



SWEDEN
INTERNATIONAL
HORSE SHOW
Presented by *H.M.*

STOCKHOLM
BUSINESS REGION

2015 -08- 27

Dnr. 3.8.3-362/2015

den 25 augusti 2015

Stockholm Business Region AB
Att. Mattias Rindberg
Box 162 82
103 25 Stockholm

Ansökan om bidrag

Härmed ansökes om högsta möjliga marknadsföringsinsats, min 500 000 kr till Sweden International Horse Show.

Sveriges största hästfest!

Sweden International Horse Show (SIHS) arrangeras sedan 2014 i Friends Arena men har en över 20 år lång historia i Globen. Evenemanget har i 22 år arrangerats den första advent. Tävlingarna och Stockholm har sin givna plats i den internationella ridsportskalendern. SIHS är ett samarrangemang mellan Friends Arena och Svenska Ridsportförbundet tillsammans med Internationella Ridsportförbundet (FEI).

Evenemangets vilar på ett samarbetsavtal mellan förbundet och arenabolaget vari stadgas att det är arenabolaget, Arena Management Sweden AB (AMSAB), som tjänstgör som evenemangets juridiska person varför AMSAB blir den formella sökanden i detta ärende.

Årets evenemang äger rum den 26-29 november 2015 och innehåller bl a officiella internationella tävlingar på högsta nivå med världens bästa ryttare i hoppning, fälttävlan, islandshästar, fyrspannskörning och dressyr. De två sistnämnda har officiell världscupstatus.

Helgen består av 10 olika föreställningar med start torsdagskvällen. Varje föreställning är unik och har sin egen karaktär och tävlingar. Konceptet är att leverera en totalupplevelse för hästintresserade, en blandning mellan show och internationell tävling på allra högsta nivå. Under helgen öppnar även en av Sveriges största ridsportmässor med flera internationella utställare.

Ulf Rosengren

President of the Organising Committee

SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW

Friends Arena, SE-169 79 Solna

ulf.rosengren@swedenhorshow.se, www.swedenhorshow.se



SWEDEN
INTERNATIONAL
HORSE SHOW
Presented by **H&M**

Internationella partners

Vi har otroligt engagerade partners i våra sponsorer. Både stora och små engagerar sig. Evenemangets titelsponsor H&M har gjort ett av sina största engagemang inom sporten i SIHS just på grund av den positiva internationella renommé och bärning som evenemanget har. H&M har ett långsiktigt engagemang i SIHS som sträcker sig över fem år.

Publik och Marknadsföring

Antalet besökare har ständigt ökat. Flytten till Friends Arena gav publikrekord.

- Över 90 % av besökarna är kvinnor.
- 70 % har besökt någon av de tidigare evenemangen.
- Besökarna är från hela landet och påverkar aktivt programmet. 50 % av besökarna är från platser utanför Mälardalen.
- Besökarna tjänar över genomsnittet.
- Besökarna är mer välutbildade, mer aktiva & mer medvetna i sina val än genomsnittet.
- Mor och dotter. 35 % är 31-45 år, 20 % är 16-30 år, 25 % är 12-16 år.
- Kraftfull marknadsföring (för ca 4 milj. Kr mestadels baserat på barter och samarbetspartners) löpande aprildecember via radio, TV,
- dagstidningar, utomhusreklam, direkt reklam, internet, lojalitetsprogram m. M.

Mediatäckning

Ett stort antal internationella kanaler tar del av SVTs sändningar enligt bilaga, som visar dressyrvärldscupen sändningar runtom i världen. □ □ Internationella journalister och bildbyråer är på plats för att täcka evenemanget. I Sverige har evenemanget den största mediatäckningen inom ridsporten. 2014 var 145 journalister och fotografer ackrediterade vara ca 10 internationella.

Evenemanget är enormt framgångsrikt och har ett starkt varumärke men behöver den ekonomiska stabilitet en marknadsinsats från Stockholm Business Region AB skulle betyda för att kunna fortsätta utvecklas och inte bara sätta Sverige på den internationella kartan utan utveckla denna position. Evenemanget har utvecklats i drygt tjugo år har stor potential att fortsätta sin långsiktiga utveckling med fler tävlingsgrenar och högre status i varje gren.

Ulf Rosengren

President of the Organising Committee

SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW

Friends Arena, SE-169 79 Solna

ulf.rosengren@swedenhorshow.se, www.swedenhorshow.se



SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW

Presented by **H.M.**

85 000 besökare kom för att uppleva hästfesten i Friends Arena 2014. Under lördagens eftermiddagsföreställning slog SIHS världsrekord. Aldrig någonsin har så många besökt ett hästevenemang inomhus tidigare, i världen! Nästan 14 000 satt på läktaren. Med 90 procent kvinnor i publiken är SIHS ett av Sveriges största kvinnoevenemang, sannolikt det största.

Stockholm och SIHS är en mycket respekterat och uppskattat evenemang bland de internationella ryttarna. Trots den långa avkroken hålls Stockholm och SIHS bland de mest uppskattade tävlingarna och destinationerna.

Mediebevakningen är stor och sätter ridsporten och Stockholm i strålkastaren under perioden i alla stora mediekkanaler. Även internationellt. SVT sänder totalt ca 15 timmar med dubbelt så höga tittarsiffror jämfört med andra ridsportsändningar.

Om Evenemanget:

Med 90 procent kvinnor i publiken är SIHS ett av Sveriges viktigaste evenemang för kvinnor.

- -Ett av Sveriges största inomhusevenemang.– ca 85 000 i publiken
- -Världsrekord för en föreställning, 13 700 personer, under ett hästevenemang.
- -Koncept – Tävling, Show & Mässa med hästar på högsta internationella nivå i Friends Arena
- -1:a adventhelgen - 4 dagar & 10 föreställningar
- -Välkänd unik stämning & en entusiastisk publik
- -Erfarna arrangörer med en 22-årig historia.
- -Stor ridsportmässa som omsätter över 50 miljoner kronor varje år.
- Handlas för 1500 kr i genomsnitt /besökare.
- Målsättning att bli Skandinavians största ridsportmässa.

Evenemanget arrangeras under första advent-helgen varje år. Jultemat är en viktig del av upplevelsen.

Tävlingskonceptet är att presentera korta startlistor med världens bästa ryttare. Detta är en stor skillnad mot hur övrig ridsport oftast ser ut och en av anledningarna till de uppskattade tävlingarna.

Under helgen öppnar även en av Sveriges största ridsportmässor med flera internationella utställare. Det shoppas julklappar för över 1 500 kr i snitt per besökare på mässan och den omsätter över 50 miljoner kronor varje år.

Ulf Rosengren

President of the Organising Committee

SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW

Friends Arena, SE-169 79 Solna

ulf.rosengren@swedenhorshow.se, www.swedenhorshow.se



SWEDEN
INTERNATIONAL
HORSE SHOW

Presented by *H&M*

Jämställdhet:

Ett ekonomiskt stöd till SIHS är ett ekonomiskt stöd till jämställdheten bland Sveriges internationella evenemang. Ridsporten är unik eftersom alla deltagare oavsett nationalitet, kvinna eller man, tävlar mot varandra på lika villkor och bl a har lika stora möjligheter att erövra prispengar. Evenemanget har en majoritet av kvinnliga deltagare och har framför all en majoritet av kvinnliga besökare, drygt 90 %. Betr. jämställdhetsarbetet i övrigt hänvisas till bilaga.

Miljö:

Beträffande evenemangets miljöarbete så arbetar vi efter förbundet miljöstrategi, vilken bifogas

Med vänliga hälsningar

Ulf Rosengren

Organisationskommitténs ordförande

På uppdrag av sökanden, Arena Management Sweden AB, org nr 556986-5487,
Friends Arena, 169 79 Solna,

Bilagor:

Budget

Profilering av varumärket "Stockholm the Capital of Scandinavia"

Ridsportförbundets miljöstrategi

Ridsportförbundets jämställdhetsplan

Internationella TV sändningar

Ulf Rosengren

President of the Organising Committee

SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW

Friends Arena, SE-169 79 Solna

ulf.rosengren@swedenhorshow.se, www.swedenhorshow.se

SWEDEN INTERNATIONAL HORSE SHOW 2015

Budget

Intäkter

Biljetter	15 500 000
Sponsorer	9 760 000
Mässa	5 950 000
Summa	31 210 000

Kostnader

Show	1 080 000
Resor, hotell	1 100 000
Prispengar	2 870 000
Sanktionsavgifter	7 000 000
Personal	1 170 000
Manege	1 000 000
Teknik	3 950 000
Arena	570 000
Produktion	3 430 000
Byggnationer	2 720 000
Catering	850 000
Marknadsföring	520 000
Utställning	710 000
Evenemangspersonal	810 000
Arenahyra	3 860 000
Summa	31 640 000

Profilering och marknadsföring av "Stockholm, the Capital of Scandinavia"

§1 . Rättigheter som upplåtes till Företaget

1.1 Exklusivitet

Företagets rättigheter enligt detta Avtal är inte exklusiva. Det är noterat att Friends Arena har fasta sponsorer i arenan, som existerar oavsett Evenemangets sponsorer och deras exklusivitet

1.2 Varumärket

Företaget äger rätt att under avtalsperioden använda Tävlingsens logotyp bestående av orden "Sweden International Horse Show" och särskilt framtagna figur (Varumärket), i intern och extern marknadsföring samt PR. Företaget äger på samma sätt och för samma syften rätt att hänvisa till sig själva som Partner i marknadsförings-, och PR-aktiviteter.

Företaget förbinder sig därvid att följa SIHSs instruktioner gällande användandet av Varumärket. Företaget får inte, utan SIHSs skriftliga medgivande, använda Varumärket inom andra produkt- och tjänsteområden eller andra tidsperioder än vad detta avtal omfattar.

Företaget informerar SIHS vid varje tillfälle som Företaget avser använda Varumärket i marknadsföring.

1.2.1 Medsponsorer

Företaget är medvetet om att Evenemanget har andra partners/sponsorer och leverantörer, vilka i princip inom sina respektive produktområden kan ha exklusiv rätt att använda Varumärket, varför Företaget förbinder sig att inte använda Varumärket i större utsträckning än vad som följer av detta avtal.

1.3 Exponering av Företagets varumärke mm

Företaget äger rätt att exponeras och presenteras som Officiell Världstad (Host-City) till SIHS i allt marknadsförings- och informationsmaterial från SIHS i form av Företagets logotyp

1.3.1 Officiell affisch

SIHS tar fram en affisch 2016, vilken bl.a skall distribueras till hästsverige, medsponsorer samt butiker i Stockholm. Företaget anges på affischen som Officiell Världstad (Host-City) och medverkar med logotyp.

1.3.2 Annonsering

SIHS kommer att utannonseras i lokal-, fack- och rikspress. Företaget anges i sådan annonsering som Officiell Världstad (Host-City) medverkar med logotyp.

1.3.3 Internet

SIHS publicerar en officiell hemsida på Internet, www.swedenhorseshow.se, med information om Evenemanget. Företaget anges på hemsidans förstasida som Officiell Världstad (Host-City) och medverkar med en (1) länkad logotyp.

Företaget har även rätt att på SIHS' hemsida genomföra en Internetaktivitet som SIHS administrerar.

1.3.4 Branding på ridskolor

Företaget deltar med logotype som Officiell Världstad (Host-City) på de skyltar som sätts upp på till Evenemanget knutna officiella ridskolor. Exponeringsmaterial bekostas av Evenemanget.

1.3.5 Övrigt material

SIHS förbinder sig att i allt övrigt marknadsförings- och informationsmaterial för Evenemanget som distribueras och framställs av SIHS ange Företaget som Officiell Världstad (Host-City) samt att allt sådant material ska innehålla Företagets logotyp. nämligen nyhetsbrev, facebook-grupp och autografbakdrop.

1.4 Exponering under Evenemanget

1.4.1 Allmänt

Företaget erhåller rätt till exponering under SIHS på de reklambärare som beskrivs nedan. Företaget förbinder sig att följa SIHSs krav gällande utformning av reklambärare och utställningsmontrar samt de av EBU fastställda regler för TV-sända idrottsevenemang

1.4.2 Skyltar runt banan

Företaget erhåller dessutom rätt till minst 1 (en) exponeringar mellan läktare 1 och läktare 2 eller annan motsvarande plats i arenan. Reklamutrymmet omfattar 4x1 m.

1.4.3 Jumbotron och intern-TV

Företaget äger rätt att medverka med egen reklamspott på cirka 30 sekunder på jumbotron/mediakub (motsv).

1.4.4 Högtalarreklam

Företaget äger rätt att ta fram en kortare text som tävlingsspeakern läser upp under tävlingen i reklamsyfte.

1.4.5 Utställningar

Företaget äger rätt att bygga 1 (en) st publik utställning som placeras i anslutning till det naturliga publikflödet. Placeringen fastställs i samråd med SIHS.

1.4.6 Programmagasin

SIHS producerar ett programmagasin till försäljning under Evenemanget. Företaget presenteras även inuti programmagasinet som Officiell Världstad (Host-City) och medverkar med logotyp.

Företaget har även rätt till en egen helsidesannons i 4-färg i programmagasinet.

1.4.7 Vinjett till TV sändningar

Företaget tillhandahåller en vinjett som kan erbjudas till TV bolag, som bolagen kan använda efter egna beslut.

Anm.

AMSAB / SIHS är medveten om att Stockholm Business Region AB tillhandahåller en marknadsföringsinsats och betalar inga kostnader i evenemanget utöver denna insats



Svenska Ridsportförbundet miljöstrategi 2014-2015

Fastställd av Svenska Ridsportförbundets styrelse 2013-12-11

Miljölagar och tillstånd

Vi ska leva upp till gällande miljölagar och ha de tillstånd som krävs för att bedriva vår verksamhet.

Miljöintegrering

Vi strävar efter att i alla sammanhang, där det är befogat och möjligt, väga in den påverkan på miljön och klimatet som vår verksamhet innebär.

Dessa aspekter bör även vägas in när vi samarbetar med externa aktörer.

Miljö- och klimateffektbeskrivningar

Vi strävar efter att vid större nybyggnationer, om- och tillbyggnader samt vid större arrangemang, beakta miljö- och klimateffekter.

Huvudpunkterna fokuseras på tre områden där ridsporten har möjligheter att påverka:

- »» Anläggningar och idrottsmiljöer
- »» Arrangemang och evenemang
- »» Miljö- och klimatanpassade transporter

Organisation och ansvar

Strategin riktar sig i första hand till Svenska Ridsportförbundet centralt och regionalt.

Ett mål är att genom spridning av strategin inom hela rörelsen, även engagera såväl föreningar som enskilda medlemmar i arbetet.

Svenska Ridsportförbundet (SvRF)

SvRF svarar för strategins spridning, implementering, uppföljning och framtida uppdateringar.

Kompetens bör finnas för miljö- och klimatfrågornas hantering på central nivå, för att kunna ge vägledning och stöd till distrikt och medlemsföreningar.

SvRF ansvarar vidare för avtal med samarbetspartners innehållande aktivt miljötänk och för att lyfta fram positiva exempel från föreningar.

Svenska Ridsportförbundets Distriktsförbund

Distriktsförbunden svarar för att implementera SvRFs strategi regionalt. Kompetens bör finnas för miljö- och klimatfrågornas hantering på distrikts nivå.

Ridsportföreningen

Varje medlemsförening uppmanas att följa strategin och tillämpa denna utifrån den egna verksamhetens behov och möjligheter.



Bakgrund till vår Miljöstrategi

Enligt Världsnaturfonden gör vi, på mindre än nio månader, av med resurser som det tar tolv månader för naturen att återskapa.

De resterande månaderna på året samlar vi på oss en skuld genom att överutnyttja vårt naturkapital, samtidigt som vi samlar på oss mer och mer avfall. Om alla på jorden skulle leva som i Sverige skulle vi behöva nästan tre jordklot.

Klimatförändringarna är en av de största utmaningarna och den högst prioriterade miljöfrågan. Ökade utsläpp av växthusgaser har ökat atmosfärens växthuseffekt, det vill säga att en del av solens instrålade värme inte reflekteras tillbaka ut i rymden, utan istället värmer upp jorden.

Vår strategi bygger i stora delar på vår regerings miljömål, beaktade ur ett idrottsligt perspektiv.

Anläggningar och idrottsmiljöer

Idrottsanläggningar och idrottsmiljöer kan definieras där det utövas träning och tävling i tid och rum. Det behöver med andra ord inte bara handla om en fast avgränsad inomhus- eller utomhusyta som ett ridhus eller utebana

Vi är som ett av Riksidrottsförbundets 70 medlemsförbund mer eller mindre beroende av tillgång till luft, mark, vatten och väg.

Det ser också olika ut när det gäller ägande, arrende, nyttjandeavtal, hyresavtal, tillstånd och drift av anläggningar och idrottsmiljöer.

Många föreningar har också egna eller hyrda klubbhus/klubblokaler.

För att väga in den negativa påverkan på miljön och klimatet som anläggningen och idrottsmiljön samt dess drift kan ha, så bör bland annat följande uppmärksammas för miljön:

- ✓ miljöanpassat byggande
- ✓ material och utrustning
- ✓ vatten och avlopp
- ✓ källsortering
- ✓ sop/oljekärl
- ✓ rengörings- och hygienartiklar
- ✓ hantering av kemiska artiklar
- ✓ kontorsmaterial
- ✓ naturskydd av omgivning
- ✓ luft, mark och vatten
- ✓ buller

Följande bör uppmärksammas när det gäller klimatpåverkan:

- ✓ uppvärmning
- ✓ isolering
- ✓ belysning
- ✓ varmvatten
- ✓ ventilation



Vid större nybyggnationer, om- och tillbyggnader bör det göras erforderliga miljö- och klimateffektbeskrivningar. Förutom att energieffektivisering är klimatsmart finns här för många föreningar stora besparingar att göra.

Stöd kan fås av kommunens miljöhandläggare och energirådgivare och av de regionala energikontoren.

Arrangemang och evenemang

Ridsportarrangemang kan definieras som idrottstävlingar och uppvisningar som är öppna för allmänheten, med eller utan entréavgift.

Det hör till sakens natur att arrangemang kan vara av mycket skiftande storlek och karaktär. När det gäller vissa större arrangemang kan också olika driftformer och aktörer vara involverade. Vid internationella arrangemang är alltid de internationella idrottsförbunden involverade.

För att väga in den påverkan på miljön och klimat som olika arrangemang och evenemanget innebär, bör följande uppmärksammas för att minska påverkan av miljö och klimat:

- ✓ miljö- och klimatpolicy/plan för föreningens verksamhet och arrangemang
- ✓ miljö- och klimateffektbeskrivningar vid större arrangemang
- ✓ verka för att minimera och miljöanpassa transporter till, under och från arrangemanget
- ✓ verka för att varor och tjänster som köps in är miljömärkta
- ✓ verka för att minimera sopor - det som ändå blir till sopor källsorteras och kan i vissa fall återvinnas
- ✓ begränsa energiåtgången
- ✓ informera funktionärer, deltagare, publik, sponsorer och media

Miljö- och klimatanpassade transporter

Vi ska sträva efter ett hållbart och miljöanpassat resande och även beakta detta när det handlar om transporter av hästar, foder och gödsel.

Klimatpåverkan kan minskas betydligt genom att, då det gäller resande till och från anläggningar och idrottsmiljöer, få till stånd en större andel miljövänliga transporter.

Fysiska möten i samband med sammanträden, utbildningar mm kan också i ökad utsträckning ersättas av telefon- och internetbaserade möten.

Klimathänsyn bör ha hög prioritet i val av upphandling av transportsätt.

Trafikmiljön till, från och kring ridsportanläggningar och idrottsmiljöer är inte bara viktig för miljö- och klimat, utan också en tillgänglighetsfråga för att barn och ungdomar ska kunna ta sig till och från föreningsaktiviteter på ett säkert sätt.



Klimatsmarta länkar:

Material hämtat från Hästnäringens Nationella Stiftelse

Energi-

www.energiradgivningen.se/

www.energimyndigheten.se/sv/Hushall/Tips-pa-hur-du-spar-energi--/

Svensk Sigill <http://www.matochklimat.se/Bonder/Klimatsmart-gard/Jordbrukets-paverkan/>

Lampor, återvinning

www.lampinfo.se/glom-inte-att-atervinna/

www.lampinfo.se/fakta-om-lagenergilampor/fragor-och-myter/#atervinning

www.sopor.nu/

www.lampspecialisten.se/content/

El - Beräkna elkonsumtionen:

Energi- Här kan du själv räkna ut din elförbrukning

rådgivningen <http://iis.energiradgivningen.se/misc/www/kalkyler/hushall/hushall.aspx>

Tio sätt att sätta fast eltjuvar

1. Byt ut gamla lampor och lysrör till moderna ljuskällor. Läs mer på www.energimyndigheten.se
2. Uppmuntra varandra att släcka lampor efter er i ridhuset och på utebanor. Installera timer eller rörelsesensorer.
3. Mät och jämför elanvändningen på olika platser som stall, ridhus, ytterbelysning ridbana och boningshus.
4. Byt ut gamla kylskåp, torkskåp och tvättmaskiner till nya med energiklass A+ eller bättre.
5. Sätt in automatiska dörrstängare till uppvärmda utrymmen som sadel-kammare, kontor, omklädningsrum och andra gemensamma lokaler.
6. Sänk värmen i uppvärmda utrymmen och håll dörrar stängda.
7. Spara på varmvattnet! Uppmuntra till att installera snålspolande duschmunstycken och vattenkranar.
8. Gör rent hästarna genom att borsta eller rykta istället för att spola av dem.
9. Använd grenkontakter med strömbrytare då kan flera elapparater stängas av samtidigt.
10. Dra ner värmen med 1 grad

2014-09-09

MÅLBILD: JÄMSTÄLLDHET

Delrapport för projektet: Ridsporten Vill - Från ord till handling

Svenska Ridsportförbundet



www.addgender.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Miniordlista	sidan 2
Om Add Gender	sidan 2
1. Sammanfattning	sidan 3
2. Bakgrund	sidan 4
3. Varför jämställdhet?	sidan 6
4. Mångfald och inkludering	sidan 7
5. Rekommenderade riktmärken för arbetet	sidan 8
6. Mångfaldskartläggning av Ridsporten Vill	sidan 11
7. Från ord till handling	sidan 16
Slutord från rapportskrivarna	sidan 17

Bilaga 1: *Skräddarsydd metod för mångfaldskartläggning av Ridsporten Vill*

Bilaga 2: *Ordlista*

Bilaga 3: *Referenslista*

MINIORDLISTA

I Bilaga 2 – i slutet av dokumentet finns en längre ordlista som läsaren gärna får använda sig av återkommande. Här redovisas de mest centrala begreppen.

Mångfald är ett så kallat paraplybegrepp som används för att beskriva ett tillstånd där det råder en variation bland individer – gällande bland annat bakgrund, erfarenhet, ålder, kön, funktionalitet, sexuell läggning och etnicitet. Det handlar mindre om att särskilja olika grupper och mer om strategier för att skapa en miljö där mångfald främjas.

Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla väsentliga områden i livet. **Jämlikhet** är ett bredare begrepp och specificerar inte kvinnor och män utan ringar in alla människors lika värde och likhet inför lagen, samt lika möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Jämställdhet innebär att kvinnor och män har samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom alla väsentliga områden i livet. Nationalencyklopedin 2012

Kön och genus handlar om det biologiska könet (kön) och det socialt formade könet (genus). Kön är den könstillhörighet vi har – man eller kvinna och genus är benämningen för vad som anses kvinnligt respektive manligt – och ett **genusperspektiv** kan hjälpa oss att förstå förväntningar och föreställningar kring hur en individ eller hur kvinnor respektive män förväntas se ut och agera.

OM ADD GENDER

Add Gender är ett analys- och rådgivningsföretag inom jämställdhet, som grundades 2008. Vi ser samarbetet med Svenska Ridsportförbundet, och överlämningen av denna rapport, som en unik möjlighet att vara delaktiga i att skapa jämställdhet och jämlikhet i ridsporten.

Pernilla Alexandersson har tidigare suttit med i Sörmlandsidrottens referensgrupp för jämställdhetsprojektet Tänk Jämt, under tre år. Här har hon utbildat flertalet idrottsföreningar, gjort jämställdhetsanalyser och uppmuntrat jämställdhetsarbete via idrottspriset "Inkludera mera".

Jenny Claesson har deltagit i Pernilla Alexanderssons arbete med Sörmlandsidrotten och tillsammans har de bland annat analyserat "Idrotten Vill" ur ett genusperspektiv och utbildad idrottsförbund, bland annat just ridsport. Utöver detta är Jenny van att arbeta med ungdomar, kulturverksamheter och fritid.

1. SAMMANFATTNING

Ridsporten har utvecklats från att tidigare varit, en mansdominerad militärsport till att bli en av landets största tjejdrotter med idag 90 procent tjejer. Det finns förutfattade meningar och okunskap kring sporten som grundar sig i en "tjejtämpel" och som skapar ett dilemma för verksamhetens styrning. Vilket i kombination med hur ridsporten väljer att kommunicera i ord och bild kan skapa en situation där ridsporten inte når fram till alla målgrupper som önskas. Därför är jämställdhets- och mångfaldsfrågor heta frågor för idrotten i dagsläget.

I denna rapport kommer vi att presentera de tre riktmärken som vi rekommenderar Svenska Ridsportförbundet att ta ut - för att i sin tur skapa en inkluderande och jämställd ridsport.

Syftet med denna rapport har varit att anlägga ett jämställdhetsperspektiv på Svenska Ridsportförbundets värdegrund och verksamhet samt idéskriften *Ridsporten Vill* med tillhörande ledstjärnor - och på så sätt möjliggöra att:

1. Levandegöra värdegrunden samt Ridsporten Vill i förbundet, styrelsen och ute i föreningarna samt för övriga intressenter
2. Gå från ord till handling i jämställdhetsarbetet och därmed förankra, kommunicera och uttryckligen levandegöra Ridsportförbundets värdegrund.

Rekommenderade riktmärken för fortsatt arbete:

1. Konkretisera värdegrunden

Att ta till sig och förstå värdegrunden måste vara enkelt och som föreningsaktiv behöver man förstå vart värdegrunden slutar och börjar – detta är utmaningen. Rekommendationen är att tydliggöra vart värdegrunden "slutar och börjar". Det krävs ett tydligt värdegrundsdokument med tydliga definitioner på vad attityd, mångfald, jämställdhet, inkludering och andra värdeladdade ord som används, egentligen betyder.

2. Fördjupa förståelsen för mångfald och jämställdhet

En resurskrävande vardag i kombination med att förståelsen saknar djup och en gemensam bas att utgå ifrån, komplicerar arbetet med att integrera jämställdhet och värdegrundsfrågor. Värdegrunden behöver tydligt definiera vad förbundet menar med "mångfald", "jämställdhet", "inkludering" och andra ord som är tätt förknippade med att skapa en ridsport för alla. Då blir det konkret, mätbart och genomförbart vad som egentligen menas med dessa för verksamheten, och värdegrundsarbetet, centrala begrepp.

3. Kommunicera ridsporten som en jämställd idrott

Utmaningen är att i vissa sammanhang kan det ses som positivt att vara en "tjejdrott" och något som bör lyftas fram, medan i andra sammanhang kan det ses som negativt och någonting som bör "omkodas". Här uppstår konflikter och det saknas en gemensam ståndpunkt och inriktning. Rekommendationen är därför att förbundet måste skaffa sig en gemensam ståndpunkt i vilken riktning som ska tas ut för att adressera "tjejtämpeln". Denna ståndpunkt bör grunda sig i en förståelse för status och genus. En handlingsplan och mätbara mål för hur ridsporten kan bli och kommuniceras som en jämställd idrott – en idrott på lika villkor måste tas fram. För att det ska lyckas behöver värdegrunden vara på plats där det finns rutiner för hur man hanterar situationer där ojämlikhet uppstår.

Nästa steg

Under hösten 2014 kommer denna rapport att omsättas i praktiken. De rekommenderade riktmärkena kommer tjäna som fokusområden för en workshop – där de ska brytas ner till tidssatta åtgärder. På så sätt når vi målbilden: jämställdhet.

2. BAKGRUND

Detta är en rapport inom projektet "Ridsporten Vill - från ord till handling". Här följer en redovisning av projektets bakgrund samt vad som gjorts innan denna rapport.

Under våren 2013 genomförde ridsporten en kartläggning och ett analysarbete av ridsportens barn och ungdomsverksamhet – ett arbete som visade några av idrottens utmaningar. Arbetet ledde till att ögonen föll på idéskriften *Ridsporten Vill*. Det är utformat utifrån idrottens verksamhetsidé, ridsportens värdegrund och policy. Ett dokument som visar vad ridsporten står för och som främst vänder sig till ridsportens viktiga ledare. Frågan som uppstod under arbetet var om *Ridsporten Vill* är tydligt i termer av jämställdhet och jämlikhet? Det vill säga: är det ett dokument som går från ord till handling? Ur detta skapades i sin tur projektet "Ridsporten Vill – från ord till handling".

Projektets syfte: Ridsporten ska arbeta för en mer jämlik och jämställd sport, som visar att ridsport är för alla.

Projektets mål: Projektet ska under 2014 skapa förutsättningar för jämställdhet och jämlikhet i ridsporten genom att:

- ta reda på förståelsen för jämställdhet och mångfald och hur ledarskap och människor på olika nivåer uppfattar begreppen
- kartlägga och förtydliga vad Ridsporten Vill, dvs. reda ut begrepp, inspirera, konkretisera och gör jämställdhet och mångfald användbart och begripligt
- skapa en plan som ska ta Ridsporten Vill från ord till handling

Denna projektrapport

För att nå projektmålen, att ta reda på förståelsen och kartlägga och förtydliga just vad ridsporten vill togs jämställdhetsexperter in i arbetet. Resultatet av detta arbete presenteras i denna projektrapport och för att nå det sista målet "skapa en plan" kommer rapporten att ligga till grund för en workshop. Upplägget för denna presenteras i rapportens sista del och kommer att ske under ledning av Add Gender i september 2014.

Bakgrunden till projektrapporten

Add Gender AB, som ligger bakom denna rapport, anlätades av Svenska Ridsportförbundet under slutet 2013 och januari 2014. Uppdraget var att Add Gender på olika sett skulle implementera just projektet "Ridsporten Vill – från ord till handling", i verksamheten.

Med en implementering menas att värdegrunden samt idéskriften ska tillgängliggöras samt kommuniceras brett och jämställdhet- och mångfaldsperspektivet är en unik möjlighet att göra detta - med ett särskilt avgränsat och engagerande fokus.

Add Genders bidrag var att sätta igång processen genom att starta upp en nulägesanalys under en igångsättningsträff i slutet av januari. Efter detta har research samt arbetsmöten genomförts löpande under januari och februari 2014. Under arbetets gång bestämdes att denna rapport skulle skrivas samt att den under skrivprocessen skulle kompletteras med bland annat intervjuer med föreningsrepresentanter.

Faktainsamling – rapportens byggstenar

Resultatet som presenteras bygger på en insamling från tre delar. För det första en inledande workshop med förbundsstyrelse och sektioner i början av 2014, för det andra kompletterande intervjuer med föreningsaktiva. Den sista delen bygger framförallt på en genomgång av skrifter, rapporter och andra dokument som förbundet gett ut i relation till ledarskap, mångfald och värdegrunden de senaste åren.

Sist men inte minst har vi lyssnat in hur Svenska Ridsportförbundet överlag önskar att jämställdhets- och mångfaldsarbetet ska se ut.

Metod

En jämställdhetsworkshop med förbundsstyrelse och sektioner hölls av Add Genders konsulter under en halvdag i januari 2014. Syftet var att kartlägga och förtydliga vad jämställdhet och mångfald, kopplat till etik, barn och idrott samt förbundets värdegrund, betyder för ridsporten i stort och för Svenska Ridsportförbundet mer specifikt. Ambitionen var att på en konkret nivå i form av begrepp, användbarhet och motivationsfaktorer sätta igång arbetet och tankarna bland styrelse och sektioner. Mångfald som begrepp förklarades för att sedan zooma in på kön och jämställdhet gällande åtgärder och kartläggningsmetoder.

Deltagarna i halvdagen fick dela med sig av sina tankar i form av grupparbete med fokus på verksamheten. Bland annat efterlystes en lösning på hur de kunde väva in jämställdhets- och mångfaldsarbetet i befintliga mål och visioner. Ett övergripande önskemål var att det är viktigt att tänka enhetligt och ha en struktur på arbetet. Resultatet från workshopen finns tillgänglig i sin helhet för den nyfikne via förbundsstyrelsen.

Lärdomarna från denna halvdag kompletteras med intervjuer med några representanter från medlemsföreningar som genom projekt (som exempelvis idrottslyftet) redan arbetat med jämställdhet och mångfald. Beslutet att komplettera med intervjuer togs för att inte missa deras erfarenheter och lärdomar. Resultatet, fokusområdena, rekommendationerna och nästa steg bygger på både workshopen samt dessa intervjuer och kompletteras förstås med hur Svenska Ridsportförbundet centralt resonerar.

Intervjupersonerna, totalt sex stycken, har valts ut av Svenska Ridsportförbundet. På grund av ett bortfall under intervjuernas gång blev det totalt fem som intervjuades. Intervjupersonerna kontaktades och bokades av Add Gender via mejl. Själva intervjuerna skedde via telefon på bokad tid och det var samma intervjuare för samtliga nyckelpersoner. Svartalternativen för intervjuerna har varit öppna för att öka möjligheterna för de intervjuade att svara utifrån sina egna tankar och erfarenheter. Intervjuerna har varit semistrukturerade på så sätt att intervjupersonen själv har fått styra intervjun mycket själv. Intervjupersonerna ger oss därför ett kvalitativt perspektiv på mångfaldsarbetets utmaningar och lösningar.

Det som intervjuerna har använts till har varit att mäta mognadsnivån i hur de intervjuerna resonerar kring jämställdhet och mångfald. Även en analys av hur pass jämn mognadsnivån är mellan de intervjuade har legat till grund för de resultat som presenteras i denna rapport.

Intervjufrågorna:

- Varför är en ridsport för alla viktigt?
- Hur tror du att vi skapar en ridsport för alla?
- Hur ser du att vägen till fler medlemmar totalt och fler nöjda och engagerade medlemmar går?
- Ser du några fler utmaningar som står i vägen för en ridsport för alla?
- Hur tror du att vi lättast går från ord till handling?
- Vad kan vi göra idag?
- Vilka målgrupper/situationer/möten finns i vår vardag där vi som sektion/individer kan välja nya vägar till en ridsport för alla?
- Hur kan en arbeta mot omedveten exkludering?

3. VARFÖR JÄMSTÄLLDHET?

För att Svenska Ridsportförbundet ska lyckas med sitt jämställdhets- och mångfaldsarbete är det viktigt att alla som är verksamma inom ridsporten förstår *varför* arbetet överhuvudtaget är viktigt. Det finns sällan *en* god anledning till att bli bättre på jämställdhet och mångfald, utan flera. Utifrån arbetet med denna rapport ser vi på Add Gender hur verksamheten kan utvecklas, med hjälp av jämställdhet och mångfaldsarbete, på åtminstone fem olika sätt: *Innovation, Samhällsnytta, Inkludering, Resurser* samt *Ridsporten är redan på god väg*. Dessa presenteras här.

VARFÖR JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD INOM RIDSPORTEN?	
1. Innovation	Ridsportens utövare utgörs idag av en relativt homogen grupp och så har det sett ut under en längre tid. Föreningarna har i flera fall svårt att nå ut till personer med invandrarbakgrund samt till unga killar. Detta innebär att ridsportens utövare på många sätt liknar varandra gällande idéer, egenskaper, erfarenheter och behov. Det här leder i sin tur till att föreningarna går miste om de idéer, erfarenheter, önskemål och tankar som finns att vinna på en mer heterogen sammansättning. Genom att få en större mångfald av människor att vara aktiva inom verksamheten skulle kreativitet, innovationer och idéerna öka och sporten kan utvecklas än mer.
2. Samhällsnytta	Ridsport är en god källa till hälsa och självförtroende och alla som vill bör få samma möjlighet att hitta fram till ett engagemang inom sporten. Idag finns det dock en risk att alla som vill inte hittar rätt och därför har dagens utövare en stor möjlighet att skapa samhällsnytta genom att utveckla sin idrott till en mer tillgänglig och inkluderande verksamhet.
3. Inkludering	Det ska vara upp till individen att välja sina fritidsintressen. Att det förekommer att ungdomar inte vill eller vågar prova på en sport för att den anses "tjejig" eller otillgänglig på andra sätt, är något som måste adresseras. Dels för att det begränsar människor som vill engagera sig inom sporten och dels för att det inte ger de som utövar sporten den respekt de förtjänar. Det är även viktigt gällande status och respekt i förhållande till övriga idrottsförbund samt för Sverige som i tävlingssammanhang och som ridnation.
4. Resurser	Ridsporten är en kostsam verksamhet att driva och ideella krafter, bidrag och samarbeten är centrala för resursflödet. Verksamheten har inte råd att <i>inte</i> jobba aktivt för att attrahera samt inkludera större massa av utövare. Ju fler som upptäcker sporten och engagerar sig, desto bättre är det ur ekonomisk synpunkt och ju mer resurser i form av både medlemsavgifter samt engagerade medlemmar får förbundet.
5. Ridsporten är redan på god väg!	Ridsporten är en av ytterst få sporter där kvinnor och män tävlar på lika villkor. Många ser stallet som en viktig mötesplats och att kärleken till hästen är det som förenar. Därför har ridsporten redan ett försprång i sitt arbete med jämställdhet och mångfald och detta bör tas till vara. För att göra det krävs ett tydligt arbete, både internt och extern för personal, förtroendevalda, utövare, föreningsaktiva och övriga intressenter.

4. MÅNGFALD OCH INKLUDERING

När man arbetar med mångfaldsfrågor, där jämställdhet mellan kvinnor och män ingår som en del, är det lätt att arbetet förlorar sin udd. Detta är naturligt på så sätt att mångfald är ett väldigt vitt begrepp. Det innefattar alltifrån könstillhörighet till funktionsnedsättning, alltifrån etnisk bakgrund till inkludering, antidiskriminering och likabehandling. För att arbetet ska bli konkret och därmed få en bra styrkraft och positiva resultat måste man våga välja inriktning. Därför fokuserar vi under detta projekt samt i denna rapport extra mycket på just kön och jämställdhet. Det innebär inte att vi för en stund lämnar mångfalden i stort och i andra former bakom oss. Här presenteras viktiga förhållningssätt för att göra detta möjligt.

Värdegrund som normgivande

Förutom begrepp såsom genusperspektiv och jämställdhet (som förklaras i den inledande miniordlistan) så är viktiga begrepp i arbetet "intersektionalitet" och "normmedvetenhet". Intersektionalitet är ett perspektiv som möjliggör oss att fokusera på en del av mångfalden i det dagliga föreningsarbetet - utan att lämna de andra delarna bakom oss. Det kommer från det engelska begreppet "intersection", det vill säga "korsning", och syftar till att i varje människa korsas flera olika axlar för mångfald, status och erfarenhet. Med detta perspektiv i bagaget kan vi fokusera på att förbättra villkoren för kvinnor och män, samtidigt som vi förstår att kvinnor och män självklart också kan delas upp i olika åldrar, etniciteter och liknande gruppindelningar – inom vilka ett förbättringsarbete kan ske parallellt.

Till detta perspektiv bör vi också ha ett normmedvetet perspektiv, det vill säga att vi inte hela tiden talar om mångfalden som något som ska skapas av "de andra". I arbetet behöver vi våga se vår egen roll och hur vi och andra förhåller oss till normer, uttalade eller outtalade. Här finns mångfaldsarbetets naturliga koppling till värdegrundsarbetet. Det är i detaljerna som helheten görs och ambitionen är att skapa ett mångfaldsarbete som genomsyrar och förbättrar den rådande värdegrunden inom ridsporten. Se även ordlistan i Bilaga 2.

Den lärande organisationen

När en organisation vågat börja fokusera på att skapa resultat inom en del av mångfalden så är det viktigt att även se över hur detta ska göras. En väl använd metod för inkluderingsarbete och implementering av likabehandling och värdegrund är Hjärna-Hjärta-Hand. Det innebär att man kvalitetssäkrar en kedja från fakta, genom värdegrunden och ut i agerandet. Metoden hämtar sin grundläggande akademiska bas från organisationsförändrande teorier såsom dubbelkrets- och enkelkretslärande. En modern, lärande organisation behöver gå från enkelkretslärande, där det direkta "felaktiga" beteendet enbart korrigeras, till ett dubbelkretslärande. Där skapas lärande, modernitet och effektivitet genom att gå till grunden och förändra den grundläggande värderingen – som i sin tur har lett till ett icke önskvärt agerande. Att enbart ha en enkelkretslärande organisation är kostsamt utifrån resursfördelning och inte hållbart i längden. Därför är det av stor vikt att se till hela hjärna-hjärta-hand-processen för att skapa ett hållbart mångfalds- och jämställdhetsarbete. Detta utan att på vägen trötta ut de mänskliga resurserna i form av engagerade medlemmar och anställda. *Ridsporten Vill* och andra styrdokument är de allra bästa verktygen för detta – vardagens kompass!

- **Hjärna** – kunskap om inkludering och fakta om jämställdhet, mångfald och antidiskriminering
- **Hjärta** – tydliga värderingar som dagligen hjälper oss att vika av från den traditionella vägen och utvecklas som individer och förbund.
- **Hand** – vårt respektive agerande och bemötande i vardagens alla situationer, vad vi väljer för väg spelar roll i det stora och i det lilla!

5. REKOMMENDERADE RIKTMÄRKEN FÖR ARBETET

Här presenteras de tre övergripande riktmärken som förbundet föreslås ta sikte på i det fortsatta arbetet, inom och bortom projektet. Detta för att lyckas med målbilden: en jämställd och jämlik idrott, präglad av mångfald på alla områden och där alla välkomnas.

Rekommenderade riktmärken för fortsatt arbete

1. Konkretisera värdegrunden
2. Fördjupa förståelsen för mångfald och jämställdhet
3. Kommunera ridsporten som en jämställd idrott

1. Konkretisera värdegrunden

Utmaningen:

Vår kartläggning av idéprogrammet *Ridsporten Vill*, en genomgång av flera av Svenska Ridsportförbundets ledarskrifter, en workshop med sektioner och ledning, samt intervjuer med föreningsrepresentanter, visar att värdegrunden i dagsläget är svår att förstå och omsätta i verklig handling. Exempelvis att "alla är välkomna i ridsporten" är en alldeles för otydlig ingång på värdegrundsarbetet. Likaså kan det vara svårt att förstå hur värdegrunden är upplagd. Att ta till sig och förstå värdegrunden måste vara enkelt och som föreningsaktiv behöver man förstå vart värdegrunden slutar och börjar – detta är utmaningen.

Nuläget:

I dagsläget finns det alltifrån idédokument, ledstjärnor, andra styrdokument - och så den vardagliga stallkulturen förstås. Det saknas tydliga svar på frågor som: Vad tillhör värdegrundsarbetet – vad tillhör inte värdegrundarbetet? När gör jag rätt i mitt agerande – när jag gör fel? Detta speciellt om målet ska nås i att skapa ökad jämställdhet och mångfald inom förbundets alla områden. I denna rapport presenteras en jämställdhets- och mångfaldskartläggning av idéprogrammet *Ridsporten Vill* samt en skraddarsydd kvalitetssäkringsmetod för att fortsättningsvis säkra idéprogrammet. Här sammanfattas den i korthet men läsaren hänvisas till kapitel 6 för en fördjupad förståelse för nuläget inom detta riktmärke.

▪ Synlighet:

Materialet speglar de som redan finns i verksamheterna och fungerar inte för att locka nya grupper med hjälp av förebilder. Män är underrepresenterade om målet är att spegla hur många män och kvinnor som skulle kunna vara potentiella medlemmar. Samtidigt är män överrepresenterade om man ser till den faktiska medlemsfördelningen. De flesta som avbildats är unga människor. Ingen av individerna har annan hudfärg än vit eller kan tydligt ses ha utomnordisk etnisk bakgrund.

▪ Målgrupp:

Målgruppen är uppskattningsvis kvinnor och unga då bilderna främst är av dessa grupper, vilka även är de målgrupper som i dagsläget utgör den största delen av de aktiva.

▪ Värdegrunden:

Lika villkor, "alla är välkomna" (i olika meningsbyggnader) och "mångfald" nämns i idéskriften men däremot saknas definitioner. "Jämställdhet" förekommer inte alls i texten i nuläget.

Lösningen:

Rekommendationen är att tydliggöra vart värdegrunden "slutar och börjar". Det krävs ett tydligt värdegrundsdokument med tydliga definitioner på vad attityd, mångfald, jämställdhet, inkludering och andra värdeladdade ord som används, egentligen betyder. Att inte lägga till fler verktyg eller dokument är viktigt för att värdegrunden ska bli greppbar och att tydliggöra idéskriften både innehålls- och strukturmässigt. Här följer ett urval av denna rapports förslag.

Innehållsmässigt bör Ridsporten Vill förbättras på följande sätt:

- *Ridsporten Vill* rent bildmässigt porträtterar de som redan utövar sporten, och visar inte de man önskar attrahera. Här behöver värdegrunden speglas bättre i vilka som representeras i styrdokument såsom *Ridsporten Vill*
- Om värdegrunden ska välkomna alla behöver målgruppen tänkas igenom och budskapet anpassas till de grupper som värdegrunden är och ska vara till för
- *Ridsporten Vill* bör innehålla definitioner och tydliggörande kring mångfalds-jämställdhets och inkluderingsbegrepp.
- *Ridsporten Vill* bör uppdatera sitt språk gällande hur svenskar respektive personer med annan etnisk bakgrund än svensk beskrivs.

Förslag på definitioner av begrepp till Ridsporten Vill och mångfaldsarbete:

Mångfald Svenska Ridsportförbundet ser mångfald som en självklar organisationsförbättrare. Mångfald för oss betyder att fler erfarenheter ger mer kompetens och högre trivsel. Mångfald innebär också att varje individ är unik och värd att lyssna på, vi är unika tillsammans. Vi ser att om fler är med blir resultatet bättre.

Jämställdhet (jämlighet) Vi använder begreppet jämställdhet, som avser jämlighet mellan kvinnor och män, främst när vi mäter och jämför. Jämlighet innebär lika rättigheter, möjligheter och skyldigheter. Jämställdhet kan vi sätta siffror på vilket gör att vi kan jämföra över tid och med andra.

Respekt för hästen För oss är respekt för, och samspel med hästen avgörande, hästens trygghet och säkerhet gör oss stolta och vi är nyfikna på mer och ny kunskap om hästen.

Respekt för människan Vi respekterar de människor vi möter genom att se och bekräfta dem. Vi är tydliga med vilka vi är och hjälps åt att ta ansvar för gemensamma regler. Vi strävar alla efter att vara förebilder i vår jämställda ridsport.

En viktig lösning för att konkretisera värdegrunden är också att integrera mångfalds- och jämställdhetsperspektivet i den ordinarie verksamheten. Alltifrån *Ridsporten Vill* och andra dokument till utbildningar och rutiner internt. Denna rekommendation inte bara på erfarenheterna från detta projekt utan också på hur FN, EU och Sveriges statliga verksamheter arbetar med jämställdhet och mångfald. *Jämställdhetsintegrering* är en metod som används för att säkerställa likvärdig medlemservice och första steget i denna metod är att kunskapen måste finnas på plats. Det leder till nästa föreslagna riktmärke.

2. Fördjupa förståelsen för mångfald och jämställdhet

Utmaningen:

Både resurserna gällande de som engagerar sig i föreningen samt ekonomiska resurser tar mycket av föreningarnas tid, att uppbringa och administrera. Det gör det svårt för föreningarna att frisätta tid för att arbeta med värdegrundsfrågor, där mångfald och jämställdhet ingår. Detta faktum, i

kombination med att den grundläggande förståelsen saknar djup och en gemensam bas att utgå ifrån, komplicerar arbetet med att integrera jämställdhet och värdegrundsfrågor i en resurskrävande vardag.

Nuläget:

Man kan se jämställdhet mellan kvinnor och män i fyra dimensioner: 1. Antal och balans, 2. Interaktioner och bemötande, 3. Attityder och personligt förhållningssätt, 4. Strategier och symboler. Ju fler dimensioner en organisation klarar av att manövrera sin verksamhet inom, desto större är jämställdhetsmognaden. Intervjuerna med föreningsrepresentanterna visar att de allra flesta ser både mångfald och jämställdhet som en fråga om "antal". Mognaden är med andra ord inte tillräckligt hög för att jämställdhetsarbetet ska bli effektivt och ge konkreta resultat. Det vi också kan konstatera är att vid sidan av slutsatsen att kompetensen inte är tillfredsställande så finns det ett tydligt mognadsglapp. Vissa är mycket kompetenta inom exempelvis jämställdhet, medan andra inte är bekanta med begreppet i någon större utsträckning. Detta leder förstås till otydlighet och att arbetet förlorar styrkraft då det blir svårt att arbeta från en gemensam kompetensbas.

Lösningen:

Värdegrunden behöver tydligt definiera vad förbundet menar med "mångfald", "jämställdhet", "inkludering" och andra ord som är tätt förknippade med att skapa en ridsport för alla. Då blir det konkret och mätbart vad som egentligen menas med dessa för verksamheten, och värdegrundsarbetet, centrala begrepp. Dessa definitioner kan sedan användas som utgångspunkt i ledarutbildningar, internutbildningar och kommunikation för att hjälpa förbundet att skapa en gemensam kompetensbas inom frågan. Med utbildning i jämställdhet skulle fler mönster upptäckas, fler lösningar testas och det skulle främja jämställdheten. Detta är även viktigt ur arbetsmiljöperspektiv - en ridsport för alla innebär att också de som arbetar inom ridsporten ska ha en bra arbetsmiljö. Även i det interna arbetet kan värdegrundsbaseade definitioner av begreppet tjäna för att konkretisera arbetet. En genusmedveten ridsport skulle också främja jämställdhet inom andra delar av samhället, just på grund av antal engagerade.

3. Kommunicera ridsporten som en jämställd idrott

Utmaningen:

Ridsporten är en kvinnodominerad idrott i dagsläget och har med det fått en stämpel som just en tjejidrott i vissa sammanhang. Det kan föra med sig fördelar för föreningarna i form av en hävstångseffekt då resurser ska fördelas, speciellt i relation till kommuner - då de flesta andra idrotter är mansdominerade och de lokalt eftersträvar en jämställd resursfördelning. Samtidigt är denna "tjejstämpel" för många någonting ovälkommet då den kan upplevas skrämja bort killar och män och även statussänka idrotten som helhet. Utmaningen är att i vissa sammanhang kan det alltså ses som positivt att vara en "tjejidrott" och något som bör lyftas fram, medan i andra sammanhang kan det ses som negativt och någonting som bör "omkodas". Här uppstår konflikter och det saknas en gemensam ståndpunkt och inriktning.

Nuläget:

Intervjuerna med föreningsrepresentanterna samt workshopen med sektioner och ledning, visar tydligt på konflikten mellan "tjejestämpeln" som något å ena sidan positivt och å andra sidan negativt. I olika värdegrunds- och ledardokument kan man läsa att ridsport bör ses som en idrott där tjejer och killar kan träna och tävla på lika villkor. Detta är något unikt och de lika villkoren lyfts fram ofta. Däremot finns det mycket kvar att göra för att uppnå en jämlik idrott på flera nivåer: kulturmässigt i stallen, fördelning mellan olika grupper och olika områden inom idrotten (exempelvis tävling) och de målgrupper som idrotten når. Här behövs åtgärder för att inte bara nå de tidigare nämnda riktmärkena utan också för att skapa en ny bild av ridsporten.

Lösningen:

Svenska Ridsportförbundet behöver arbeta med jämställdhet för att uppdatera "tjejestämpeln" på sporten. Den bör laddas med status likväl som att den bör problematiseras ur ett genusperspektiv. Kunskap om varför det är så och vad som kan göras åt det behöver finnas inom ridsporten och en gemensam riktning på arbetet ger det kraft och tydlighet. Alla ledare bör få möjlighet att förstå mönstret som gör det svårare för killar att välja en "tjejsport" än för tjejer att välja en "killsport". Rekommendationen är därför att förbundet måste skaffa sig en gemensam ståndpunkt i vilken riktning som ska tas ut för att adressera "tjejestämpeln". Denna ståndpunkt bör grunda sig i en förståelse för status och genus. Att utnyttja stämpeln som en tjejidrott för att få tillgång till fler resurser är en minst lika dålig väg att gå som att omkoda idrotten till att inte vara en tjejidrott. En alternativ lösning som rekommenderas är att istället skapa en handlingsplan och mätbara mål för hur ridsporten kan bli och kommuniceras som en jämställd idrott – en idrott på lika villkor. För att det ska lyckas behöver värdegrunden vara på plats där det finns rutiner för hur man hanterar situationer där ojämlikhet uppstår. När det är på plats så kommer den jämställda stämpeln att förverkligas utan att man har sett det som något dåligt att vara en kvinnodominerad idrott och inte heller sett det som en förlust att bli ett mer till antalet och till bemötandet jämställt förbund.

Vi i egenskap av jämställdhetsexperter rekommenderar Svenska Ridsportförbundet att ta ut dessa tre riktmärken och skapa åtgärder i relation till detta. Innan nästa steg konkretiseras ytterligare i kapitel 7 presenteras här en kartläggning av idéskriften som de ovan beskrivna riktmärkena delvis baseras på.

6. MÅNGFALDSKARTLÄGGNING AV RIDSPORTEN VILL

Allt kommunicerar, all kommunikation sker genom mottagarens referensramar, all kommunikation påverkar.

Källa "Guide till jämställd kommunikation" – SKL/Jämställ.nu

Hur ser Ridsporten Vill ut inom mångfald och jämställdhet?

Inom ramen för denna rapport har det även gjorts en djupgående granskning av idéskriften *Ridsporten Vill*, ur ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Målet har varit att med utgångspunkt i *Ridsporten Vill* reda ut begrepp, inspirera, konkretisera och göra jämställdhet och mångfald användbart och begripligt. Jämställdhets- och mångfaldssäkring av *Ridsporten Vill* samt beskrivning av vad jämställdhet och mångfald konkret betyder i idéskriftens olika delar samt en förklaring till varför det är viktigt att tänka jämställdhet och mångfald i relation till värdegrunden.

Om Idéskriften

"Ridsporten Vill – Idéskrift för Svenska Ridsportförbundet" är Ridsportens idéskrift och utformas baserat på idrottens verksamhetsidé samt förbundets värdegrund och policy. Det här gör dokumentet till en viktig utgångspunkt för jämställdhets och mångfaldsarbetet. Senaste revideringen skedde 2012, det är denna upplaga som denna kartläggning har utgått ifrån.

Häftet är på 21 sidor, inklusive fram och baksida, och redovisar förbundets vision, värdegrund, policy, ledstjärnor samt går igenom åtta olika områden för verksamheten:

1. Du är en del av svensk ridsport – *ridklubbs-, norm och ledarfokus*
2. Till ridklubben är alla välkomna – *inkludering och mångfald, rekrytering och inkludering av nuvarande och framtida medlemmar*
3. Ridsport ska vara roligt – *barn, talang och lust till idrott*
4. Ansvar engagerar och utvecklar – *ledarskap och ridsporten som skola i ansvar - ledstjärnorna*
5. Ryttare är idrottare – *hälsa och idrottsfokus*
6. Ett livslångt intresse – *ridsport som något för alla åldrar och en livsstil*
7. Hästens välbefinnande – *vårt ansvar - hästhållning och djuretik*
8. Tävla på rätt sätt – *tävling och motion samt ekonomiska möjligheter till delaktighet.*

Varje avsnitt är uppbyggt med en ingress som ska förklara avsnittet, ett par stycken som berättar vilka ståndpunkter som är viktiga under stycket och nästan alla avsnitt avslutas med ett antal frågor som läsaren kan ställa till sig själv.

Hur är kartläggningen genomförd?

Metoden för att kartlägga *Ridsporten Vill* bygger på hur kommunikation och värdegrund granskas ur ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv i flera andra verksamheter – Add Gender har skraddarsytt den i rubriker och frågor för just Svenska Ridsportförbundet. En skraddarsydd och konsekvent kartläggningsmetod är en viktig del för den långsiktiga kvalitetssäkringen. Därför kan de tre stegen som presenteras här nedan användas i framtagandet av en ny upplaga samt för att kvalitetssäkra framtida skrifter.

- **Steg ett: Synlighet**
 - Vilka representeras i *Ridsporten Vill*?
 - Vem syns? Vem säger vad? Vem syns inte?
- **Steg två: Målgrupp**
 - Vilken är vår målgrupp för *Ridsporten Vill*?
 - Vem riktar sig kommunikationen till?
- **Steg tre: Värdegrunden**
 - *Ridsporten Vill*: normer och stereotyper – hur ser de ut?
 - Hur beskriver vi, skapar vi och konkretiserar jämställdhet och mångfald?

Rekommendationer för att mångfaldssäkra *Ridsporten Vill*

Mångfalds-, genus- och barnperspektiv i text och bild handlar om att lyfta fram människor och områden inom ridsporten på ett likvärdigt och respektfullt sätt. Men hur gör man det? Här följer några förslag inför hur arbetet bör tas vidare under nästa steg, vilket presenteras i kapitel 7 i denna rapport. Förslagen nedan är delvis hämtade från SKL:s guide till jämställd kommunikation – Jämställ.nu, och baseras på efterföljande kartläggning.

Vi föreslår att *Ridsporten Vill* bör...

- Spegla värdegrunden bättre i vilka som representeras i bild och text
- Beskriva personer, ämnes- och yrkesområden på ett likvärdigt sätt, med t.ex. lika mycket värdeladdade ord

- Uppdatera målgruppen och budskapet bör anpassas till de olika grupper som värdegrunden är och ska vara till för
- Låta alla som är målgruppen för idéskriften komma till tals via exempelvis citat
- Tillgängliggöra sitt budskap för sociala media för att öka spridningen hos målgrupperna
- Sträva efter att representationen av kvinnor och män ska vara jämn
- Spegla samhället och alltså ha en bred representation av olika grupper
- Behandla barn och unga på samma sätt som vuxna
- Inte ha text, såsom ledstjärnorna, skrivna på en bakgrund och i en färg som gör det svårt för exempelvis synsvaga att ta till sig texten
- Förtydliga vad som menas med "alla". Vårt förslag: "Fler" eller "Alla som söker sig till oss" alternativt "Alla som delar vår värdegrund" är ett bättre uttryck än enbart "alla"
- Snarare än att eftersträva att tvätta bort en "tjejtäppling" istället kommunicera en jämställd idrott genom att: Bredda vad som anses vara "tjejigt" eller "kvinnligt" samt "killigt" eller "manligt". Detta görs bäst genom att medvetet porträttera tjejer och killar på ett normbrytande och ickestereotyps sätt. Samt att visa på jämställdheten mellan kvinnor och män i stallet och i tävlingar.
- Bredda hur beskrivningen av svenskar och medlemmar med annan etnisk bakgrund beskrivs. Detta görs bäst genom att medvetet porträttera dessa målgrupper på ett normbrytande och ickestereotyps sätt i både text och bild.
- Byta ut en uppräknad av olika diskrimineringsgrunder som inleds med "Alla som vill är välkomna till stallet oavsett" till "Alla som vill är välkomna till stallet." Och istället definiera övergripande vad som menas med "alla" samt "mångfald"
- Innehålla definitioner och tydliggörande kring mångfalds- jämställdhets och inkluderingsbegrepp, främst "jämställdhet" och "mångfald". Förslag på hur dessa begrepp kan se ut för just ridsporten finns i början av denna rapport.

Jämställdhets- och mångfaldskartläggning av Ridsporten Vill

Förslagen ovan samt de tre riktmärkena bygger på följande kartläggning, i tre steg.

Steg ett: Synlighet

Vilka representeras i Ridsporten Vill?

Vem syns? Vem säger vad? Vem syns inte?

- Räkna bildrepresentationen – vilka/vem är med på bild?
 - Bilderna är överrepresenterade med kvinnor. Det som också är intressant i sammanhanget är att det är många barn och unga – och äldre/vuxna syns i stort sett enbart om texten specifikt handlar om dem. Detta kan man tolka som att man antingen har velat lyfta fram barn/unga medvetet eller att det speglar en norm för medlemmar som man antingen vill ha kvar eller ändra på. Det kan också tolkas som att de som har producerat materialet är vuxna medlemmar som inte ser det som intressant att lyfta fram sin egen norm – därför är materialet inte normmedvetet.
 - I den kartlagda upplagan är det uppskattningsvis 14 kvinnor, tre män, 13 hästar och tre individer som uppskattas inte kunna avgöras som män eller kvinnor. Totalt: 20 individer och 13 djur.
 - Av dessa är en person rullstolsburen och tre kan uppenbart tolkas som seniorer (varav en man).
 - Män är alltså underrepresenterade om man har som mål att spegla hur många män och kvinnor som skulle kunna vara potentiella medlemmar.
 - Män är överrepresenterade om man ser till den faktiska medlemsfördelningen.
 - 13 av samtliga individer kan bedömas som under 30 år och av dessa kan 10 individer bedömas som barn/ungdom.
 - Ingen av individerna har annan hudfärg än vit eller kan tydligt ses ha utomnordisk etnisk bakgrund.

- Hästarna som representeras i *Ridsporten Vill* visar inte så stor bredd, det är många bruna stora hästar, förmodligen svenska halvblod. En vit ponny och en brun nordsvensk. En "kändishäst" i Sara Algotsson Ostholts häst Wega och en trähäst. Det finns inga uppenbara draghästar även om det uttrycks tydligt att kuskar räknas till ryttare. Ett fälttävlansekipage, annars ridhästar med hopp/allroundsadel.
- Läs och diskutera texten - vilka/vem handlar texten om?
 - Texten handlar om de aktiva inom ridsporten, om ledarna och medlemmarna som är aktiva på olika nivåer. Texten handlar även om framtida medlemmar.
 - Texten handlar även om hästarna utifrån deras behov och prestationer och den glädje de sprider.
 - Väldigt ofta nämner texten "alla" eller "många" som de som ska vara välkomna.
- Läs och diskutera texten – vilka/vem får uttala sig och är avsändare respektive mottagare av texten?
 - Avsändaren uppfattas som förbundet och mottagaren uppfattas som ledarna och de föreningsaktiva.
- Läs och diskutera texten – vilka/vem finns *inte* med i texten och på bild som borde få vara delaktiga?
 - Det finns inte så många föreningsaktiva personer eller ledare som uttalar sig.
 - Som nämnts tidigare är det många målgrupper som inte är representerade.

Steg två: Målgrupp

Vilken är vår målgrupp för Ridsporten Vill?

Vem riktar sig kommunikationen till?

- Är målgruppen könsneutral, kvinno/tjejdominerad eller mans/killdominerad?
 - Målgruppen är aktiva inom ridsporten, främst ledare och vuxna utövare då materialet inte kan sägas vara särskilt anpassat för yngre medlemmar även om även de säkerligen kan få ut något av materialet. Hela materialet inleds med orden "du som ledare" (direkt efter avsnittet om vision, värdegrund och policy) och avsnitten "att fundera på" är samtliga skrivna på ett sätt som direkt riktar sig till den som har rollen som ledare, alternativt på annat sätt arbetar på en ridklubb.
- Påverkar målgruppens sammansättning budskap, tilltal och kanal? Vilka kanaler använder målgrupperna? På vilket sätt kommunicerar målgruppen?
 - Målgruppen unga tjejer och killar använder sociala media mer och det är bra att Svenska Ridsportförbundet finns på Facebook.
 - Det står uttryckligen att *Ridsporten Vill* "vänder sig i första hand till alla våra ledare – oavsett inom vilket av ridsportens områden man verkar. Det är i ridsportföreningarna verksamheten får sin slutliga form och det är vi som ledare och aktiva som gör riktlinjerna levande och bär ridsportens budskap."
- Hur ser målgruppen ut i relation till andra identitetsgrunder än kön?
 - Ålder/generation: målgruppen är vuxna, kvinnor och män.
 - Funktion: materialet kan inte sägas vara anpassat till något annat än en funktionsnorm (se ordlistan Bilaga 2), även om avsnitt som "alla är välkomna" finns med. Bland annat är det stycken med vit text på gul bakgrund, det är svårt för synsvaga. Ledstjärnorna är skrivna på en bild vilket också ställer till det för synsvaga.
 - Etnisk bakgrund (svenska som modersmål): Målgruppen består av etniska svenskar men en vilja att attrahera personer med annan etnisk och kulturell bakgrund finns. *Ridsporten Vill* är skriven på svenska, utan onödigt svåra ord. Detta gör att materialet är tillgängligt även för personer som inte har svenska som modersmål.
 - Socioekonomisk bakgrund: *Ridsporten Vill* är skriven på en relativt lättillgänglig svenska, utan onödigt svåra ord, akademisk jargong och välkomnar därför läsare på olika läsnivåer.
 - Sexuell läggning: Målgruppens sexuella läggning känns inte relevant utifrån materialet.
 - Könsidentitet och uttryck: Utifrån *Ridsporten Vill* kan man inte utläsa något annat än att målgruppen utgörs av cispersoner (se ordlistan Bilaga 2), det vill säga personer som befinner sig inom ramen för vad som anses vara kvinnligt" respektive "manligt".

(Exempel på personer som befinner sig utanför ramen är transpersoner – se ordlistan Bilaga 2).

- Föreningsaktiv/intresserad: Målgruppen är aktiv inom ridsporten.
- Ledare – utövare: Främst ledare.

Steg tre: Värdegrunden

Ridsporten Vill: normer och stereotyper – hur ser de ut?

Hur beskriver vi, skapar vi och konkretiserar jämställdhet och mångfald?

- Läs texten och titta på bilderna: Vem agerar och vem är passiv?
 - Av de 20 individer som finns med på bild kan i stort sett alla tolkas som aktiva, kvinnor som män. Detta syns genom kläder, kroppsspråk och många bilder som är tagna i verksamheten.
- Läs texten och titta på bilderna: Subjekt – objekt? Vem står i centrum? Vem handlar det om? Vem är det som har makt att fatta beslut, agera, ställa villkor? Vem syns/hörs och om vad?
 - Utifrån bilderna är samtliga individer subjekt snarare än objekt. Individerna ser ut att ha möjlighet att agera, fatta beslut och ställa villkor inom verksamhetens ramar.
 - Sammantaget i materialet är hästen ofta i centrum.
- Läs texten och titta på bilderna: Tänk på normen – vilken är utgångspunkten? Vem är normen? Vilka normer reproduceras? Vilka normer utmanas?
 - Utgångspunkten är att utövaren av ridsport är mestadels kvinnor och barn och ungdomar. Normen om ridsporten som en "tjejsport" reproduceras samt normen om att sporten främst utövas av svenskar.
 - I och med att det finns en bild på en man i rullstol så utmanas funktionsnormen inom sporten.
 - I delen om "ryttaren – en idrottare" utmanas normer kring hur man ser på ridsport genom att fokus läggs på ryttarens kropp hälsa och utveckling, inte bara på hästarnas.
- Hur beskrivs mångfald och jämställdhet i texten och i bilderna?
 - I texten återkommer formuleringar som "Ridsporten är Sveriges näst största ungdomssport och en av få idrotter där män och kvinnor, unga och gamla tävlar på lika villkor". "Lika villkor" nämns totalt två gånger, "alla är välkomna" (i olika meningsbyggnader) nämns åtta gånger, "mångfald" nämns en gång.
 - Däremot saknas definitioner om vad "mångfald" eller "alla" eller "lika villkor" skulle kunna vara i praktiken eller i en specifik situation eller i ett etiskt dilemma.
 - Ordet "jämställdhet" används inte alls i texten i dagsläget.
 - Orden "attityder" och "värderingar" är återkommande men saknar definitioner.
 - "Alla som vill är välkomna till stallet oavsett nationalitet, etniskt ursprung, religion, ålder, kön, sexuell läggning samt fysiska eller psykiska förutsättningar..."
 - Bilderna beskriver mångfald som en variation av individer baserat på kön, ålder och till viss del funktionalitet
 - Mångfald kopplad till (synlig) kulturell, religiös eller etnisk bakgrund saknas.
- Hur använder texten pronomen i dagsläget?
 - När kvinnor och män nämns uttalat nämns män först i ordningen
 - Pronomen används inte i texten, istället används ord som barn, ungdomar, ledare med flera.
- Har vi några tankar på hur pronomen skulle kunna användas på bästa sätt?
 - I *Ridsporten Vill* används inte könsbestämda pronomen utan båda könen inkluderas löpande i texten genom ord som barn, ungdomar, ledare.
- Vilka personbeteckningar (såsom ledare, medlem) finns det i texten?
 - Barn, ungdomar, kvinnor, män, ledare, medlemmar, förtroendevalda, aktiva, idrottare, ryttare, föräldrar, människor, ridlärare, tränare, hästägare, idrottsutövare, individ, idrottstalang, kamrat, kompis, gamla, svenskar, hästvänner.
- Är dessa inkluderande?
 - Ja, beskrivningarna är öppna och inkluderande.

- Finns det några personbeteckningar som är stereotypa och exkluderande ur ett mångfaldsperspektiv?
 - Att skriva ut ordet "svenskar" kan kännas exkluderande om man inte identifierar sig som svensk.

7. FRÅN ORD TILL HANDLING

Denna rapport låg som en grund för skapandet av en plan som ska konkretisera hur projektet ska ta ridsporten från ord till handling. Workshopen ägde rum i början av augusti 2014, där denna rapports riktmärken och förslag användes som inspiration för att lista upp tids- och ansvarssatta mål.

De frågor som workshopen kretsade kring är hur *Ridsporten Vill* kan mångfaldssäkras och hur jämställdhet och mångfaldsarbetet kan implementeras i verksamheten, i och genom värdegrunden. Målet med handlingsplanen är att katalysera arbetet och gå från just ord till handling med de tre presenterade riktmärkena i fokus.

1. Konkretisera värdegrunden

En viktig del i arbetet med att sluta den beskrivna mognadsklyftan och få en gemensam kunskapsbas är att konkretisera värdegrunden ur ett mångfalds- och jämställdhetsperspektiv. En konkret åtgärd för att nå detta är att uppdatera *Ridsporten Vill* och därmed göra det lätt för föreningar att ta till sig och arbeta med materialet.

Frågor under workshopen:

- Behöver idédokumentet *Ridsporten Vill* uppdateras utifrån denna rapports rekommendationer? I så fall i vilken utsträckning?
- Hur vill vi formulera handlingsplanen och kommunikationsplanen för jämställdhet och mångfald – som i sin tur levandegör *Ridsporten Vill* i föreningarna?

2. Fördjupa förståelsen för mångfald och jämställdhet

Add Gender konstaterar att det idag finns en relativt låg kompetensnivå inom mångfald och jämställdhet samt ett mognadsglapp i verksamheterna. Kunskapsnivåerna inom jämställdhet och mångfald ser extremt olika ut mellan individer, ledare, medlemmar och förtroendevalda. Ett mognadsglapp som inte bara ger mångfalds- och jämställdhetsfrågorna en otydlighet men som också är ett resursslöseri då verksamheten drar åt olika håll. Detta gäller både på central och på lokal nivå.

Frågor under workshopen:

- Vilka verktyg finns redan och vilka behöver vi skapa för att ge föreningarna trygghet i att allt arbete är baserat på en mångfaldssäkrad *Ridsporten Vill*?
- Vilken är den gemensamma kunskapsbasen vi behöver för att stänga mognadsglappet?
- Hur skapar vi föreningsgemensamma definitioner för "mångfald" och "jämställdhet"?
- Hur kan ett beslutsunderlag se ut för att ta lärdomarna ur denna rapport vidare samt att katalysera handlingsplanen?

3. Kommuniera ridsporten som en jämställd idrott

Att marknadsföra att det inte handlar om styrka utan om samspel, kommunikation och kärleken till hästen. Att i kommunikation, åtgärder, handlingsplan och ytterligare arbete fokusera på detta försprång (istället för "problemet" att det är många tjejer och att det finns en "tjejstämpel") är en stark framgångsfaktor som inte bör underskattas kommunikationsmässigt.

Frågor under workshopen:

- Hur tydliggör vi dilemmat "tjejstämpel" som dels något positivt och dels något negativt? Vilken är vår gemensamma ståndpunkt?

- Hur kodar vi vår idrott som en "jämställd idrott"? Vilka åtgärder behöver vi göra?
- Vad behöver ridsportföreningarna för ytterligare stöd för att göra jämställdhet och mångfald användbart och begripligt under projektets fortsättning – samt efter projektets avslut?

Efter workshopen

Resultatet efter workshopen blev en handlingsplan med övergripande mål och plats för ansvarsfördelning och tidsplan under hösten och våren. Projektet kommer nu att fortsätta året ut och en implementering av de slutgiltiga resultaten och lärdomarna ska säkras på vägen.

SLUTORD FRÅN RAPPORTSKRIVARNA

Alla människor bör ha rätten att välja sin fritid och här har ridsporten en chans att ge tjejer och killar samma möjlighet att upptäcka ridsportens fantastiska värld. Det är en chans som ska tas på största allvar både för sportens och framtida medlemmars skull.

Tack för förtroendet hälsar Add Genders jämställdhetsexperter:

Jenny Claesson

Pernilla Alexandersson

Juli 2014

BILAGA 1: SKRÄDDARSYDD METOD FÖR MÅNGFALDSKARTLÄGGNING AV RIDSPORTEN VILL

I korthet:

- **Steg ett: Synlighet**
 - Vilka representeras i Ridsporten Vill?
 - Vem syns? Vem säger vad? Vem syns inte?
- **Steg två: Målgrupp**
 - Vilken är vår målgrupp för Ridsporten Vill?
 - Vem riktar sig kommunikationen till?
- **Steg tre: Värdegrunden**
 - Ridsporten Vill: normer och stereotyper – hur ser de ut?
 - Hur beskriver vi, skapar vi och konkretiserar jämställdhet och mångfald?

Mångfald i Ridsporten Vill

Steg ett: Synlighet

Vilka representeras i Ridsporten Vill?

Vem syns? Vem säger vad? Vem syns inte?

- Räkna bildrepresentationen – vilka/vem är med på bild?
- Läs och diskutera texten – vilka/vem handlar texten om?
- Läs och diskutera texten – vilka/vem får uttala sig och är avsändare respektive mottagare av texten?
- Läs och diskutera texten – vilka/vem finns *inte* med i texten och på bild som borde få vara delaktiga?

Steg två: Målgrupp

Vilken är vår målgrupp för Ridsporten Vill?

Vem riktar sig kommunikationen till?

- Är målgruppen könsneutral, kvinno/tjejdominerad eller mans/killdominerad?
- Påverkar målgruppens sammansättning budskap, tilltal och kanal? Vilka kanaler använder målgrupperna? På vilket sätt kommunicerar målgruppen?
- Hur ser målgruppen ut i relation till andra identitetsgrunder än kön?

Steg tre: Värdegrunden

Ridsporten Vill: normer och stereotyper – hur ser de ut?

Hur beskriver vi, skapar vi och konkretiserar jämställdhet och mångfald?

- Läs texten och titta på bilderna: Vem agerar och vem är passiv?
- Läs texten och titta på bilderna: Subjekt - objekt - Vem står i centrum? Vem handlar det om? Vem är det som har makt att fatta beslut, agera, ställa villkor? Vem syns/hörs och om vad?
- Läs texten och titta på bilderna: Tänk på normen – vilken är utgångspunkten? Vem är normen? Vilka normer reproduceras? Vilka normer utmanas?
- Hur beskrivs mångfald och jämställdhet i texten och i bilderna?
- Hur använder texten pronomen i dagsläget?
- Har vi några tankar på hur pronomen skulle kunna användas på bästa sätt?
- Vilka personbeteckningar (såsom ledare, medlem) finns det i texten?
- Är dessa inkluderande?
- Finns det några personbeteckningar som är stereotypa och exkluderande ur ett mångfaldsperspektiv?

BILAGA 2: ORDLISTA

Det är många begrepp att hålla reda på, men misströsta inte! Här följer en ordlista med begrepp och förklaringar. *Ordlistan är hämtad från RFSL:s material BRYT!*

Cisperson En person som genom sitt uttryck exempelvis kläder och beteende rör sig innanför ramen för vad som anses "normalt" för hens biologiska kön. En person som gör tvärtemot detta kallas **transperson**.

Diskriminering Att personer eller grupper indirekt eller direkt utsätts för orättvis behandling på grund av kön, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, sexuell läggning, funktionsförmåga, ålder, könsidentitet eller könsuttryck.

Etnisk tillhörighet Tillhörighet till en grupp av människor som har samma kultur, talar samma språk eller kommer från samma område i världen som en själv.

Etnocentrism Att man sätter den egna kulturen i centrum och anser att dess kulturella synsätt och värderingar är de enda sanna och riktiga samt att alla andra borde dela och rätta sig efter dessa.

Feminism En politisk analys och rörelse som ser att kvinnor som grupp är strukturellt underordnade män som grupp i samhället. Feminister vill ändra på denna orättvisa struktur. Eftersom det finns flera olika sorters feminism väljer man ibland att tala om feminismer i plural.

Funktionsnorm Enligt funktionsnormen förväntas människor inte ha någon funktionsnedsättning och samhället organiseras i regel utifrån den normen. Att följa eller passera inom normen ger ekonomiska, politiska och sociala fördelar.

Funktionshinder De problem som uppkommer när en person med någon form av funktionsnedsättning vistas i en miljö som inte är tillgänglig. Ett exempel kan vara när en person som sitter i rullstol inte kommer in i ett hus för att det bara finns trappor. Funktionshinder är något som finns i omgivningen: en person är inte funktionshindrad.

Funktionsnedsättning En varaktig fysisk, psykisk eller begåvningsmässig nedsättning av en persons funktionsförmåga som beror på skada eller sjukdom.

Genus Ett ord som syftar på det sociala könet, eller det sätt på vilket vi gör kön i samhället. Det handlar till exempel om hur vi hela tiden skapar normer för manligt och kvinnligt i vår vardag genom kroppsspråk, val av kläder, yrken, intressen och så vidare. Hur genus konstrueras beror på historiska, sociala och kulturella sammanhang. Vad som anses vara manligt eller kvinnligt är därigenom någonting som ständigt förändras.

Hbtq Ett paraplybegrepp för homosexuella, bisexuella, transpersoner och queers. I många sammanhang talar man om hbt-personer, men det blir allt vanligare att man inkluderar queers i paraplygreppet.

Heterosexuell En kvinna som har förmågan att bli kär i eller attraherad av en man, eller en man som har förmågan att bli kär i eller attraherad av en kvinna.

Heteronorm Enligt heteronormen förväntas människor vara antingen tjej eller kille och ingenting annat, och man talar om dessa två som motsatta kön. Tjejer och killar förväntas vara olika, feminina respektive maskulina. Alla förväntas vara heterosexuella och eftersträva monogama parförhållanden. Att följa eller passera inom normen ger ekonomiska, politiska och sociala fördelar.

Homofobi En ideologi, uppfattning eller värdering som ger uttryck för en negativ syn på homosexualitet eller homo- och bisexuella. Homofobin överlappar ibland transfobin.

Homosexuell En person som har förmågan att bli kär i eller attraherad av någon av samma kön.

Härskarteknik Härskartekniker är olika sätt som människor avsiktligt eller omedvetet använder sig av för att trycka ner andra personer. Härskartekniker har ofta funktionen att stärka eller att bevara normer och orättvisor.

Intersektionalitet Ett perspektiv som används för att titta på hur olika maktordningar är sammanflätade med varandra och hur olika identiteter skapas som resultat av till exempel religiositet, kön, sexualitet, klass och ålder. Hur de olika aspekterna hänger samman ser olika ut beroende på person, grupp och sammanhang.

Intergender En person som inte vill inordna sig i den traditionella uppdelningen i enbart »kvinnor« och »män«. Någon som identifierar sig som mellan eller bortom könen. Har inte att göra med hur ens kropp ser ut, utan vilket kön man känner sig som (könsidentitet).

Jämlikhet Att sträva efter jämlikhet är att sträva efter alla människors lika värde och likhet inför lagen, samt lika möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Jämställdhet Jämlikhet mellan könen. Lika rättigheter, möjligheter och skyldigheter mellan män och kvinnor.

Jämställdhetsintegrering Detta är en politisk strategi för att uppnå ett jämställt samhälle. Strategin innebär kortfattat att ett jämställdhetsperspektiv ska införlivas i allt beslutsfattande, på alla nivåer och i alla steg av processen, av de aktörer som normalt sett deltar i beslutsfattandet. (från www.jamstall.nu)

Kön Begreppet kön är en socialt konstruerad kategori som används för att dela in människor i grupperna »kvinnor« och »män«. Kön kan brytas ned i fyra olika delar:

- Biologiskt kön Definieras utifrån inre och yttre könsorgan, könskromosomer och hormonnivåer. Biologiskt kön avgörs av hur den fysiska kroppen ser ut.
- Juridiskt kön Det kön som står registrerat i folkbokföringen, i pass eller legitimation. Juridiskt kön framgår också av en siffra i personnumret. I Sverige finns två bara juridiska kön: »man« eller »kvinna«. Alla barn som föds tilldelas ett juridiskt kön, baserat på ens biologiska kön.
- Könsidentitet En persons självupplevda kön, det vill säga det kön du känner dig som. Ingen kan bestämma detta åt någon annan, och var och en har rätt att själv avgöra vilken könsidentitet man har.
- Könsuttryck Hur en person uttrycker sitt kön. Det gör du till exempel genom kläder, kroppsspråk, frisyra, socialt beteende, röst samt om och hur du sminkar dig.

Kränkning Uppträdande som är nedlåtande mot eller sårar en persons värdighet. Kränkningar kan vara fysiska och verbala handlingar såväl som psykosociala attityder, de kan också ta sig uttryck i texter och bilder.

Likabehandling I lagen om likabehandling förbjuds diskriminering på följande grunder: kön, könstillhörighet/uttryck, ålder, etniskt eller nationellt ursprung, nationalitet, språk, religion, övertygelse, åsikt, hälsotillstånd, funktionshinder, sexuell läggning samt någon annan orsak som gäller någons person (till exempel förmögenhet, graviditet, familjeförhållanden).

Maktstrukturer Strukturer på samhällsnivå som ger människor olika möjligheter och förutsättningar att påverka samhället och sitt eget liv. Vilka möjligheter och förutsättningar man har hänger ihop med till exempel ens klass, etniska tillhörighet, funktionsförmåga, hudfärg, sexualitet och religiositet.

Normer Oskrivna regler, förväntningar och ideal som handlar om vad som anses vara positivt, önskvärt och fördelaktigt och vad som inte är det. Normer är situationsberoende, föränderliga över tid och formas utifrån maktförhållanden.

Queer Ett brett begrepp som kan betyda flera olika saker men i grunden är ett ifrågasättande av heteronormen. Många ser sin könsidentitet och/eller sin sexualitet som queer. Queer kan åsyfta en önskan att inkludera alla kön och sexualiteter eller att inte behöva identifiera sig.

Rasism En ideologi, uppfattning, värdering eller struktur som bygger på en indelning av människor i ett hierarkiskt system av raser, utifrån hudfärg eller etnisk tillhörighet, där vissa raser tillskrivs ett högre värde, positivare egenskaper och ibland moralisk rätt att härska över andra.

Sexism En ideologi, uppfattning eller värdering som ger uttryck för en negativ syn på kvinnor och femininitet, och menar att kvinnor ska vara underordnade män.

Sexualitet Ett begrepp som ofta används ofta för att gruppera människor utifrån vem de har förmågan att bli kära i eller attraherade av. I svensk lagstiftning används begreppet »sexuell läggning«. Exempel på sexuella läggningar är hetero-, homo- och bisexualitet.

Tillgänglighet En förutsättning för att alla ska ha samma möjlighet att delta jämlikt i olika sammanhang oavsett funktionsförmåga, språkkunskap, hudfärg, könsidentitet, klass, sexualitet, etnicitet, religiös åskådning eller trosuppfattning. I ett tillgängligt samhälle är information, lokaler och verksamheter utformade för att inte exkludera någon.

Trakasserier Att utsätta någon eller några för handlingar som till exempel mobbning, utfrysning eller förtal som kränker den personens/de personernas värdighet.

Transperson En person vars könsidentitet och eller könsuttryck inte stämmer överens med det biologiska och/eller juridiska kön den blev tilldelad vid födseln. En transperson kan till exempel vara en person som biologiskt och juridiskt är »man« men som definierar sig som någonting annat än det. Transpersoner är ett paraplybegrepp med många undergrupper och det går att vara transperson på många olika sätt. Begreppet rör könsidentitet och könsuttryck och har ingenting med sexuell läggning att göra. »Trans« är latin för att överskrida.

Transsexuell En person som upplever sig vara av ett annat kön än det juridiska kön man tilldelades vid födseln och som har en vilja att förändra kroppen helt eller delvis med exempelvis kirurgi eller hormonbehandling. Transsexualism är en medicinsk diagnos som för vissa innebär ett övergångsstadium tills man har korrigerat sin kropp. Andra fortsätter att definiera sig som transsexuella eller före detta transsexuella även efter korrigeringen.

Transvestit En person som ibland eller alltid – helt eller delvis – iklär sig eller använder sig av ett annat köns kläder och/eller andra attribut.

Vithetsnorm En norm som medför att det ses som positivt, eftersträvarsvärt och normalt att vara vit. Att samhället präglas av en vithetsnorm innebär att personer som är vita har sociala, ekonomiska och politiska privilegier. Vithet är ett ord som kan användas för att peka på att vita människor också har en hudfärg och en etnicitet, eftersom hudfärg och etnicitet annars är ord och samtalsämnen som betydligt oftare dyker upp när det talas om personer som är mörkhyade. Vithet är inte en egentlig hudfärg (hudfärgen är ju närmare gulrosa), utan en maktposition.

BILAGA 3: REFERENSLISTA

Tryckta källor

Add Gender (2012). *"Genusanalys av arbetsmaterialet 'Idrotten vill'"*. Add Gender AB

Linghede, Eva & Håkan Larsson (2013). *"'Jag är en normal kille liksom' – att göras och göra sig till en ridkille"*. Svenska Ridsportförbundet

Svenska Ridsportförbundet (2012). *"Ridsporten Vill – Idéprogram för Svenska Ridsportförbundet"*

Region Värmland (2014). *"Schyst – en inspirationskälla till jämlik kommunikation"*

Moa Hjertson & Kajsa Svaleryd (2011). *"Likabehandling i arbetslivet – en handbok för chefer: så följer du nya diskrimineringslagen."*

Övrigt

Intervjuer med representanter från medlemsföreningar som redan idag arbetar med jämställdhet och mångfald.

Arbets- och planeringsmöten med styrelsen inom projektet.



REEM ACRA FEI WORLD CUP™ DRESSAGE 2014/15 SEASON REPORT

Expertise by Repucom

Your contact persons: Sebastian Kube | Benedikt Neumayer



TV Media Monitoring

by Territory – All Events



TOTAL EVENT INDEX:

59,369
(points)

EVENT INDEX BY BROADCAST TYPE:

60,2%
(Live & Delayed)

36,0%
(Highlights & Magazines)

**N. AMERICA
& CARIBBEAN**
9,305
15,67%

EUROPE
44,820
75,49%

ASIA
0,542
0,91%

MIDDLE EAST
0,466
0,78%

**SOUTH &
CENTRAL
AMERICA**
3,788
6,38%

AFRICA
0,003
<0,01%

OCEANIA
0,445
0,75%

IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

TV Media Monitoring

by Country – All Events



Country	TV Channels [number]	Programmes [number]	Broadcast Time [h:mm:ss]	Cumulative Audience [million]	Event Index [points]
Australia	6	90	32:00:04	0,23	0,219
Belgium	4	120	76:18:17	0,55	1,602
Brazil	1	3	0:05:42	0,02	0,002
Canada	1	70	60:50:46	0,70	2,190
Finland	1	4	2:31:36	0,18	0,424
France	3	185	89:00:07	1,73	3,098
Germany	3	7	0:29:42	0,38	0,080
Greece	2	5	0:21:17	<0,01	0,001
Italy	1	272	471:29:14	2,72	16,973
Mexico	2	26	105:11:58	0,25	3,786
Netherlands	2	223	82:17:56	3,22	3,125
New Zealand	1	180	94:12:08	0,12	0,226
Norway	4	82	202:19:20	0,83	7,301
Pan Africa	1	1	0:04:36	0,01	0,003
Pan Asia Pacific	3	13	9:16:09	0,12	0,333
Pan EMEA	6	95	15:55:21	1,13	0,466
Pan Europe	1	14	2:44:13	2,01	1,195
Pan Latin America	1	1	0:01:58	<0,01	0,000
Poland	1	11	8:27:40	0,05	0,070
Portugal	2	63	48:08:08	0,07	0,195
Sweden	9	276	256:47:25	4,79	9,672
Thailand	3	61	36:58:17	0,09	0,209
UK	8	172	67:22:39	12,54	1,083
USA	5	196	98:03:47	3,97	7,115
TOTAL	71	2.170	1760:58:20	35,72	59,369

IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

TV Media Monitoring

by Country & Programme – All Events



Country	Live & Delayed			Highlights & Magazines			News & Others		
	Broadcast Time [h:mm:ss]	Cumulative Audience [million]	Event Index [points]	Broadcast Time [h:mm:ss]	Cumulative Audience [million]	Event Index [points]	Broadcast Time [h:mm:ss]	Cumulative Audience [million]	Event Index [points]
Australia				32:00:04	0,23	0,219			
Belgium				76:18:17	0,55	1,602			
Brazil							0:05:42	0,02	0,002
Canada				60:50:46	0,70	2,190			
Finland				2:31:36	0,18	0,424			
France	77:28:45	0,47	2,789	8:10:47	0,62	0,191	3:20:35	0,64	0,118
Germany				0:19:18	0,02	0,004	0:10:24	0,37	0,076
Greece				0:21:17	<0,01	0,001			
Italy	358:45:00	1,09	12,915	112:44:14	1,63	4,058			
Mexico	105:10:00	0,25	3,786				0:01:58	<0,01	0,000
Netherlands	0:31:09	0,34	0,643	81:13:51	1,10	1,462	0:32:56	1,78	1,020
New Zealand				94:12:08	0,12	0,226			
Norway	187:40:00	0,67	6,756	14:39:20	0,16	0,545			
Pan Africa				0:04:36	0,01	0,003			
Pan Asia Pacific				9:14:11	0,12	0,333	0:01:58	<0,01	0,000
Pan EMEA				15:43:43	0,92	0,407	0:11:38	0,21	0,059
Pan Europe				2:32:10	0,81	1,090	0:12:03	1,20	0,105
Pan Latin America							0:01:58	<0,01	0,000
Poland	5:00:12	<0,01	0,016	3:27:28	0,05	0,054			
Portugal				48:08:08	0,07	0,195			
Sweden	232:59:29	0,83	8,505	23:28:50	1,06	0,898	0:19:06	2,91	0,269
Thailand				36:58:17	0,09	0,209			
UK	0:07:17	0,73	0,317	66:58:19	0,10	0,161	0:17:03	11,72	0,606
USA				97:56:02	3,87	7,101	0:07:45	0,10	0,014
TOTAL	967:41:52	4,38	35,727	787:53:22	12,39	21,373	5:23:06	18,94	2,269

IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

TV Media Monitoring

by Programme Category – All Events



IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

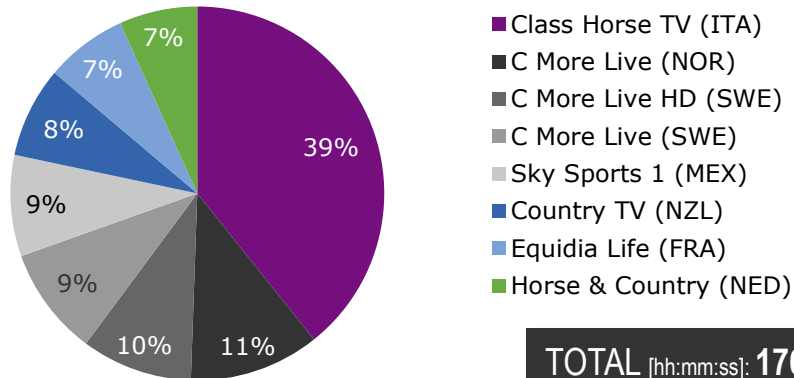
* All coverage except the two pre-produced FEI magazines (FEI Awards Gala Magazine & FEI Equestrian World ep. 12/2014)

TV Media Monitoring

by Channel – All Events

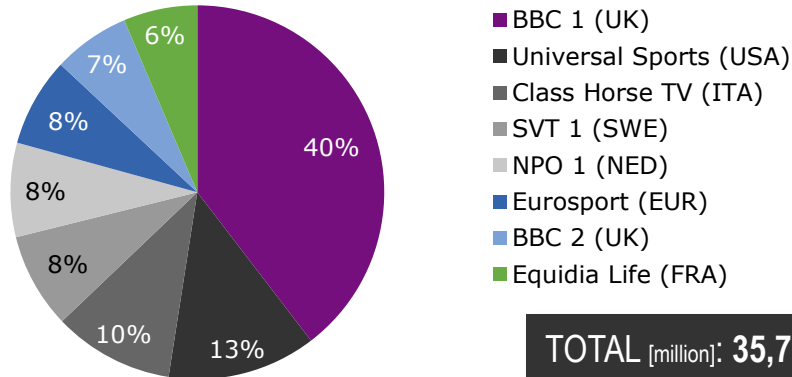


TOP 8 CHANNELS BY BROADCAST TIME [%]



TOTAL [hh:mm:ss]: **1760:58:20**

TOP 8 CHANNELS BY CUMULATIVE AUDIENCE [%]



TOTAL [million]: **35,72**



IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

TV Media Monitoring

by Event – All Events



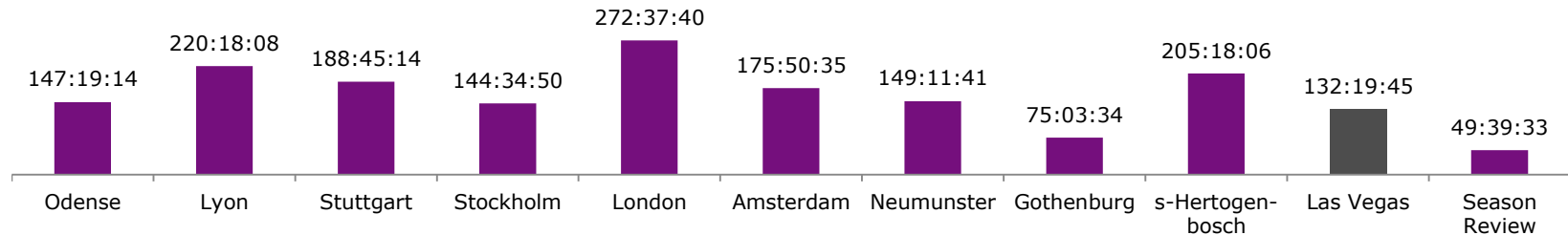
Event	TV Channels [number]	Programmes [number]	Broadcast Time [h:mm:ss]	Cumulative Audience [million]	Event Index [points]
01. Odense	28	304	147:19:14	2,26	4,472
02. Lyon	37	450	220:18:08	3,72	7,074
03. Stuttgart	31	433	188:45:14	3,24	6,174
04. Stockholm	30	102	144:34:50	4,53	4,699
05. London	25	185	272:37:40	12,83	9,421
06. Amsterdam	22	111	175:50:35	1,43	6,071
07. Neumunster	27	99	149:11:41	1,35	4,804
08. Gothenburg	17	58	75:03:34	2,08	2,846
09. 's-Hertogenbosch	29	99	205:18:06	3,11	7,143
10. Las Vegas	42	271	132:19:45	5,28	5,566
Season Review	14	58	49:39:33	0,36	1,098
TOTAL	71*	2.170	1760:58:20	35,72**	59,369

* number of single channels/programmes
 **cumulative audience by programme

IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

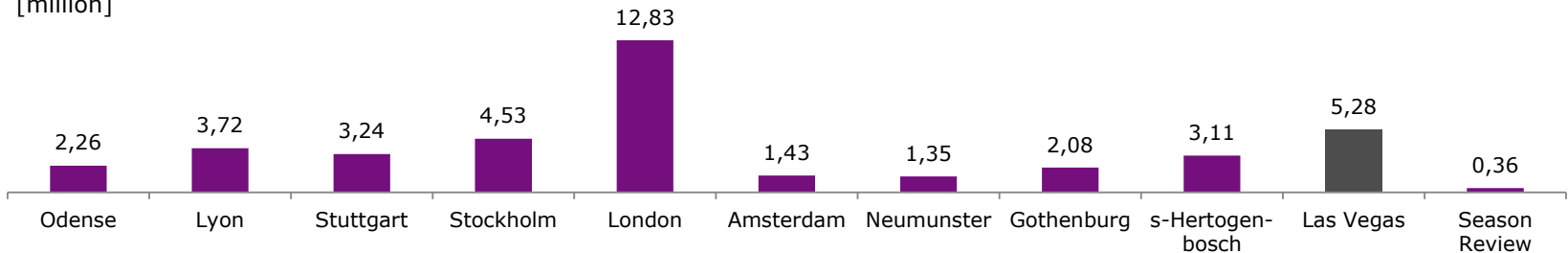
BROADCAST TIME BY EVENT

[h:mm:ss]



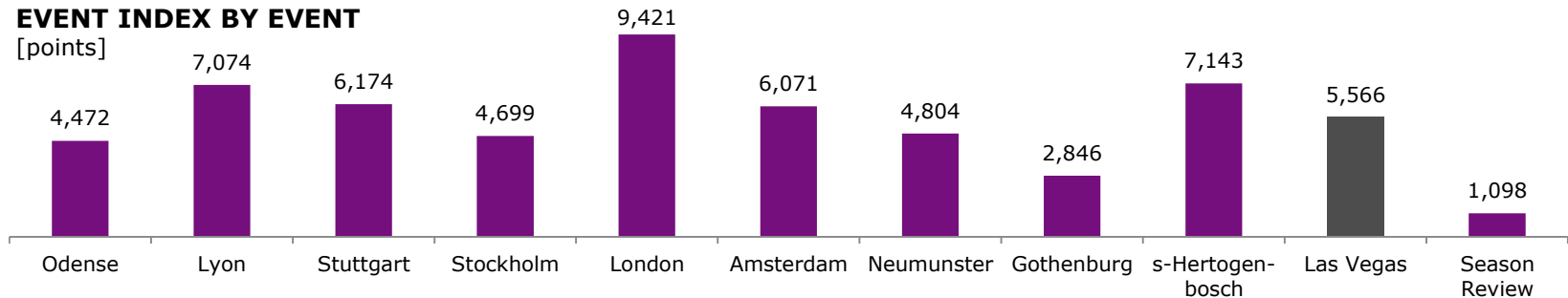
CUMULATIVE AUDIENCE BY EVENT

[million]



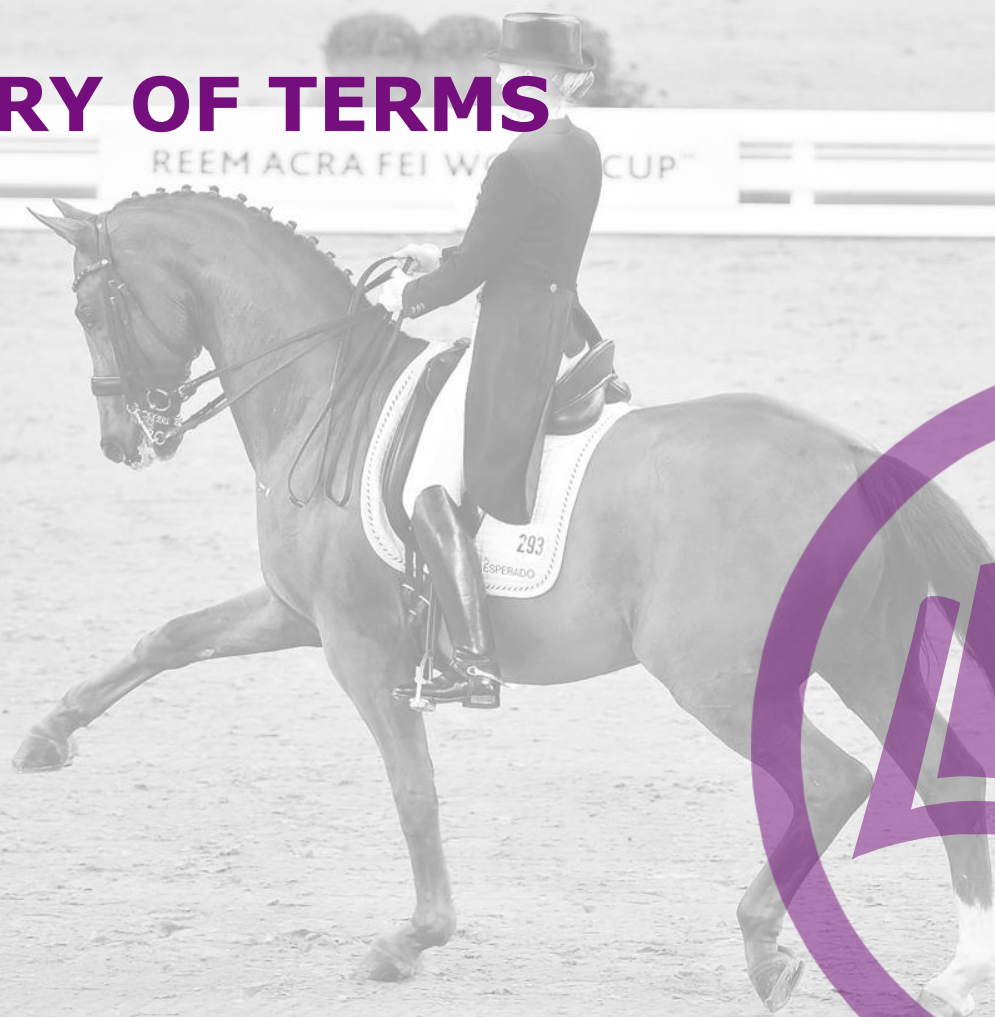
EVENT INDEX BY EVENT

[points]



IFM Methodology used instead of Repucom approach for audience estimations

GLOSSARY OF TERMS



BROADCAST TIME

- Covers the duration of an item or particular event
- Will include a match as well as background stories, interviews, TV camera shots of the audience, etc.

CUMULATIVE AUDIENCE

Adults or all individuals in millions for the total coverage regarding the particular event

EVENT INDEX

The Event Index relates to the Broadcast Time of an event to its audiences. This is done on a program by program basis to obtain a more objective assessment tool, as the two key elements of the media impact are combined on the most detailed possible level. If only one of these elements is analyzed the figures are not comprehensive enough.

VISIBILITY / SUM OF DURATION ON SCREEN (SECONDS)

Duration on screen is probably the most common comparative used as it is a pure measure. There are no external factors such as audience, cost per thousand, or the quality of location in play. It is suitable in assessing pure exposure capture for share of voice within a shared property such as LED Signage, or if looking at a specific property year on year where a logo or setup may have

changed.

NUMBER OF SEQUENCES / EXPOSURES (NUMBER)

The number of exposures a property generates is the number of independent sequences of exposure a brand-property combination generates. In regards to its usefulness in analysis, it can be used to assess the number of times a signage point is seen uniquely.

AVERAGE EXPOSURE DURATION (SECONDS)

The average exposure duration gives a snapshot view of the average duration on screen per exposure for a property.

Average exposure size (% of total screen size)

The average exposure size represents the average size on screen for the hits collected for each exposure. It can give a basic view on hit size for a property.

CPT (BASED ON A SPONSORING FEE 100.000 €)

This approach values the involvement by stating the following question:

"I (sponsor) have invested an amount of 'x' (presumed: €100'000,-) for my sponsorship activities. How effective was this money spent, i.e. how much did it cost me to reach 1.000 viewers and how does that compare to my classic advertising CPT?"

CPT = Sponsoring Fee*30 / Sponsor Index * 1.000.000

SPONSORSHIP VALUE (BASED ON CPT 10,- €)

In our view this is the best way of calculating ROI for a sponsor. Based on a presumed CPT the sponsor's visibility and the actual audience for every individual sponsor's appearance, the actual cost of reaching 1000 viewers for 30 seconds is determined. This way the strength of international sponsorships are best illustrated, as it is generally a far more cost effective way of increasing brand awareness than any conventional communication tool. As an example the CPM of an average ad campaign in most European countries is around € 20,- whereas the average sponsorship CPT is around € 2 - € 4,-

Sponsorship value =
 $\text{Sponsor Index} * 1.000.000 / 30 * \text{estimated CPT (10 €)}$

SPONSOR INDEX

Relates the visibility of a sponsor to its audiences. This is done on a program by program basis to obtain a more objective assessment tool, as the two key elements of the media impact are combined on the most detailed possible level. If only one of these elements is analysed the figures are not comprehensive enough.

Sponsor Index =
 $\text{Visibility in seconds} * \text{audience in million} / 1.000$

100% MEDIA EQUIVALENCY

In this value calculation, the visibility generated for the sponsor is expressed in equivalence to cost to advertise in the programme in which exposure was generated. These rates are either determined through a 30' Second CPT and the audience of the programme in which the exposure took place or are taken from official rate cards provided by the broadcasters.

Formula:

$$\frac{\text{Visibility in secs.} \times \text{CPT in EUR.} \times \text{Audience in mill.}}{30 \text{ seconds} \times 1,000}$$

$$\frac{\text{Visibility in secs.} \times \text{spot price 30 secs. in EUR.}}{30 \text{ seconds}}$$

Example:

120 seconds of visibility in a programme, in which the booking of a 30 second advertisement would have cost 2,000 EUR:

$$(120 \text{ seconds} \times 2,000 \text{ EUR}) / 30 \text{ seconds} = 8,000 \text{ EUR}$$

QUALITY INDEXED MEDIA VALUE

To facilitate the calculation of the Quality Indexed (QI) Media Value, an impact based "Quality Index Score" is calculated uniquely for brand sequences detected during analysis. The QI score of brand exposure is determined through five factors and then applied as a weighting for the value calculation. The purpose of the QI score is to assess brand exposure not only quantitatively, but also qualitatively, based on their impact.

The following five criteria combine to derive the QI score.



Formula:

$$100\% \text{ Media Equivalency} \times \text{QI Score}$$

Example:

Exposure with a 100% Media Equivalency of 1,000 EUR and a QI Score of 27.5 would equal 275 EUR