

§ 8. Stockholms stads program för evenemang

SBR 1.2-75/2017

Två förslag till beslut: Stockholm Business Regions förslag till beslut och Birgitta Rydells (L) förslag till beslut.

Ordföranden ställde förslagen mot varandra och styrelsen beslutar enligt Stockholm Business Regions förslag till beslut.

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Anta Stockholms stads program för evenemang.
2. Stockholms stads program för evenemang ersätter stadens övergripande strategi för evenemang.
3. Tillämpa SBRs föreslagna krav och kriterier när beslut avseende marknadsföringsinsats i evenemang fattas.

Reservation angavs av Birgitta Rydell (L) enligt följande.

1. Stockholm Business Regions förslag till beslut godkänns delvis.
2. Därutöver anförs följande.

”Stadens arbete med evenemang ska vara målinriktat och fokuserat på att göra Stockholm till en bättre evenemangsstad. Med alliansens evenemangsstrategi arbetade staden mot det övergripande målet att Stockholm skulle vara en evenemangs- och upplevelsestad i världsklass till 2030. Den ambitionen finns inte längre kvar med föreliggande förslag. Den nya målbilden är betydligt vagare och omfattar att stockholmarna ska trivas bättre, att evenemang ska marknadsföra Stockholm i allmänhet och att dessa ska bidra till den ekonomiska tillväxten. Vi hade hellre sett en vassare målbild med högt uppställda och utvärderingsbara mål att arbeta mot.

Sedan den förra evenemangsstrategin, som antogs 2012, har brister uppkommit kring hur staden arbetar med evenemang. Under hösten 2015 framkom exempelvis att staden betalat ut medel för evenemang som sedan inte blivit av. Det reste en mängd frågetecken kring hur SBR ger stöd, vilka riktlinjer man följer samt vilka kontrollmekanismer man har för att följa upp att stödet går till det som det är avsatt för. I spåren av detta förbättrades SBR:s arbete med korruption och avtalen med arrangörer som får bidrag gjordes tydligare. Detta arbete både kan och bör skärpas ytterligare. Därför ska SBR utveckla sina verktyg och rutiner för evenemangsstöd och

marknadsföringsbidrag. Bland annat ska SBR undersöka om det är möjligt med direkta reklamköp, istället för evenemangsstöd, som medel för exponering av varumärket Stockholm - Capital of Scandinavia. På så vis får bidraget inte karaktären av ett stöd till en enskild kommersiell aktör.

Att utbetalningarna av bidrag från SBR sker effektivt och värnar de värden som Stockholm står för är en viktig del av stadens arbete med evenemangsstöd. ”

§ 9. Yttrande över Stadionklubbarnas ansökan om stöd till evenemang (Bauhaus Galan 2017)

SBR 3.8.3-54:10/2017

Två förslag till beslut: Stockholm Business Regions förslag till beslut och Birgitta Rydells (L) förslag till beslut.

Ordföranden ställde förslagen mot varandra och styrelsen beslutar enligt Stockholm Business Regions förslag till beslut.

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stadionklubbarna en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av Bauhaus Galan 2017 och Stockholm.

Reservation angavs av Birgitta Rydell (L) enligt följande.

1. Att återremittera ärendet för vidare beredning.
2. Att uppdra åt SBR att genomföra en bedömning av IAAF som partner till Stockholms stad.
3. Därutöver anføres följande.

”Liberalerna har tidigare framhållit att Stockholm Business Region måste utveckla sina rutiner, bedömningar och uppföljningar för evenemangsstöd och marknadsföringsbidrag ytterligare.

I förslaget till evenemangsprogram för Stockholm Business Region betonas behovet om demokratisk hållbarhet i de evenemang som får stöd. Man skriver bland annat att "En förutsättning är att ju större evenemang desto högre krav på arrangören avseende värden som har med jämställdhet och jämlikhet, mänskliga rättigheter och miljö att göra."