



ÄRENDE K1-K4 MARKNADSFÖRINGSSAMARBETEN

När nya riktlinjer för marknadsföringssamarbeten beslutades av Kommunfullmäktige hade Kristdemokraterna därför ett alternativt förslag.

Utgångspunkten om att dam- och herrlag på samma nivå i seriesystemen inom samma idrott ska jämföras ekonomiskt får vissa orimliga konsekvenser för den ekonomiska jämförbarheten mellan de olika damlagen. Det medför att damlag som är på samma nivå i seriesystem och har liknande medial exponering i publiksiffror, kan få vitt skilda summor i sina marknadsföringsavtal utan logisk förklaring. Detta till följd av vilken nivå som herrlagen inom just deras idrott lever upp till.

Kristdemokraterna menar att föreningar med rätta kan uppfatta det här som orättvist. I vårt alternativa förslag till Kommunfullmäktige föreslog vi att det totala beloppet som Borås Stad använder till marknadsföringssamarbeten jämföras ekonomiskt mellan dam- och herridrott. Samt att man därefter fördelar summorna i marknadsföringssamarbeten mellan lagen efter bedömt värde av respektive marknadsföringsavtal. Detta förslag skulle åstadkomma en jämförbarhet mellan stadens dam- och herridrott vad gäller stadens marknadsföringsavtal, samtidigt som det skulle skapa en mer rättvis fördelning mellan damlagen vilken baseras utefter nivå i seriesystem och medial exponering.

Då Kommunfullmäktige nyss antog nya riktlinjer för marknadsföringssamarbete har vi inget alternativt förslag till dagens möte när nya marknadsföringssamarbeten ska beslutas.

Kristdemokraterna röstar för liggande förslag men vill samtidigt understryka att vi tycker att riktlinjerna behöver revideras i enlighet med argumenten ovan.

För Kristdemokraterna

Niklas Arvidsson