

Handläggare: Mattias Rindberg

Tel: 08-508 28 590

E-post: mattias.rindberg@stockholm.se

Kriterier och krav vid marknadsföringsinsats i evenemang

Stockholm Business Regions förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Tillämpa SBRs föreslagna kriterier och krav när beslut avseende marknadsföringsinsats i evenemang fattas.
2. Beslutet ersätter tidigare beslut avseende kriterier och krav vid marknadsföringsinsats i evenemang (dnr 1.2-75/2017).

Staffan Ingvarsson

Erica Grünewald

Bakgrund

Stockholm Business Region (SBR) har i budget för 2019 med inriktning 2020 - 2021 ett uppdrag att reformera evenemangsstödet bland annat till mer affärsmässighet när det gäller kommersiella evenemang, och utvecklad kontroll och uppföljning av evenemangsbidrag till ideella aktörer.



Ärendet

Den 23 maj 2017 beslutade styrelsen för Stockholm Business Region (SBR) att anta Stockholms stads program för evenemang samt tillämpa SBRs föreslagna krav och kriterier när beslut avseende marknadsföringsinsats i evenemang fattas (dnr 1.2-75/2017).

I budget för 2019 med inriktning 2020 - 2021 framgår att staden ska arbeta utifrån följande inriktningsmål:

1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla
2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt
3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden

Vidare framgår av budget bl.a. att Stockholm ska fortsätta utvecklingen mot en levande, inkluderande, öppen och modern kultur-, idrotts- och evenemangsstad. Stockholm ska vara en ledande, klimatsmart och attraktiv evenemangs- och upplevelsestad med en rik tillgång till internationella evenemang.

I enlighet med offentlighetsprincipen råder full öppenhet om SBRs marknadsföringsinsats i evenemang.

SBRs förslag till kompletterande krav och rutiner

För att möta budgetuppgiftet och anpassa SBRs kriterier och krav utifrån Stockholms stads budget anser SBR att kraven på en arrangör som ansöker om en marknadsföringsinsats i evenemang ska kompletteras med följande:

- En redogörelse för hur arbetet med tillgänglighetsfrågor, ur ett funktionshinderperspektiv, ser ut i förbindelse med evenemanget ska bifogas ansökan.
- Aktuella uppgifter från Skatteverket innefattande bl.a. uppgift om F-skatt, mervärdesskatt, arbetsgivaravgifter och eventuella restförda skulder avseende skatter och avgifter hos Kronofogden (SKV 4820), ska bifogas ansökan för en seriositetskontroll.

Vidare föreslår SBR att bolagets rutiner ska tillämpas i enlighet med följande:

- I det fall en arrangör inte inkommer med redogörelser avseende de krav som SBR ställer eller om seriositetskontrollen (SKV4820) visar på något avvikande ska SBR betrakta ansökan som icke fullständig och inte handlägga ärendet.
- Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. SBRs ska inte betala någon faktura från arrangören innan SBRs villkor skriftligen undertecknats av arrangören.
- SBR ska inte handlägga ett nytt ärende från en arrangör innan arrangören skickat efterfrågad slutredovisning från ett tidigare beslutat evenemang.
- Arrangörens slutredovisning avseende antalet besökare, antalet internationellt ackrediterad media samt antalet internationella TV-kanaler som sänt från evenemanget

rapporteras i stadens system för integrerad ledning och styrning (ILS) i samband med bolagets ordinarie uppföljning av verksamheten.

Därutöver ska arrangören samverka och utbyta erfarenheter med SBR i syfte att utveckla Stockholm som evenemangsstad.

SBRs kriterier och krav vid beslut om marknadsföringsinsats i evenemang

Med utgångspunkt i SBRs förslag till kompletterande kriterier och krav föreslår SBR styrelsen besluta att följande kriterier, krav och rutiner ska tillämpas när beslut avseende marknadsföringsinsats i evenemang fattas.

SBR kan överväga att ekonomiskt engagera sig i evenemang under förutsättning att följande kriterier är uppfyllda.

- Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen.
- Evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp.
- Evenemanget ökar antalet besökare till Stockholm.
- Evenemanget har en hög internationell status.
- Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart.
- Evenemanget är öppet för alla besökare och inkluderar alla delar av samhället oavsett etnisk tillhörighet, kön eller religion.
- Evenemanget tangerar kärnvärdena:
 - Stockholms unika, naturliga förutsättningar med vattnet, ljuset/mörkret och miljön.
 - Stockholm som smart och innovativ stad med ledande spetskompetens inom IT, life science och miljöteknik.
 - Stockholms rika kulturliv som är tillgängligt för alla.
 - Stockholms satsningar på idrott och fysisk aktivitet som är tillgänglig för alla och som stimulerar till ytterligare rörelse.
- Evenemanget ska vara ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt.
- Evenemanget ska upplevas som positivt för och av stockholmarna.

Vidare ställs 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 ska bifogas ansökan.
- En redogörelse för hur arbetet med tillgänglighetsfrågor, ur ett funktionshinderperspektiv, ser ut i förbindelse med evenemanget ska bifogas ansökan.

- Aktuella uppgifter från Skatteverket innefattande bl.a. uppgift om F-skatt, mervärdesskatt, arbetsgivaravgifter och eventuella restförda skulder avseende skatter och avgifter hos Kronofogden (SKV 4820), ska bifogas ansökan för en seriositetskontroll.

I det fall en arrangör inte inkommer med redogörelser avseende de krav som SBR ställer eller om seriositetskontrollen (SKV4820) visar på något avvikande ska SBR betrakta ansökan som icke fullständig och inte handlägga ärendet.

Efter en beviljad ansökan ska SBRs villkor för marknadsföringsinsats i evenemang skriftligen bekräftas av arrangören. SBRs rutin är att inte betala någon faktura innan arrangören skriftligen bekräftat SBRs villkor.

Arrangören ska samverka och utbyta erfarenheter med SBR i syfte att utveckla Stockholm som evenemangsstad.

Stockholms stad och SBR accepterar inte affischering på annan än därtill avsedd plats och hänvisar till Stockholms stads webbplats för företagare och ”Tillstånd, regler och tillsyn” för ytterligare information avseende möjligheterna att affischera på offentlig plats.

Efter genomfört evenemang ska följande slutredovisning skickas till SBR.

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

SBR tillämpar rutinen att inte handlägga ett nytt ärende från en arrangör innan arrangören skickat efterfrågad slutredovisning från ett tidigare beslutat evenemang.

Arrangörens slutredovisning avseende antalet besökare, antalet internationellt ackrediterad media samt antalet internationella TV-kanaler som sänt från evenemanget rapporteras i stadens system för integrerad ledning och styrning (ILS) i samband med bolagets ordinarie uppföljning av verksamheten.

SBR föreslår styrelsen besluta att anta bolagets förslag till kriterier och krav vid beslut om marknadsföringsinsats i evenemang samt att beslutet ersätter tidigare beslut avseende kriterier och krav vid marknadsföringsinsats i evenemang (dnr 1.2-75/2017).