



STOCKHOLM
BUSINESS REGION

Organisationsnummer 556491-6798

VERKSAMHETSPLAN

Bilaga 1

Verksamhetsplan

2015

DNR 1.3.1-308/2014

Innehållsförteckning

	sida
1. Övergripande mål för koncernen	3
2. Marknadsläge	4
2.1 Stockholmskonjunkturen	4
2.1.1 Stockholm växer	4
2.2 Besöksutvecklingen	5
3. Strategier	5
4. Moderbolaget Stockholm Business Region	6
5. Marknadsföring	7
6. Koncernens medarbetare	8
7. Koncernens budget	8
8. Verksamhetsområdet Stockholm Business Region Development	9
8.1 Arbete som bidrar till ökad hållbar tillväxt	9
8. 2 Stockholm Business Alliance	10
8. 3 Life Science, Creative Industries, Innovation och Finance	11
8.4 Infrastructure, Retail, Hospitality, Logistics och Metals & Mining	11
8.5 ICT, Cleantech och Automation	12
8.6 Omvärld och kundkontakter	13
9. Verksamhetsområdet Stockholm Visitors Board	13
9.1 Internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor	14
9.2 Internationella besökare	14
9.3 Utveckla besöksdestinationen Stockholm	15

Koncernen Stockholm Business Region

1. Övergripande mål för koncernen

I Stockholms stads budget anges ambitionen om ett jämlikt och hållbart Stockholm utifrån fyra inriktningsmål under tiden fram till 2018:

- Stockholm ska bli en socialt hållbar stad
- Stockholm ska bli en ekologiskt hållbar stad
- Stockholm ska bli en ekonomiskt hållbar stad
- Stockholm ska bli en demokratiskt hållbar stad

Stockholmsregionen är Sveriges tillväxtmotor och drivs av människornas innovationsförmåga, entreprenörskap och kreativitet. Stockholms diversifierade näringsliv ger en stabil grund för fortsatt tillväxt vilket skapar möjligheter för ökad välfärd och service till stadens invånare.

I ägardirektiven från Stockholms Stadshus AB anges att SBR, som moderbolag i koncernen, ska samordna och utveckla regionen gentemot näringslivet. SBR ska marknadsföra Stockholm internationellt, i ett nära samarbete med näringslivet, för att attrahera besökare och investeringar till regionen utifrån varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Målet med SBRs verksamhet är att Stockholm ska vara Europas ledande hållbara tillväxtregion 2020. Med hållbarhet avses såväl ekonomisk, social, demokratisk som ekologisk utveckling.

För att åskådliggöra koncernens bidrag till SBRs långsiktiga målsättning har nedan modell tagits fram.



Dotterbolaget Stockholm Business Region Developments (SBRD) huvuduppgift är att bidra till ökad hållbar tillväxt. Arbete består av; investeringsfrämjande, utveckling av Stockholm som en företagsplats och service till näringslivet. Insatser inom dessa tre områden ska bidra till att förbättra förutsättningarna för att driva, starta och etablera företag i Stockholm och regionen.

Dotterbolaget Stockholm Visitors Boards (SVB) huvuduppgift är att; attrahera internationella besökare, evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor. Bolaget ansvarar för Stockholm Visitor Center (SVC) och att utveckla besöksdestinationen Stockholm. Insatser inom dessa områden ska bidra till att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa, som en av Europas främsta mötesplatser för vetenskapliga kongresser samt att bidra till att utveckla Stockholm till Europas ledande hållbara tillväxtregion.

2. Marknadsläge

2.1 Stockholmskonjunkturen

Världsekonomin fortsatte att växa i samma takt under andra kvartalet 2014 som under det första, men skillnaden mellan de största ekonomierna ökade. Medan USA visade en stark återhämtning så saktade Europa in och euroområdet ekonomi slutade helt växa. Flera indikatorer visar också på en fortsatt försvagning i Europa och då även för Tyskland, som är en av Sveriges viktigaste exportmarknader. Världshandeln ökade starkt medan svensk varuexport endast ökade marginellt, vilket också tyder på att Sverige tappar andelar på världsmarknaden. Svensk tjänsteexport fortsatte dock att växa starkt samtidigt som den inhemska konsumtionen ökade till gagn för såväl varuproducenter som tjänsteproducerande branscher. Den inhemska konsumtionen har varit den största drivkraften i svensk ekonomi de senaste åren.

I Stockholm stärktes konjunkturen ytterligare under andra kvartalet 2014. Lönesumman ökade med 6 procent i länet och 8 procent i staden jämfört med föregående kvartal, säsongrensad årstakt. Samtidigt ökade företagandet och årstakten på antalet nyregistrerade företag uppgår till närmare 21 500 i länet och 12 500 i staden. På arbetsmarknaden fortsatte antalet sysselsatta invånare att öka i både staden och länet under andra kvartalet 2014 samtidigt som antalet lediga jobb ökade med 26 procent i länet och 37 procent i staden. Detta gav också avtryck i arbetslöshetsstatistiken som minskade med 0,3 procentenheter till 5,7 procent i både staden och länet. Vidare fortsatte Stockholm att växa i oförändrad takt vad gäller antalet invånare. Den 30 juni 2014 hade Stockholms län 2 181 318 invånare, varav 905 184 i Stockholms stad.

2.1.1 Stockholm växer

Ett växande Stockholm kräver också en förbättrad infrastruktur i hela Stockholmsregionen. För att möta behovet pågår en omfattande utbyggnad av väg, spår- och hamnkapacitet i Stockholmsregionen. Byggnad av Norra länken har förbättrat tillgängligheten i regionen. Planeringen och byggnad av Citybanan, byggandet av Norvik som leder till att godstransporter inte behöver trafikera Stockholms inre skärgård och de ökande framtida avtappningsmöjligheterna av Mälaren vid Slussen är av strategisk betydelse för regionens framtid. Besluten om ett ökat bostadsbyggnad och en utbyggnad av T-banenätet är avgörande för att regionens tillväxt inte allvarligt ska tappa fart. Byggnad av nya hotell är en annan viktig fråga om regionen ska klara Stockholmsstrategins mål om 15 miljoner

övernattningar 2020. Miljötillståndet för Arlanda måste långsiktigt garanteras om regionens positiva utveckling inte ska äventyras. För att Stockholm ska kunna fortsätta att stärka sin attraktivitet så är ett projekt som Nobelcenter viktigt för att kunna binda samman historia, akademi, näringsliv och besökare.

2.2 Besöksutvecklingen

Under årets nio första månader uppgår de kommersiella övernattningarna till 9,1 miljoner i Stockholms län. Det är en ökning med 8 procent jämfört med motsvarande period 2013. De nationella besökarna har ökat med 6 procent i länet och med 4 procent i staden och de internationella övernattningarna ökat med 12 respektive 9 procent.

De flesta internationella besök i Stockholm sker från länder i Norden och Europa där stora volymmarknader som bland annat Tyskland (+15%) och Finland (+12%) har utvecklats väl. Från Asien har antalet övernattningar ökat med 13 procent där Indien (+35%) fortsätter att utvecklas positivt.

3. Strategier

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor fortsätter inom Stockholm Business Alliance (SBA). Syftet med partnerskapet, som från och med 2015 rymmer 53 kommuner, är att arbeta tillsammans över kommungränserna i investeringsregionen för att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft. Inom partnerskapet ansvarar SBR för samordning av investeringsfrämjande, näringslivsutveckling samt internationell marknadsföring.

Det gemensamma målet för de 53 kommuner som ingår i regionsamarbetet SBA är att vara den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020. En strategiskt viktig del i arbetet under 2015 är framtagandet av de nya 5 – års avtalen för nästa period inom SBA partnerskapet.

En ny modell för partnerskapsstruktur och finansiering, som arbetats fram med besöksnäringen, kommer att presenteras under året tillsammans med ett strategidokument 2015 - 2020. Målsättningen är att det ska leda till fler involverade inom besöksnäringen och ökade resurser från näringslivet. SBRs Advisory Board för besöksnäringsfrågor ersätts med en styrgrupp bestående av representanter från de större finansiärerna som gemensamt godkänner föreslagna marknadsplaner. Som en del i att stärka samarbetet med övriga kommuner i länet har ett treårigt avtal tecknats tillsammans med sju kommuner, Stockholms läns landsting, Länsstyrelsen och Skärgårdsstiftelsen för att marknadsföra Stockholms skärgård. Detta sker inom ramen för Stockholm Archipelago.

Genom att tillhandahålla effektiva digitala lösningar såsom e-tjänsten Tillståndsguiden och webbplatser anpassad för mobila enheter underlättas möjligheten för företagare och evenemangsarrangörer att ta del av och söka efter information 24/7 (dygnet runt sju dagar i veckan). Under 2015 kommer arbetet med att ytterligare förbättra servicen gentemot företagare och evenemangsarrangörer att fortsätta.

En fråga som ofta ger Stockholmsregionen sämre betyg i internationella rankingar är den internationella tillgängligheten. Tillsammans med bland andra Länsstyrelsen har studier tagits fram som visar att Arlanda de senaste åren tappat en del av sin interkontinentala tillgänglighet. Denna omständighet drabbar näringslivet och utgör ett tillväxthinder. Samarbetet mellan olika aktörer för att bryta denna trend blir därför en viktig uppgift under de kommande åren. Arbetet, som leds av Swedavia, sker inom ramen för Connect Sweden och involverar såväl näringslivet som Stockholmsregionen genom Stockholm Business Alliance (SBA).

Med cirka elva miljoner övernattningar i Stockholm och en ökande ström av besökare krävs en kraftigt utbyggd infrastruktur för att kunna ta emot nya besökare. SBR leder därför arbetet med att få fler hotelletableringar samt att inom ramen för SBA verka för fler internationella investeringar som gagnar besöksnäringen. Om inte nya lägen för hotelletableringar kommer fram hotas möjligheten att nå målsättningen i Stockholmsstrategin på femton miljoner kommersiella övernattningar år 2020.

Inom utvecklingsområdena Järva och Söderort riktas insatser för att skapa förutsättningar för nya investeringar och etableringar för att på så sätt bidra till ökad tillväxt. Målet är att skapa fler arbetsplatser så att Söderort blir en del av staden med en väl balanserad blandning av arbetsplatser och bostäder till 2030. Arbetet med Högdalens utveckling mot ett kluster för miljöteknik fortsätter tillsammans med de lokala aktörerna i området. Under 2015 kommer arbetet med utvecklingen av Söderstaden att gå in i en ny fas då flytten av företag från Slakthusområdet till Larsboda närmar sig.

För att attrahera talangfulla personer, det vill säga internationella studenter, forskare och tillfälligt placerad personal (expats), kommer webbplatsen Moving to Stockholm fortsätta att utvecklas. Vidare kommer SVC, förutom besökare, även att bistå denna målgrupp.

I förhållande till Stockholms stads övriga verksamheter är SBRs verksamheter begränsade både ur ekonomiskt och personellt hänseende och därför är samverkan med övriga aktörer inom näringslivet viktig. Övriga kommunala bolag och förvaltningars arbete måste genomsyras av förståelsen för näringslivets behov och dess betydelse för vår gemensamma välfärd. SBR har en mycket viktig uppgift att följa upp de Nöjd Kund Index-mätningar (NKI) som årligen görs för de kommunala förvaltningarna i staden.

Det är viktigt att hämta inspiration och utbyta erfarenheter med kollegor med liknande arbetsuppgifter. Av den anledningen följs kontinuerligt utvecklingen i en handfull andra europeiska storstadsregioner. Särskilt intresse ägnas åt; Amsterdam, Berlin, Hamburg, Köpenhamn samt London.

4. Moderbolaget Stockholm Business Region (SBR)

Moderbolaget består av en VD, en kommunikations- och en administrationsavdelning, som arbetar åt de tre bolagen. Kommunikationsavdelningen arbetar med marknadsföring av Stockholm som en attraktiv etablerings- och besöksort utifrån varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia. Administrativa avdelningen arbetar med styrelseadministration, ekonomi, personal, IT, registratur, arkiv samt lokal- och kontorsservice.

För att nå målet och få den slagkraft som Stockholmsregionen behöver i konkurrensen med andra regioner krävs tydlighet om målet och att regionen utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör. För att mäta regionens position i förhållande till omvärlden och ge en bild av positionen inom utvalda områden följs åtta indikatorer i en flermålsanalys (bilaga 2). Analysen baseras på mätningar, undersökningar samt statistik från etablerade källor. De ekonomiska framstegen är troligen tydligast i parametern för bruttoregionalprodukt per capita. Parallellt är den också en faktor som visar hur hållbar tillväxten är. Samtidigt är ekonomisk hållbarhet en delmängd av flera i de utvalda indikatorerna och det förhåller sig på samma sätt för regionens ekologiska och sociala hållbarhet som ska ses om delmängder av samtliga indikatorer. För att ytterligare fördjupa kunskapen om de Europeiska städernas konkurrenskraft har ett samarbete inletts med Lunds universitet m.fl.

I samarbete med näringslivet m.fl. anordnas ett stort antal frukostmöten, seminarier m.m. För att säkerställa att jämställdhetsperspektivet tas tillvara ska former för detta tas fram under året.

Ärenden om stadens marknadsföringsinsats i evenemang handläggs i enlighet med de kriterier som är fastlagda i stadens evenemangsstrategi. Under året ska kriterierna kompletteras med att evenemangsarrangörerna ska redogöra över hur arbetet med jämställdhet ser ut i förbindelse med evenemanget. Ärendena beslutas av styrelsen och ska rymmas inom en årlig ram om 5 miljoner kronor.

5. Marknadsföring

Stockholms starka ekonomi är en förutsättning för en fortsatt expanderande besöksnäring och etableringar av nya företag. Detta lyfter regionens attraktionskraft i omvärlden och bekräftar att Stockholm är Skandinavians viktigaste plats för investeringar, etableringar, talanger och besökare. I den internationella marknadsföringen bidrar varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia till att positionera Stockholm som den ledande regionen i Norden. Varumärket ska utvecklas och den kreativa, öppna, hållbara och jämställda Stockholm ska lyftas fram.

Ett utökat samarbete med huvudstadsregionerna i grannländerna ger inspiration och erfarenhet och bidrar till utveckling av Skandinavien som besöks- och etableringsdestination.

Kommunikationen fokuserar främst på de områden där Stockholm intar en ledande internationell position, primärt inom området Tech som är ett samlingsbegrepp för teknikutveckling inom ICT, miljö (Cleantech), läkemedel- bio- och medicin (Life Science). Tillväxten inom dessa områden är en viktig förutsättning för att stärka regionens globala attraktivitet och därmed en naturlig del av erbjudandet till investerare och talangfulla personer.

Teman som film/musik, mat och hållbar livsstil kommer att vara i fokus för PR- satsningarna 2015.

Under första halvåret 2015 kommer överflyttning av innehållet på Stockholmsbusinessregion.se till Stockholm.se att genomföras. Investstockholm.com ska

utvecklas och anpassas till mobila enheter. Besöksajten Visitstockholm.com ska få en ny evenemangslistning och ett utvecklat koncept för kampanjer.

I förbindelse med investerar- och fastighetsmässan Mipim i mars 2015 ska den stora investeringsvolymen i Stockholmsregionen, värda 950 miljarder kronor fram till 2021, utgöra grunden för de kommunikativa insatserna.

6. Koncernens medarbetare

Alla som arbetar inom Stockholms stad bidrar till att forma morgondagens Stockholm och bidrar till att lägga grunden till en attraktiv stad som präglas av social, ekologisk, ekonomisk och demokratisk hållbarhet. Staden ska vara en bra arbetsgivare.

Individuellt ansvar är grunden för att gemensamt som organisation agerar korrekt. Medarbetarna utgör en viktig resurs när det gäller att uppnå uppsatta mål. Därigenom är jämställdhet, jämlikhet och frihet från diskriminering en självklarhet där olikheter tas tillvara och flerspråkighet är meriterande.

Mycket av arbetet som bedrivs riktar sig utanför Sveriges gränser och tillsammans behärskar medarbetarna 19 olika språk förutom svenska. Det är en fortsatt prioriterad uppgift att värna om mångfalden som dessa representerar och att behålla det höga Aktivt medskapandeindex (AMI) som uppnåtts under föregående år.

Medarbetarna uppgår till ett 70-tal tillsvidareanställda och under högsäsongen maj-september tillkommer säsongsanställd personal.

7. Koncernens budget

Kommunfullmäktiges beslut fattas utifrån medborgarnas mandat och bekostas genom skatter. I arbetet som genomförs är därför en god ekonomisk hushållning och en kostnadseffektiv användning av resurserna en skyldighet för att även på längre sikt kunna tillgodose de krav som stockholmarna ställer. Budgeten ska innehålla mål för verksamhet och ekonomi samt riktlinjer av betydelse för en god ekonomisk hushållning. För att nå målen inom givna budgetramar följs verksamheten löpande upp.

Omsättning uppgår till 240,2 mnkr och kostnaderna till 262,1 mnkr. Resultatet av finansiella intäkter och kostnader uppgår till 1,9 mnkr. Resultat efter finansnetto uppgår till -20 mnkr med anledning av att motsvarande belopp avsatts till en filmfond som finansieras med eget kapital.

	Budget 2015			
	SBR	SBRD	SVB	Koncern
Intäkter (mnkr)				
Försäljning	0,0	0,0	118,3	118,3
Övriga intäkter	137,6	53,6	41,6	121,9
<i>varav staden</i>	<i>106,6</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>106,6</i>
<i>varav egen koncern</i>	<i>21,5</i>	<i>47,8</i>	<i>41,6</i>	<i>0,0</i>
Summa intäkter	137,6	53,6	159,9	240,2
Kostnader (mnkr)				
KSV, kostnader för sålda varor	0,0	0,0	-80,1	-80,1
Övriga externa kostnader	-143,5	-34,5	-49,8	-116,9
<i>varav egen koncern</i>	<i>-89,4</i>	<i>-7,9</i>	<i>-13,6</i>	<i>0,0</i>
Personalkostnader	-14,5	-19,5	-29,1	-63,1
Avskrivningar	-0,3	0,0	-1,7	-2,0
Summa kostnader	-158,3	-54,0	-160,7	-262,1
Rörelseresultat	-20,7	-0,4	-0,8	-21,9
Finansiella kostnader/intäkter	0,7	0,4	0,8	1,9
Resultat efter finansnetto	-20,0	0,0	0,0	-20,0

8. Verksamhetsområdet Stockholm Business Region Development (SBRD)

Stockholm Business Region Developments (SBRD) huvuduppgift är att bidra till ökad hållbar tillväxt. Arbetet består av tre delar; investeringsfrämjande, utveckling av Stockholm som en företagsplats och service till näringslivet. Insatser inom dessa tre inriktningar ska bidra till att förbättra förutsättningarna för att driva, starta och etablera företag i Stockholm och regionen.

8.1 Arbetet som bidrar till ökad hållbar tillväxt

Under 2015 ska särskilt fokus vara på samarbeten som gynnar entreprenörskap och innovation. Arbetet med att attrahera talangfulla personer kommer att utvecklas och dialogen med dessa grupper förstärkas och sker i samband med Länsstyrelsens arbete Globalt Attraktiv. Arbetet med att stärka nätverk inom dessa områden kommer att fortsätta och fokus kommer att läggas på social media och digitala nätverk. I uppdraget att informera om formen socialt företagande och förutsättningar för att starta sådana företag så kommer ett frukostmöte inom ämnesområdet att genomföras.

Beslut om ett fortsatt samarbete med Start Up Stockholm när det gäller nyföretagar- och innovationsrådgivning har även fattats inför 2015 för att nya företag och arbetsplatser på Järva och i söderort ska utvecklas. Satsningen omfattar även främjandet av kvinnors och personer

med utländsk bakgrunds företagande. I avvaktan på att den framtida finansieringen säkras för Start Up Stockholm har extra medel tillförts för året genom en bryggfinansiering.

Arbetet med att attrahera nya huvudkontor samt ge en bra service till befintliga bolag sker i samarbete med utländska handelskamrar, ambassader och utländska företag i regionen.

Inom staden finns drygt tjugo företagsområden som präglas av olikheter men som fungerar som viktiga knutpunkter för olika typer av verksamheter. Ett arbete har gjorts för att definiera den framtida strategiska inriktningen för företagsområden. Syftet är att beskriva vad som krävs för att skapa arbetstillfällen, vara attraktivt för internationella investeringar och samtidigt ge nödvändig service till miljonstaden Stockholm. Arbetet bedrivs i samverkan med de företag som finns i berörda företagsområden och med stadens förvaltningar och bolag som har intressen i områdena.

Under året ska stadens möjligheter till att stödja näringslivets utveckling i hela staden utredas. Vidare kommer ett aktivt arbete påbörjas avseende en ny – och småföretagarstrategi för ytterstaden.

Ett aktivt arbete i stadsutvecklingsfrågor sker i syfte att säkerställa att hänsyn tas till tillväxtfrågor och att näringslivets intressen tas tillvara. I samarbete med stadsdelsnämnder och facknämnder kommer en dialog att startas för att kunna genomföra ett antal kunskaps- och serviceseminarier för att gemensamt öka servicenivån gentemot företagen.

8.2 Stockholm Business Alliance (SBA)

För att möta den globala konkurrensen skapades 2006 det regionala samarbetet SBA och sedan dess har Stockholms position som ledande region i Skandinavien blivit allt mer uttalad. Från 2015 innefattar samarbetet 53 kommuner i regionen. Arbetet inriktar sig mot att attrahera internationella investeringar genom att koordinera arbetet inom investeringsfrämjande, marknadsföring och utveckling av regionens näringslivsservice. Målet är att vara den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020. Under 2015 kommer mycket arbete läggas på förberedelser och utformning av det nya SBA avtalet från 2016 - 2020.

För att kontinuerligt få ett mått på företagarnas helhetsbetyg av kontakten med kommunerna och för att identifiera förbättrings- och utvecklingsområden genomförs varje år i Stockholm och vartannat år i alla SBA kommuner en Nöjd-Kund-Index (NKI) undersökning. Resultaten fungerar som ett konkret arbetsmaterial i förbättringsarbetet i kommunerna och i de enskilda verksamheterna. Den pilotstudie som startades inom NKI mätningarna på Stadsbyggnadskontoret i Stockholm utvärderades under 2014 och kommer nu att permanentas och erbjudas alla SBA kommuner under 2015.

SBA kommunerna har enats om ett antal profilområden som aktivt ska bearbetas. Fokus inom det investeringsfrämjande arbetet är etableringar av högkvalitet inom respektive prioriterad bransch. Det innefattar även att locka riskkapital till stockholmsregionen. Arbetet med den långsiktiga utvecklingen av SBA partnerskapet fortsätter under 2015. Det innefattar workshops och analyser om hur det fortsatta partnerskapet bör utformas från och med nästa avtalsperiod, 2016 - 2020. Ett resultat av arbetet är att den internationella tillgängligheten med

flyg nu har en given plats inom arbetet eftersom den är tydligt kopplad regionens attraktivitet när det gäller investeringar och etableringar.

8. 3 Life Science, Creative Industries, Innovation och Finance

När det gäller paketering av Hagastaden som en vetenskapsstad inom Life Sciences genomförs ett aktivt arbete tillsammans med bland annat Vetenskapsstaden. Nya förutsättningar för investeringsmöjligheter i Stockholm-Uppsalaområdet ska inventeras, paketeras och kommuniceras. Arbetet med den innovativa Life Sciences hotlist, där över 40 investeringsbara Life Sciences bolag i regionen ingår, kommer att fortsätta under 2015.

Digital Health Days på Stockholmsmässan är ett projekt där flera delar av Stockholm, bland annat Stockholmsmässan, Kista Science City och Vetenskapsstaden samarbetat för att skapa en ny typ av mässan. Mässan som är framgångsrik och kommer att genomföras även 2015.

Samarbetet med Filmregion Stockholm - Mälardalen för att attrahera filminspelningar samt inspelningsmöjligheterna för produktionsbolag i regionen, ska fortsätta. Genom deltagande på några utvalda filmfestivaler i Europa marknadsförs Stockholmsregionen tillsammans med bland annat Filmregion Stockholm – Mälardalen. Från 2015 blir Stockholms stad fullvärdig medlem i Filmregion Stockholm – Mälardalen genom Kulturnämnden. Samtidigt gör SBR en engångsinbetalning på 20 mnkr till filmfonden. Stockholm marknadsförs även i samarbete med mode- och designbranschen.

Tillsammans med Polar Music Prize och andra aktörer inom musikvärlden fortsätter samarbetet där musiken kopplas till andra branscher för korsbefruktnings och erfarenhetsutbyte. Syftet är att stärka Stockholm som internationell musikstad och innovativ region.

Inom den finansiella sektorn ska arbetet med att inventera och kommunicera Stockholm som det finansiella centrumet i Skandinavien fortsätta och utvecklas, bland annat kommer branschen Fintech, financial technology, att undersökas närmare ur ett investerarfrämjarperspektiv

Stockholms stads Innovationsstipendium fyller 30 år 2015 och kommer under året att fortsätta att utvecklas. Från 2015 breddas det geografiska området för innovationsstipendiet och kommer att omfatta hela Stockholms län.

8.4 Infrastructure, Retail, Hospitality, Logistics och Metals & Mining

Det finns ett antal stora infrastrukturprojekt, planerade och byggstartade, i regionen där Citybanan är det som kommit längst. I dag finns investeringsplaner i Stockholmsregionen värda 950 miljarder kronor fram till 2021. Under 2015 kommer det proaktiva arbetet med att uppsöka lämpliga internationella aktörer genom kampanjer vid exempelvis mässor, seminarier eller andra forum och matcha dessa med lokala bolag, infrastrukturprojekt och affärsmöjligheter att fortsätta.

En årligt återkommande aktivitet är den internationella fastighetsmässan MIPIM i Cannes där regionen medverkar med ett flertal fastighetsbolag och kommuner. Det är en långsiktig satsning kopplad till internationell marknadsföring av Stockholm som etablerings- och investeringsregion.

Handeln är en Stockholms viktiga drivkrafter för tillväxt. Svensk detaljhandel har de senaste åren haft en högre utveckling än EU-snittet. Detaljhandeln svarar för ungefär en tredjedel av den totala konsumtionen. Utländska etableringar inom handeln gör Stockholm än mer attraktivt. Tillsammans med andra nationella och Skandinaviska aktörer marknadsförs Stockholmsregionen på detaljhandels- och investerarmässan Mapic i Cannes.

Den snabba tillväxten inom besöksnäringen kräver ett utökat utbud av kommersiella boenden. Kartläggningar, marknadsförings- och investeringsinsatser sker inom investeringsområdet Hospitality.

I och med att Stockholmsregionen expanderar kraftigt är det även viktigt att logistiksektorn utvecklas parallellt med den ekonomiska expansionen och att fler logistikbolag etablerar sig. Ett ökat intresse från marknaden när det gäller att investera i större effektivare logistikfastigheter gör att nuvarande fokus är nybyggnation som till största del växer utanför Stockholms stads gränser.

8.5 ICT, Cleantech och Automation

ICT, Cleantech och Automationbranscherna har vissa gemensamma utmaningar. De innefattar kompetens- och kapitalförsörjning samt internationalisering av små till medelstora bolag. Under året kommer framförallt aktiviteter som adresserar kompetens- och kapitalförsörjning att prioriteras.

Under året kommer samarbetet med DreamHack Stockholm att fortsätta tillsammans med Arbetsmarknadsnämnden och Utbildningsnämnden.

Stockholm har sedan länge en stark tillväxt i ICT-branschen. Snabbväxande bolag behöver rekrytera fler personer med teknisk kompetens. Arbetet med kompetensförsörjning inom ICT-branschen kommer under 2015 ske i samarbete med Stockholm IT Region. Intresset från internationella investerare har ökat för Start Up företag inom tech sektorn. Under året kommer arbetet med att stärka Stockholm som mötesplats för den internationella IT-branschen fortsätta genom engagemang liknande STHLM Tech Fest.

En kartläggning av Cleantech industrins framtida tillväxtpotential och kompetensbehov slutförs under 2015 och en strategi ska utvecklas utifrån studiens resultat.

Under året kommer arbetet med att attrahera investeringar samt utveckla internationella samarbeten för industrin att fortsätta. Cleantech Hotlist kommer under 2015 att stödja regionens miljöteknikbolag i deras internationalisering och kapitalanskaffning. Samarbeten kommer att utvecklas med strategiska partners och investerarnätverk inom respektive bransch.

Samarbetet med Automation Region, Robotdalen och branschen kommer att fortsätta med att skapa en mer utvecklad och konkurrenskraftig bransch.

I enlighet med OECDs rekommendationer (Grön Tillväxt i Stockholm) och inom ramen för strukturfondssamarbete bistås kommunstyrelsen i deras arbete med att kartlägga och prioritera insatser för att stärka miljöteknikföretagen i regionen.

Insatser för att stärka internationalisering av miljöteknikföretag verksamma inom projekten Hammarby Sjöstad, Norra Djurgårdsstaden och Högdalen kommer fortsätta att prioriteras. I företagsområdet Högdalen ska arbetet med nätverksaktiviteter och projekt fortsätta för att stärka förutsättningar för uppbyggnad av ett miljötekniskt kluster i söderort.

8.6 Omvärld och kundkontakter

I arbetet med att utveckla Företagsplats Stockholm pågår arbetet med Strategi för Företagsområden som är en fördjupning av översiktsplanen och avser stadens för närvarande 26 företagsområden. Under 2015 kommer arbetet med att se över förutsättningarna för att driva och utveckla företag i övriga staden att analyseras och konkretiseras, bland annat med underlag från Open Lab som är ett samarbete mellan staden och KTH m.fl.

Arbetet med att förstärka och öka kännedomen om den egna service- och lotsfunktionen till företagare genom tjänsten företagslotsen fortgår. Företagslotsens syfte är att underlätta för blivande och befintliga företag att bedriva verksamhet i Stockholm stad i syfte att främja hållbar tillväxt. I syfte att öka tillgängligheten läggs företagslotsens förstalinje över i stadens kontakt center, som därmed kommer att svara i telefon, inkomna epostbrev samt frågor via företagslotsens kontaktformulär. En förstudie för utvecklingen av Tillståndsguiden 2.0 slutförs till halvårsskiftet 2015.

Stadsdelsnämnderna kommer under året att bistås med att utveckla deras arbete med näringslivsfrågor för att på så sätt samordna och utveckla det lokala näringslivsarbetet.

Genom samarbetet med Företagsgruppen i Stockholm och evenemang som till exempel Stockholmsmötet och de frukostmöten som genomförs bearbetas och utvecklas både nätverk och kunskap om näringslivets behov och möjligheter.

I syfte att förbättra förutsättningarna för stadens näringsliv och generera ökad tillväxt ska en attitydundersökning genomföras inom näringslivet. Inkomna synpunkter och åtgärdsförslag sammanställs och delges styrelsen för SBR och övriga berörda nämnder, styrelser och beslutsfattare. I samband med företagskontakter och i samarbete med Arbetsmarknadsnämnden genomförs insatser för fler praktikplatser m.m.

9. Verksamhetsområdet Stockholm Visitors Board (SVB)

Dotterbolaget Stockholm Visitors Boards (SVB) huvuduppgift är att; attrahera internationella besökare, evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor. Bolaget ansvarar för SVC och

att utveckla Stockholm som besöksdestination. Insatser inom dessa områden ska bidra till att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa, som en av Europas främsta mötesplatser för vetenskapliga kongresser samt att bidra till att utveckla Stockholm till Europas ledande hållbara tillväxtregion.

Stockholm är tillväxtmotorn i svensk besöksnäring och antalet övernattningar har under 2009 – 2013 i genomsnitt ökat med 3,9 procent. I jämförelse med de större Europeiska städerna har Stockholms utveckling under motsvarande period varit mindre positiv. Städer som exempelvis Berlin (+9,3%), Hamburg (+9,1%), Amsterdam (+7,2%), Wien (+6,6%) och Milano (+6,6%) har vuxit i betydligt snabbare takt. För att ta lärdom av städer med högre tillväxt ska de särskilt studeras.

9. 1 Internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor

Evenemang som arrangeras i Stockholmsregionen stimulerar ekonomin och skapar en ökad efterfrågan på varor och tjänster. Detta bidrar till såväl arbetstillfällen som etableringar i regionen. Evenemang är också betydande i marknadsföringen av regionen och erbjuder dessutom de boende en attraktiv stad att bo och verka i.

I samverkan med besöksnäringen marknadsförs Stockholm, i syfte att öka antalet internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor till Stockholm. Riktade marknadsföringsinsatser genomförs mot utvalda segment samt att långsiktigt skapa och upprätthålla kontakter med beslutsfattare inom dessa. De segment som bearbetas är evenemangsarrangörer, organisationer och företag.

För att bidra till att öka synligheten av större evenemang som genomförs i Stockholm har ett ”City-dressing” paket tagits fram tillsammans med City i Samverkan. I samverkan med Kulturnämnden m.fl. ska evenemangsverksamheten i Kungsträdgården utvecklas. Stadens beslutade evenemangsstrategi ska vidareutvecklas och konkretiseras till en praktisk nivå i samarbete med Kulturnämnden, Stadsbyggnadsnämnde m.fl.

Det är av stor vikt att säkra att vissa av de större internationella kongresserna med viss regelbundenhet kommer till Stockholm då detta bidrar till att positionera Stockholm som en av världens främsta mötesplatser. Den internationella konkurrensen är stor och Stockholms relativt höga prissättning på hotellrum är en hämmande faktor. Under året kommer nya etiska regler för alla läkemedelsbolag att implementeras vilka syftar till att öka transparensen kring läkemedelsbolagens finansiering av delegaters deltagande vid kongresser.

9.2 Internationella besökare

För att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa marknadsförs Stockholm internationellt, i samarbete med besöksnäringen, i syfte att öka antalet besökare.

Riktade marknadsföringsinsatser genomförs på prioriterade internationella marknader och mot utvalda grupper för att öka inresandet och därmed de kommersiella övernattningarna till

Stockholm. Marknadsföringsinsatserna koncentreras på de internationella marknaderna som bedöms ge störst avkastning i form av antal besökare. Vägledande för alla marknadsföringsinsatser som planeras är den utvecklade budskapsplattformen för varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Stockholm är en föregångsstad där alla människors lika värde står i fokus. I samarbete med Stockholms HBTQ Community marknadsförs Stockholm som en välkomnande stad med grundvärderingarna mångfald, öppenhet och respekt för att öka antalet internationella besökare. Ett viktigt evenemang som bidrar till detta under året är EuroGames som leds av Idrottsnämnden.

I syfte att öka antalet kryssningspassagerare till Stockholm arbetar Stockholm Cruise Network för att Stockholm ska vara den ledande kryssningsdestination i Östersjön och bli rederiernas självklara val för både anlop och så kallade turnarounds (kryssningar som startar och slutar i Stockholm). I samarbete med Stockholms Hamnar fortsätter arbetet för att förbättra mottagandet av kryssningsresenärerna samt arbetet med att utveckla samarbetet med ÅF Offshore Race.

9.3 Utveckla besöksdestinationen Stockholm

Ett professionellt värdskap och bemötande av besökare är en förutsättning för att främja Stockholms internationella position som en av Europas tio största besöksdestinationer.

SVCs arbete som en informations- och kommunikationsplats ska utvecklas genom att även bistå målgruppen talangfulla personer (internationella studenter, forskare och expats).

För att ytterligare förbättra förutsättningarna för ett gott värdskap arrangeras utbildning i Stockholmskunskap. Under året kommer även en digital utbildningsplattform att lanseras.

I syfte att bidra till att utveckla besöksdestinationen Stockholm arrangeras frukostseminarier inom aktuella teman. Genom att öka kunskapsnivån hos fler inom besöksnäringen och samtidigt inhämta information skapas ytterligare möjlighet för tillväxt.

Inom ramen för Stockholm Archipelago ska Stockholms skärgård marknadsföras och den regionala samverkan öka för att säkerställa en långsiktigt positiv hållbar utveckling av besöksnäringen.

Stockholmskortet ska fortsätta att bidra till en positiv vistelse för våra besökare och stimulera ett ökat antal besök på museer och attraktioner.

Den fria prissättningen av taxiresor, där oskäligt höga priser förekommer, bidrar till att framförallt tillfälliga besökare får en negativ upplevelse av Stockholm. För att en regelförändring ska komma tillstånd ska ett aktivt arbete bedrivas.