



Ansökan Visit Stockholm för Stockholm Pride 2022

Stockholm, 2022-04-06

Sammanfattning av ansökan

Stockholm Pride är ett årligt evenemang som erbjuder alla besökare – både tillresta och stockholmare – norra Europas största Pridefestival. Vi kan nu med säkerhet säga att vi kommer att kunna genomföra en fullskalig festival 2022.

Festivalen verkar i en internationell kontext av Pridefestivaler och har en hög andel besökare från hela Sverige, Norden och andra delar av Europa och världen¹ samt en hög internationell status inom hbtq-communityt. Festivalen blandar fest, politik och kultur genom att ha en bredd av verksamheter, till exempel ett omfattande utbud av kulturaktiviteter, seminarier och workshops i Pride House, norra Europas största prideparad genom centrala Stockholm och en färgsprakande festivalpark med scenprogram, restauranger och barer. Till det läggs verksamhet riktad mot unga, samverkan med arrangörer över hela Stockholm i Pride City och nyheten från 2021 Pride Fair.

Efter två år präglade av Corona har Stockholm Pride klarat att övervintra. Under 2020 genomfördes en helt digital festival under ett par dagar där utrymme gavs både till underhållning och till seminarier. 2021 arrangerades en hybrid-festival där vissa delar genomfördes live dock i mindre skala än ett vanligt år. Pride Fair var ett nytt inslag som får en fortsättning 2022. De erfarenheter och kunskaper som byggts upp runt digitalisering av festivalen tas med vidare i planeringen för 2022 och framåt. Stockholm Pride kommer att sända

"Festivalen är en glädjefylld frizon för hbtq-personer och arbetar för att hbtq-personer ska kunna ta plats i det offentliga rummet. Stockholm Pride blandar fest, politik och kultur som en viktig utgångspunkt i all verksamhet. Vi står för glädje, allvar och häftiga upplevelser som inspirerar och sprider kunskap"

Ur Stockholm Prides syfte och värdegrund

¹ 16 000 internationella besökare enligt Stockholm Visitors Board:

<http://press.stockholmbusinessregion.se/sv/Detaljsida/Stockholm%20Visitors%20Board/pressrelease/1052230/>

delar av programmet digitalt även fortsättningsvis. Det ökar också möjligheterna att marknadsföra Stockholm Pride och Stockholm mot publik som inter personligen kan befinna sig i Stockholm under festivalveckan både i Sverige och utomlands.

Stockholm Pride står fortsatt på stabil grund finansiellt. De två senaste åren har gett ett mindre underskott och ett mindre överskott. Totalt sett har 2020 och 2021 genererat en mindre vinst på 20 000: -. Den operativa ledningsgruppen har varit stabil de senaste åren och nyckelpersoner som drev festivalen 2019 är kvar och laddar för att bjuda Stockholm på en rejäl festival i sommar. Styrelsen är till hälften ny för året men står för ett starkt ledarskap med mycket samlad erfarenhet. Planen är att 2022 års festival ska utgå från den budget och volym som vi hade 2019, men samtidigt som alltid bjuda såväl stockholmarna som nordiska och internationella besökare på en del nyheter och oväntade inslag. Ett stort antal personer lägger sedan några månader sin fritid på att som volontärer, med brinnande engagemang, arrangera Nordens största Pridefestival och att skapa en ny succé.

Stockholm Pride är Stockholms i särklass största återkommande besöksevenemang. Vi är samtidigt Nordens största Pridefestival och arbetar för att både synliggöra hbtq-frågor och skapa en frizon för hbtq-personer. Vi är med andra ord en plattform för såväl sexualpolitik och rättighetsfrågor, som en plats för människor att mötas och känna trygghet och glädje i staden.

Vi jobbar aktivt med tillgänglighet och för att alla besökare oavsett etnisk tillhörighet, funktionsvariation eller könsidentitet ska känna sig välkomna och inkluderade. Festivalen har även ett aktivt jämställdhets- och miljöarbete².

Vi har valt att inför 2022 behålla de biljettpiserna som tillämpades 2019, och då var en sänkning jämfört med åren innan, vilket även det bidrar till en tillgängligheten. Ett veckoband kostar nu 600 kronor fullt pris och 300 kronor reducerat pris.

Nulägesbeskrivning av Stockholm Pride

Åren precis före pandemin lyckades Stockholm Pride göra flera år med positivt resultat i rad. 2020 och 2021 har trots de prövningar som pandemin medfört genererat ett mindre överskott. Föreningen har en stabil ekonomi och en stabil organisation.. Sedan 2013 så återfinns Pride Park på Östermalms IP och vi planerar att ha Pride Park på ÖIP även 2022. Vi fokuserar på lugn och stabilitet i formen för att på så sätt skapa utrymme för kreativitet. Eller som vi formulerar det i verksamhetsplanen: "Vi ska göra det vi är bra på, ge oss själva möjlighet att växa framåt och fokusera på ökad mångfald bland aktörer och besökare".

² Se separat bilagor

Vi har lyckats behålla ett starkt engagemang från många nyckelpersoner under åren då vi inte kunnat genomföra en fullskalig festival vilket är en styrka inför året. Fler personer tillkommer löpande och det är nu nästan lika många volontärer som förr som lägger sin fritid på att, med brinnande engagemang, arrangera den festival som stundar. Festivalen hade 2019 runt 750 volontärer och det är vad vi siktar på även nu. Cirka 100 arbetar året runt och inte bara under veckan. Detta i funktioner som säkerhetschef, festivalchef, presschef etcetera. Ingen person är heltidsanställd för Stockholm Pride – vi är beroende av volontära insatser och människors engagemang för hbtq-frågor och för att skapa en trygg plats för hbtq-personer i Stockholm en gång om året.

Arbete med sikte på 2022 och framåt

Föreningen och festivalen Stockholm Pride arbetar långsiktigt på att utvecklas som plats och bygga och stärka vårt varumärke, i Stockholm såväl som internationellt.

Genom arbetet i EPOA³ stödjer vi svaga Pridefestivaler i länder där det är väsentligt svårare att vara HBTQ-person än i Sverige. Bland annat serbiska Belgrad Pride som i år för första gången ska stå värdar för EuropPride, Pride i Sofia, Tbilisi och Sarajevo.

Även i Sverige fortsätter vårt samarbete och stöd med andra festivaler och arrangemang som exempelvis den alternativa politikerveckan Järvaveckan utanför Stockholm.

Våra fysiska plattformar växer – Pride House, Pride Fair, Pride Ung, Pride Parade och Pride Park

För åttonde gången rad kommer 2022 års festival att ha Östermalms IP som sin huvudarena. Där kommer Pride Park att vara belägen liksom huvuddelen av Pride Ung. Pride Park fortsätter att utvecklas och kommer 2022 innehålla det mesta vi känner igen från tidigare år men kompletteras med ett bredare utbud av aktiviteter i samarbete med hbtq-inriktade idrottsföreningar och dessutom få ett särskilt alkoholfritt område.

När det gäller Pride Ung kommer satsningen att utvecklas ytterligare 2022. Pride Ung är en särskild plats för hbtq-ungdomar med syfte att skapa trygghet för dessa. Verksamheten kommer i år hålla till både på en avskild del av Östermalms IP och på Lava i kulturhuset. Det ökar fokus på Pride Ung och möjliggör ett bredare utbud av aktiviteter för denna viktiga målgrupp.

Pride House planeras arrangeras på Clarion vid Skanstull likt 2019 och 2021. House kommer att fyllas med seminarier och workshops och spännande föreläsningar. En del av programmet kommer att ha en internationell prägel och vara på engelska. De erfarenheter av att digitalisera Pride House som dragits under pandemin leder till att delar av programmet även i år kommer

³ <https://www.epoa.eu/>

att sändas digitalt för att nå ut till ännu fler. Pride House kommer även att ha tematiska plattformar kopplat till årets tema "Dags att bekänna färg" i nära samspel med de aktörer som vill arrangera programpunkter i Pride House.

2021 års nyhet Pride Fair som är en regnbågsmarknad där mindre aktörer inom hbtq-communityt som hantverkare, konstnärer, förlag med flera kan ställa ut och möta besökare fortsätter 2022.

Pride Parade går genom stadens gator lördagen den 6 augusti. Vår förhoppning är att comebacken för paraden ska locka fler deltagare och åskådare än något annat år. Det är alla i Stockholm och alla besökare från världen om värda. Paraden kommer även i år att börja på Norrmälarsstrand på Kungsholmen och gå i mål vid Östermalms IP/Stockholms stadion.

Vi hoppas på fortsatt stor uppslutning vad gäller publik i alla våra plattformar, men lägger samtidigt stor vikt vid kvalitet, bredd och mångfald. Vi kan bli fler som gör och tar del av Stockholm Pride.

Nya målgrupper

Vi fortsätter med vår satsning Pride City, det vill säga vårt koncept för att fånga upp aktiviteter som andra aktörer genomför under Prideveckan och bistå dem med marknadsföring i våra egna kanaler. Detta handlar i stor utsträckning om kulturinstitutionernas aktiviteter och vi har en nära och välfungerande dialog med inte minst biografer, teatrar och museer i Stockholm. Under 2019 års festival samlades över 150 programpunkter under Pride Citys flagg och även 2021 var det många aktiviteter inom ramen för plattformen. Genom Prideveckan så aktiveras inte bara Stockholm Prides egna plattformar, engagemang skapas även hos många andra aktörer runt om i Stockholm vilket sammantaget skapar ett brett utbud för våra besökare.

Vi fortsätter att belysa internationella frågor samt hur det är att leva som nyanländ hbtq-person i Sverige. Gruppen hbtq-personer i Stockholm och i Sverige har förändrats över tid. Det har kommit många hbtq-personer från andra delar av världen till Sverige, oavsett om de flytt på grund av förtryck för sin sexuella läggning eller av andra skäl. Detta ställer ökade krav på oss att exempelvis ha information till festivalbesökare på flera olika språk.

Stockholm Pride riktar sig till alla hbtq-personer och våra vänner. Tiotusentals personer deltar i firandet varje år, många från Stockholm och många inresta.

Det är fantastiskt, men det finns mycket kvar att göra och det är många som har Stockholm Pride som ett andningshål och som en möjlighet att få vara sig själva och träffa andra som delar samma erfarenheter. Den utvecklingen fortsätter i alla delar av vår verksamhet.

Ur den av årsmötet fastställda verksamhetsstrategin 2019-2022

Synlighet och relevans

Medieintresset för Stockholm Pride är stort. 1 000-tals artiklar och blogginlägg om Stockholm Pride skrivs varje år och detta gäller även internationellt. Under pandemiåren har det fortsatt. Den digitala festivalen 2020 fick mycket uppmärksamhet inte minst det faktum att Kronprinsessan Victoria invigningstalade gav media i stora delar av världen. 2021 publicerades över 400 artiklar om festivalen i nationell press och ett 15-tal internationellt. Representanter för Stockholm Pride medverkade 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 – samtidigt som vi trots många positiva förändringar under senaste decennierna har en bit kvar.

Vi ser samtidigt hur hbtq-frågan ständigt hamnar, och bör fortsätta vara, i fokus i det offentliga samtalet om mänskliga rättigheter, och att det är en fråga som människor debatterar och sluter upp bakom i väldigt stor utsträckning. Här har Stockholm en viktig roll som samlingsplats, där stoltheten över staden är central.

Stockholm som en av världens mest hbtq-vänliga städer

Stockholm har uppmärksammats som en av de hbtq-vänligaste städerna i världen. Det bör vi fortsätta vara, under Pride-veckan såväl som under resten av året. Samtidigt kom Stockholm senast "bara" på plats sex i RFSL:s stora kommungranskning. Tillsammans kan vi göra det möjligt att skapa stor stolthet, trygghet och feststämning i hela staden, som lever vidare även resten av året. Det finns stor potential i att marknadsföra Stockholm under den enskilt största turishändelsen för hbtq-personer i Skandinavien. Samtidigt har Stockholm Pride kommit att bli Stockholms absolut största återkommande festival och antalet internationella besökare har ökat i takt med att festivalen har vuxit.

När Stockholm Prides besökare får berätta vad de tycker är viktigt med festivalen svarar de att det är att få komma till Stockholm och känna sig hemma i en miljö där alla är accepterade, i en stad där man kan vara sig själv. För många av besökarna är festivalen höjdpunkten på året.

Det är dock inte bara hbtq-personer som besöker och berörs av festivalen. Vänner och familj besöker parken och paraden, tjänstemän, civilsamhällesaktörer och debattörer besöker Pride House och i detta skapas ett samtal och en dialog som stärker öppenheten i Stockholm – och därmed Stockholm som varumärke. Samtidigt finns festivalen i stora delar av staden när butiker, caféer, företag och klubbarrangörer hissar regnbågsflaggor, firar och diskuterar under en gemensam sommarvecka. Hela Stockholm påverkades av och deltar i festivalen.

En redogörelse över Stockholm Prides arbete med jämställdhetsfrågor

Se bilaga 3, Stockholm Prides jämställdhetsarbete.

En redogörelse över Stockholm Prides arbete med miljöfrågor

Se bilaga 4, Stockholm Prides miljöarbete.

Plan för hur varumärket Stockholm- The Capital of Scandinavia kommer att exponeras förbindelse med evenemanget

Stockholm Pride ser Visit Stockholm som en mycket viktig samarbetspartner och avser därför att ge varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia en stor synlighet i samband med exempelvis

- affischering,
- annonser, på webb/hemsida,
- i sociala medier såsom på Facebook och på Instagram,
- i programblad och på skyltar och skärmar på festivalområdet, samt
- exponering i de egna digitala sändningarna från festivalen.

Vi avser särskilt uppmärksamma våra partners och sponsorer inom ramen för festivalens samtliga arenor och i digitala sändningar från festivalen.

Under året fungerar Stockholm Pride som ett stolt exempel på Stockholm som en öppen och tillgänglig stad, i stadens kanaler och i dialog med internationella journalister. Som organisation gör vi vårt bästa för att finnas tillgängliga i det arbetet. På motsvarande sätt lyfts Stockholm fram i alla våra relationer med partners och andra kontakter internationellt.

Stockholm - the Capital of Scandinavia är stolt Gold Partner till Stockholm Pride vilket även innebär exponering av varumärket på entréband samt vepor runt festivallokaler och Pride Park för ytterligare synlighet under den fysiska festivalen.

Vi har från Stockholm Prides sida en förnyad önskan om att tydligare utvärdera och följa upp hur vi bidrar till att utveckla och gynna turism och näringsliv i staden. Det kräver ett samarbete med Visit Stockholm för att uppnås. Den senaste större undersökningen om Stockholm Prides betydelse genomfördes 2014 (undantaget år med Euro Pride) varför det vore önskvärt att kunna genomföra en ny gemensam undersökning 2022 i och med att vi nu för första gången sedan 2019 kan genomföra en fullskalig festival.

Som ett led i att ytterligare bidra till att varumärket exponeras ges Stockholm Business Region tillgång till Stockholm Prides bildarkiv för användning av stillbilder samt rörligt material från evenemangen 2021. Varje enskilt användande ska regleras separat och Stockholm Pride ska ges möjlighet att godkänna de sammanhang som materialet används i.

Nu gör vi årets festival

Årets tema som kommer att genomsyra kommunikation, seminarier i Pride House och scenprogrammet i Pride Park är "Dags att bekänna färg". Vi vill understryka vikten av att våga ta ställning och att stå upp för öppenhet, stolthet, glädje och kärlek – för rättigheter och möjligheter. Det är ett tema som alla som medverkar på våra plattformar kan ta till sig av och integrera sitt deltagande. Tillsammans kan vi åstadkomma förändring, bryta normer och genom förebilder utveckla mänskliga rättigheter.

Arbetet pågår i skrivande stund för att säkra upp och bekräfta deltagande från internationellt kända artister från Sverige och andra länder. Klart är att Kool and the Gang kommer att spela. Vårt scenprogram kommer även i år att väcka uppmärksamhet i media.

Registreringen för utställare i Pride Park, för seminariepunkter i Pride House och deltagare i Pride Parade är i gång. Vi ser fram emot att ta emot ansökningar till alla våra verksamheter och tillsammans göra ett oförglömligt Stockholm Pride 2022!

Vi vill passa på att understryka den stora betydelse Stockholm Pride har för besöksnäringen i Stockholm och för att skapa en feststämning i staden som uppskattas av hundratusentals Stockholmare och turister. Vi ser en utveckling där allt fler städer har Pridefestivaler runt om i landet, med stöd från kommunen, liksom växande festivaler i grannländerna. Det är förstås en glädjande utveckling då den säger något om den positiva utvecklingen för hbtq-personer och våra mänskliga rättigheter, men ställer samtidigt högre krav på Stockholm Pride som festival och plats. För att vi ska behålla vår ledande roll är det ekonomiska stödet från Stockholm genom Visit Stockholm avgörande.

Inför årets festival, såväl som på längre sikt, är och förblir Stockholms Stad en central samarbetspartner för föreningen och festivalen Stockholm Pride. Det är här vi verkar och gör vår festival, och vi vill givetvis fortsätta växa och utvecklas tillsammans med staden. För våra besökare och för stadens invånare.

Stockholm Pride ansöker därför om **600 000** kronor från Visit Stockholm

Bilaga 1. Rambudget för 2022 års festival

Intäkter	14 250 000 kr	Kostnader	14 250 000 kr
		<i>Året Runt</i>	<i>1 100 000 kr</i>
<i>Sponsring</i>	<i>2 650 000 kr</i>	<i>Sommarfestival 2022</i>	<i>12 000 000kr</i>
<i>Bidrag</i>	<i>600 000kr</i>	<i>Ekonomi</i>	<i>350 000 kr</i>
<i>Biljettintäkter</i>	<i>6 000 000kr</i>	<i>Volontär</i>	<i>550 000 kr</i>
<i>Utställare</i>	<i>3 500 000kr</i>	<i>Kommunikation</i>	<i>250 000 kr</i>
<i>Resturatörer</i>	<i>1 500 000kr</i>		
Resultat	<i>+0</i>		

Bilaga 2. Så svarar Stockholm Pride upp mot Stockholms stads kriterier

Evenemanget ökar kännedomen om Stockholm i världen	I en rapport från Stockholm Visitors Board 2014 så konstaterades av Stockholm Pride besöktes av sammanlagt 400 000 personer varav 37 procent var tillresta besökare och 16 000 av dessa var internationella besökare. ⁴
Evenemanget befäster den bild av Stockholm som staden vill visa upp	Stockholm Pride med dess varumärke bidrar till bilden av Stockholm som en öppen, tillgänglig och varm stad där människor tillåts leva som de själva vill. Evenemang som lyfter fram öppenhet, mångfald och respekt stärker Stockholms attraktionskraft.
Evenemanget ökar antalet besökare eller företag till Stockholm	Enligt ovan: Stockholm Pride besöktes av 400 000 personer 2014 och antalet besökare har legat i linje med det sedan dess. Angående företag: Stockholm Pride har dels ett samarbete med större aktörer i näringslivet som bidrar som sponsorer och utställare under veckan. Dels har festivalen ett nära samarbete med mindre företag som på olika vis är kopplade till hbtq-communityt, till exempel nattklubbar och restauranger. Flera av dessa får en stor del av sin omsättning från den försäljning de genererar under Prideveckan.
Evenemanget har en hög internationell status	Stockholm Pride är norra Europas största Pridefestival. Vi är en av ytterst få Pridefestivaler i Europa som har en någorlunda stabil ekonomi och en obruten historia av att genomföra festivalen sedan 90-talet. Stockholm Pride har därigenom hög status och gott omdöme inom det europeiska och internationella hbtq-communityt och etablerade kontakter med många andra stora pridefestivaler runt om i världen.
Evenemanget är långsiktigt utvecklingsbart	Stockholm Pride genomförs årligen och är ingen engångsföreteelse. Stöd 2022 bidrar till att bygga festivalen inför 2022 och bidrar även till att festivalen långsiktigt kan fortsätta erbjuda stockholmarna och tillresta besökare bland annat en färgsprakande parad, ett brett seminarieutbud i Pride House och ett spännande artistprogram i Pride Park.

<p>Evenemanget bidrar till att utveckla Stockholm som boende, företags- och besöksstad</p>	<p>Enligt beskrivningen i hela denna ansökan så bidrar Stockholm Pride till Stockholm som besöksstad. Enligt redogörelsen ovan kring företag så bidrar evenemanget till Stockholm som företagsstad. Vår lokala förankring och spännande erbjudande till Stockholmare bidrar till att göra Stockholm till en än mer attraktiv stad att bo i.</p>
<p>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</p>	<p>Stockholm Pride bidrar i synnerhet till Stockholm som kulturstad. Vi interagerar och samverkar med kulturinstitutioner, kulturföreningar, musikartister och andra scenkonstnärer, för att ta några exempel, Dessa exponeras under vår festival samt bidrar själva med programpunkter och innehåll under veckan.</p>
<p>Evenemanget ska vara ekonomiskt motiverat på kort och lång sikt</p>	<p>Stödet från Stockholm Stad genom Visit Stockholm möjliggör för Stockholm Pride att vara än mer långsiktiga och strategiska i att bygga ett evenemang som är intressant och givande för Stockholmare och för alla tillresta.</p>
<p>Evenemanget ska upplevas som positivt för och av stockholmarna</p>	<p>Den breda uppslutningen kring i synnerhet paraden – med mellan 500 000 och 550 000 åskådare åren före pandemin – visar att stockholmarna ser positivt på Stockholm Pride som fenomen.</p>
<p>Evenemanget ska profilera Stockholm – The Capital of Scandinavia</p>	<p>Se beskrivning ovan (sidan 6) kring hur evenemanget bidrar till att profilera Stockholm – the Capital of Scandinavia.</p>

Bilaga Jämställdhetsarbete inom Stockholm Pride

Bakgrund

Stockholm Pride är en kulturfestival under en vecka i Stockholm, men vi är också en organisation med ett löpande arbete inom ramen för vår styrelse, festivalledning och medlemsorganisation. Vi har volontärer som är verksamma året om. I all denna verksamhet förhåller vi oss till och arbetar efter att uppnå ökad jämställdhet.

Jämställdhet i våra styrdokument inkl. Stockholm Prides syn på jämställdhet

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."¹ 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"². 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 Pride³ utvecklas detta och det manifesteras att organisationen tar aktivt avstånd från sexism

¹ Stadgan senast reviderad vid årsmötet 22 februari 2022

² Dito

³ Värdegrunden antagen på årsmötet 2020, Stockholm 22 februari 2020

"1 § Föreningen Stockholm Pride ställer sig bakom Europeiska konventionen om Skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna.

2 § Föreningen Stockholm Pride arbetar för att stärka hbtq-personers rättigheter och tar aktivt avstånd från all form av diskriminering och osynliggörande av exempelvis rasism, sexism, homofobi, bifobi och transfobi.

3 § Föreningen Stockholm Pride arbetar för att skapa mötesplatser för hbtq-personer där enskilda besökare inte ska behöva bli ifrågasatta för sin identitet.

4 § Föreningen Stockholm Pride visar solidaritet med andra rörelser som riskerar diskriminering och förtryck, och som verkar i samma anda som Stockholm Pride.

5 § Föreningen Stockholm Pride är öppen för alla som delar ovanstående värderingar samt föreningens syfte.

Ur Stockholm Prides värdegrund

samt solidariserar sig med andra rörelser som riskerar diskriminering och förtryck, och som verkar i samma anda som Stockholm Pride.

Stockholm Pride har ett intersektionellt perspektiv på jämställdhet, vi hävdar att man måste se hur förtryck på grund av kön hänger ihop med andra typer av normer och förtryck, till exempel förtryck på grund av könsuttryck, sexuell läggning, härkomst eller religion. Ett aktivt jämställdhetsarbete är viktigt, men måste förutsätta att alla individer själva får definiera sin könstillhörighet. Ett jämställdhetsarbete som tvingar in individer i kategorierna män och kvinnor riskerar att vara diskriminerande ur ett hbtq-perspektiv. Ett modernt arbete för såväl jämställdhet som för mångfald och diversifiering i övrigt måste se att maktordningar och förtryck i samhället hänger ihop. Därför måste också allt arbete mot förtryckande normer vara integrerat. I vår verksamhetsplan, som sträcker sig 2019–2021, har vi definierat att all verksamhet ska ha ett integrerat antirasistiskt perspektiv och ett integrerat funktionsperspektiv⁴.

Jämställdhet i vårt praktiska arbete

Styrelsen som tillsattes av årsmötet 2022 består personer som använder pronomen hon, han och hen/den.

Stockholm Pride har inte någon könsuppdelad statistik kring volontärer eller besökare, bland annat för att undvika att tvinga människor att definiera sig. I synnerhet en festival som arbetar för att människor själva ska få definiera sin könsidentitet och sitt könsuttryck vill undvika att tvinga människor att definiera sig just i detta forum som har som syfte att vara en trygg plats. Dock så frågade Visit Stockholm i den enkätundersökning de gjorde bland festivalens besökare 2014 kring kön. Deras enkätundersökning visade att 61 procent av besökarna det året var kvinnor, 33 procent var män och 6 procent angav "annat" på frågan om kön⁵.

Vi arbetar aktivt i vår kommunikation för att vara en festival som är attraktiv för så många besökare som möjligt – oavsett kön, könsidentitet, könsuttryck, härkomst, religion, ålder, funktionalitet eller sexuell läggning⁶. I ett ofta könsuppdelat hbtq-community betyder det att vi eftersträvar synlighet och publicitet både i media som i huvudsak läses av hbtq-personer som definierar sig som män och i media som i huvudsak läses av hbtq-personer som definierar sig som kvinnor. En utmaning i sammanhanget är att antalet medier som vänder sig mot den

⁴ Det vill säga vara tillgängligt för alla människor oavsett deras förutsättningar och funktionalitet

⁵ <http://resources.mynewsdesk.com/image/upload/wlpc0fb2mo8yszfd2mda.pdf>

⁶ Vi är dock primärt en festival för hbtq-personer, även om även heterosexuella personer ska kunna känna sig välkomna. Det är till exempel många anhöriga, utställare och vänner till hbtq-personer som även besöker festivalen.

manliga homosexuella publiken är väsentligt fler än de medier som vänder sig mot andra delar av hbtq-communityt. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att just hbtq-communityt i Sverige är mindre könsuppdelat än i många andra länder. Historiskt har organisering skett i RFSL oavsett kön. Detta går att jämföra med många andra länder där bögar och lesbiska i stället organiserat sig i olika organisationer, haft olika festivaler och olika samlingsplatser. På detta vis är Stockholm Pride en mer jämställd Pridefestival än många av våra internationella motsvarigheter. En vanlig reaktion när vi är företrädare utomlands är att vi uppfattas som väldigt jämställda.

Stockholm har en uppdelning gällande nattklubbar och restauranger. Även om dessa i allmänhet inte är helt könsseparatistiska så riktar de sig mot olika publikgrupper, med tonvikt mot homosexuella män respektive mot homosexuella kvinnor. Få om några mötesplatser när det kommer till nattklubbar och restauranger är nischade mot transpersoner eller bisexuella. Stockholm Pride hanterar detta genom att aktivt försöka variera vilka klubbar och restauranger vi samarbetar med och i samarbete med restauratörer säkerställa en bredd som vänder sig till så stora delar av vårt Community som möjligt. Likaså arbetar vi aktivt för ett mer jämställt innehåll på våra scener.

Bilaga Miljöarbete inom Stockholm Pride

Bakgrund

Stockholm Pride är en kulturfestival under en vecka i Stockholm. Festivalen består av fem verksamhetsområden, Pride City, Pride House (inkluderande den nya plattformen Pride Fair), Pride Park, Pride Ung samt Pride Parade. Av dessa verksamheter är Pride Park den största avseende kostnader och förbrukning av material, samt miljöpåverkan, och därför ligger störst fokus inom vårt miljöarbete där.

Stockholm Pride har sedan starten haft ett uttalat fokus på miljöfrågor både därför att vi har ett stort antal miljömedvetna medarbetare och för att miljöengagemanget är stort även bland våra besökare. Att miljöfrågor lyfts är inte heller ovanligt i våra utvärderingar.

Fortsatt miljöarbete

Under 2018 påbörjade Stockholm Pride ett arbete att göra festivalen till ett Miljömärkt Event i samarbete med Håll Sverige Rent. Organisationen har gått igenom de sju steg på checklistan som krävs för att få certifieringen. Arbetet avslutades inför festivalen 2019 och Stockholm Pride har certifierats som ett Miljömärkt Event. I samband med det arbetet tog Stockholm Pride också fram och antog en miljöpolicy. I slutet av 2019 gjordes en uppföljning av arbetet med Miljömärkt Event vilket gav värdefulla insikter om hur Stockholm Pride ytterligare kan utveckla miljöarbetet. Under 2020 var certifieringen Hållbart Evenemang vilket Stockholm Pride fortsatt lever upp till.

Stockholm Prides övergripande miljöpolicy

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.

I vår strävan efter ständig förbättring ska Stockholm Pride verka för att:

- med en helhetssyn, ständig förbättring och mätbara miljömål eftersträva låg påverkan på miljön
- följa tillämplig miljölagstiftning samt de lagar, förordningar och föreskrifter som vi berörs av
- i all verksamhet hushålla med naturresurser och energi
- sätta människors hälsa och säkerhet i centrum
- på förhand analysera miljöpåverkan av nya verksamheter
- utbilda, informera och stimulera vår personal till engagemang, delaktighet och ansvar i miljöarbetet
- ställa lika höga miljökrav på leverantörer, entreprenörer och samarbetspartners som vi ställer på vår egen verksamhet
- öppet redovisa och kommunicera vårt miljöarbete och vår miljöpåverkan

Digitalt i stället för tryck

Sedan att antal år tillbaka har Stockholm Pride slutat trycka flyers, programblad m.m. på papper som delas ut i Pride Park. I stället görs allt via digitala medier. Vi har även ett allmänt förbud mot utdelning av flyers i området, för att minska miljöpåverkan och sophantering. Flyers får endast delas

ut i en så kallad "gift bag" tillsammans med andra produkter vilket avsevärt minskad nedskräpningen i området.

Transport

Inför festivalen 2019 blev Stockholm Pride sponsrade av Volvo med miljöbilar klass 1 som skötte en stor andel av våra transporter. En diskussion om ett liknande upplägg förs inför festivalen 2022. Målsättningen är att kunna lösa en stor andel av våra persontransporter av artister, styrelsemedlemmar etc. med fordon av motsvarande miljöprestanda som 2019.

Sopsortering

Stockholm Pride tillhandahåller ett serviceområde i parken som både utställare, restauratörer samt vår egen verksamhet har tillgång till. I området görs främst sortering av sopor med stark fokus på återvinning och miljö.

Förutom separata kärl och containers för olika typer av avfall, har vi även bemanning i området för att dels hjälpa till att slänga saker på rätt ställe, men som även sorterar och tömmer alla avfallskärl från själva publika området. T.ex. plockas alla PET, plast flaskor samt burkar, med eller utan pant, ur soporna och slängs i en separat container som sedan slutsorteras av Returpack.

Restaurangernas försäljning av drycker begränsas så långt det går att enbart vara PET flaskor som kan återvinnas. Användandet av engångsglas i plast eller glas är därmed minimalt. Glasflaskor får tex ej lämnas ut över disk och kommer därmed inte in i sopheringen och vi minimerar utbudet av glasflaskor. De få tomflaskor som ändå slängs (främst vinflaskor direkt från restaurangerna) sorteras i området i särskilda glascontainers.

Fettrester från restauranger samlas upp i särskilda kärl och skickas till återvinning.

Bränsle

Festivalen har ett behov av elförsörjning närmare 1500 Ampere. Cirka en tredjedel av denna ström tas från det fasta strömnätet som tillhandahålls av fastigheten på Östermalms IP. Resterade ström genereras på plats av dieselgeneratorer. Under en normal festivalvecka förbränns cirka 7000 liter diesel i dessa generatorer. Sedan 2013 använder Stockholm Pride endast miljövänlig diesel i sina generatorer, av svenska EcoPar AB (för mer information se <http://ecopar.se>).

Resor

När Stockholm Pride är representerade vid andra Pridefestivaler i Sverige så är vår policy att välja tåg framför flyg. De flesta artister som uppträder på scenen under Prideveckan är svenska artister och det är därför bara i mycket liten utsträckning vi ersätter resor för dessa. Vi premierar lokala talanger vilket även i sig minimerar antalet flygresor.

Pride House

Seminarieverksamheten som ryms under verksamhetsområdet Pride House är baserad på Clarion Hotell vid Skanstull. Verksamheten har i sig själv mycket låg miljöpåverkan och lokalernas utformning och eventuella miljöpåverkan från dessa styrs därför av den miljöpolicy som gäller för Nordic Choice Hotels som äger hotellet.

Affischering

Affischering sker ej på annan än därtill avsedd plats. Stockholm Pride genomför inte så kallad "Guerilla Marketing".

Checklista – Stockholm Prides tillgänglighetsarbete

Detta dokument utgör grunden för den fortsatta utvecklingen av föreningens tillgänglighetsarbete. Tillgänglighetsarbetet är en prioriterad fråga 2022 liksom vid tidigare festivaler. Följande checklista är ett stöd för att utveckla arbetet och bidrar i den fortsatta översynen av alla delar inom festivalen i ett tillgänglighetsperspektiv.

Volontärer (och styrelse)

- Hur har vi nått ut? Informerat/bjudit in? T.ex. funkisorganisationer, att en kan bli volontär
- Är caféet tillgängliggjort för alla?
- Gå igenom och fastställa tillgänglighetspolicy, följa upp tillgänglighetspass på utbildningen
- Rådfråga organisationer om tips
- Hur tar vi hand om nya volontärer? Extra fokus inför 2022 i och med återstarten av en fullskalig festival

Pride House

- Tolkar och teckenspråk på så många aktiviteter som möjligt – hur kan det "beställas"? Hörslingor? Textning på ev. filmer?
- Tillgång till tillgänglighetsanpassade toaletter och ej könade toaletter (Han, hon, hen)
- Öka antalet engelskspråkiga punkter i Pride house
- Mångfald och representation i programmet
- Se över Infodiskar
- Hur ser informationen ut om programmet och lokalerna?

Pride City

- Lokalers tillgänglighet bör följa lagstiftningen gällande Boverkets byggregler (BBR) och Arbetsmiljöverket. Stockholm Pride ställer krav på samarbetspartner vid användning av deras lokaler att lagstiftningen har efterföljts. Se rapporten "Riktlinjer för tillgänglighet: Riv hindren 2015" utgiven av myndighet för delaktighet www.mfd.se
- Mobil teleslinga – ev. kan Stockholm Pride köpa in/hyra och ha stående så att Pride City arrangörer kan låna.
- Ställa krav på att Pride City arrangörer ska ha information om hur tillgänglighetsanpassat evenemanget är och på vilket sätt i deras programpunkt på vår programsida.
- Kolla SL:s hemsida, tillgänglighetsperspektiv
- Vilken tillgänglighetsinfo ges på punkter? Är det en fråga vid anmälan?

Pride park



- Tillgång till tillgänglighetsanpassade toaletter och ej könade toaletter (Han, hon, hen)
- Så långt möjligt ställa krav på restaurerare att anpassa beställningsmöjligheter för rullstolsburna,
- Kontaktperson på plats i parken som kan hantera och hjälpa personer kring tillgänglighetsfrågor, förslagsvis i informationsdisken eller vid entrén.
- Inga hinder för passage (ramper saknas osv)
- Mångfald och representation i programmet
- Tolkning på scenen bör erbjudas
- Säkerställ i möjligaste mån någon "lugn plats" vi kan hänvisa till för dem som kan behöva gå undan
- Tillgänglighetschecka allt innan vi öppnar Rond?
- Tillgänglighet vid utställarentré till park
- Få fråga vart en vill ha armbandet, t.ex. på foten istället för armen

Paraden

- Enkelt att gå på toaletten efter paraden
- Tillgänglighetsinfo om paradvägen
- Toaletter för alla vid paradens början?

Webbplatsen

- Ska ha information på hemsidan om på vilket sätt våra rum är tillgänglighetsanpassade. Vad finns i vilka rum i form av teleslinga m.m. Finns tolkar på plats. Kan rullstol komma in i rummet.
- Postadress, telefonnummer, texttelefonnummer och e-postadress anges när adress- och kontaktuppgifter sprids i till exempel utgående skrivelser, brev och informationsmaterial
- E-postadressen till varje bestämd typ av ärende ska ha en tydlig mottagare och besvaras inom 1 vecka
- Webbplatsen ska ha
 - lättläst svenska
 - inläst version (tal)
 - punktskrift
 - andra språk, tex engelska, spanska, arabiska, ryska, implementera Google translate på webben

Formgivning, rörlig bild och ljud

- All text och grafik för följa och leva upp till WCAG AA eller motsvarande lagstiftning för offentlig sektor (<https://www.w3.org/WAI/intro/wcag> regelverket)
- All tal ska textas, tex musikvideo, promotion och reklam

Datum
2022-04-29**Blankettens användning**

Den här blanketten kan användas av dig som ska lämna anbud enligt 13 kap. 2 och 3 §§ samt 19 kap. 18 § lagen (2016:1145) om offentlig upphandling.

Information om

Företag/person eller organisation STOCKHOLM PRIDE	Organisations/Personnummer 802402-6612
Om gruppregistreringsnummer till mervärdesskatt finns, ange nummer	

Skatteverkets uppgifter

Registrerad som arbetsgivare Ja	Registrerad för mervärdesskatt Nej
Registrerad för A-skatt	

Beslutade arbetsgivaravgifter de tre senaste månaderna

År och månad	Belopp	År och månad	Belopp	År och månad	Belopp
2021-12	7 477	-	-	-	-
Har företaget restförda skulder avseende skatter och avgifter hos Kronofogden enligt Skatteverkets register? Nej					

Skatteverkets uppgifter

Förklaring

Skatteverkets uppgifter

Registrerad som arbetsgivare?

Om ersättning betalas till person som har A-skatt är utbetalaren att se som arbetsgivare. Personen ska då vara registrerad som arbetsgivare hos Skatteverket. Om arbetsgivarregistrering saknas kan detta innebära att personal hyrs in eller att underleverantör anlitas.

Registrerad för mervärdesskatt?

Eftersom i stort sett all omsättning av varor och tjänster inom Sverige är momspliktig, är nästan alla näringsidkare momsregistrerade.

Registrerad för F-skatt, FA-skatt eller A-skatt?

Det finns inget krav på att man måste ha F-skatt för att bedriva näringsverksamhet. Inom viss närings-verksamhet, t.ex. varuhandel är det inte nödvändigt att ha F-skatt. Om ett företag ska utföra tjänster där arbetsinsatser sker är det normala att företaget har F-skatt.

F-skatt. Företag som är godkända för F-skatt betalar själva sin preliminära skatt och sina socialavgifter. Om du som anlitar ett företag för ett arbete ska du inte innehålla skatt eller betala arbetsgivaravgifter om företaget är godkänt för F-skatt.

FA-skatt. Innehar det företag eller den person som du anlitar FA-skatt måste företaget åberopa att det är godkänt för F-skatt i offert, anbud, avtal eller på faktura. Om godkännandet för F-skatt inte skriftligen åberopas anses personen ha A-skatt.

A-skatt. Om företaget eller personen som du anlitar inte är godkänt för F-skatt måste du innehålla skatt och betala arbetsgivaravgifter på ersättningen. Vid utbetalning till en juridisk person med A-skatt (t.ex. aktiebolag, handelsbolag, förening) ska skatteavdrag göras med 30 % av ersättningen. Arbetsgivaravgifter ska inte betalas för juridisk person.

Uppgift om arbetsgivaravgifter de tre senaste månaderna

Arbetsgivaravgiften utgör normalt cirka en tredjedel av lönesumman. Genom att du får uppgift om företagets arbetsgivaravgifter för de tre senaste månaderna kan du få en uppfattning om hur många personer företaget avlönar.

Har företaget restförda skatteskulder hos Kronofogden enligt Skatteverkets register?

Om ett företag har en skatteskuld på skattekontot vid den avstämning som sker varje månad får företaget ett betalningskrav. Om skulden samt månadens upplupna skatter och avgifter inte har betalats vid nästa månads-avstämning så kommer skulden, under förutsättning att skulden är 10 000 kr eller mer, att restföras hos Kronofogden. Eventuellt belopp i rutan avser restförda skatteskulder hos Kronofogden enligt Skatteverkets register.