

VD-kommentarer avseende årsprognos och tertialrapport 1 2015 för koncernen Stockholm Business Region.

Sammanfattning av genomförandet av kommunfullmäktiges inriktningsmål

I ägardirektiven från Stockholms Stadshus AB anges att Stockholm Business Region (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.

Stockholmsdagen som arrangerades den 27 januari samlade över 400 representanter inom besöksnäringen. Syftet med mötet var att inspirera och långsiktigt säkerställa en fortsatt positiv utveckling av Stockholm som besöksstad.

I samarbete med bland annat Swedavia, Viking Line och Vasamuseet marknadsfördes Stockholmsregionen vid SATTE Travel Show i New Dehli den 29 – 31 januari. Mässan har vuxit under ett antal år och årets mäsasamlade 750 företag och drygt 16 000 besökare från totalt 35 länder.

Fokus för årets marknadsföringsinsatser, inom besöksnäringen, är att öka antalet besökare under lågsäsong. Som ett led i dessa satsningar inleddes året med flera press- och agentbesök. Under januari välkomnades totalt ett tjugotal internationella journalister, TV-team, agenter och turoperatörer på besök i Stockholm.

Den 29 januari – 1 februari arrangerades ett internationellt låtskrivarläger för första gången, Stockholm Songwriting Camp, tillsammans med intresseförening Sveriges kompositörer och textförfattare (SKAP), Abba the Museum, och Auddly. Arrangemanget genomfördes på ABBA the Museum och samlade 45 kommande och mer etablerade låtskrivare och producenter som på ett nytt och kreativt sätt kunde skriva musik tillsammans. Ambitionen är att detta ska utvecklas till ett årligt återkommande arrangemang.

Vid ett möte i Amsterdam den 6 – 7 februari diskuterades investeringsfrämjararbetet och möjligheten till benchmarking tillsammans med Berlin, Frankfurt, Manchester och Paris. För att närmare studera möjligheten till gemensamt arbete och utbyta strategier och erfarenheter kommer gruppen att mötas årligen.

I samband med Berlins filmfestival, den 8 – 9 februari genomfördes ett antal möten tillsammans med Stockholms filmkommissionär för att marknadsföra Stockholm som inspelningsplats. Vidare arrangerades en mottagning för internationella producenter i samarbete med de nordiska ambassaderna och Scandinavian locations som arbetar med att marknadsföra Skandinavien som en kreativ plats för film och TV.

ITB i Berlin arrangerades i år den 4 – 8 mars. Det är världens största resemässa och samlande 175 000 besökare från 186 länder. I samarbete med lokala attraktioner medverkade Stockholm som en del i den nordiska montern där VisitSweden koordinerade de svenska utställarna.

Den 10 -13 mars arrangerades Europas ledande fastighets- och investerarmässa, MIPIM, i Cannes. MIPIM är Europas största mässa i sitt slag och samlade i år 4 800 investerare och 21 400 mässdeltagare från totalt 89 länder. Inom ramen för Stockholm Business Alliance (SBA) deltog 21 kommuner och 29 företag för att visa upp regionens attraktionskraft för internationella investerare och rådgivare. Det övergripande kommunikationskonceptet, Plug'n Play, förmedlar att det är enkelt att investera i regionen och att fastighetsmarknaden i Stockholm är transparent och likvid. Årets tema var en beskrivning av den samlade investeringspotentialen i SBA-kommunerna om 103 miljarder euro till år 2021.

I Austin, Texas, arrangerades i mitten av mars den globalt erkända festivalen South by South West (SXSW – Music, Film, Interactive). Tillsammans med Kista Science City och startup bolag som bland annat Sqore och Narrative, genomfördes ett möte för investerare från bland annat Nasdaq, Singapore Infocomm och NASA.

I samarbete med Fransk – Svenska Handelskammaren i Stockholm genomfördes den 25 mars ett investeringsseminarium i Paris riktat mot franska infrastrukturbolag. Vid seminariet, som samlade ett tjugotal av de större franska bolagen, presenterades Stockholmsregionens långsiktiga investeringspotential om 103 miljarder euro.

Den 1 april genomfördes den första internationella Polartalks i New York i samarbete med Polarpriset. Inför inbjudna journalister intervjuades två framstående amerikanska musikjournalister om det svenska musikundret och hur det kan komma sig att Max Martin och andra svenskar kan dominera de amerikanska listorna. Även FN:s biträdande generalsekreterare, Jan Eliasson, intervjuades om sitt förhållande till musik.

En plattform har lanserats för att kunna driva kampanjer riktade till besökare på visitstockholm.com. Premiärkampanjen lanserades i mars och först ut var en kampanj med tema Påsken. Kampanjerna är en del av visitstockholm.com och drar på så vis fördel av den inarbetade adressen och knyts naturligt ihop med den grafiska profilen och varumärket Stockholm The Capital of Scandinavia.

Under perioden har fem anbud lämnats in avseende kongresser samt tre anbud avseende evenemang. Vidare har frukostmöten genomförts, bland annat, på temat offentlig upphandling, finansiering till ditt företag, innovationsstipendiaterans framgång, idrott och besöksnäring, musikindustrin och besöksnäring samt kinesiska besökare i Stockholm.

Kommunfullmäktige beslutade i samband med budget för 2015 att Stockholms stad, genom kulturnämnden, ska bli fullvärdiga medlemmar av Filmregionen Stockholm-Mälardalen samt att SBR ska bidra till skapandet av en filmfond med en finansiering via bolagets egna kapital. Beslutet har verkställts genom en engångsutbetalning om 20 mnkr till Filmregion Stockholm-Mälardalen.

Sammanfattningsvis prognostiserar koncernen Stockholm Business Region med att inriktningsmål/ågardirektiv som Kommunfullmäktige satt kommer att uppfyllas. Övrig rapportering om inriktningsmålen samt övriga indikatorer sker i ILS-webb (bilaga 3).

Sammanfattning av marknadsläge och verksamhetsförändringar

Stockholmskonjunkturen

Stockholms näringsliv fortsätter visa en positiv utveckling under fjärde kvartalet 2014. Lönesumman ökade under fjärde kvartalet med 2,5 procent i Stockholms län och 2,7 procent i Stockholms stad jämfört med föregående kvartal. Nyföretagandet ökade under fjärde kvartalet (+5% i länet och +3% i staden) samtidigt minskade antalet konkurser (-6% i länet och -4% i staden) jämfört med motsvarande kvartal 2013.

På arbetsmarknaden utvecklas sysselsättningen positivt. Jämfört med fjärde kvartalet 2013 ökade antalet sysselsatta invånare med 1,9 procent i länet och 1,3 procent i staden. Antalet nyanmälda lediga jobb på Arbetsförmedlingen ökade både i länet (+45,3%) och i staden (+40,2%). Samtidigt ökade antalet varslade personer under fjärde kvartalet 2014 med 1 procent i länet medan det minskade med 29 procent i staden jämfört med motsvarande kvartal 2013.

Under fjärde kvartalet 2014 uppgick antalet arbetslösa till 70 686 personer i länet, varav 31 201 personer i staden vilket motsvarar 5,7 procent av arbetskraften både länet och staden. Det innebär en minskning med 0,5 procent i länet och 0,4 procent i staden jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Antalet invånare växte under fjärde kvartalet 2014 med 5 611 personer i länet, varav 2 013 i staden. Totalt har antalet invånare i Stockholms län ökat med 35 002 personer under 2014, varav 14 289 personer i Stockholms stad. Bostadsbyggandet ökade under fjärde kvartalet när byggandet av 4 176 lägenheter påbörjades i länet, varav 1 459 i staden vilket motsvarar en ökning med 10 procent i länet och 23 procent i staden jämfört med samma kvartal 2013.

Besöksnäringen

2014 blev ett nytt rekordår för Stockholms besöksnäring med drygt 11,8 miljoner kommersiella övernattningar, en ökning med 8 procent jämfört med föregående år. Under de två första månaderna 2015 har det totala antalet kommersiella övernattningar ökat med 12 procent jämfört med motsvarande period 2014. Ökningen av de nationella övernattningarna har varit något högre (+13%) jämfört med de internationella (+9%). Av de internationella övernattningarna är det de europeiska, exklusive nordiska (+10%), och de utomeuropeiska (+10%), som utvecklats bäst. De nordiska övernattningarna har under samma period minskat med 1 procent jämfört med de två första månaderna föregående år.

Verksamhetsförändringar

SL har meddelat prishöjningar avseende kollektivtrafikinnehållet i Stockholmskortet. Med anledning av detta har utbud och priser under 2015 förändrats samtidigt som löpande utvecklingskostnader och investeringar i kortet har stoppats. Innebörden av detta är att Stockolmskortet läggs ned från den 1 januari 2016.

Analys av det ekonomiska utfallet och verksamhetsförändringar

Tertialbokslut 1

Koncernens resultat uppgår till 6,2 mnkr för perioden vilket är 13,4 mnkr lägre än utfallet föregående år. Resultatet är i nivå med budgeten för perioden.

Under första tertialet har en engångsutbetalning om 20 mnkr till Filmregion Stockholm-Mälardalen, avseende skapandet av en filmfond.

Kostnaderna uppgår till 87,7 mnkr för perioden vilket är 18,6 mnkr högre än utfallet föregående år. SBR ska medverka till genomförandet av DreamHack Stockholm 2015 samt VM deltävlingen i triathlon 2015. Med anledning av detta kommer SBR kommer att söka utökad ersättning från kommunstyrelsen om 2,2 mnkr. Kostnaderna för personal har minskat med 0,1 mnkr och uppgår till 18,4 mnkr för perioden. Sjukfrånvaron är fortsatt låg på 2,5 procent.

Intäkterna uppgår till 93,4 mnkr för perioden vilket är 5,5 mnkr högre jämfört med föregående år.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna uppgår till 0,5 mnkr för perioden vilket är 0,3 mnkr lägre jämfört med föregående år.

Årsprognosen

Koncernens resultat på helår budgeteras till -20 mnkr, vilket ligger i linje med ägardirektiven för året, med anledning av en engångsutbetalning om 20 mnkr till Filmregion Stockholm-Mälardalen avseende skapandet av en filmfond. Beslutet har verkställts genom finansiering via bolagets egna kapital.

De förändrade ekonomiska förutsättningarna för Stockholmskortet kommer att medföra ökade kostnader för året. Då merparten av försäljningen sker under tertial 2 är årsprognosen för närvarande osäker.

Kostnaderna budgeteras till 261,6 mnkr och intäkterna till 240,2 mnkr för året. De finansiella kostnaderna och intäkterna budgeteras till 1,4 mnkr.