

VD-kommentarer avseende årsbokslut 2007.

Sammanfattning av resultat och investeringar årsbokslut 2007

Koncernens resultat efter finansnetto exklusive realisationsvinster uppgår till 0,1 mnkr per den 31 december 2007, vilket är i nivå med budget och tidigare prognoser för året.

Omsättningen uppgick till 205,8 mnkr per den 31 december 2007. Det är en ökning med 8,2 mnkr i förhållande till budget och 17,5 procent högre jämfört med föregående år. De ökade intäkterna beror i huvudsak på ökad försäljning av Stockholmskortet samt avyttringen av Sverigeshopen. Därutöver har ett antal samarbetspartners anslutits till projekt inom besöksnäringen, partnerskapet SBA samt till fastighetsmässan MIPIM.

Kostnaderna uppgick till 208,8 mnkr per den 31 december 2007. Det är en ökning med 8,7 mnkr i förhållande till budget och 21,8 procent högre jämfört med föregående år. Ökningen beror i huvudsak på årets pensionsförändring och ökade kostnader för Stockholmskortet. Vidare så medförde stängningen av Hotellcentralen samt avyttringen av Sverigeshopen lägre kostnader.

Personalkostnaderna för år 2007 uppgick till 65,9 mnkr för koncernen, vilket är 10,0 mnkr högre än budgeterat, och en ökning med cirka 12 procent jämfört med föregående år. Inom årets personalkostnader ingår pensionsavsättningar med 13,6 mnkr vilket är 10,6 mnkr högre än budgeterat. SPP har under året levererat koncernens pensionsskuld för år 2004 och med beräkningsgrund fram till år 2007 gällande den förmånsbestämda ålderspensionen. Denna pensionsskuld har tidigare inte kunnat beräknas då koncernen är ny enligt SPP.

Resultatet av finansiella intäkter och kostnader uppgick till 3,1 mnkr per den 31 december. Det är 1,2 mnkr högre än budget och 122 procent högre jämfört med föregående år, vilket sammanhänger med att koncernens pensionsåtaganden inte är försäkrade som tidigare aviseras. Ränteintäkterna uppgick till 3,7 mnkr och de finansiella kostnaderna till 0,6 mnkr för året.

Investeringarna uppgick till 2,2 mnkr per den 31 december 2007. Det är en ökning med 1,1 mnkr jämfört med budget. Ökningen beror på anskaffning av nya webbservrar för de publika webbsidorna www.stockholmtown.com samt www.stockholmbusinessregion.se.

Sammanfattning av marknadsläge och verksamhetsförändringar

Marknadsläge

Utvecklingen av lönesumman i regionen visar på en fortsatt stark tillväxt under 2007. Tillväxttakten mattades visserligen av under tredje kvartalet, men ligger fortfarande på en hög nivå på 6,4 procent i Stockholms län. I stort sett alla branscher hade en positiv utveckling med företag inom tjänste- och byggsektorn, som främsta draglok. Dessutom fortsatte nyföretagandet att öka och företagskonkurserna att sjunka.

Den höga tillväxten gjorde också tydliga avtryck på arbetsmarknaden. Sysselsättningen ökade med 25 500 personer i Stockholms län jämfört med tredje kvartalet 2006 och passerade för första gången en miljon. Dessutom fortsatte antalet lediga jobb att öka och arbetslösheten att sjunka. Även befolkningstillväxten höll i sig med en stark inflyttning från övriga landet och

utlandet. Under de senaste fyra kvartalen har närmare 30 000 människor flyttat till Stockholms län, vilket motsvarar närmare hälften av Sveriges totala befolkningsökning.

Besöksnäringen

Under 2007 gjordes närmare 9,3 miljoner övernattningar på länets kommersiella boendeanläggningar inklusive camping. Det är en ökning med cirka 425 000 övernattningar jämfört med 2006, vilket motsvarar en ökning med 5 procent. Ökningen var störst bland de svenska besökarna, plus 6 procent. De utländska marknaderna ökade med 3 procent. De utländska marknader som ökade mest var Frankrike, Italien, Ryssland och Spanien. De utländska marknaderna står idag för cirka en tredjedel av övernattningarna i länet.

Verksamhetsförändringar

Den 28 maj fattade kommunfullmäktige beslut om att bilda ett nytt dotterbolag till koncernen Stockholm Business Region (SBR). Det nya bolaget inrättades från den 1 juli 2007 och fick namnet Stockholm Business Region Development (SBRD).

Båda dotterbolagen Stockholm Business Region Development och Stockholm Visitors Board leds från den 1 juli 2007 av tjänstemannastyrelser. Till respektive dotterbolag har ett rådgivande organ (Advisory Board) utsetts med företrädare för regionens näringsliv som regelbundet ska träffa SBR's presidium och bolagsledningarna.

Styrelserna för Stockholm Business Region och Stockholm Visitors Board beslöt i februari att genomföra de organisationsförändringar och effektiviseringsåtgärder som bolagsledningen föreslagit med anledning av den organisationsutredning som genomfördes hösten 2006. Under andra tertialet har avyttringen av Sverigeshopen slutförts och verksamheten är såld till Säsong i Stockholm AB. Avvecklingen av Hotellcentralen under våren innebar en nedskärning om 6 tjänster.

Sammanfattning av genomförandet av kommunfullmäktiges inriktningsmål

En strategiskt viktig fråga för koncernen är arbetet med att stimulera andra aktörer att använda det nya varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia. Målet för 2007 var att 50 procent av näringslivet i Stockholm stad ska känna till varumärket. För närvarande görs en enkätundersökning för att följa upp om målet har nåtts.

Under 2007 har den internationella marknadsföringen med fokus på press intensifierats. Bearbetningen av utvalda presskontakter sker via ett internationellt pressrum som lanserades på www.Stockholmbusinessregion.se under 2006. Dessa nyckelpersoner har under året bearbetats med sex presspaket om Stockholm och regionens identifierade styrkeområden.

Under 2007 har också samarbetet inom Stockholm Business Alliance utvecklats. Samarbetet omfattar allt fler verksamhetsområden - alltifrån internationell marknadsföring och investeringsfrämjande till näringslivsservice, omvärldsbevakning och analys, besöksnäring och hyresmarknad. Även antalet medlemmar har ökat genom att Järfälla och Österåker gick med i samarbetet och uppgår numera till totalt 45 kommuner.

Arbetet med att implementera varumärket i kommunerna inom Stockholm Business Alliances egna marknadsföring har intensifierats under året. För att underlätta samarbetet har en s.k. "community" skapats. En "community" är ett lösenordsskyddat extranät som enbart Stockholm Business Alliances partners har tillgång till. Dess främsta uppgift är att på ett enkelt och lättillgängligt sätt förmedla kunskap och erfarenheter om verksamheten.

Ett strukturellt utvecklingsarbete har under 2007 startats för att förbättra koncernens webbplatser www.stockholmbusinessregion.se samt www.stockholmtown.com. Syftet är att webbplatserna ska vara ett strategiskt verktyg som tydligt informerar och leder användaren rätt. En förstudie som ligger till grund för projektet i sin helhet har tagits fram under året.

Stockholm Business Region Development (SBRD)

Under 2007 har Stockholm Business Region Development fortsatt arbetet med att genomföra systematiska företagsbesök i företagsområdena i staden. Syftet med besöken är att öka kunskapen om företagens behov och förbättra kontakterna mellan staden och näringslivet. Totalt har SBRD besökt 1020 företag under 2007, som framför allt verkar i Hammarby Sjöstad, Västberga, Lunda och Kungsholmen.

Stockholm Business Region Development har också följt upp 2006 års serviceundersökning bland företagare som har varit i kontakt med Stockholms stad som myndighetsutövare. Det totala "Nöjd-Kund-Index" för stadens verksamheter blev 61 på en 100-gradig skala. Det är, enligt SCB, ett klart godkänt betyg, men en försämring med fyra enheter jämfört med 2006. Parallellt gjordes samma undersökning i SBA:s övriga partnerkommuner. I den totala "kommunrankingen" placerar sig Stockholm på 37:e plats. Under hösten 2007 har serviceseminarier genomförts för berörda handläggare i staden och regionen om betydelsen av och förutsättningarna för näringslivet. Ett särskilt fokus har legat på bygglovhandläggningen.

Därutöver har Stockholm Business Region Development fortsatt arbetet med förbättra sin egen näringslivsservice och byggt upp en service- och lotsfunktion för företagare i tillståndsfrågor. Målet för 2007 var att 20 procent av företagarna i Stockholms stad skulle känna till service- och lotsfunktionen. För närvarande görs en enkätundersökning för att följa upp om målet har nåtts. Dessutom har webbplatsen www.stockholmbusinessregion.se utvecklats för att kunna ge företagare en bättre service.

Under 2007 har också Stockholmsmötet genomförts för fjärde året i rad med drygt 200 företagare och politiker från hela Stockholmsregionen. På mötet gjordes en uppföljning av den gemensamma aktionsplan för tillväxt och utveckling 2006-2015, som förra årets möte beslutade om. Uppföljningen visar att 22 av de 37 åtgärderna i överenskommelsen redan eller snart är genomförda.

Under 2007 har arbetet med att utveckla Kista Science City, Söderort och Karolinska – Norra Station fortsatt. Det har också påbörjats ett arbete under ledning av stadsledningskontoret för att ta fram en framtidsbild för Värtan – Frihamnen. Dessutom har en referensgrupp bildats under ledning av finansborgarrådet Kristina Axén Olin med tunga företrädare för den finansiella sektorn för att ta fram åtgärder för att förbättra förutsättningarna för att bedriva finansiell verksamhet i Stockholm. Vidare har en ideell förening bildats tillsammans med STUNS i Uppsala och biotechvalley.nu i Strängnäs för att främja utvecklingen inom life science i Stockholm – Mälarenregionen.

Under 2007 har också arbetet fortsatt med att besöka potentiella investerare och investeringsrådgivare i bl a Bryssel, Berlin, London, Paris och Zürich. Totalt har över 200 besök gjorts hos potentiella investerare och investeringsrådgivare under 2007. SBRD har också bl a medverkat på fastighets- och investerarmässan MIPIM tillsammans med fastighetsbranschen, Expo Real i München, BIO2007 i Boston och på 3GSM i Barcelona. Det har också anordnats seminarier för näringslivsansvariga i kommunerna för att implementera det program för mottagningsservice och eftervård som arbetades fram under hösten 2006.

Invest in Sweden Agencys uppföljning för 2007 visar att totalt 79 investeringar gjordes i SBA-regionen efter att investerarna har varit i kontakt med ISA och SBRD. Huvuddelen av investeringarna kom från Asien (48 procent) följt av Europa (38 procent) och USA (12 procent) och de största branscherna var ICT, Life Science samt Bank och finans. Bland investeringarna finns exempelvis franska Renault, som har etablerat ett nordiskt huvudkontor i Stockholm med 80 anställda. Ett annat exempel är engelska CMC Markets, världsledande inom online derivathandel, som har etablerat ett nordiskt huvudkontor i Stockholm.

Stockholm Visitors Board

Inom ramen för affärsområdet privatesor har Stockholm Visitors Board deltagit på 15 rese-mässor och 23 workshops mot agenter och turoperatörer samt genomfört säljaktiviteter på prioriterade marknader i Europa, USA och Asien. Totalt har 170 partners medverkat i gemensamma projekt. Vidare anlöpte 255 kryssningsfartyg med 281 000 passagerare Stockholm 2007, av dessa valde 27 att göra turn-around (byta passagerare) i Stockholm.

Inom möten och kongresser har famtours och site visits till Stockholm arrangerats för 37 internationella organisationer och 58 mötesplanerare från USA, Frankrike, England, Italien och Tyskland. Dessutom har affärsområde möten och kongresser deltagit tillsammans med partners på tre stora mässor i Europa och sammanställt 31 bidbooks, varav 10 stycken redan är beslutade till Stockholm, 8 har tackat nej och övriga 13 är i beslutsprocess. Totalt har 35 kongresser under året beslutat Stockholm som destination för någon av de kommande kongresserna. Detta motsvarar totalt 260 000 kongressnätter, vilket ger en exportintäkt på nästan 1 miljard kronor. Meet Stockholm har ökat antalet förfrågningar om möten i Stockholm med 104 procent till totalt 277 stycken, jämfört med 2006.

Inom ramen för affärsområdet Evenemang har projektet Event Stockholm startats upp. Projektet är ett rullande 3-års projekt, som syftar till att i samarbete med minst 25 företag uppmuntra och bearbeta arrangörer inom idrott, nöje och kultur och mässor att söka och arrangera stora evenemang i Stockholm. I arbetet ingår också att hjälpa arrangörer i ansöknings- och bearbetningsfasen tills att beslut är fattat om plats för evenemanget. Antalet samarbetspartners är för närvarande 28 företag. Under året har även en webbaserad evenemangslots byggts upp på www.eventstockholm.se som knyter ihop berörda myndigheter, markägare, kommunala förvaltningar och bolag. Inom ramen för Stockholms stads stöd till evenemang har en mängd ärenden hanterats och totalt har stöd för 5 miljoner kronor beviljats.

Inom ramen för affärsområdet Turistservice har Stockholmspaneler installerats, en interaktiv informationsstation med information om Stockholm, på ett 70-tal platser. Under hösten har en live-chatt tjänst testats, där besökarna kan ställa frågor direkt på panelerna till turistinformatörer. Ambitionen är att kunna besvara frågor på platser där stockholmare, företagare och besökare rör sig och från 500 paneler inom tre år.

I samarbete med Luftfartsverket öppnades Arlanda Visitor Center i september 2007. Arlanda Visitors Center är en ny flygplats- och turistinformation, som ska serva besökare vid ankomsten till Stockholm – Arlanda. Under 2007 tog Stockholm Tourist Centre och Hotellcentralen (t o m april 2007) emot 810 000 besökare, besvarade 49 700 förfrågningar via mail och telefon, bokade mer än 90 000 gästnätter på hotell och vandrarhem, och förmedlade 637 guideuppdrag och 185 bussar. Under kryssningssäsongen var också turistbyråerna i Frihamnen och Masthamnen öppna och tog emot cirka 65 000 besökare. Stockholmskortet såldes i 217 000 kortdygn och 683 000 museibesök gjordes med Stockholmskortet.

Under 2007 har Stockholm Visitors Board tagit emot 1 848 agenter på studieresa samt 665 journalistbesök. År 2006 var 742 journalister i Stockholm på studiebesök och det resulterade i ett redaktionellt värde på cirka 143 miljoner kronor. Bedömningen för 2007 är att motsvarande nivåer i antalet artiklar och redaktionellt värde kommer att nås.

Personal

Antal tillsvidareanställda uppgår per den 31 december till 75 stycken, varav 16 på Stockolm Business Region, 17 på Stockholm Business Region Development samt 42 på Stockholm Visitors Board.

Sjukfrånvaron inom koncernen uppgick till 3,0 procent för året, vilket är 2 procentenheter lägre jämfört med föregående år och i nivå med årets mål. Koncernen har fortsatt med friskvårdssatsningar i syfte att uppmuntra till mer rörelse och motion.

Under året har 6 förvaltningschefer/VD inom Stockholm stad bjudits in att hålla föredrag för personalen, i syfte att öka kännedomen om Stockholm stads verksamheter. Vidare har de anställda erbjudits utflykter och studiebesök för att lära känna regionen bättre.

Individuella utvecklingsplaner har upprättas för varje anställd i samband med utvecklingssamtal. Även brandövning har genomförts liksom mediautbildning för chefer och arbetsmiljöutbildning för nya chefer.

Bilagor;
Resultaträkning
Balansräkning