

## Indikatorer - Tertiäl 2 2009 (Stockholm Business Region)

|     | Indikator                                                                                                                       | Periodens utfall | Prognos helår | Årsmål        | Period         | Nivå                      |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|---------------|----------------|---------------------------|
| ● ▲ | Genomföra 225 personliga möten med företag och investeringsrådgivare                                                            | 98               | 225           | 225           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Fördjupa relationerna med 500 strategiskt viktiga företag i Stockholm utifrån SBRD 's uppdrag                                   | 221              | 500           | 500           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Genomföra 1500 företagsmöten                                                                                                    | 1 089            | 1 500         | 1 500         | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| □ — | Antal företag som staden har lotsat 🏢                                                                                           |                  |               |               | 2009           | Stockholm Business Region |
| ◆ ▲ | Näringslivets uppfattning om staden (nöjdhet) 🏢                                                                                 | 64               |               | 68            | 2009           | Stockholm Business Region |
| □ — | Antal praktikplatser som kan tillhandahållas för de aspiranter som Jobbtorg Stockholm kan matcha 🏢                              |                  |               |               | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Kongresser i Stockholm ska årligen generera minst 1,2 miljarder kronor i exportintäkter                                         | 600 000 000      | 1 600 000 000 | 1 200 000 000 | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Lotsfunktion ska under året konsultera 200 nya och befintliga evenemang                                                         | 95               | 200           | 200           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ■ ▲ | Minst 250 000 framtida kongressnätter ska årligen initieras av Congress Stockholm                                               | 63 000           | 100 000       | 250 000       | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Minst 300 leads ska förmedlas till näringen                                                                                     | 154              | 300           | 300           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Minst 60 nya agenter ska årligen besöka Stockholm                                                                               | 51               | 60            | 60            | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Av de fartyg som anlöper kryssningshamnarna ska 35 stycken göra turn-around i Stockholm                                         | 39               | 39            | 35            | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Besvara 25 000 frågor via LiveChat-tjänsten på Stockholmspanelerna                                                              | 16 534           | 25 000        | 25 000        | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● — | Genom ett utökat samarbete med besöksnäringens kommersiella stockholmsaktörer nå ett "Nöjd Kund Index" värde om 4,0             | 4,19             | 4,19          | 4             | 2009           | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Stockholms turistbyråer, Stockholmspanelerna och guideboken ska kontaktas av 1 miljon personer                                  | 632 292          | 1 000 000     | 1 000 000     | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Ta emot 2 500 agenter/turoperatörer på fam-tours i grupp eller individuellt                                                     | 1 879            | 2 500         | 2 500         | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Ta emot 650 journalister på pressresor i grupp eller individuellt                                                               | 482              | 650           | 650           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Öka försäljningen av Stockholmskortet till 225 000 kortdygn                                                                     | 247 000          | 260 000       | 225 000       | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Öka kryssningstrafiken till 280 anlöp                                                                                           | 264              | 297           | 280           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |
| □ — | 55 procent av allmänheten ska ha en ganska positiv eller positiv attityd till varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia |                  |               | 55            | 2009           | Stockholm Business Region |
| □ — | 75 procent av allmänheten ska känna till varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia                                      |                  |               | 75            | 2009           | Stockholm Business Region |
| ◆ — | Kännedomen om Stockholmsregionen som etableringsort bland internationella företagsledare ska öka till 36 procent                | 32               | 32            | 36            | 2009           | Stockholm Business Region |
| ● ▲ | Sjukfrånvaro(%) 🏢                                                                                                               | 1,86 %           | 3 %           | 3 %           | Tertiäl 2 2009 | Stockholm Business Region |

|                                                                                  |                                                                                   | Indikator                                                                                                                           | Periodens utfall | Prognos helår | Årsmål   | Period         | Nivå                      |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|----------|----------------|---------------------------|
|  |  | Avvikelse investeringsbudget                       | 0 %              | 1,4 mnkr      | 1,4 mnkr | Tertial 2 2009 | Stockholm Business Region |
|  |  | Resultat efter finansnetto(mnkr)                   | 16,9             | 0             | 0        | Tertial 2 2009 | Stockholm Business Region |
| <input type="checkbox"/>                                                         |  | Andel administrations- och indirekta kostnader(%)  |                  |               |          | 2009           | Stockholm Business Region |