

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Stockholm Prides ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 450 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride 2015 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Stockholm Pride har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 4 februari 2015 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride den 28 juli – 1 augusti 2015 (bilaga 1).



I enlighet med Stockholms stads evenemangsstrategi kan staden överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda; Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen och befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp. Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad. Evenemanget tangerar kärnvärdena; - Stockholms unika, naturliga förutsättningar (vattnet, ljuset/mörkret, miljön) - Stockholms ledande spetskompetens (IT, life science och miljöteknik) - Spetsområden inom kultur (musik, underhållning, dans). Evenemanget är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt, upplevs som positivt för och av stockholmarna samt profilerar Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som staden överväger, desto hårdare tillämpas kriterierna. Vidare ska följande dokument bifogas ansökan.

- En realistisk budget vilken ligger till grund för evenemanget
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget
- En redogörelse för hur man arbetar med jämställdhetsfrågor i förbindelse med evenemanget och i sin övriga verksamhet.

Efter en beviljad ansökan ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till SBR.

- En ekonomisk slutredovisning av evenemanget
- Antalet besökare på evenemanget
- Antalet internationellt ackrediterad media på evenemanget
- Antalet internationella TV kanaler som sändt från evenemanget

Evenemanget bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och befästa bilden av Stockholm som en evenemangsstad och som en stad präglad av mångfald och öppenhet. Intresset från media för Stockholm Pride är stort. Förutom nationellt ackrediterade journalister, fotografer och bloggare vid festivalen 2014 var 45 internationella journalister ackrediterade. Sammantaget resulterade det i en stor mängd artiklar och blogginlägg. Vidare representerades evenemanget i såväl nationella som internationella TV- och radiosändningar.

Stockholm Pride håller en hög internationell status och är Nordens största Pridefestival. Vid 2014 års evenemang besökte 30 000 personer Pride Park på Östermalms IP, därtill kommer besökare till Pride House på Kulturhuset Stadsteatern och ett stort antal deltagare i Prideparaden och åskådare till paraden.

Festivalen bidrar till att skapa en positiv stämning i Stockholm vilken uppskattas av såväl stockholmare som besökare. Genom evenemanget kan besökare komma till en stad där alla är accepterade. På så sätt bidrar evenemanget till att öka antalet besökare till Stockholm samtidigt som det upplevs som positivt för och av stockholmarna.

Stockholm Prides är ett årligt återkommande evenemang och långsiktigt utvecklingsbart. Som nordens största Pridefestival är arrangörens långsiktiga plan att fortsätta vara en ledande aktör och arbetar för att både synliggöra HBTQ frågor och skapa en frizon för HBTQ personer. Arrangören planerar även att agera värd för Europride 2018, ett värdskap som enligt planerna ska genomföras tillsammans med West Pride i Göteborg. Genom Stockholm Prides medverkan i styrelsen för European Pride Organisers Association, EPOA, finns vidare möjligheten att påverka såväl den europeiska utvecklingen av Pride festivaler som Stockholm Pride.

Efter 2014 års festival kan arrangören visa ett positivt ekonomiskt resultat och är enligt uppgift på väg mot en stabilitet som länge behövts. För närvarande pågår arbetet med att knyta sponsorer till årets festival och arrangören planerar att åter förlägga Pride Park till Östermalms IP. Pride House genomförs som tidigare på Kulturhuset Stadsteatern, där utvecklingen av Pride House med tematiska plattformar fortsätter. Paraden genomförs sedan vanligt lördagen den 1 augusti.

Inför festivalen 2015 kommer stora delar av festivalledningen från 2014, inklusive festivalchefen samt halva styrelsen att kandiderar om. Arrangören påtalar att detta tillsammans med ett aktivt strategi- och policyarbete, möjliggöra en stabilitet och kontinuitet som festivalen är i stort behov av. SBR ser positivt på detta genom att det bidrar till kontinuitet inom festivalorganisationen och därigenom grund för ett positivt ekonomiskt resultat även 2015.

Sammanfattningsvis anser SBR att evenemanget på ett mycket positivt sätt bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad och att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt.

SBR 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 450 000 kronor.

Bilagor

1. Stockholm Prides ansökan om stöd.