

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

## **Svar på skrivelse från Birgitta Rydell och Martin Ängeby (FP)**

### **Brister i uppföljningen av Stockholm Business Regions evenemangsstöd**

#### **Stockholm Business Regions förslag till beslut**

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Skrivelse av Birgitta Rydell och Martin Ängeby (FP) anses besvarad med vad som sagts i Stockholm Business Regions tjänsteutlåtande.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

#### **Bakgrund**

Vid Stockholm Business Regions (SBR) styrelsemöte den 22 september överlämnade Birgitta Rydell och Martin Ängeby (FP) en skrivelse till SBR där fem frågeställningar lyfts fram (bilaga 1):

1. Hur säkerställer SBR att det evenemangsstöd man ger går till det som det är avsatt för?



2. Vad ingår i SBR:s standardavtal för evenemangsstöd?
3. Vilka möjligheter har SBR att kräva ytterligare redovisningar eller extern revision i de fall arrangörens slutredovisning inte är tillfredsställande?
4. Vilka möjligheter har SBR att återkräva utbetalade medel i de fall ett evenemang ställs in eller om arrangören inte har genomfört de insatser som beskrivits i ansökan?
5. Har SBR en anti-korruptionspolicy?

## **Förutsättningar avseende stöd till evenemang**

Kommunfullmäktige behandlade den 11 juni 2012 kommunstyrelsens utlåtande nr 2012:92 Evenemangsstrategi för Stockholms stad (bilaga 2). Utlåtandet avsåg en långsiktig och samlad strategi för att arbeta med evenemangsfrågor i enlighet med stadens vision.

Kommunfullmäktige beslutade i enlighet med kommunstyrelsens förslag följande.

- Evenemangsstrategi för Stockholms stad fastställs att gälla för stadens nämnder från och med den 1 juli 2012.
- Stockholms Stadshus AB uppmanas att ge stadens bolag i uppdrag att fastställa Evenemangsstrategi för Stockholms stad från och med den 1 juli 2012.

Styrelsen för SBR beslutade därefter den 25 september 2012 att fastställa stadens evenemangsstrategi.

Av evenemangsstrategin framgår att ärenden om stadens marknadsföringsinsats i evenemang ska handläggas i enlighet med de kriterier som är fastlagda i stadens evenemangsstrategi. Ärendena beslutas av styrelsen för SBR och ska rymmas inom en årlig budgetram.

Kriterierna i Stockholms stads evenemangsstrategi är följande.

- Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen.
- Evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp.
- Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm.
- Evenemanget har en hög internationell status.
- Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart.
- Evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad.
- Evenemanget tangerar kärnvärdena:
  - Stockholms unika, naturliga förutsättningar - vattnet, ljuset/mörkret, miljön.
  - Stockholms ledande spetskompetens - IT, life science och miljöteknik.
  - Spetsområden inom kultur - musik, underhållning, dans.
- Evenemanget ska vara ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt.
- Evenemanget ska upplevas som positivt för och av stockholmarna.
- Evenemanget ska profilera Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Utgångspunkten är att ju större ekonomisk insats som övervägs, desto hårdare tillämpas kriterierna. Full öppenhet om stadens marknadsföringsinsats i evenemang råder.

Vidare ställer SBR följande krav på en arrangör som ansöker om en marknadsföringsinsats.

- En realistisk budget ska ligga till grund för evenemanget och bifogas ansökan.
- En plan för hur varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer att exponeras i förbindelse med evenemanget ska bifogas ansökan.
- En redogörelse över hur arbetet med miljöfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget ska bifogas ansökan.
- En redogörelse för hur arbetet med jämställdhetsfrågor ser ut i förbindelse med evenemanget och i den övriga verksamheten ska bifogas ansökan.
- Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

Efter genomfört evenemang ska följande redovisningar upprättas och skickas till SBR i enlighet med tidigare styrelsebeslut.

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

## **Bolagets analys och bedömning**

Nedan följer SBRs svar på de fem frågeställningar lyfts fram i skrivelsen.

1. Bedömningen om en marknadsföringsinsats i ett evenemang sker mot bakgrund av hur väl evenemanget uppfyller kriterierna i stadens evenemangsstrategi. Den marknadsföringsinsats som beviljas avser därigenom evenemanget som helhet. Kontroll sker av att arrangören som ansöker om en marknadsföringsinsats i evenemang är densamme som fakturerar SBR beviljat belopp.
2. Arrangörens ansökan och styrelsens beslut utgör överenskommelsen mellan arrangören och SBR. Separata avtal avseende marknadsföringsinsats i evenemang tecknas inte mellan parterna.
3. De redovisningar arrangören ska upprätta efter genomfört evenemang framgår av styrelsen beslut. Flertal evenemang är årligt återkommande och SBR har som princip att inte handlägga nya ansökningar från en arrangör som inte slutredovisat ett tidigare beviljat evenemang. SBR har erhållit slutredovisningar från arrangörer som bedömts som tillfredsställande. Möjligheten för SBR att kräva annan redovisning än beslutat

eller exempelvis extern revision av en underleverantör till arrangören bygger på att man självmant öppnar för en sådan granskning.

4. Styrelsen för SBR har möjlighet att återta tidigare beslut om att bevilja ett evenemang en marknadsföringsinsats. Detta var fallet i förbindelse med Stockholm Marathon där styrelsen den 19 maj 2015 beslutade att återta tidigare beslut (dnr 3.8.3-1:20/2015). Det beviljade beloppet var i det fallet inte utbetalt varför SBR höll inne betalningen tills styrelsen fattat nytt beslut. I de fall stödet är utbetalt och styrelsen därefter beslutar att återta tidigare beslut kan stödet helt eller delvis vara förbrukat.
5. SBR förhåller sig till Stockholms stads policys och riktlinjer m.m. Däribland Stockholms Stadshus ABs värdegrund (bilaga 3) vilken styrelsen för SBR fattade beslut att tillämpa den 25 maj 2010. I den framgår bland annat:

”Stockholmarnas välfärd är det övergripande målet för all verksamhet som bedrivs av staden. All myndighetsutövning och alla tjänster som utförs ska präglas av respekt för alla människors lika värde och för den enskilda människans frihet och värdighet. Stadens verksamhet bedrivs utifrån lag och i enlighet med lag. Vi är en del av staden.”

”Vi ska utföra vårt uppdrag i en snabbt föränderlig omvärld vilket gör att vi måste kombinera en effektiv styrning/ledning och god organisation med ständig utveckling av arbetssätt. Därutöver ska vi genom, öppenhet, ett gott medarbetarskap, ekonomi och affärsmässighet, integritet och ett aktivt samhällsansvar klara de utmaningar som vi ställs inför.”

”I våra affärskontakter följer vi den goda affärssed som utvecklats i näringslivet med hörnstenar i hederlighet och respekt för ingångna överenskommelser.”

Vidare framgår av Stockholms stads riktlinje om mutor och representation (bilaga 4), som styrelsen antog den 27 november 2012, bland annat följande:

”En förutsättning för att stockholmarna ska ha förtroende för oss som arbetar inom staden är att vi utför vårt arbete med omdöme och att vi följer gällande lagar och regler. Det är viktigt att vi har en god etik och hög moral.”

SBRs generella uppfattning är att samarbetet mellan ansökande arrangörer och staden, genom SBR, är gott. Relationerna mellan staden och exempelvis idrottsförbund, där förbunden i vissa fall genomför internationella evenemang men mer frekvent använder stadens faciliteter för annan idrottsverksamhet, är långsiktiga och bygger på god affärssed och respekt för ingångna överenskommelser.

Vidare framgår av revisionskontorets granskningspromemoria 2014 (bilaga 5), vilken behandlades av styrelsen den 3 mars 2015, att revisionskontoret genomfört en fördjupad granskning av evenemang. Revisionskontoret kontrollerade hur SBR hanterar evenemangsansökningar enligt stadens evenemangsstrategi samt om det förekommer någon

utvärdering av utfallet mot kriterierna. Av revisionskontorets sammanfattande bedömning framgår att revisionskontoret konstaterar att SBR har rutiner för evenemangsstöd och att SBRs hantering av evenemangsstöd är tillfredsställande.

I stadens budget för 2016 föreslår vidare kommunstyrelsen att stadens nuvarande evenemangsstrategi ska revideras. Med anledning av detta kommer, bland annat, stadens arbete med stöd till evenemang att revideras. Arbetet kommer att ledas av Stadsledningskontoret, i samarbete med SBR m.fl.

## **Bilagor**

1. Skrivelse av Birgitta Rydell och Martin Ängeby (FP), brister i uppföljningen av Stockholm Business Regions evenemangsstöd.
2. Stockholms stads evenemangsstrategi.
3. Värdegrund Stockholms Stadshus AB.
4. Stockholms stads riktlinje om mutor och representation.
5. Revisionskontorets granskningspromemoria 2014.