

arbetskraftsinvandring. Det ska vara enkelt att anställa utländsk arbetskraft. Stockholm Business Region skulle därför kunna arbeta för att det inrättas en ”One stop shop”.

Vi saknar ett mer utvecklat resonemang om samverkan mellan akademien, entreprenörer samt högskolornas egna inkubatorer. Det är viktigt att skapa en växelverkan mellan forskning och entreprenörskap och det kan handla både om högskolornas utbyte av forskarmedverkan, studenters möjlighet att driva start-up och studera samt understödja och öka universitetens inkubatorer.

I övrigt behövs en större regionfokus i strategin. Karolinska Institutet men även andra högskolor bör finnas med som självklara aktörer om strategin ska beröra meditech företag. Vi behöver även säkerställa genomförandet av strategin genom en handlingsplan som inkluderar uppföljningsarbetet. Slutligen bör det i ärenderubriken framgå att dessa förslag till start-ups endast berör teknikföretag.”

§ 6. Internationell strategi för Stockholms stad

SBR 1.2-7/2017

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Anta Internationell strategi för Stockholms stad (bilaga) som ersätter stadens övergripande mål, inriktning och riktlinjer för internationellt arbete – internationell strategi (dnr 006-1137/2007).

Särskilt uttalande angavs av Anna König Jerlmyr m.fl. (M), Birgitta Rydell m.fl. (L) enligt följande.

”Globaliseringen ställer länder, regioner och städer inför helt nya möjligheter och utmaningar. Nya marknader öppnar sig, världshandeln expanderar och ekonomier integreras. För en storstadsregion som Stockholm innebär denna utveckling stora möjligheter med nya växande marknader, ökad handel och ökat internationellt samarbete. Samtidigt ökar också konkurrensen om företagsetableringar, investeringar, arbetskraft och besökare från andra storstadsregioner i världen. En internationell strategi för Stockholms stad är därför nödvändig och välkommen. Vi har dock ett antal invändningar till strategin.

För det första. Då den internationella strategin för Stockholm stad grundar sig på vision 2040 – ett Stockholm för alla, leder det till att vi i Alliansen inte fullt ut kan ställa oss bakom strategin. Vision 2040 är en tydlig politiserat vision som knyter an till målen i innevarande års budget. Majoriteten väljer medvetet att ta risken att visionen upphävs vid ett kommande majoritetsskifte.

I den internationella strategin framgår det att staden i regel inte skriver inbjudningsbrev till gästande delegationer. Undantag kan göras om det är ett särskilt prioriterat besök för verksamheten och som också har stöd i internationella strategin. Vi anser att det i förekommande fall vara viktigt att staden har möjlighet att skriva inbjudningsbrev till gästande delegationer. Detta gäller särskilt delegationer från länder som har svårt att få visum till Sverige. I sådana fall kan det vara nödvändigt med ett inbjudningsbrev för att delegationsdeltagarna alla ska kunna erhålla visum.

Det saknas utvecklade resonemang i strategin kring samverkan med fristående samarbetspartner som kan bidra till att nå målen – ideella organisationer, näringsliv, akademi, civilsamhälle, övriga myndigheter och regionala aktörer. Vidare anser vi att staden inte ska engagera sig i projekt av biståndskaraktär även om finansieringen helt uppbärs av annan part. Även om en annan part skulle stå för projektresurserna, måste biståndet övervakas administrativt och politiskt, vilket tar resurser avsedda för stadens medborgare.

För att Stockholm som en av Europas ledande och hållbara tillväxtregioner med ett kunskapsbaserat och innovativt näringsliv i världsklass är det också viktigt att säkerställa uppföljning och konkret handling, något som för närvarande inte beaktas i strategin.”

Suppleantyttrande angavs av Sofia Jöngren (C) enligt följande.

”Globaliseringen ställer länder, regioner och städer inför helt nya möjligheter och utmaningar. Nya marknader öppnar sig, världshandeln expanderar och ekonomier integreras. För en storstadsregion som Stockholm innebär denna utveckling stora möjligheter med nya växande marknader, ökad handel och ökat internationellt samarbete. Samtidigt ökar också konkurrensen om företagsetableringar, investeringar, arbetskraft och besökare från andra storstadsregioner i världen.

En internationell strategi för Stockholms stad är nödvändig och välkommen. Centerpartiet ställer sig dock kritiska till det faktum att strategin inte bejakar företagsperspektivet i tillräcklig stor omfattning.

Den ökade konkurrensen ställer krav på en tydlig internationell positionering av Stockholm. Stockholm måste attrahera företagsetableringar, investeringar, besökare och boende till Stockholmsregionen samt hjälpa företag att växa internationellt. Det bör även finnas med resonemang kring valfrihet som en viktig faktor för en högklassig och kostnadseffektiv samhällsservice som ger stockholmarna unika möjligheter att välja mellan olika vård- och omsorgsgivare och skolor.

Stockholm ska vara Europas ledande och hållbara tillväxtregion med ett kunskapsbaserat och innovativt näringsliv i världsklass och med en god och trygg livsmiljö med stora möjligheter för alla människor.”

§ 7. Yttrande över Svenska Fotbollsförbundets ansökan om stöd till evenemang (UEFA Europa League Final 2017)

SBR 3.8.3-19:10/2017

Två förslag till beslut: Stockholm Business Regions förslag till beslut och Birgitta Rydells (L) förslag till beslut.

Ordföranden ställde förslagen mot varandra och styrelsen beslutar enligt Stockholm Business Regions förslag till beslut.

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Bevilja Svenska Fotbollsförbundet en marknadsföringsinsats om 500 000 kronor för marknadsföringen av UEFA Europa League Final 2017 och Stockholm.

Reservation angavs av Birgitta Rydell (L) enligt följande.

1. Att avslå Stockholm Business Regions förslag till beslut
2. Att Stockholm Business Region erbjuder sig att göra reklamköp av Svenska Fotbollförbundet i samband med marknadsföringen av UEFA Europa League-finalen 2017
3. Att reklamköpen enligt ovan uppgår till 500 000 kronor
4. Att därutöver anföra

”Stockholm Business Region måste utveckla sina verktyg och rutiner för evenemangsstöd och marknadsföringsbidrag ytterligare. Att utbetalningarna av bidrag från Stockholm Business Region sker effektivt och värnar de värden som Stockholm står för är en viktig del av stadens arbete med evenemangsstöd.

Liberalerna är av den åsikten att för kommersiella ansökande hellre göra reklamköp i samband med evenemanget än att betala ut ett generellt bidrag. På så vis får bidraget inte karaktären av ett stöd till en enskild kommersiell aktör. Finalen i UEFA Europa League är ett sådant arrangemang där direkta reklamköp vore en bättre lösning än ett generellt bidrag. Stockholm Business Region bör därför avslå Svenska Fotbollförbundets ansökan om bidrag till en marknadsföringsinsats om 500 000, men i