett med frågor som var vi ser festivalen på sikt, hur vi lockar nya målgrupper och hur vi växer i staden.

Synlighet och relevans

Medieintresset för Stockholm Pride är enormt och ökande. Runt 500 journalister, fotografer och bloggare var ackrediterade 2013, varav 45 hade internationell ackreditering. 1 000-tals artiklar och blogginlägg om Stockholm Pride publicerades. Representanter för Stockholm Pride medverkade i många TV- och radioprogram både i Sverige och internationellt.

Vi ser samtidigt hur hbtq-frågan ständigt hamnar i fokus, som nu under OS, och att det är en av de frågor som människor debatterar och sluter upp bakom i väldigt stor utsträckning. Här har Stockholm en viktig roll som samlande plats, där stoltheten över staden är central.

Tema för Stockholm Pride 2014: Vardag

Med fokus på att lyfta
årets alla 52 veckor.

För att våra besökare och
volontärer varje år vid
slutet av festivalen säger
"Då ses vi om ett år igen
då, för *vår* vecka!"

För att det är valår i
Sverige 2014 och vi ser
vikten av att knyta
samman festivalens
firanden med vardagliga
frågor om hur vi lever
våra liv.

2014 är det som bekant "supervalår", vilket givetvis
kommer att sätta sin prägel på Pridefestivalen. Bland
annat genom den traditionsenliga partiledardebatten i
Pride House på Kulturhuset som arrangeras av vår
medlemsorganisation RFSL, men även i mer generella
termer genom att festivalen är den enorma plattform för
möten och samtal som den är, precis i brytpunkten mellan
semestrar och valhöst. Pride House utökas med en dag för
att möta det höga trycket på att få arrangera
programpunkter under vardagarna.

Samtidigt har styrelsen valt ett fokus på *vardagen* i årets
tema, för att knyta samman festivalveckan med den
verklighet vi alla lever och verkar inom. Ett sätt att länka
samman fest med arbete, en sommarvecka med skolan och
vår egen trygga vecka med årets övriga 51 veckor.

Stockholm som en av världens mest hbtq-vänliga städer

Stockholm har uppmärksammats som en av de hbtq-vänligaste städerna i världen. Det bör vi
fortsätta vara, under Pride-veckan såväl som under resten av året. Tillsammans kan vi göra det
möjligt att skapa stor stolthet, trygghet och feststämning. Det finns stora möjligheter att
marknadsföra Stockholm under den enskilt största turishändelsen för hbtq-personer i
Skandinavien. Samtidigt har Stockholm Pride kommit att bli Stockholms absolut största festival
och antalet internationella besökare har ökat i takt med att festivalen har vuxit.

När Stockholm Prides besökare får berätta vad de tycker är viktigt med festivalen svarar 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.

Det är dock långt ifrån enbart hbtq-personer som besöker och berörs av festivalen. Vänner och
familj besöker parken och paraden, tjänstemän, civilsamhällesaktörer och debattörer besöker
house och alla möter varandra. Samtidigt finns festivalen över hela staden när butiker, caféer,
företag och klubbarrangörer alla regnbågsflaggar, firar och diskuterar under en gemensam
sommарvecka. Hela Stockholm påverkades av och deltar i festivalen.

Nu gör vi årets festival!

Stockholm Pride har visat att föreningens engagerade medlemmar och volontärer är en kraft att räkna med. Stockholm Pride 2014 kommer att äga rum mellan den 28 juli och 2 augusti. Parken kommer igen att finnas på Östermalms IP och House i Kulturhuset Stadsteatern. Arbetet pågår för fullt med att knyta in sponsorer och välkomna alla aktörer som tillsammans skapar årets festival.

Vi vill passa på att understryka den stora betydelse Stockholm Pride har för besöksnäringen i Stockholm och för att skapa en feststämning i staden som uppskattas av hundratusentals stockholmare och turister. Vi ser en utveckling där allt fler städer har Pridefestivaler runt om i landet, med stöd från kommunen, liksom växande festivaler i grannländerna. Det är förstås en glädjande utveckling då den säger något om den positiva utvecklingen för hbtq-personer och våra mänskliga rättigheter, men ställer samtidigt högre krav på Stockholm Pride som festival och plats. För att vi ska behålla vår ledande roll och på sikt bli en av världens största Pridefestivaler, är det ekonomiska stöder från Stockholm Stad avgörande.

Inför årets festival, såväl som på längre sikt, är och förblir Stockholms Stad den viktigaste samarbetspartnern för föreningen och festivalen Stockholm Pride. Det är här vi verkar och gör vår festival, och vi vill givetvis fortsätta växa och utvecklas tillsammans med staden. För våra besökare och för stadens invånare.

Stockholm Pride söker 700.000 kronor från Stockholm Visitors Board.

I hopp om ett fortsatt gott samarbete,

Vänliga hälsningar,

Peter Rimsby

Ordförande Stockholm Pride

Budget för Stockholm Pride 2014

INTÄKTER

BILJETTER	5 245 766
SPONSRING	1 135 000
UTSTÄLLARE	1 359 705
PARAD	91 000
RESTAURANGER	818 476
ÖLBONUS & PANT	394 441
BACKSTAGE	580 810
SVB	700 000
DIV	107 737
<u>SUMMA</u>	<u>10 432 935</u>

KOSTNADER

ANNONSERING, FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER	- 1 077 073
ETABLERING, SCEN	- 3 569 653
ARTISTER, PROGRAM, MUSIK	- 1 016 224
MARK, LOKAL, ADMINISTRATION	- 882 663
VOLONTÄRER, BEVAKNING, STÄD	- 1 265 514
FÖRENINGSKOSTNADER, JURIDIK	- 504 848
<u>SUMMA</u>	<u>- 8 315 975</u>

Budgeterat resultat 2 116 960*

(*) I beloppet ingår bidrag från Stockholm Visitor Board med 700 Kkr.

En redogörelse över Stockholm Prides arbete med miljöfrågor 2014

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 vi utformar festivalens innehåll och aktiviteter. Exempel på områden där festivalen aktivt söker hållbara lösningar är elförsörjning, avfallssortering, samtransporter, inköp av förbrukningsvaror och val av transporter för vår organisation.

Plan för hur varumärket Stockholm- The Capital of Scandinavia kommer att exponeras förbindelse med evenemanget

Stockholm Pride ser Stockholm Visitors Board en mycket viktig samarbetspartner och avser därför att ge en mycket stor synlighet såsom:

- Affischering
- Annonser
- Webb/hemsida
- Programblad (eller motsvarande)
- Volontärers tröjor
- Skyltar, skärmar etc på festivalområdet
- Sociala medier såsom facebook, youtube och instagram
- SVT planerar att genomföra en tvproduktion under Prideveckan, vilken kommer ge stor synlighet i media. Produktionsbolag är Tre vänner/Roadrunner, dotterbolag till SF Bio.