



Handläggare:  
Lars Westerlund, tel. 08-508 28 481  
Per Johansson, tel. 08-508 26 618

Till  
idrottsnämnden 2009-04-14 Nr 6

## **Förslag med anledning av motion om sponsring av stadens idrottsanläggningar**

Remiss från kommunstyrelsen

### **Förslag till beslut**

Idrottsförvaltningen föreslår att idrottsnämnden beslutar följande.

1. Förvaltningens redovisning godkänns som svar på remissen ”Motion om sponsring av stadens idrottsanläggningar”.
2. Paragrafen förklaras omedelbart justerad.

Inger Båvner  
Förvaltningschef

Kjell Olofsson  
Chef Förenings och  
beställaravdelningen

Åke Roxberger  
Chef Planeringsavdelningen

### **Ärendet**

Ärendet har beretts av förenings och beställaravdelningen i samråd med planeringsavdelningen.

### **Remissen**

KF/KS kansli mottog den 2 januari 2009 från Per Ankersjö (c) en motion om sponsring av stadens idrottsanläggningar, dnr: 328/13/2009. Motionen har remitterats till idrottsnämnden för yttrande senast den 14 april 2009.

### **Motionen**

I motionen definieras sponsring inte enbart som en inkomstkälla utan också som ett medel för en utökad och förbättrad verksamhet på stadens arenor. En beskrivning görs också över idrottssponsringens utveckling där värdet globalt växt med



300 procent sedan början av 1990-talet. Motionären menar att Stockholms stad mer aktivt borde arbeta med att nyttja sponsorer inom idrotten och då framför allt med så kallad anläggningssponsring.

Motionären föreslår att kommunfullmäktige ska upprätta en sponsringpolicy med inriktningen att göra det mer attraktivt att sponsra nya och befintliga idrottsanläggningar och att frågan om sponsring ska aktualiseras vid varje nytt beslut om att anlägga eller bygga om en idrottsanläggning.

### **Förvaltningens förslag**

Förvaltningen anser liksom motionären att det är mycket angeläget att få sponsorer till stadens idrottsanläggningar. Förvaltningen har också tidigare anlitat en konsult för att utveckla arbetet med sponsring. I sammanhanget kan även nämnas att kommunfullmäktige har gett idrottsnämnden i uppdrag att vidta åtgärder för att stärka föreningarnas ekonomi. Exempel på åtgärder är ökade serveringsmöjligheter, reklamrätt på anläggningar och ekonomiskt stöd till föreningar som tar driftansvar för anläggningar.

Vid stadens idrottsanläggningar förekommer både fast och tillfällig reklam. De större evenemangsanläggningarna - Stockholms Stadion, Zinkensdamms idrottsplats Eriksdalsbadet och Eriksdalshallen - är reklamfria de tider det inte genomförs arrangemang. Vid evenemang upprättas avtal med den ansvariga föreningen som disponerar rätten till reklam på anläggningen. Den fasta reklamen finns i flertalet av de övriga idrottsanläggningarna. Avtal, oftast helårsavtal, upprättas med de lokala föreningar som bedriver verksamhet på berörd anläggning. Ofta är det mindre och lokala företag som genom reklamen ekonomiskt stöttar föreningarna.

Enligt vad förvaltningen erfarit är intresset för kommersiell sponsring av stadens stora anläggningsbestånd inte särskilt stort. I de mindre, ej publika, anläggningarna har idrotten själv betydligt större möjligheter att få ett samarbete med lokala företagare. I de publika anläggningarna, Stadion, Eriksdalshallen och kanske Zinkensdamms IP, med ibland stor mediebevakning är möjligheten större för staden att få in extern finansiering. Föreningsdrift och olika former av brukarinflytande ökar enligt förvaltningen möjligheten till sponsring som direkt kan stärka föreningarnas ekonomi.

Förvaltningen bedömer inte att en sponsringpolicy behöver tas fram, däremot borde en redovisning av sponsringmöjligheter göras inför varje nytt anläggningsprojekt.

Bilaga: remissen