

VD-kommentarer avseende årsbokslut 2016 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.

Matka i Helsingfors, som är nordens stora resemässa, genomfördes i år den 21-24 januari. I samarbete med ett flertal av Stockholms större attraktioner marknadsfördes regionen mot såväl konsumenter som fackbesökare.

Den 4-6 februari arrangerades det internationella låtskrivarlägret, Stockholm Songwriting Camp, för andra gången tillsammans med intresseföreningen Sveriges kompositörer och textförfattare (SKAP), ABBA the Museum, och musikteknikföretaget Auddly. Arrangemanget genomfördes på ABBA the Museum och samlade 45 etablerade låtskrivare och producenter som på ett nytt och kreativt sätt kunde skriva musik tillsammans.

I samband med Berlins filmfestival, den 11- 21 februari genomfördes ett antal möten tillsammans med Stockholms filmkommissionär för att marknadsföra Stockholm som inspelningsplats.

Den 25 februari genomfördes ett frukostmöte om socialt entreprenörskap och socialt företagande. Vid mötet, som samlade 75 deltagare, klargjordes begreppen socialt entreprenörskap respektive sociala företag.

ITB i Berlin arrangerades den 8-12 mars. Det är världens största resemässa som i år samlade 180 000 besökare från 187 länder. I samarbete med Stockholms besöksnäring marknadsfördes regionen, som en del i den svenska montern, på temat kreativ stad.

För att stärka Stockholms position som kryssningsdestination marknadsfördes Stockholm i samarbete med Stockholms Hamnar och andra svenska och danska hamnar och destinationer vid Seatrade Cruise Global i Fort Lauderdale 13-16 mars. Målgrupperna som bearbetades var rederier, internationell kryssningsmedia och reseagenter.

Den 14 -18 mars arrangerades Europas ledande fastighets- och investerarmässa, MIPIM, i Cannes. MIPIM är Europas största mässa i sitt slag och samlade i år 2 450 utställar företag, 4 800 investerare och finansiella institutioner och 23 400 mässdeltagare från 89 länder. Genom Stockholm Business Alliance (SBA) medverkade 22 kommuner i Stockholmsregionen och 25 företag, bland annat AMF Fastigheter, Fabege, Hufvudstaden, JM, Riksbyggen, Skandia Fastigheter, Skanska Sverige, Wallenstam, Vasakronan och Veidekke. Det övergripande kommunikationskonceptet var Meet the unicorn factory vilket förmedlar att företag växer snabbt i Stockholm. Årets tema var en beskrivning av den samlade investeringspotentialen i SBA-kommunerna om 95 miljarder euro till år 2025.

I Austin, Texas, arrangerades i mitten av mars den globalt erkända festivalen South by South West (SXSW – Music, Film, Interactive). I samarbete med en extern partner genomfördes en investerarlunch och tillsammans med bland annat Business Sweden och Svenska Institutet. Vidare genomfördes en digital kampanj på sociala medier för att attrahera tech talanger till Stockholm utifrån konceptet ”Stockholm Vitamins”.

Den 4-6 april arrangerades mässan Bio Europe Spring för första gången i Stockholm. Mässan attraherar varje år Life Science företag och investerare och vid årets mässa, där finansborgarrådet Karin Wanngård öppningstalade, samlades 2 300 delegater från 49 länder. I samband med mässan presenterades rapporten ”Oncology, World-Leading Research and Business Opportunities in the Stockholm-Uppsala Region” som uppmärksammades både medialt och av besökarna.

Den 14 april genomfördes det fjärde internationella Polar Talks i London i samarbete med Polarpriset. Denna gång med temat – The Power of Music. Inför inbjudna journalister höll Professor Robert Winston ett tal om förhållandet musik och hjärna, följt av att Christer Björkman intervjuades av BBC-profilen Russ Kane.

I samarbete med SNCVB-nätverket (Swedish Network of Convention Bureaus) marknadsfördes Stockholm på IMEX-mässan i Frankfurt den 19-21 april. IMEX vänder sig mot kongress- och mötessegmentet och är en av de viktigaste mässorna med cirka 9 000 besökare.

Utbildning i Stockholmskunskap genomfördes den 3 maj där 150 personer från hotell, museer och andra aktörer fick möjlighet att lära sig mer om Stockholm och hur viktigt bemötandet är för en positiv bild av staden.

Hösten 2015 gav kommunfullmäktige uppdraget att arrangera Eurovision Song Contest (ESC) 2016 till kommunstyrelsen som övergripande ansvarig och inrättade en styrgrupp, under ledning av stadsledningskontoret. Stockholm Business Region gavs tillsammans med trafiknämnden, kulturnämnden, Stockholm Globe Arena Fastigheter AB uppdraget att genomföra beslutet.

ESC genomfördes den 10 – 14 maj 2016 med Stockholm som värdstad. Nio föreställningar arrangerades i Stockholm Globe Arena samt Eurovision The Party på Tele2 Arena. För såväl stockholmare som besökare fanns även aktiviteter i Kungsträdgården, längs Skeppsbron och på en handfull andra platser. Genomförandet blev sammantaget mycket lyckat. Evenemanget sågs av drygt 200 miljoner tv-tittare, lockade en stor andel internationella besökare och genererade intäkter på 263 miljoner kronor.

I samband med ESC arrangerades Songwriters Night ESC på POP House Hotel. Aktiviteterna på POP House Hotel avsåg att lyfta både internationella låtskrivare och artister och till att marknadsföra det svenska musikundret.

I maj bjöd näringsministern Mikael Damberg in till ett besöksnäringsforum. Omkring 20 representanter från offentlig sektor och näringslivet samlades för att fokusera på relevanta frågeställningar som leder till en starkare besöksnäring. Departementet har också tagit initiativ till en grupp som fokuserar särskilt på evenemang och kongresser.

I samarbete med Filmregion Stockholm Mälardalen marknadsfördes Stockholm som inspelningsstad vid Filmfestivalen i Cannes den 12-15 maj. Seminarier och andra aktiviteter genomfördes vilka syftade till att locka nya filmproduktioner till stockholmsregionen.

Den 31 maj genomfördes Finansborgarrådets första Stockholmslunch. På lunchen deltog över 100 personer från olika delar av näringslivet i Stockholm. Temat för lunchen var Stockholms hållbara tillväxt – framtida utmaningar och huvudtalare var Johan L. Kuylenstierna, vd för Stockholm Environment Institute. Därutöver har Finansborgarrådet bjudit in till två näringslivsluncher för att diskutera utmaningar och möjligheter inom ett antal olika branscher. Årets luncher hittills har berört Start Up bolag samt miljöteknikbolag.

Meetingshow i London, som arrangerades den 14-16 juni, är en mässa som riktar sig mot konferens- och mötessegmentet. I samarbete med Stockholms besöksnärings marknadsfördes regionen på temat hållbara möten.

I juni genomfördes Symposium Stockholm, en vecka som innehöll både utdelning av Polar Music Prize, seminariet Polar Music Talks och konferensen Brilliant Minds. I samarbete med arrangörerna har program för journalister tagits fram inom olika teman. Aktiviteterna syftar till internationell marknadsföring och att sprida budskapet om Stockholm som en innovativ och kreativ stad.

I juli arrangerades Travel Bloggers Exchange, Tbex, världens största sociala medier-kongress på Stockholm Waterfront Congress Centre. Deltagarna bestod av resebloggare, författare, och resebransch som jobbar med sociala medier. Närmare 700 personer deltog i konferensen och de förturer som arrangerades för att deltagarna skulle få möjlighet att se och uppleva Stockholm. Resultatet visar att över 20 miljoner läsare hittills har tagit del av utfallet för resedestinationen Stockholm i sociala medier.

I syfte att utveckla webbplatsen stockholm.se/foretag för en bättre service till näringslivet har en förstudie avseende utveckling av stadens digitala företags- och evenemangslots slutförts. Efter utförd förstudie och i samråd med Stadsledningskontoret har beslut fattats om att utvecklingen ska ingå i stadens utvecklingsprojekt av stockholm.se där möjlighet till en ny företagarswebb finns inom ramen för projektet.

Den 5-6 september genomfördes Sthlm Tech Fest för tredje året i rad på Stockholm Waterfront Congress Centre. Finansborgarrådet Karin Wanngård inledde mötet som sammanlagt samlade cirka 4 000 tusen deltagare.

Den 20 september arrangerades en näringslivslunch där Karin Wanngård bjöd in företag som arbetar inom ramen för socialt entreprenörskap och socialt företagande. Jesper Kjellerås, från Impact Hub inledde mötet med en internationell utblick och nationell summering över socialt entreprenörskap och företagande i världen och Stockholm. Efter det fördes en diskussion bland de inbjudna med inspel till Finansborgarrådet på vad staden kan göra för att förbättra ekosystemet och förutsättningarna för dessa företag.

I september genomfördes ett frukostmöte i syfte att informera om de etiska regler som gäller för medicinska möten. I oktober samlades 20 svenska professorer för ett rundabordssamtal med fokus på att stärka Stockholm som kongressstad, och vilket stöd professorerna behöver för att ta på sig ett värdskap för framtida kongresser.

På konferensen Global Cities Initiative den 28-29 september var bolaget representerat tillsammans med över 40 amerikanska och ett antal europeiska städer. Stockholm medverkade i en panel och workshop tillsammans med Barcelona och San Diego där bl. a. Stockholms globala attraktivitet och varumärke som Start Up stad lyftes.

Stockholm Visitor Center har gjort en omställning mot en mer digitaliserad service. Från 1 oktober har besökare möjlighet att boka upplevelser via self-service stationer i lokalen istället för traditionellt över disk. Personalen finns tillgängliga i lokalen för att inspirera, svara på frågor och är behjälpliga vid bokning. Bokning och betalning sker direkt i leverantörernas bokningssystem. I samband med detta installerades även Stockholms stads fria wifi ”StockholmPublic” i lokalen.

Stockholms Visitor Center påverkas för tillfället av det glasfasadprojekt som pågår i Kulturhuset. Samtliga fasadglas ska bytas och arbetet kommer att pågå fram till sommaren 2017 samt även vid behov sommaren 2018. Lokalen är delvis täckt av byggplank vilket påverkar besöksantalet negativt.

Den 25 oktober genomfördes Stockholm International Business Meeting i Gyllene Salen i samarbete med tyska, italienska, amerikanska, brittiska, franska, schweiziska, holländska, norska – handelskamrarna i Stockholm. Mötet samlade 137 deltagare från 60 utländska/internationella bolag samt flera ambassader. Finansborgarrådet Karin Wanngård hälsade välkommen och huvudtalare var den amerikanska ambassadören i Sverige, Azita Raij som talade om ”talent attraction”.

Vid fastighets- och logistikmässan Expo Real i München marknadsfördes investeringsmöjligheter i stockholmsregionen vilka uppgår till ett värde om 95 miljarder euro fram till 2025.

Ett arbete har inletts avseende en uppgradering av webbplatsen visitstockholm.com vilket ska resultera i en mer effektiv plattform för både besökare och redaktionella medarbetare. Ett pixelverktyg har installerats på sociala kanaler för att optimera marknadsföringen via s.k. retargeting (marknadsföring mot besökare som varit inne på olika inlägg).

MAPIC är en stor internationell detaljhandelsmässa som genomförs varje höst i Cannes. 2016 medverkade över 8 400 deltagare från 78 länder. Stockholm marknadsfördes i ”The Nordic Pavillion” vilken samlade 16 företag och 58 delegater däribland främjarorganisationer, fastighetsägare, konsulter m.fl.

I samarbetsprojektet Stockholm Archipelago har en aktiv marknadsbearbetning genomförts, riktad mot resebranschen och media på ett flertal marknader där Tyskland utgör en prioriterad marknad.

Vid Cleantech Scandinavias matchmaking konferens i Boston och New York har förbokade möten hållits med amerikanska investerare som är intresserade av Stockholms miljöteknikföretag och marknad. Cleantech Scandinavia är ett investerarnätverk som har i uppdrag är att ge globala investerare tillgång till investeringsbara bolag inom miljöteknik i Sverige, Finland, Norge och Danmark.

En gemensam strategi för samarbetet mellan Visit Stockholm och Visit Sweden är framtagen. Strategin ska ligga till grund för att optimera gemensamma investeringar på

kännedomsskapande aktiviteter internationellt. Ett flertal digitala kampanjer har genomförts på olika marknader t.ex. My Stockholm i UK med Expedia/Guardian, i Tyskland med IKEA family samt kampanjen That place where som genomförts på ett flertal marknader.

Den 12-15 november marknadsfördes de investeringsmöjligheter som finns i regionen tillsammans med Business Sweden på COP22 i Marocko.

Den 24-25 november genomfördes SBAs årliga möte på Clarion Sign med 150 deltagare från 47 olika kommuner. Vid mötet fattade Kommunstyrelseordförandena beslut om 2017 års verksamhetsplan och inval av Linköpings kommun som ny medlem 2017.

Vid mötesindustrimässorna IMEX America och IBTM i Barcelona genomfördes en satsning för att attrahera internationella möten till Stockholm. Mässorna gav ett flertal bra kontakter och noterbart är Stockholms starka ställning där kunder efterfrågar Stockholm som mötesplats.

I november genomfördes arrangemanget Mitt Företag med arbetsmarknadsborgarrådet Emilia Bjuggren som invigningstalare. Det är ett inspirationsevenemang för små företag som vill växa. I samband med pauser tillhandahölls konkret rådgivning till företagarna av Start-Up Stockholm och Företagsgrupperna Stockholm.

I slutet av november arrangerades Tech eventet Slush i Helsingfors. Arrangemanget attraherade över 15 000 deltagare, 1 100 investerare och 600 journalister från över 120 länder. Stockholm marknadsfördes genom kampanjen Grab a Chair som handlar om att attrahera internationella tech talanger till Stockholmsregionen. Tillsammans annonserade 30 bolag 100 lediga jobb på Stockholms tech scen under dagarna på Slush.

Ett testprojekt är initierat för att utveckla samarbetet med Swedavia runt destinationsmarknadsföring. Projektet utvärderas genom praktisk tillämpning på två relevanta destinationer som inte har direktlinjeförbindelse till Stockholm och där PR och kännedomsarbete om destinationen är en förutsättning för att linjebearbetaren ska kunna agera.

Den 6 december delades Stockholms Innovationsstipendium 2016 ut i Prinsens Galleri. Finansborgarrådet Karin Wanngård hälsade välkommen och delade ut de olika stipendierna. Huvudtalare var Mahesh Kumar som en av representanterna för de entreprenörsplattformar som finns i Stockholm. Årets Accelerationsstipendium gick i år till BuildSafe, ett digitalt arbetsmiljöverktyg för byggbolag och byggherrar. Nyheten att Agne Johanssons fond gör Accelerationsstipendiet årligt, på 225 000 kr, presenterades under ceremonin.

Ett rundabordssamtal med omkring 25 deltagare från Stockholms besöksnäring genomfördes i december där finansborgarrådet Karin Wanngård och näringsministern Mikael Damberg närvarade. Diskussionen handlade om två områden – dels hur nationen och huvudstaden kan samverka bättre och dels vad det betyder att Stockholm blir en miljonstad.

Under hösten 2016 har en analys av arbetsmarknaden i Stockholm stad uppdelad på stadsdelar tagits fram. Arbetet har syftat till att skapa en bild av den lokala arbetsmarknaden och dess utveckling och tillväxt. Vidare innehåller analysen en kartläggning av arbetskraften i respektive stadsdel – pendlingsmönster, utbildningsnivåer och sysselsättning. Uppdragets

övergripande syfte har varit att kartlägga och analysera olika aspekter av utbud och efterfrågan av arbetskraft i Stockholms stads stadsdelsområden och i staden som helhet.

Inom besöksnäringen har antalet pressbesök uppgått till 287. Allt fler journalister jobbar som frilansande skribenter och arbetar på uppdrag av flera olika medier alternativt väljer att skriva flera reportage med olika vinklingar för att sedan sälja till flera aktörer. De blandar också traditionella artiklar i printmedia med blogginlägg under sin vistelse i Stockholm.

Under 2016 har Invest Stockholm bidragit till 31 investeringar som det finns kvitton på, vilket genererar cirka 200 arbetstillfällen och ett investeringsvärde om 900 mnkr. Det totala investeringsvärdet för regionen uppgår till 126,5 mdr för året.

Sammanfattningsvis bedömer koncernen Stockholm Business Region att inriktningsmål/ägardirektiv som Kommunfullmäktige satt delvis har uppfyllts för året. Nöjd Kund Index undersökningen avseende besökare på Stockholm Visitors Center genomförs inte med anledning av att biljettförsäljningen upphört. Målet avseende antal gästnätter har inte uppnåtts med anledning av färre stora kongresser jämfört med 2015. Målet om att medverka till att ansökningar för större evenemang skickas där Stockholm står som värd har inte uppnåtts med anledning av att ett flertal förstudier pågår och ännu inte är avslutade. Ingen aspirant har matchat verksamhetens behov avseende kommunala visstidsanställningar varför målet inte uppnåtts. Med anledning av minskat behov har inte årsmålet avseende sommarjobb uppnåtts. I samband med tecknande av nytt hyreskontrakt har en anpassning av verksamhetens lokaler genomförts. Övrig rapportering om inriktningsmålen samt övriga indikatorer sker i ILS-webb (bilaga 3).

Sammanfattning av marknadsläge och verksamhetsförändringar

Stockholmskonjunkturen

Stockholm fortsätter att vara Sveriges tillväxtmotor. Under tredje kvartalet 2016 ökade lönesumman men 6,5 procent i Stockholms stad och 5,6 procent i Stockholms län jämfört med samma kvartal 2015. Flertalet branscher bidrog till uppgången, men där besöksnäringen utmärker sig som särskilt stark över tid. Motsvarande siffra för Sverige som helhet var 4,5 procent. Samtidigt ökar företagandet i Stockholm. Under de senast fyra kvartalen har antalet nyregistrerade företag ökat med 9 procent till närmare 25 000 i länet och 15 000 i staden, vilket ska jämföras med antalet företagskonkurser som uppgår till drygt 2 000 i länet och 1 300 i staden samma tid.

På arbetsmarknaden pekar alla kurvor åt rätt håll. Antalet sysselsatta invånare har de senaste fyra kvartalen ökat med 23 900 personer i länet, varav 6 300 personer i staden, och den relativa tillväxten är betydligt högre i Stockholm än i övriga Sverige. Förutom att tjänstesektor anställer allt fler så har även tillverkningsindustrin fått ett uppsving i Stockholm under senare delen av 2016. Samtidigt har antalet lediga jobb ökat och varslade personer blivit färre, vilket tyder på en fortsatt stark arbetsmarknad. Detta har sammantaget också gjort avtryck i arbetslöshetsstatistiken, där vi ser en minskad absolut och relativ arbetslöshet i såväl Stockholms län som stad. Positivt är också att ungdomsarbetslösheten minskade under tredje kvartalet.

Stockholm lyckas attrahera allt fler invånare. Det senaste fyra kvartalen har antalet invånare ökat med 36 600 personer i Stockholms län, varav 11 400 personer i Stockholms stad.

Ökningen beror på ett positivt födelseöverskott, men framför allt på att fler väljer att flytta hit och då inte minst från andra länder. Vidare har bostadsbyggandet tagit fart och då inte minst i Stockholms stad. De senaste fyra kvartalen har det påbörjats 16 971 lägenheter i länet, varav 6 529 i staden. Det motsvarar en ökning med 14 procent i länet och 45 procent staden.

Besöksnäringen

Antalet kommersiella övernattningsnätter under årets tio första månader uppgår till drygt 11,5 miljoner i Stockholms län. Det är en ökning med tre procent jämfört med motsvarande period 2015. Under året som helhet har tillväxttakten varit högre bland de internationella besökarna (+4%) jämfört med de nationella besökarna (+3%).

De flesta internationella besök i Stockholm sker från Europeiska länder där Storbritannien (+14%) har utvecklats väl. Från USA har antalet besök ökat med sju procent och från Asien har antalet övernattningsnätter ökat med nio procent där Kina (+36%) fortsätter att utvecklas positivt.

Verksamhetsförändringar

Den 31 mars avvecklades kommunikationsavdelningen på moderbolaget SBR och överfördes till koncernens två dotterbolag i syfte att flytta arbetet med press och PR-frågor, drift, uppdatering och utveckling av dotterbolagens webbplatser, visitstockholm.com och investstockholm.com, kampanjer m.m. närmare den dagliga verksamheten.

Vid samma tidpunkt omorganiserades dotterbolaget Stockholm Business Region Development, nuvarande Invest Stockholm, så att arbetet kom att bedrivas inom tre team, jämfört med tidigare fem, med teamledare som ansvarar för samordning och uppföljning och en stabsenhet med VD och vVD. Detta i syfte att stärka samordning, uppföljning och konkurrenskraft.

För att ytterligare stärka och förtydliga dotterbolagens verksamhet för internationella investerare och besökare fattade Kommunfullmäktige den 25 april beslut om ändrad bolagsordning så att Stockholm Business Region Development AB (556083-1306) firma ändrar namn till Invest Stockholm Business Region AB samt att Stockholm Visitors Board AB (556027-5736) firma ändrar namn till Visit Stockholm AB.

Analys av ekonomisk utveckling och verksamhetsförändringar

Årsbokslut

Resultatet uppgår till 5,3 mnkr för året vilket är 5,3 mnkr högre än budget samt 30,9 mnkr högre jämfört med föregående år. I jämförelse med föregående år förklaras resultatet i huvudsak av en budgeterad engångsutbetalning om 20 mnkr avseende skapandet av en filmfond.

Årets resultat förklaras av att kommunikationsavdelningen på SBR avvecklades i mars och verksamheten överfördes till bolagets två dotterbolag. Av totalt sju medarbetare valde två att följa med i verksamhetsövergången. Under hösten/vintern har tre rekryteringar slutförts och vid årsskiftet var två tjänster fortfarande vakanta. Detta har medfört att planerad webbutveckling senarelagts. Vidare förklaras resultatet av bolagets uppdrag avseende ESC

och osäkerheten avseende projektresultatet vilket inneburit generella kostnadsbesparingar och ej tillsatta vikariat vid tjänstledighet.

Kostnaderna uppgår till 243,1 mnkr för året vilket är 96,5 mnkr högre än budget och 17,3 mnkr lägre jämfört med föregående år. Det ekonomiska resultatet för ESC uppgick till 101,8 mnkr för projektperioden 2015-2016 varav 99,8 mnkr belastade årets resultat.

Intäkterna uppgår till 247,3 mnkr för året vilket är 101,9 mnkr högre än budget och 13,8 mnkr högre jämfört med föregående år. Jämfört mot budget förklaras de ökade intäkterna i huvudsak av bolagets uppdrag avseende ESC.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna uppgår till 1,1 mnkr vilket är 0,1 mnkr lägre än budget och 0,3 mnkr lägre jämfört med föregående år.

Särskilda uppdrag och fokusområden kopplat till Stockholms stads inriktningsmål

Ett Stockholm som håller samman

Prioritering av ytterstaden, t.ex. rörande idrott, kultur, skola, arbete och bostäder

Start-Up Stockholm har haft rådgivning för 4 040 personer och av dessa är 2 001 kvinnor. Under året har aktiviteter genomförts för olika målgrupper t.ex. utländska kvinnor, nyanlända. Genom att verka i ytterstaden skapas fler möjligheter för människor i områden att ta del affär och innovationsrådgivningen. Under perioden maj-oktober 2016 har Start-Up Bussen varit ute i snitt 4 dagar per vecka. Under den perioden har 999 personer sökt information via bussen och 79 personer har gått på rådgivning i bussen. Genom bussen har fler människor nåtts, både män och kvinnor, dock noterades att kvinnor var underrepresenterade. Inom ramen för Entreprenörskontraktet har olika informationsmöten genomförts mellan augusti och december. Genom dessa informationsmöten har cirka 375 människor nåtts av vilka cirka 70 % är kvinnor.

Under året har tre utbildningstillfällen genomförts riktade mot de lokala näringslivssekreterarna. Utbildningarna har syftat till att lägga en gemensam miniminivå för stadsdelsförvaltningarnas näringslivsarbete för att på så sätt säkerställa ett jämlikt och rättsäkert bemötande av företagen i de olika stadsdelsförvaltningarna. Resultatet är ett antal kontaktkartor över berörda förvaltningar och paraplyorganisationer som är av värde för näringslivsuppdraget samt en kartläggning av respektive stadsdelsförvaltnings näringslivsarbete. Utbildningsserien har även mynnat ut i ett PM som syftar till att tydliggöra ansvarsfördelningen avseende stadens näringslivsarbete samt att därmed underlätta näringslivsarbetet i stadsdelarna.

Ett klimatsmart Stockholm

Minska energiförbrukningen, genomföra energieffektiviseringar, minska utsläpp och sänka långsiktiga kostnader

Under året har en översyn genomförts och en mer energieffektiv kontorsbelysning installerats tillsammans med rörelsesensorer i syfte att minska behovet av köpt energi. En översyn har

genomförts av koncernens riktlinje för miljövänliga resor i tjänsten vilken innefattat vissa förtydliganden, kompletteringar samt övriga redaktionella justeringar. Inköp planeras för att i största möjliga mån undvika onödiga förpackningar och emballage för att på så sätt minska avfallsmängden. Matavfall, förpackningar, tidningar m.m. sorteras löpande för vidare bearbetning och eventuellt farligt avfall, däribland uttjänta batterier och elavfall sorteras separat för korrekt omhändertagande. Vid upphandling av varor och tjänster ställs krav på att miljö- och hälsofarliga ämnen inte ingår.

Ett ekonomiskt hållbart Stockholm

Unga erbjuds jobb, utbildning eller praktik

Under tre sommarveckor har Start-Up Stockholm, med stöd av arbetsmarknadsförvaltningen skapat förutsättningar för 25 ungdomar från hela Stockholm att utveckla och konkretisera affärsidéer kopplade till den offentliga sektorn. Ungdomarna har introducerats för entreprenörskap och verktyg för att omsätta idéer till verksamheter.

Ett demokratiskt hållbart Stockholm

Staden ska vara en bra arbetsgivare genom bra anställningsvillkor

Goda arbetsvillkor och god kunskap hos medarbetarna lägger grunden för kvalitet i verksamheten. Medarbetarnas förutsättningar och koncernens behov är grundläggande för att verksamheten ska vara hållbar över tid. Därför fortsätter arbetet med att skapa förutsättningar för ett flexibelt och hållbart arbetsliv i syfte att attrahera, utveckla och behålla medarbetare.

Jämställdhet, jämlikhet och frihet från diskriminering är en självklarhet där olikheter tas tillvara och flerspråkighet är meriterande. Många medarbetare förenar föräldraskap och förvärvsarbete, och det beaktas av både chefer och medarbetare i det dagliga arbetet. En prioriterad uppgift att bredda koncernens språkkompetens vid rekrytering och värna om mångfald.

Stockholm är en jämställd stad för makt och resurser fördelas lika

Koncernen eftersträvar en blandning av åldrar, etnisk mångfald och medarbetare med olika bakgrund och erfarenheter då det främjar utveckling och nytänkande. För att skapa en god arbetsmiljö arbetar koncernen med information och utbildning för att skapa förståelse och insikt om vikten av jämlikhet m.m. Inför lönerevision uppmärksammas aspekten på jämställda löner.