

Handläggare Mattias Rindberg
Telefon 0850828590
Epost mattias.rindberg@stockholm.se

Till
Styrelsen för Stockholm Business Region

Yttrande över Stockholm Prides ansökan om stöd till evenemang

Stockholm Pride 2022

Förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 600 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride 2022 och Stockholm.

Ärendet

Stockholm Pride har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 29 april 2022 ansökt om ett stöd om 600 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride den 1 – 7 augusti 2022 (bilaga 1).

I enlighet med beslut av styrelsen för Stockholm Business Region (dnr 1.1.3-188/2019) kan SBR 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 till Stockholm och har en hög internationell status. Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart och 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 är ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt och upplevs 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 fakturera SBR beslutad marknadsföringsinsats tidigast 30 dagar före evenemangets genomförande.

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.

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.

Efter två år präglade av pandemi kommer nu föreningen Stockholm Pride genomföra en fullskalig festival första veckan i augusti 2022. Föreningen Stockholm Pride har en lång historik av att årligen arrangera festivalen Stockholm Pride och årets tema är ”Dags att bekänna färg”. Evenemanget innefattar bl.a. Pride Park, Pride House, Pride Parade, Pride City och Pride Fair.

Huvudarenan för evenemanget kommer som tidigare vara Östermalms IP där Pride Park kommer vara etablerat. Pride House kommer arrangeras på Clarion Hotel vid Skanstull och innehålla seminarier och workshops där en del av programmet kommer ha en internationell prägel och genomförs på engelska. Pride Fair är en marknad där mindre aktörer inom HBTQ-communityt som hantverkare och konstnärer m.fl. kan ställa ut och möta besökare och Pride City är arrangörens koncept för att fånga upp aktiviteter som andra aktörer genomför under Prideveckan. Den 6 augusti går Pride Parade sedvanligt längs stadens gator.

Stockholm Pride bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt och till att befästa bilden av Stockholm som en internationell evenemangsstad och som en stad präglad av mångfald, jämställdhet och öppenhet. De erfarenheter som arrangören byggt upp avseende digitalisering av festivalen under pandemin kommer tas med till årets evenemang och delar av programmet kommer sändas digitalt. Det ökar möjligheten att marknadsföra evenemang och Stockholm både i Sverige och utomlands.

Evenemanget bidrar till att öka antalet besökare och har en hög internationell status. Senast en fullskalig festival arrangerades attraherade Pride Park cirka 41 500 besökare, Pride House cirka 5 800 besökare och Pride Parad uppskattningsvis 50 000 deltagare och 500 000 åskådare. Stockholm Pride är vidare norra Europas största Pridefestival och har en hög internationell status inom HBTQ-communityn.

Festivalen attraherar såväl besökare som stockholmare och genom evenemanget kan besökarna komma till en stad där alla är accepterade samtidigt som evenemanget upplevs som positivt för och av stockholmarna.

Stockholm Pride arrangeras årligen och är därigenom långsiktigt utvecklingsbart. Arrangören arbetar vidare aktivt med tillgänglighet och för att alla besökare oavsett etnisk tillhörighet, funktionsvariation eller könsidentitet ska känna sig välkomna och inkluderade.

Av arrangörens redogörelse av miljöarbetet framgår bl.a. att Stockholm Pride antagit en miljöpolicy av vilken det bl.a. framgår:

”Vi ska genom vårt miljöarbete verka för att kontinuerligt minska vår negativa miljöpåverkan. Vi ska också förmedla kunskap i frågor som rör miljö och hållbar utveckling samt skapa medvetenhet om och engagemang för miljöfrågorna i organisationen och i det omgivande samhället. Miljöfrågorna ska införlivas i alla delar av vår verksamhet.”

Av redogörelsen framgår även att arrangören bedömer att den största miljöpåverkan är relaterad till Pride Park och där ligger även största fokus på miljöarbetet.

Stockholm Pride har slutat med att trycka flyers, programblad mm på papper som delas ut i Pride Park. Stockholm Prides policy vid resor är att välja tåg framför flyg. Merparten av artisterna som uppträder under Prideveckan är svenska artister och arrangören premierar lokala talanger vilket bidrar till att minska antalet flygresor. På plats är

målsättningen att lösa persontransporter av artister m.fl. med hjälp av miljöbilar. Vidare innefattar arbetet bl.a. satsningar på sopsortering och återvinning samt elförsörjning. 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.

Av arrangörens redogörelse av tillgänglighetsarbetet framgår att tillgänglighetsarbetet är en prioriterad fråga. I det arbetet har arrangören tagit fram en checklista som stöd för att utveckla arbetet och bidrar i den fortsatta översynen av alla delar inom festivalen i ett tillgänglighetsperspektiv. Checklistan innefattar punkter omfattande evenemangets fysiska områden såsom bl.a. Pride House, Pride Park och Pride Parade samt punkter omfattande kommunikativa delar såsom webbplatsen, formgivning, bild och ljud samt organisationen med volontärer och styrelse.

SBR anser att 600 000 kronor är en rimlig marknadsföringsinsats mot bakgrund av hur väl evenemanget uppfyller stadens kriterier och den internationella marknadsföringen som staden erhåller genom evenemanget och anser sammantaget att ett ekonomiskt engagemang är motiverat på såväl kort som lång sikt. Beloppsnivån är att betrakta som ett extraordinärt stöd för 2022 och kopplat till återstart av evenemanget och Stockholm efter pandemin.

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 600 000 kronor för Stockholm Pride 2022 och Stockholm.

Staffan Ingvarsson

VD

Erica Grünewald

Administrativ chef

Bilagor

1. Stockholm Prides ansökan om stöd

Attesterat av

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

Namn	Datum
Staffan Ingvarsson, VD	2022-05-13
Erica Grünwald, Administrativ chef	2022-05-13