

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 285 90

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Yttrande över Stockholm Prides ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 450 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride 2016 och Stockholm.

Olle Zetterberg

Lena Häggdahl

Ärendet

Stockholm Pride har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 14 april 2016 ansökt om ett stöd om 500 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride den 25 - 30 juli 2016 (bilaga 1).



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

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

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

Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. Vidare ska arrangören tillsammans med bolaget undersöka möjligheten att marknadsföra evenemanget mot stockholmarna. Staden accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats.

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

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

Evenemanget bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och befästa bilden av Stockholm som en evenemangsstad och som en stad präglad av mångfald och öppenhet. Intresset från media för Stockholm Pride är stort. Förutom nationellt ackrediterade journalister, fotografer och bloggare vid festivalen 2015 var 49 internationella journalister ackrediterade. TV-kanalen OUT Tv, som bildades 2008 med ett innehåll som riktar sig till HBTQ publiken, sände såväl nationellt som internationellt från festivalen.

Efter 2014 och 2015 års festival är arrangörens ekonomi i balans och Stockholm Pride står nu, enligt uppgift, åter stabilt ekonomiskt. I styrelsen och i festivalledningen finns kontinuitet från de senaste åren och arrangörens plan är att fortstätta de senaste årens arbete vilket SBR ser positivt på.

Stockholm Pride håller en hög internationell status och är Nordens största Pridefestival. Festivalen attraherar såväl besökare som stockholmare att delta på Pride Park, Pride House och i Pride Parade. Därtill lockar Prideparaden ett stort antal åskådare.

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

Stockholm Prides är ett årligt återkommande evenemang och långsiktigt utvecklingsbart. Som nordens största Pridefestival är arrangörens långsiktiga plan att fortsätta vara en ledande aktör och arbetar för att både synliggöra HBTQ frågor och skapa en frizon för HBTQ personer.

Inför årets evenemang kommer arrangören undersöka möjligheten att arrangera satellitfestivaler utanför innerstaden. Vidare planeras en nysatsning på Pride City som är konceptet för att fånga upp aktiviteter som andra aktörer, primärt kulturinstitutioner, gör under Prideveckan och bistå dem med marknadsföring. Därutöver kommer arrangören fokusera på nyanlända HBTQ personer vilket bl. a. ställer krav på information till festivalbesökarna på fler språk.

Arrangörens ansökan om att agera värd för Europride 2018 bifölls av European Pride Organisers Association (EPOA) i september 2015. EuroPride 2018 kommer därmed att samarrangeras tillsammans med West Pride i Göteborg. Genom Stockholm Prides medverkan i styrelsen för EPOA finns vidare möjligheten att påverka såväl den europeiska utvecklingen av Pride festivaler som Stockholm Pride.

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

Av arrangörens redogörelse av miljöarbetet framgår att Stockholm Pride har haft en uttalad fokus på miljöfrågor sedan starten av festivalen. Då arrangören bedömer att den största miljöpåverkan är relaterad till Pride Park ligger även största fokus där. Arbetet innefattar bland annat att satsningar på digitalt material istället för tryckt, sopsortering samt elförsörjning. Inför 2016 kommer arrangören även fortsätta effektivisera arbetet med sopsortering. Vidare är Stockholm Prides policy, vid resor, att välja tåg framför flyg.

Avseende jämställdhetsarbetet framgår bland annat av redogörelsen att Stockholm Pride är en organisation som enligt stadgans första paragraf ”är en partipolitiskt och religiöst obunden ideell förening som verkar för att förbättra HBTQ-personers livssituation och rättigheter. Föreningen är öppen för alla som känner sig delaktiga i och respekterar den kultur som har sina rötter i homosexuella, bisexuella, transpersoner och queers liv.” Att förbättra situationen

för HBTQ-personer förutsätter ett jämställdhetsarbete, då den diskriminering som drabbar HBTQ -personer i synnerhet drabbar de som identifierar sig som kvinnor.

Enligt stadgans andra paragraf så ska organisationen bland annat ”verka för att frigöra samhället från förtryckande normer och verka för jämlikhet och HBTQ -personers rättigheter.” Då sexism och förtryck på grund av en människas kön är förtryckande normer så har organisationen gjort tydliga feministiska ställningstaganden som förutsätter ett aktivt jämställdhetsarbete redan i stadgan.

I värdegrunden för Stockholm Pride utvecklas detta och det manifesteras att organisationen tar aktivt avstånd från sexism samt solidariserar sig med andra rörelser som riskerar diskriminering och förtryck, och som verkar i samma anda som Stockholm Pride.

Vidare sker ett strategiskt utvecklingsarbete för ökad jämställdhet genom tillsättandet av en antirasistisk arbetsgrupp som, på årsmötets uppdrag, inte bara ska arbeta mot rasism utan även mot förtryck med anledning av kön. Arbetsgruppen kommer i slutet på våren 2016 att lämna sin slutrapport vilken kommer att innehålla förslag på åtgärder på kort och lång sikt. I styrelsen för Stockholm Prides uppdrag för 2016 ingår att ta arbetsgruppens förslag vidare. På så vis pågår ett aktivt utvecklingsarbete för att bli en än mer jämställd och tillgänglig festival.

SBR kan konstatera att Stockholm Prides ansökan om stöd ligger i linje med de kriterier som staden tagit fram och föreslår därför styrelsen att bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 450 000 kronor.

Bilagor

1. Stockholm Prides ansökan om stöd.