



Utfallsrapport - Verksamhetsberättelse 2010 (Stockholm Business Region)

Övergripande kommentar

Stockholm ska vara en attraktiv, trygg och växande stad för boende, företagande och besök

Tillsammans med SLK och Kulturförvaltningen fick Stockholm Business Region i uppdrag att sköta PR- och kommunikationsaktiviteterna i samband med stadens fest inför kronprinsessans bröllop den 19 juni. Evenemanget som fick namnet, Love Stockholm 2010, pågick under två veckor och lockade såväl stockholmare som besökare och ett stort antal journalister. Ett av uppdragen var även att visa de internationella journalisterna hela bredden av vad staden har att erbjuda som besöks- och investeringsplats i syfte att positionera Stockholm som Skandinavians huvudstad utifrån vision 2030. Medarbetare inom staden och representanter för de företag som sponsrade Love Stockholm 2010 fick utbildning i varumärket och mediaträning i Stockholm Business Regions regi. Två näringslivsseminarier och flera båtturen arrangerades för de utländska korrespondenterna och flera mottagningar hölls, bland annat på Ostindienfararen Gotheborg och i Swedavias paviljong med flera hundra inbjudna gäster från näringslivet. Stockholm Business Region ansvarade även för att publik-, press- och sponsormätningar genomfördes under perioden som sammanfattades i en rapport vilken presenterades under hösten 2010.

Arbetet med att påverka investeringsrådgivare resulterade i att Stockholm i februari utsågs till Europas fjärde hetaste investeringsort i rankingen "European cities and regions of the Future" (Financial Times/FDI Magazine).

I de rankinglistor över världens mest frekventerade kongresstäder 2009 som publicerats under våren placerades Stockholm på en 7:e plats på både ICCA:s (International Congress & Convention Association) och UIA:s (Union of International Associations) listor, vilket är det samlat bästa resultatet på många år. Under 2010 har Stockholm varit värd för bl.a. Europeiska Hjärtlika-kongressen med 27 000 deltagare samt Europeiska Diabeteskongressen med 17 000 deltagare. Med c:a 550 000 kongressnätter är året det mest framgångsrika kongressåret i Stockholm, och värdet på årets kongressnätter överstiger 3 miljarder kronor.

Stockholm Business Region Development medverkade i fastighets- och investerarmässan MIPIM tillsammans med 20 partners i bygg- och fastighetsbranschen och 15 kommuner. Under mässan genomfördes ett frukostseminarium under rubriken "Growth in the first European Green Capital" med cirka 250 deltagare. Dessutom genomfördes två seminarier kopplade till Stockholms framtida arkitektur och klimatpakt.

Det årliga Stockholmsmötet genomfördes i Stadshuset där näringslivet och politiken träffades för att diskutera och lyfta de viktigaste frågorna framöver. Temat för årets möte var Vision 2030 - ett näringsliv i världsklass. Inför mötet hade en undersökning genomförts där Stockholms företagare ombetts ranka de viktigaste framtidsfrågorna. I topp hamnade regler för företagande och tillväxt för nya entreprenörer.

Under året har sju frukostmöten arrangerats för evenemangsarrangörer där drygt 900 personer medverkat.

Styrelsen för Stockholm Business Region har fattat beslut om att ge Stockholms Nyföretagarcentrum ekonomiskt stöd, i syfte att fler stockholmare ska ta steget att starta eget. Under 2010 genomfördes 9 091 rådgivningstillfällen, vilket är en ökning med 624 (8 426) från föregående år. Antalet individer i rådgivning uppskattas till cirka 3 000. Baserat på en tidigare undersökning kommer 66 procent att starta företag under rådgivningsperioden och 28 procent inom ett år från avslutad rådgivning.

Under hösten har Stockholms Visitors Boards avdelning för privatresor som driver nätverket, Stockholm Gay & Lesbian Network, tillsammans med Visit Sweden och Icehotel varit delaktiga i SAS kampanj, Love is in the air. Inom projektet för Stockholm Gay & Lesbian Network har även en ny blogg startats och nya Stockholmsguider tagits fram.

Under året har tolv prioriterade tv-bolag besökt Stockholm för reportage, däribland de tre största ryska tv-kanalerna med vardera över 300 miljoner tittare. Tyska ZDF var här för en längre dokumentär samt för reportage i samband med den 7 timmar långa tv-sändningen av kronprinsessbröllopet som sågs av 7 miljoner tyskar. CNN gjorde tre längre reportage, bland annat om Love Stockholm 2010. Le Nouvel Observateur och Ecelso från Frankrike, Politikken från Danmark samt Sphere World Magazine besökte Stockholm med anledning av utmärkelsen Europas första miljöhuvudstad. I samband med Furniture Fair arrangerades ett program för sammanlagt 60 journalister. Millennium och Stieg Larssons böcker fortsätter också att vara intressant för utländska medier. Under mars månad besökte franska Télématin Stockholm, vilket ledde till ett längre reportage om konsten i Stockholms tunnelbanor. Under hösten besökte Stockholm bland annat av Italienska tv-kanalen RAI för ett reportage om jul och en stor finsk pressgrupp på tema spa och rekreation. Flera andra magasin besökte Stockholm på tema design, mode och arkitektur, bland dessa kan tyska Cosmopolitan och Frankfurter Allgemeine, danska Berlingske Tidende och Italienska Hachette Home nämnas. Två pressgrupper med utvald HBT-media från Europa och USA bjöds in till Stockholm i samband med kampanjen Love is in the air.

Kvalitet och valfrihet ska utvecklas

Koncernen har gemensamma informationsmöten med information och nyheter från stadens verksamheter och om aktuella händelser och event i Stockholm. Intern utbildning har också hållits inför Love Stockholm 2010 och i samband med utnämningen till "European Green Capital 2010" samt om de benchmarkingprocesser som pågår gentemot Hamburg, Edinburgh, Köpenhamn, Barcelona och Amsterdam.

Näringslivsservice har genomfört en utbildning i personlig effektivitet, som tillsammans med det målstyrningsarbete hela Stockholm Business Region Development genomfört under året syftar till att öka effektiviteten samt främja ett målmedvetet arbete. Investeringsfrämjande har också genomgått en säljutbildning i syfte att ytterligare förbättra de säljande insatserna och den säljande kommunikationen i arbetet med att värva företagsetableringar till Stockholm.

Inom Stockholm Visitors Board har Privatresor initierat ett utvecklingsprojekt som syftar till en effektivisering av arbetsmetoder, omvärldsbevakning samt en anpassning av arbetet till dagens nya moderna kommunikationskanaler.

Hösten 2009 påbörjades en intern chefsutbildning i syfte att öka kunskapen inom arbetsrätten samt att ge avdelningscheferna handledning inom mjuka områden såsom "det svåra samtalet", utvecklingssamtal och coaching. Chefsutbildningen har fortsatt under 2010 och har som målsättning att bli en kontinuerlig del av koncernens arbete med chefsutveckling och är en viktig del av samordningsarbetet inom koncernen. Nyttillträdda chefer har också genomgått en arbetsmiljö-utbildning.

Stadens verksamheter ska vara kostnadseffektiva

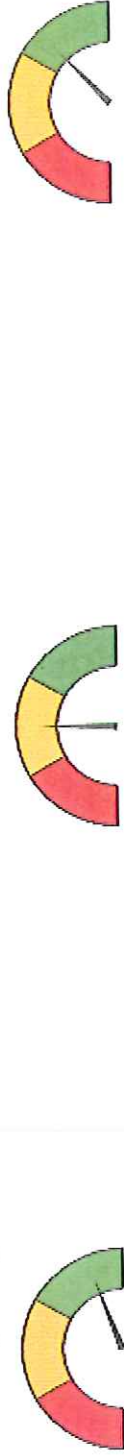
Koncernens resultat efter skatt uppgår till 0,7 mnkr per den 31 december 2010. Resultatet är 0,4 mnkr lägre än föregående år och något högre än avkastningskravet för året.

Investeringarna uppgick till 2,4 mnkr för året vilket är 1,2 mnkr högre än budget och 1,8 mnkr högre jämfört med föregående år. Avvikelsen beror på anskaffning av ny teknisk utrustning samt lokalanpassning till turistbyråns nya lokal på Vasagatan 14.

Stockholm Business Region bedömer att åtaganden för att uppnå kommunfullmäktiges övergripande mål och prioriterade inriktningar har uppnåtts.

1. Stockholm ska vara en attraktiv, trygg, tillgänglig och
2. Kvalitet och valfrihet ska utvecklas och förbättras
3. Stadens verksamheter ska vara kostnadseffektiva

växande stad för boende, företagande och besök



Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s års- mål	Senaste kommentaren	Aktivitet	Senaste kommentaren
1. Stockholm ska vara en attraktiv, trygg, tillgänglig och växande stad för boende, företagande och besök								
1.1 Stockholm stad ska bli norra Europas mest företagsvänliga stad	Bidra till fortsatt utveckling av Företagsplats Stockholm						☑ Fortsätta arbetet med en långsiktig handlingsplan för utrustning av företagsområdena i Stockholm stad tillsammans med Trafikkontoret. Under 2010 har Stockholm Business Region Development tillsammans med Trafikkontoret fortsatt med utrustningsprojekt av företagsområdena Farsta och Lunda samt påbörjat utrustningsprojekt i Ulvsunda och Västberga. Bolaget har efter projektet med Årsta Parthallar en kontinuerlig dialog med företagen och medverkar vid styrelsemöten. 📌 Följa upp genomförande av aktionsplan för tillväxt och utveckling 2006-2015	
	Främja utländska etableringar och							
	Fyra videopaket ska produceras och		6	4				

Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå	Senaste kommentaren	Aktivitet	Senaste kommentaren
	investeringar i Stockholm.	distribueras via Internet till internationell etermedia.						
		Genomföra 250 personliga möten med företag och investeringsrådgivare	250	250				
		Inom ramen för investeringsfrämjande ska fyra pressresor till Stockholm arrangeras för utländska journalister under 2010.	5	4				
		Inom ramen för investeringsfrämjande ska två aktivitetstillfällen arrangeras för utländska journalister under 2010.	7	2				
							Den "Nöjd-Kund-Index" undersökning som under 2009 har tagits fram för svenska företags lotsärenden ska 2010 anpassas och användas för att mäta bolagets investerarservice till utländska företag.	Servicemätningen är framtagna, men på grund av större förändringar i utvärderingssystemet under 2010 har implementeringen flyttats fram till första kvartalet 2011.
							Under 2010 ska	I april bjöds 90

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål KF:s årsmå l	Senaste kommentar n	Aktivitet	Senaste kommentaren
						Stockholm Business Region Development fortsätta arbetet med att fördjupa relationerna med redan etablerade utländska företag i Stockholmsregione n för att på sikt säkra återinvesteringar och förhindra neddragningar i regionen.	utlandsägda företag i Stockholm in till mingel i Stadshuset och temat för träffen var "Green business".
	Förstärka lots- och servicefunktionen gentemot företag					☒Arbeta för att minst en fjärdedel av företagen i Stockholm känner till bolagets service- och lotsfunktion Under 2010 har SBRD genomfört över 500 företagsbesök och över 3000 företagskontakter vilket tillsammans med bolagets kommunikationsinsats er i form av nyhetsbrev medverkar till att öka kännedomen om bolagets lots- och servicefunktion. En mätning kommer att genomföras i början av 2011.	
	I samverkan med övriga partners inom SBA utarbeta förslag till nytt avtal efter 2010					☒Under 2009 har nya avtal utarbetats inom SBA för en ny avtalsperiod som inleds 2011-01-01. Avtalen kommer att presenteras för godkännande av Under 2011 fortsätter utvecklingen av den regionala samverkan i näringslivsfrågor. Inom ramen för partnerskapet Stockholm Business Alliance (SBA) samverkar 50	

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål KF:s års- mål	Senaste kommentar n	Aktivitet	Senaste kommentaren
						respektive kommunledningar under första halvåret 2010	kommuner. Syftet med partnerskapet är att arbeta tillsammans över kommungränserna för att stärka hela Stockholmsregionens internationella konkurrenskraft. Stockholm Business Region svarar för samordning av investeringsfrämjande och koordinering av den internationella marknadsföringen. Samverkansformen har hittills visat sig vara framgångsrik. Ett nytt avtal har tecknats med 50 kommuner om fortsatt partnerskap inom Stockholm Business Alliance för åren 2011-2015.
	Marknadsföra Stockholm ur ett näringslivsperspektiv						
	Mäta andelen företag som är nöjda med stadens myndighetsutövning.						
	Samordna förberedelserna inför stadens deltagande i världsutställningen i Shanghai 2010						☒ Stockholm Business Region ansvarar för medverkade med planering och framgång under genomförande av Stockholms Sverigepaviljongen på världsutställningen i Shanghai den 10-12

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå l n	Senaste kommentare	Aktivitet	Senaste kommentaren
							paviljongen på World Expo 2010 i Shanghai. Temat för världsutställningen är "Better city - better life". juni samt den 28-30 oktober 2010. Den 10-12 juni fokuserade staden på Innovation, hållbar utveckling och utbildning. Den 28-30 juni fokuserades det på besöks- och kreativa näringar. Stockholms medverkan gav staden möjlighet att marknadsföra Stockholm - The Capital of Scandinavia samt Stockholm som en etableringsplats för företagare och investerare. Under världsutställningens sista dag den 31 oktober hölls en träff för alla partners vilken bidrog till att stärka relationerna till den kinesiska marknaden. Totalt besöktes utställningen av 73 084 000 människor och den svenska paviljongen hade cirka 3 580 000 besökare.	
Utveckla näringsperspektivet i stadens verksamheter							☒ Under 2010 har fortsätter arbetet med att medverka till förbättringar av Stockholms stads service till företag. Till grund för arbetet ligger den serviceundersökningen - Nöjd-Kund-Index. Syftet har varit att	

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå l n	Senaste kommentare	Aktivitet	Senaste kommentaren
							g som genomfördes i Stockholm i Business Alliance (SBA) regionen under 2009. Utifrån undersökningens resultat förs en intern dialog med berörda förvaltningar för att förbättra och utveckla servicen till företagen.	g som genomfördes i Stockholm i Business Alliance (SBA) regionen under 2009. Utifrån undersökningens resultat förs en intern dialog med berörda förvaltningar för att förbättra denna topprankande undersökning ytterligare och få en ökad förståelse av förvaltningarnas service till företagen och vad som bör prioriteras i förbättringsarbetet. Utifrån undersökningens resultatet förs en intern dialog med berörda förvaltningar för att förbättra och utveckla stadens service till företagen.
	Utvveckla och förbättra stadens kontakter med näringslivet	● Fördjupa relationerna med 500 strategiskt viktiga företag i Stockholm utifrån SBRD 's uppdrag ● Genomföra 1500 företagsmöten ◆ Stockholm Business Region Development ska utifrån den "Nöjd-Kund-Index" undersökning som genomfördes mot lokala företag under 2009, genomföra förbättringar och uppnå minst "Nöjd-Kund-Index" värde 70 för bolagets egen service.	507	500				
			3 138	1 500				
			69	70				

Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmålin	Senaste kommentaren	Aktivitet	Senaste kommentaren
	Vidareutveckla marknadsföringen av regionen som innovationsmiljö inom Stockholm Business Alliance	 Antal företag som staden har lotsat  Näringslivets nöjdhet vid kontakter med staden som myndighet	355 st 66	375 st 66	375 66			
1.2 Jobb istället för bidrag	Prioritera insatser för att öka antalet arbetsplatser i ytterstaden.	 Antal praktikplatser som kan tillhandahållas för de aspiranter som Jobbtorg Stockholm kan matcha (alla nämnder/bolag)	0	0 st	1 400 st	 Stockholm Business Region kommer under 2010 att informera stadens företag om möjligheten att ta emot praktikanter från Jobbtorgen samt att under året lyfta detta i bolagets nyhetsbrev.	 Bolaget har under 2010 informerat om Jobbtorgen och möjligheterna att ta emot praktikanter i Företagsplats Stockholm som går ut till 38 000 företag i Stockholm. Bolaget har också informerat om detta vid företagsbesök.	
1.3 En hållbar livsmiljö ska värnas och utvecklas		 Antal ungdomar som fått sommarjobb i stadens regi  Andel av stadens fordon som använder dubbade däck, exkl. utrycknings- och specialfordon (alla	25 st 0 %	20 st 0 %	3000 st 0 %			

Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årlig kommentar	Aktivitet	Senaste kommentaren
		nämnder/bolag)					
		 Andel av stadens verksamheter som sorterar ut förpackningar och papper (alla nämnder/bolag)	100 %	100 %	100 %		
		 Andel förnyelsebart drivmedel i stadens egna och leasade etanol- och fordonsgasfordon (alla nämnder/bolag)	94 %	95 %	85 %		
		 Andel medarbetare som under arbetstid använder miljövänliga transportmedel när de reser i tjänsten	88 %	50 %	65 %		
		 Andel miljöbilar i stadens fordonspark inkl. leasade fordon exkl. utrycknings- och specialfordon (alla nämnder/bolag)	100 %	100 %	100 %		
		 Elförbrukning (alla nämnder/bolag)	104 831 kWh	124 680 kWh	minskas		
		 Elförbrukning per kvadratmeter	66 kWh/kvm	78 kWh/kvm	tas fram 2010		

1.4

Bostadsbyggnadstakt
en ska vara hög

1.5 Framkomligheten
i regionen ska öka

 Fortsätta arbete
med regional
samverkan.

Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s års- mål	Senaste kommentar	Aktivitet	Senaste kommentaren
1.6 Stockholmarna ska uppleva ett rikt, varierat och tillgängligt kulturliv och idrottsliv							Inom ramen för kommunsamarbete i Stockholm Business Alliance (SBA) kommer fler interaktiva seminarium att hållas under 2010. Under 2010 har 14 större interaktiva SBA-seminarier genomförts med totalt ca 340 deltagare. Målgrupp har i första hand varit KSO, kommundirektörer och näringslivschefer. Innehållet har fokuserat på näringslivsservice, marknadsföring och investeringsfrämjande. Därutöver har 2 interaktiva seminarier med kommunikationscheferna genomförts inom ämnesområdena branding, sociala medier och webbutveckling.	
1.7 Stockholm ska upplevas som en ren, vacker och trygg stad	Arbeta målinriktat för att internationella konferenser, event och mässor förläggs till Stockholm.	■ Event Stockholm ska medverka till att minimum 150 evenemang varav 30 internationella årligen genomförs i Stockholm. ● Event Stockholm ska medverka till att minimum 150 evenemang varav 30 internationella årligen genomförs i	96	150				
			30	30				

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s års- mål	Senaste kommentare	Aktivitet	Senaste kommentaren
		Stockholm.						
		● Lotsfunktionen Nöjd-Kund-Index (NKI) ska uppgå till minimum NKI 70.	82	70				
		● Minst 10 nya mötesplaner ska besöka Stockholm	20	10				
		■ Minst 200 000 framtida kongressnätter ska årligen initieras av Stockholm Convention Bureau	92 000	200 000				
		● Minst 200 leads ska förmedlas till näringen	206	200				
		● Minst 40 nya agenter ska årligen besöka Stockholm	50	40				
	Utveckla besöksnäringen i Stockholm.	● "Nöjd Kund Index" (NKI) mätning på turistbyråerna ska minst uppnå ett värde om 75 av 100.	76	75				
		● Antalet bokade kryssningsfartyg till säsongen 2011 ska vid utgången av 2010 uppgå till 290 anlöp	268	290				
		● Av 100 prioriterade magasin och tidningar, on- och offline, ska minst 50 göra ett reportage om Stockholm	79	50				

Kommunfullmäktiges mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmålin	Senaste kommentaren	Aktivitet	Senaste kommentaren
		● Av 50 prioriterade tv-bolag ska minst 10 göra reportage om Stockholm under året ● Stockholmskortet ska generera minst 800 000 besök på museer, attraktioner och kulturinstitutioner. ● Ta emot 2 500 agenter/turoperatörer på fam-tours i grupp eller individuellt	12	10				
			923 306	800 000				
			3 169	2 500				
							Medverkan i Stockholm Access i syfte till att öka antalet direkta flyglinjer till Stockholm Under året har 9 nya direktlinjer till Stockholm-Arlanda etablerats samtidigt som 2 direktlinjer har lagts ner. Med detta har 3 nya flygbolag etablerat sig med direktlinjer till Stockholm-Arlanda.	
							Stockholm Tourist Center flyttar från Kungsträdgården till det expansiva området kring Centralstationen. Genom att flytta till Vasagatan ökas möjligheterna att möta de nyanlända besökarna till Stockholm och på så sätt säkra en bra totalupplevelse I augusti flyttades Stockholm Visitors Boards turistbyrå från Sverigehuset till Vasagatan. I samband med Love Stockholm 2010 och det kungliga bröllopet ökade antalet besökare i Stockholm och därmed turistförfrågningarna och därför kompletterades turistbyrån under juni-	

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå l	Senaste kommentare n	Aktivitet	Senaste kommentaren
		 Andel anställda som känner till det förebyggande säkerhetsarbetet.  Antalet särskilt prioriterade incidenter, olyckor och effekter av inträffade händelser som identifierats i risk- och sårbarhetsanalysen.  Stockholm Business Region ska under 2010 ytterligare befästa och förstärka varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia bland utvalda målgrupper och press. Målet är att få 20 större företag att använda varumärket i sin marknadsföring.	95 %	80 %	öka		av Stockholm.	augusti med cyklande turistinformatorer.
Bolagsspecifika inriktningar	 Samordna och utveckla koncernens marknadsföring utifrån varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia.		47	20	0 st	Tas fram 2010		☒ Fortsätta den benchmarkingprocessen gentemot ett antal andra regioner i Europa som bedöms vara framgångsrika i sitt arbete. Under 2010 ska utvecklingen i Amsterdam, Barcelona, En rapport håller på att sammanställas som kommer att presenteras på styrelsemötet i mars 2011.

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmål	Senaste kommentare i n	Aktivitet	Senaste kommentaren
							Edinburgh, Hamburg och Köpenhamn särskilt följas	
							☑ Förför nya koncernens webbplatser I slutet av september lanserades Stockholm Business Region Developments nya webbplatser. Med ny teknisk plattform, ny design och nytt innehåll kan webbplatserna erbjuda investorer och företagarna i Stockholm bättre service.	

2. Kvalitet och valfrihet ska utvecklas och förbättras

2.1 Stockholmarna
ska erbjudas ökad
valfrihet och
mångfald

2.2 Stockholms
förskolor och skolor
ska ge alla ökad
kunskap och
utveckling i en trygg
miljö

2.3 Kvaliteten inom
stadens
omsorgsverksamheter
ska öka - trygghet,
värdighet och
valfrihet ska präglade
hela omsorgen

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå l	Senaste kommentare n	Aktivitet	Senaste kommentaren
2.4 Staden ska vara en attraktiv arbetsgivare	 Sjukfrånvaron ska minska	 NöjdMedarbetarInde x (alla nämnder/bolag)	72	62	62			
		 Sjukfrånvaro (alla nämnder/bolag)	3,22 %	2 %	5,0 %			
Bolagsspecifika inriktningar								
3.Stadens verksamheter ska vara kostnadseffektiva								
3.1 Budgeten ska vara i balans	 God budgetföljsamhet och prognossäkerhet	 Avvikelse investeringsbudget	108,7 %	1,15 mnkr				
	 Godkänd resultatnivå	 Resultat efter finansnetto(mnkr)	0,7	0				
3.2 Effektivitet och fokus på kärnverksamheterna	 Bygga verksamheten på en minskad andel egna personliga resurser till förmån för mer konsultativa resurser i syfte att åstadkomma en ökad effektivisering av bolagets verksamhet							
	 Fortsätta arbetet med att minska administrativa och indirekta produktionskostnader	 Andel administrations- och indirekta kostnader(%)	7,82 %	9 %			 Fortsätta med samordningsarbetet inom koncernen och fokusera på verksamhetsmässig a synergier mellan dotterbolag. Nya	Det finns många naturliga samarbetsfrågor mellan Stockholm Business Regions två dotterbolag. Nya

Kommunfullmäktige s mål	Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	KF:s årsmå n	Senaste kommentare n	Aktivitet	Senaste kommentaren
3.3 Skatten ska sänkas Bolagsspecifika inriktningar		 Medelantal anställda	72 st	72 st			bolagen.	hotelletableringar och samarbetet med Swedavia inom Stockholm Access är exempel på hur dotterbolagens verksamhet kan samordnas. Ett annat område där samarbetet kan utvecklas ännu mer är bolagens företags- och evenemangslots.