

Stockholm Business Region AB  
Handläggare: Mattias Rindberg  
Telefon: 08-50828590  
Epost: mattias.rindberg@stockholm.se

Till  
Styrelsen för Stockholm Business Region

## Yttrande över Stockholm Prides ansökan om stöd

Stockholm Pride 2023

### Bolagets förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Stockholm Pride en marknadsföringsinsats om 700 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride 2023 och Stockholm.

### Ärendet

Stockholm Pride har i en skrivelse till Stockholm Business Region (SBR) den 21 april 2023 ansökt om ett stöd om 700 000 kronor för marknadsföringen av Stockholm Pride den 31 juli – 6 augusti 2023 (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 kändedomen 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 kunde föreningen Stockholm Pride genomföra en fullskalig festival första veckan i augusti 2022. Festivalen genomfördes med en kort planeringshorisont då det var i slutet av mars 2022 som det stod klart att arrangören kunde genomföra festivalen. Den korta planeringshorisonten innebar att arrangören inte

kunde sälja sponsorpaket, parkplatser, paradekipage eller biljetter i önskad omfattning vilket resulterade i ett negativt ekonomiskt utfall. Trots det framhåller arrangören att Stockholm Pride fortsatt står på stabil grund finansiellt då fonderade medel fanns och likviditeten är fortsatt god.

Arrangören mål för 2023 är att bjuda Stockholm på en härlig festival och samtidigt bjuda såväl stockholmarna som besökare på en del nyheter och oväntade inslag. Detta inte minst mot bakgrund av att Stockholm Pride fyller 25 år – vilket kommer att prägla festivalen och stämningen.

Delar av styrelsen är ny för året men står för ett starkt ledarskap med mycket samlad erfarenhet. Planen är att 2023 års festival ska utgå från den budget och volym som arrangören hade 2022 men med den normala planeringshorisonten. Arbetet med att genomföra festivalen 2023 startade i oktober 2022 varför förutsättningarna att nå ett positivt ekonomiskt resultat är bättre. Stockholm Pride hade redan i mars 2023 säkrat sponsorintäkter som motsvarar nivån som säkrades för hela 2022. Biljettpriser, sponsorpaket och andra avgifter för att delta som utställare etc. har justerats för att möta den ekonomiska verkligheten.

Föreningen Stockholm Pride har en lång historik av att årligen arrangera festivalen Stockholm Pride och årets tema är ”Stockholm Pride 25 år: Fira mångfald”. Evenemanget innefattar bl.a. Pride Park, Pride House, Pride Parade och Pride City.

Huvudarenan för evenemanget kommer som tidigare vara Östermalms IP där Pride Park kommer vara etablerat. Pride House kommer antingen arrangeras på Clarion Hotel vid Skanstull eller på Clarion Sign vid Norra Bantorget. Diskussioner pågår för närvarande vilket alternativ som fungerar bäst. Pride Parade genomförs lördagen den 5 augusti. Arrangörens förhoppning är att paraden ska locka fler deltagare och åskådare än något annat år. Paraden kommer starta på Norr Mälarstrand på Kungsholmen och sluta vid Östermalms IP/Stockholms stadion. Pride City, är Stockholm Prides koncept för att fånga upp aktiviteter som andra aktörer genomför under Prideveckan och bistå dem med marknadsföring i arrangörens egna kanaler. Detta handlar i stor utsträckning om kulturinstitutionernas aktiviteter och arrangören har en nära dialog med inte minst biografier, teatrar och museer i Stockholm.

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. Medieintresset för Stockholm Pride är stort både nationellt och internationellt och representanter för Stockholm Pride har medverkat i TV- och radioprogram både i Sverige och internationellt. Ett vanligt förekommande tema i internationell återrapportering från Stockholm Pride är att Stockholm är en öppen stad där det är enkelt att leva som HBTQ-person. Totalt var 39 representanter från internationell media ackrediterade vid evenemanget 2022.

Evenemanget bidrar till att öka antalet besökare och har en hög internationell status. 2022 attraherade Pride Park cirka 38 600 besökare, Pride House cirka 4 500 besökare och Pride Parade uppskattningsvis 45 000 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 700 000 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 2023 och kopplat till Stockholm Prides 25 års jubileum.

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 700 000 kronor för Stockholm Pride 2023 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:

<b>Namn</b>	<b>Datum</b>
Staffan Ingvarsson, VD	2023-05-12
Erica Grünewald, Administrativ chef	2023-05-11