

VD-kommentarer avseende årsbokslut 2010 för koncernen Stockholm Business Region

Sammanfattning av resultat och investeringar avseende årsbokslut 2010

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.

Intäkterna uppgår till 227,7 mnkr för året vilket är 11,2 mnkr högre än budget och 8,3 mnkr högre jämfört med föregående år. Stockholmskortet har omsatt 74 mnkr vilket är 9,1 mnkr högre än 2009. I samband med att Annorlunda Catering tog över de säsongsanpassade turistbyråerna i Mast- och Frihamnen så har försäljningen av varor minskat med cirka 2,0 mnkr jämfört med föregående år.

Kostnaderna uppgår till 230,2 mnkr för året vilket är 10,8 mnkr högre än budget och 8,7 mnkr högre jämfört med föregående år. Kostnadsökningen beror till största delen på den ökade försäljningen av Stockholmskortet. Personalkostnaderna uppgår till 54,5 mnkr vilket är samma nivå som 2009. Antal anställda uppgår till 72 och sjukfrånvaron är fortsatt låg med 3,2 procent.

Resultatet av finansiella intäkter och kostnader uppgår till 3,3 mnkr för året vilket är 0,4 mnkr högre än budget och i samma nivå som 2009.

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.

Sammanfattning av marknadsläge

Stockholmskonjunkturen

Konjunkturen i Stockholm är fortsatt stark. Under tredje kvartalet 2010 ökade lönesumman i privat sektor med 5,4 procent i Stockholms län och 5,5 procent i Stockholms stad jämfört med förra kvartalet, säsongrensad och trendjusterad, årstakt. Det är bortsett från föregående kvartal den högsta tillväxttakten sedan hösten 2008. Tillväxten sker på bred front, med utbildning, vård och omsorg samt hotell och restaurang i spetsen. Företagens försäljning fortsatte också upp i länet (+4%), men i staden vände försäljningen ned (-7%) på grund av vikande försäljning inom handeln (-18%).

Den goda konjunkturen gör också tydliga avtryck på Stockholms arbetsmarknad. Sysselsättningen fortsätter att öka oavbrutet kvartal för kvartal i Stockholm, jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Under tredje kvartalet 2010 ökade antalet sysselsatta invånare i länet med 19 500 personer eller 1,8 procent (+2,0% i staden). Att det är i staden som tillväxten sker åskådliggörs genom statistik över antal anställda (SCBs KS-statistik), som beaktar arbetsort. I staden ökade antalet anställda med hela 6,3 procent under tredje kvartalet 2010, medan motsvarande siffra för länet var 2,9 procent. Samtidigt fortsätter antalet nyanmällda platser att öka stabilt på arbetsförmedlingarna i Stockholm (+40%). Nivån närmar sig antalet under hösten 2008, dvs. när den internationella krisen startade med Lehman Brothers-kraschen.

Att Stockholm klarat sig väl genom den internationella krisen och stärkt sin internationella attraktionskraft visas genom såväl fler utländska invånare som turister, se besöksnäringen nedan. Stockholm har sedan dess stärkt sitt flyttnetto mot utlandet och antal invånare i länet växer stabilt med över 35 000 personer per år. Under tredje kvartalet 2010 ökade antalet invånare med 1,7 procent i länet och 2,2 procent i staden. Stockholms län svarade därmed ensamt för 46 procent av landets totala befolkningstillväxt. Detta har också gjort avtryck i bostadsbyggandet, som ökat fyra kvartal i rad i både länet och staden. Under tredje kvartalet 2010 ökade antalet påbörjade lägenheter med 6,7 procent i länet och 0,4 procent i staden, genom ökad produktion av flerbostadshus.

Besöksnäringen

Stockholm var den enda huvudstad i Skandinavien samt en av de få storstäderna i Europa som lyckades upprätthålla nivån i antal gästnätter under 2009 jämfört med 2008. Under 2010 har den goda utvecklingen fortsatt i Stockholms län och antal gästnätter har ökat med 6 procent under de första tio månaderna.

Bland de utländska besökarna i länet svarade USA, Tyskland och Storbritannien för de största volymökningarna. I staden var motsvarande länder USA, Storbritannien och Norge.

Sammanfattning av genomförandet av kommunfullmäktiges inriktningsmål

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-augusti med cyklande turistinformatörer.

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 Hjärtläkarkongressen med 27 000 deltagare samt Europeiska Diabeteskongressen med 17 000 deltagare. Med cirka 550 000 kongressnätter är året det mest framgångsrika kongressåret i Stockholm, och värdet på årets kongressnätter överstiger 3 miljarder kronor.

Avdelningen för evenemang inom Stockholm Visitors Board arrangerade under året, tillsammans med Stockholm Business Region Development och Stockholm Film Commission, ett kunskapsutbyte mellan företrädare från London och lokala företrädare från Stockholm. Personer deltog från tillståndsgivande företag, myndigheter och kommun i ett kompetenshöjande syfte avseende evenemang och filminspelningar. Under året har sju frukostmöten arrangerats för evenemangsarrangörer där drygt 900 personer medverkat.

Under hösten har Stockholms Visitors Boards avdelning för privatreor 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.

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 Skandinavien 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 båtturer arrangerades för de utländska korrespondenterna och flera mottagningar hölls, bland annat på Ostindienfararen Götheborg 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.

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.

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 april bjöds 90 utlandsägda företag i Stockholm in till mingel i Stadshuset och temat för träffen var "Green business". Ett antal större förfrågningar inom bl. a datacenter har kommit in under perioden.

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.

Stockholm medverkade med framgång under Stockholmsdagarna i Sverigepaviljongen på världsutställningen i Shanghai den 10-12 juni samt den 28-30 oktober 2010. Den 10-12 juni fokuserade staden på Innovation, hållbar utveckling och utbildning. Den 28-30 oktober 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.

Under november delades Stockholms stads innovationsstipendier för 2010 ut. Tolv uppfinnare fick pris för spännande idéer med goda framtidsutsikter.

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. Under hösten besöktes 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.

I slutet av september lanserades Stockholm Business Region Developments nya webbplatser. Med ny teknisk plattform, ny design och nytt innehåll kan webbplatserna erbjuda investerare och företagarna i Stockholm bättre service.

Under året har den regionala samverkan inom partnerskapet Stockholm Business Alliance fortsatt. Ett nytt avtal har tecknats med 50 kommuner om fortsatt partnerskap inom Stockholm Business Alliance för åren 2011-2015.

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.

Övriga resultat till genomförandet av kommunfullmäktiges inriktningsmål återfinns i ILS-rapporteringen.

SLUT.