



Stockholm 2018-07-11

Ansökan om marknadsföringsstöd, Stockholm Design Week 2019

I februari vecka 6 varje år arrangeras Stockholm Furniture & Light Fair (SF&LF). SF&LF anses i branschen vara en av Europas ledande möbelmässor och är idag världens största mötesplats för skandinavisk design. Parallellt med SF&LF arrangeras sedan 2002 Stockholm Design Week (SDW). SDW är en temavecka som vid senaste genomförandet bestod av mer än 200 designrelaterade event runt om i staden. Bakom arrangemanget står Stockholmsmässan där de 200 eventen arrangeras och genomförs av ett stort antal aktörer runt om i staden.

Det finns ett stort intresse och utrymme att utveckla Stockholm och Sverige som designdestination ytterligare. Därför genomförs nu, vecka 34 och parallellt med Formex, för första gången Summer Design Week som en del av SDW. Detta kommer att utvärderas under hösten. Vi kommer med all sannolikhet att återkomma angående detta.

Tillsammans attraherar SDW och SF&LF cirka 50 000 besökare, varav 31% internationella från 100 länder och drygt 1 000 journalister. Besökarna är inköpare, arkitekter, designers, studenter, bloggare inredare och i övrigt designintresserade. De flesta besökarna uppskattar helhetsupplevelsen av kombinationen mäsas och designvecka. Arrangemanget är idag det största av sitt slag men inte ohotad. Helsingfors, Oslo och Köpenhamn vill alla ta rollen som ledande inom skandinavisk design och arbetar hårt för att detta ska ske.

Tillsammans med Sveriges Arkitekter och Trä- och Möbelföretagen arbetar nu Stockholmsmässan med att expandera SDW ytterligare för att befästa Stockholms ledande position och för att öka intresset för skandinavisk design – nationellt och internationellt med målet +20 000 besökare. Ett viktigt inslag i detta är också att göra veckan mer känd hos allmänheten och därmed öka stockholmarnas stolthet över sin stad.

Ett arbete pågår för en breddning av innehållet under SDW. Traditionella designevent får sällskap av evenemang inriktade på bla industridesign, mat, mode och arkitektur. Utöver detta vill vi även bjuda in showroom, butiker, varuhus, hotell, museer, gallerier, ambassader, kyrkor, restauranger etc för att delta med en egen designvinkling. På det sättet vill vi skapa ytterligare värden för besökarna.

Utvecklingen av SDW kommer ytterligare att bidra positivt till Stockholm och Sverige på flera sätt:

- Veckan stärker Sverige och Stockholm som designdestination
- Stärker bilden av Stockholms innovationsklimat



- Stärker den internationella medvetenheten runt svensk och skandinavisk design
- Skapar försäljnings- och exportmöjligheter för sverigebaserade företag
- Ökar den turistekonomiska omsättningen (arbetstillfällen och skatteintäkter)
- Inkludera stockholmaren i ett stort antal högklassiga designevent

Utöver den marknadsföring SDW använder sig av idag (sociala medier, annonsering, pressprogram etc) vill vi fortsätta att utveckla och förstärka det arbetet med "city dressing" vi startade senast. Vi skall stärka designrelaterade områden runt om i staden och engagera det kommersiella Stockholm ytterligare. Vi vill utveckla den publika synligheten och bidra till en levande stadsbild under evenemanget.

Stockholmsmässan, tillsammans med Trä- och Möbelföretagen och Sveriges Arkitekter ansöker därför om ett marknadsföringsstöd avseende Stockholm Furniture & Light Fair för vidareutveckling av Stockholm Design Week om 700 000 kr.

Med vänliga hälsningar,

Jörgen Eriksson

Project Management & Development

Stockholmsmässan - Stockholm Design Week

Jorgen.eriksson@stockholmsmassan.se

Mobile +46 727 199 101

www.stockholmdesignweek.com

SDW och SF&LF är öppet för alla som är intresserade av design oavsett etnisk tillhörighet, kön eller religion och Stockholmsmässan, som är Nordens största mässanläggning, ska vara tillgänglig för alla. Därför har vi bla grundtillgänglighet till samtliga restauranger, kongresslokaler och utställningshallar. Vidare tillhandahåller vi parkeringsplatser nära entren, reserverade för personer med parkeringstillstånd (funktionsnedsättning), rullstolar finns att låna, hörhjälpssystem för personer med hörapparat etc.



Stockholm 2018-07-11

Ansökan om marknadsföringsstöd, Stockholm Furniture & Light Fair 2019

Innehåll

Dokument Ansökan_Marknadsföringsbidrag_Staden_2019

Bilaga 1 Budget

Bilaga 2 Varumärket_2019

Bilaga 3 Jämställdhets_Mångfaldsplan

Jämställdhetsarbetet på Stockholmsmässan ska vara en naturlig del i det 5 dagliga arbetet och beaktas vid alla beslut om arbetsmiljö, lönesättning, rekrytering, personalutveckling samt vid övriga personalfrågor. Mål och syfte med vårt jämställdhetsarbete är att ta tillvara på de resurser som den enskilde individen har oavsett kön, ålder eller bakgrund.

Bilaga 4 Miljöbroschyr

Stockholmsmässans vision är att bli en ledande mötesplats i norra Europa och att därmed stärka Stockholms ställning som Skandinaviens huvudstad. Tillsammans med våra utställare och arrangörer skapar vi mötesplatser som ger besökarna ökad kunskap, ny inspiration och möjlighet att göra bra affärer. Som ett av de ledande företagen i vår bransch, och som en ansvarsfull samhällsmedborgare, ser vi det som självklart att ständigt utveckla Stockholmsmässans hållbarhetsarbete och därmed bidra till en mer hållbar värld. Vi är övertygade om att ett aktivt hållbarhetsarbete inte bara ger oss och våra medarbetare ett gott samvete, utan också skapar nya affärsmöjligheter och ökar företagets långsiktiga värde.

Bilaga 5 Skatteverket_Begäran/Svar_Offentliga_uppgifter

Projektår: 2019

Projekt: Stockholm Furniture Fair + Design Week 2019

Projekt ResE 30 - Budget

	Budget 2019
SUMMA INTÄKTER	61 137 639
SUMMA MARKNADSFÖRING	-4 713 420
SUMMA ÖVRIGA KOSTNADER	-5 109 900
SUMMA PRODUKTIONSKOSTNADER	-8 925 287
SUMMA ÖVRIGA PROJEKTKOSTNADER	-8 522 036
SUMMA LOKALKOSTNADER	-25 144 340
PROJEKTRESULTAT	8 722 656



Stockholm 2018-07-11

Exponering av varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia

Varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia kommer bla att kunna ses i nedan sammanhang under Stockholm Design Week 2019.

I The Official Guide to Stockholm Design Week som Host City / partner

Med The Official Guide to Stockholm Design Week vill vi ge designveckans alla besökare en överskådlig guide till allt som händer under veckan, både på mässan och runt om i staden. Guiden trycks i ca 30 000 exemplar. Den når beslutsfattare och nyckelpersoner i den internationella designbranschen via direktdistribution, genom exponering på Stockholm Furniture & Light Fair, och självklart också på relaterade event och i ledande designbutiker runt om i staden under hela designveckan. Guiden tas även fram i en digital version som distribueras brett i alla kanaler och nyhetsbrev.

På stockholmdesignweek.com och på stockholmfurniturefair.com som Host City/partner

Vi kommer även att lyfta varumärket i andra relevanta sammanhang inför, under och efter vecka 6.

JÄMSTÄLLDHETS – OCH MÅNGFALDSPLAN 2015-2017

FÖR STOCKHOLMSMÄSSAN AB



Inledning och bakgrund

Stockholmsmässans värderingar är vägledande för att vi ska ha ett arbetsklimat som kännetecknas av en positiv attityd till jämställdhet och mångfald grundad på ömsesidig respekt och förtroende. För att vi som företag ska kunna nå våra långsiktiga mål är det angeläget och avgörande att ta tillvara den kompetens som finns hos alla medarbetare. Genom att arbeta med jämställdhet och mångfald kan vi skapa en kreativ och utvecklande arbetsmiljö som i sin tur skapar förutsättningar för ett bra resultat. Stockholmsmässan som företag gynnas av mångfald och jämställdhet bland medarbetarna.

Mångfald handlar om allas lika värde oberoende av kön, sexuell läggning, ålder, etnisk eller social tillhörighet, språk och religion mm. Jämställdhet betyder att män och kvinnor har samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter.

Jämställdhets- och mångfaldsarbetet ska vara en naturlig del av det dagliga arbetet på Stockholmsmässan och ingår i respektive chefs ansvar för verksamhet och medarbetare. Alla medarbetare ska känna till Stockholmsmässans jämställdhets- och mångfaldsplan och genom sitt agerande bidra till att den förverkligas. Ytterst ansvarig är VD och företagsledningen. HR är ansvariga för att tillsammans med fackliga företrädare se till att det finns en uppdaterad plan med mål och aktiviteter. Jämställdhets- och mångfaldsplanen är förankrad hos de fackliga parterna.

Jämställdhets- och mångfaldsplanen ska finnas tillgänglig på intranätet. Vid introduktionen av nyanställda ska Stockholmsmässans jämställdhets- och mångfaldsarbete vara med.

Jämix

Stockholmsmässan har ett samarbete med Nyckeltalsinstitutet. Nyckeltalsinstitutet har tagit fram ett jämställdhetsindex, Jämix, som visar hur jämställdheten ser ut i organisationen. Nio nyckeltal vägs samman till ett jämställdhetsindex som används för att belysa jämställdheten i organisationen. De nyckeltal som följs upp är:

Yrkesgrupper – är yrkesgrupperna i organisationen jämställda?

Ledningsgrupp – är den högsta ledningsgruppen jämställd?

Karriärmöjligheter – har kvinnor och män samma möjligheter att bli chef?

Lön – är lönen lika för kvinnor och män?

Långtidssjukfrånvaro – ser långtidssjukfrånvaron olika ut mellan kvinnor och män?

Föräldradagar – tas föräldraledighet ut jämlikt mellan kvinnor och män?

Heltidstjänster – är sysselsättningsgraden lika?

Tillsvidareanställda – är anställningsgraden lika?

Jämställdhetsarbete – aktivt arbete med jämställdhetsplanen

Mål och åtgärder för 2015-2017

Vi använder Nyckeltalsinstitutets nyckeltal som underlag för mål och uppföljning. Under 2015-2016 kommer vi att prioritera följande områden

1. Yrken

Är yrkesgrupperna i organisationen jämställda?

Den 31 dec 2014 hade Stockholmsmässan en könsfördelning som var 64% (62% mars 2013) kvinnor och 36% (38%) män vilket enligt Jämix ska vara 60-40 för att vara jämställt. Detta innebär att obalansen har ökat i organisationen.

Mål och åtgärder:

Mål: En jämställd fördelning inom samtliga yrkeskategorier. Stockholmsmässan ska arbeta för en jämställd arbetsplats.

Åtgärd: Vid rekrytering ska jämställdhetsperspektivet beaktas och vi ska eftersträva sökande av det underrepresenterade könet inom varje yrkeskategori. Alla tjänster ska utannonseras internt. Endast i undantagsfall sker rekrytering utan internannonsering.

2. Ledning

Är ledningsgruppen jämställd?

Den 31 december bestod Stockholmsmässans ledningsgrupp av 5 kvinnor och 3 män motsvarande 62% respektive 38%. Det råder således en fortsatt ojäm könsfördelning i ledningsgruppen enligt Jämix. Könsfördelningen har blivit mer jämn sedan den förra planen togs fram 2013. Siffrorna var då 6 kvinnor och 1 man, motsvarande 86% och 14%.

3. Chefskap

Har kvinnor och män samma möjligheter?

Stockholmsmässan eftersträvar en arbetsplats där kvinnor och män har samma möjligheter till karriär och utveckling. Här utgår vi från Jämix nyckeltal som visar om män och kvinnor har lika karriärmöjligheter. Är värdet 1 är det jämställt. Detta speglar då fördelningen bland alla anställda. Är värdet under 1 är kvinnor underrepresenterade på chefspositioner. Är värdet över 1 är män underrepresenterade. Resultatet nedan visar att fördelningen kvinnor/män på chefspositioner i förhållande till antalet anställda har blivit mindre jämställt.

Andel chefer som är kvinnor	Andel anställda som är kvinnor	Andel kvinnliga chefer/andel kvinnliga anställda
48 % (57 % 2013)	64 % (62 %)	0,75 (0,92)



Mål och åtgärd:

Mål: Könsfördelningen bland chefer ska överensstämma med företagets könsfördelning

Åtgärd: Könsfördelningen ska beaktas vid rekrytering av nya medarbetare till chefs- och ledningsgrupp. Aktiv ersättningsplanering ska genomföras årligen och även här ska jämställdhet beaktas.

4. Lön

Är lönen lika för kvinnor och män?

Lönekartläggning sker vart tredje år inom Stockholmsmässan med handlingsplan för att åtgärda ev osakliga löneskillnader. Vid den senaste lönekartläggningen som genomfördes efter lönerevisionen 2012 kunde vi se vissa löneskillnader mellan kvinnor och män som det gjordes fördjupade analyser på. Justeringar gjordes i lönerevisionen. Nästa lönekartläggning blir 2015 efter 2015 års lönerevision.

Mål och åtgärder:

Mål: Osakliga löneskillnader ska inte förekomma mellan kvinnor och män. Lönekriterierna ska premiera prestation och kompetens.

Åtgärd: Lönekartläggning genomförs var tredje år och vid behov tas handlingsplaner fram.

5. Ohälsa

Ser långtidssjukfrånvaron olika ut?

2014 års sjukfrånvaro var i genomsnitt för Stockholmsmässan 3,69 %. Av dessa utgör 1,89 % av kvinnor och 1,8 % av män. Av de långtidssjukskrivna är majoriteten kvinnor.

Mål och åtgärd:

Mål: Analysera varför kvinnornas sjukfrånvaro är högre än männens. Individuella handlingsplaner tas fram för att minska sjukfrånvaron.

Åtgärd: Arbeta konsekvent med tidig rehabilitering och förebyggande hälsoarbete.

6. Föräldraskap

Tar männen ut föräldradagar?

Stockholmsmässan ska underlätta för både manliga och kvinnliga medarbetare att förena arbete och föräldraskap. Männen står för en liten andel av det totala antalet utlagda föräldraledighetsdagar.

Mål och åtgärder:

Mål: Ha en företagskultur som uppmuntrar lika uttag av föräldraledighet mellan män och kvinnor. Arbete och föräldraskap ska gå att kombinera.

Åtgärder: Lyfta fram goda exempel i internkommunikationen
Medarbetarsamtal/avstämning inför föräldraledighet och vid återkomst, enligt föräldraledighetspolicy
Lyfta fråga på chefsmöten.

7. Anställningsvillkor

Är sysselsättningsgraden lika mellan män och kvinnor?

Arbetstider och arbetsmiljö ska vara anpassade så att de passar både män och kvinnor. Av de deltidsanställda är kvinnorna i majoritet.

Mål och åtgärd:

Mål: Alla som arbetar deltid ska ha möjlighet att arbeta heltid.

Åtgärd: Kvinnor och män ska i lika stor utsträckning erbjudas heltidstjänstgöring. Vid all rekrytering ska en könsneutral inställning tillämpas och heltidstjänstgöring utgöra normen.

8. Kränkande särbehandling

Stockholmsmässan accepterar inte någon form av diskriminering, sexuella trakasserier eller annan form av kränkande särbehandling. Det innebär att ingen får utsättas för trakasserier som kränker individens personliga integritet i arbetet.

Mål och åtgärder:

Mål: Ingen anställd på Stockholmsmässan ska utsättas för sexuella trakasserier eller kränkande särbehandling. Alla medarbetare har rätt att behandlas med respekt

Åtgärd: Om det kommer till Stockholmsmässans kännedom att det förekommer kränkande särbehandling ska åtgärder vidtas omedelbart.
Rutiner och policys mot kränkande särbehandling ska efterlevas.
Information i introduktions – och ledarskapsutbildning
Kränkande särbehandling följs upp i medarbetarundersökningen.

9. Mångfald

I dag har Stockholmsmässan en relativt homogen personalsammansättning vad avser kön, ålder och utländsk härkomst. Stockholmsmässan eftersträvar en ökad mångfald avseende kön, ålder och bakgrund. Vi ska ta tillvara olikheter och ha ett öppet förhållningssätt mot varandra.

Mål och åtgärder:

Mål: Stockholmsmässan ska öka mångfalden bland såväl chefer som medarbetare.

Åtgärd: Alla chefer ska ha ett mångfaldsperspektiv vid nyanställning och rekrytering
Vid rekrytering ska vi rikta annonser mot grupper som är underrepresenterade bland dagens medarbetare.
Vi ska marknadsföra Stockholmsmässan som ett bra företag att arbeta på och där vi tar tillvara olikheter
Kompetensutvecklingsinsatser såväl 2015 som 2016 för att öka kunskapen om kulturell förståelse samt ökad tolerans för olikheter.

Vårt miljöarbete



Stockholmsmässan

Tycker du att Nordens största mötesanläggning bör vara ett föredöme när det gäller miljöarbete? Det tycker vi också.

Stockholmsmässan ägs gemensamt av Stockholms stad och Stockholms Handelskammare, och vi är den största mäss- och kongressanläggningen i de nordiska länderna. Vi skulle säkert vara ett ansvarstagande företag även om vi varit en mindre aktör, men vi tycker också att man har ett särskilt ansvar när man är störst och den som alla andra tittar på.

För oss betyder det att vi arbetar med hållbarhetsfrågor i bred bemärkelse, från affärsetik och arbets-givaransvar till miljö och samhällsengagemang. I den här broschyren kan du läsa mer om vårt miljöarbete, och hur vi på olika sätt jobbar för att minska påverkan på miljön från vår 112 000 kvadratmeter stora anläggning, från våra hundratals event, och från de över en miljon besökare som varje år kommer hit till Stockholmsmässan.

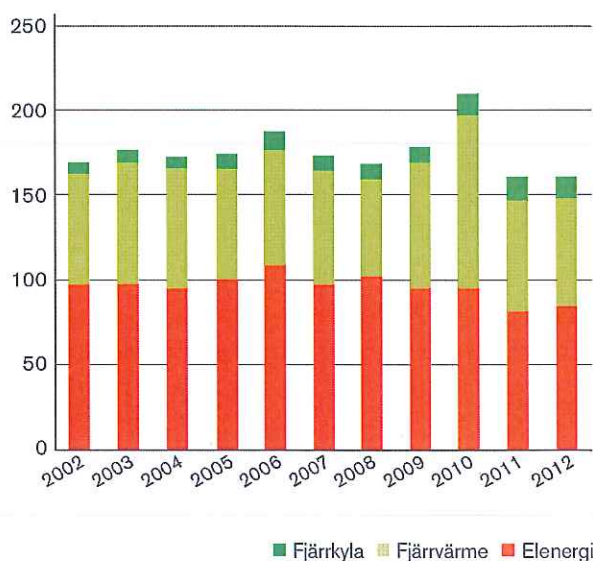
Varmt och ljust, men bara när det behövs

Alla som har gått på en mäsas eller suttit i ett konferensrum vet hur trist det kan bli om det är för kallt i lokalerna, för att inte tala om hur dystert det blir med för dålig belysning. Samtidigt drar det mycket energi i onödan att värma upp lokaler där ingen vistas för tillfället. Därför har vi installerat ett energisparsystem som bland annat innehåller moduler för att behovsstyra ljus, värme/kyla och ventilation i anläggningen. Det är många som hoppat högt när de kommit in i en tyst och mörk hall som plötsligt tänts upp när de kliver in! Till systemet hör också ett antal klimatjalousier som hindrar onödigt korsdrag under in- och utflyttningsperioder när de stora ytterportarna öppnas ofta. Mindre korsdrag betyder både skönare inomhusklimat och mindre energiåtgång – bra för både människor och miljö alltså.

Att spara energi handlar till viss del om de stora greppen, som till exempel att välja dynamisk LED-belysning när vi installerar nya ljusanläggningar eller att byta till ventilationsaggregat med effektiv värmeåtervinning och tilläggsisolering. Men mycket handlar också om ett ständigt förbättringsarbete; ett envetet gnetande med att förbättra isoleringen i anläggningen, se över tätningen av portarna, drifttider och så vidare.

Och apropå energi kan vi berätta att 60 procent av den energi vi förbrukar här på Stockholmsmässan kommer från förnyelsebara källor.

Energiförbrukning, kWh/kvm

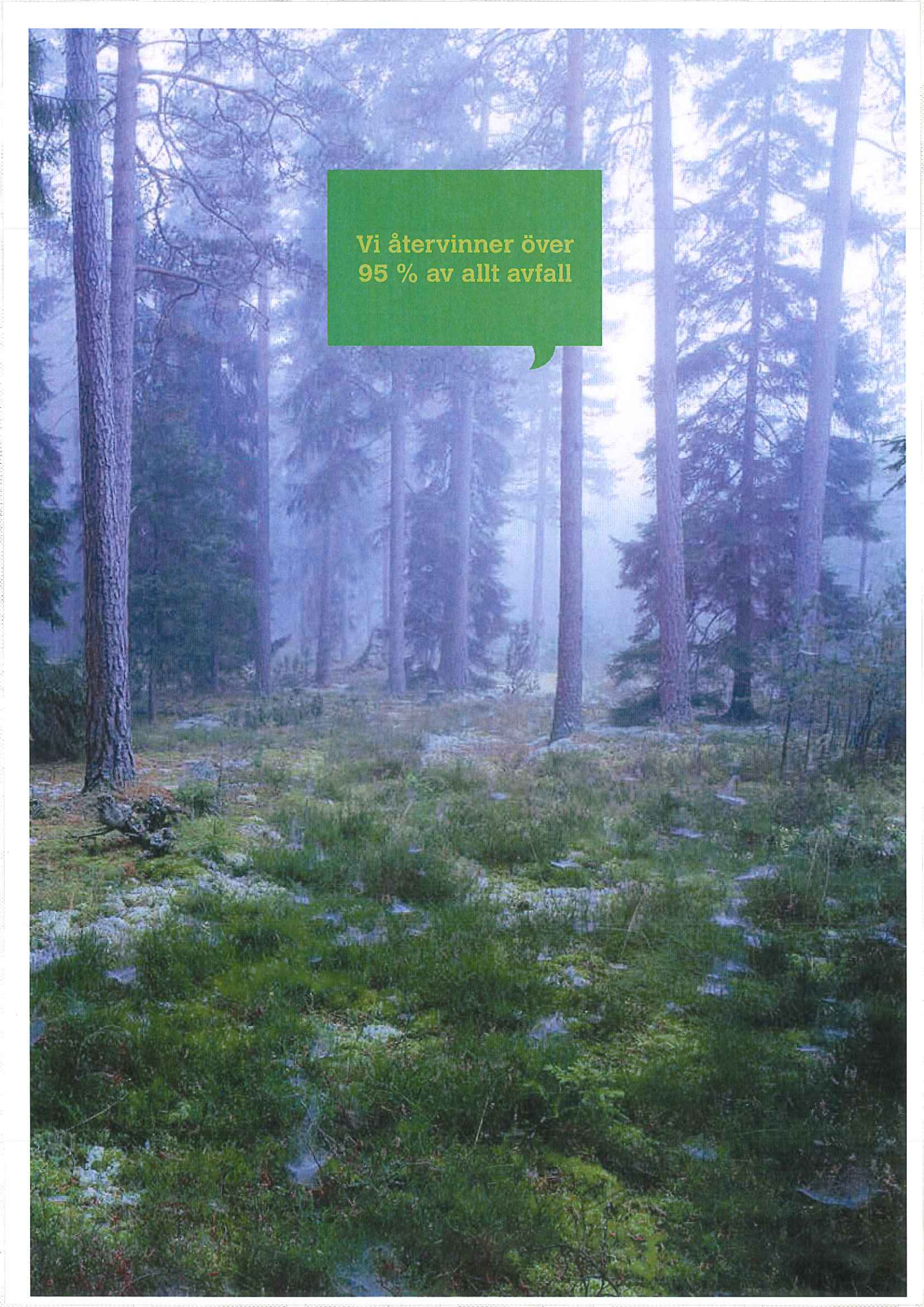


Var sak på sin plats (gäller även äppelskrutt)

När du har varit en stund på Stockholmsmässan – som besökare, utställare, entreprenör eller medarbetare – så kommer du förr eller senare stå där med något slags sopor som du vill bli av med. Då gäller det att hålla tungan rätt i mun, för här finns över 20 olika fraktioner att välja på. Via leverantören Green Cleaning, som är certifierade enligt miljöstandarden ISO 14001, återvinner vi över 95 procent av allt avfall som produceras här. Varje år samlar vi till exempel in metall så att det räcker till 4 000 nya cyklar, wellpapp motsvarande 500 träd, och färgat glas som blir till isolering i 18 villor.

Avfall % som sorteras



A photograph of a misty forest with tall, thin trees and a green speech bubble containing text.

**Vi återvinner över
95 % av allt avfall**

Rena golv och rent samvete

Det städas mycket och ofta hos oss, och vi är stolta över att 95 procent av de rengöringsmedel som används för daglig städning och storstädning på Stockholmsmässan är miljömärkta. Vårt städbolag EF Miljöstäd strävar ständigt efter att optimera sina processer ur miljösynpunkt och byta ut allt fler produkter mot miljöriktiga alternativ. Bland annat använder de ett slutet doseringssystem för att minimera förbrukningen av rengöringsmedel.

En blöt historia

Vet du vad en vattensparventil är? Det vet vi också, eftersom det sitter sådana i alla våra kylanläggningar. Vi tycker att vatten är en alldeles för viktig råvara för att slösa med i onödan. Därför har vi också rörelsestyrda urinoarspolningar, och vi byter successivt ut engreppsblandarna på toaletterna mot sensorstyrda varianter som minskar vattenåtgången.

Sov och ät med en vit fågel

Stockholmsmässan har två mångåriga samarbetspartners som också är viktiga bidragsgivare i vårt miljöarbete: dels vår restauratör Mässrestauranger och dels Rica som driver vårt eget hotell. Både Mässrestauranger och Rica Talk Hotel är Svanenmärkta, vilket innebär att en oberoende tredje part minst en gång per år går in och granskar att de uppfyller Svanens tuffa miljökrav.

För Ricas del handlar miljöarbetet mycket om det de kallar "små saker som gör stor skillnad". De och deras gäster sorterar avfall för återvinning och minskar konsumtionen av vatten och el, de städar med torra städmetoder för att använda minimalt med kemikalier, de bokar miljötaxi och de utökar ständigt sitt utbud av ekologisk mat och miljömärkta produkter.

Mässrestauranger å sin sida serverar endast ekologiskt och rättvisemärkt kaffe, ekologiskt te samt Kravmärkt mjölk på samtliga sina serveringar. Av allt engångsmaterial de köper in är två tredjedelar återvinningsbart och komposterbart, allt kontospapper de förbrukar är Svanenmärkt, och de sorterar matrester, brännbart avfall och plast separat.



Våra flitigaste medarbetare

Våra flitigaste medarbetare

Nästa gång du kommer till Stockholmsmässan så titta om du kan se de fem orange lådorna på taket mellan kontorsentrén och huvudentrén. Där bor våra flitiga bin, som ger oss många kilo mumsig och garanterat ekologisk honung varje år. Men det är inte allt. Visste du att ungefär en tredjedel av allt du äter är beroende av pollinerande insekter, och att antalet sådana insekter har minskat dramatiskt under 2000-talet?

Genom vårt samarbete med Bee Urban hjälper vi Stockholmsmässans närområde att bevara den biologiska mångfalden, samtidigt som vi bidrar till att säkra de svenska bestånden av honungsbin.

Ta tåget till mässan!

Från vår entré är det bara 350 meter till Älvsjö station, vilket är en stor fördel för de besökare som vill resa till och från våra event på ett enkelt, miljövänligt och smidigt sätt. Det tar bara tio minuter härifrån till Stockholms Central, och ska du ännu längre bort är det bara att sitta kvar på pendeltåget som även går till Arlanda flygplats och sedan vidare till Uppsala.

Vi har ett nära samarbete med SL som gör att de vet i god tid när vi väntar särskilt många besökare, och kan hjälpa till med exempelvis stationsvärdar som visar resenärerna tillrätta eller extralånga tåg när det behövs.



Du som bryr dig om
miljön lika mycket som vi,
varmt välkommen
till Stockholmsmässan!



Stockholmsmässan

Stockholmsmässan Postadress: 125 80 Stockholm Telefon: 08-749 41 00 Fax: 08-99 20 44 info@stockholmsmassan.se www.stockholmsmassan.se

Datum
2018-08-14

Gör så här

Fyll i blankettens övre del och skicka blanketten till

Skatteverket
871 87 Härnösand

Du kan även skicka den via fax eller e-post:

010- 577 96 25 eller 010- 577 96 26
upphandlingsinfo.norr@skatteverket.se
Svar kan inte lämnas via e-post.

Har du frågor kan du vända dig till Skatteverket,
telefon **010-577 95 15**.

Se även information på sidan 2.
A. Besvarad blankett ska skickas till

Namn och postadress:

Stockholmsmässan

Jörgen Eriksson

125 80 Stockholm

Vill du ha svar via fax? Ange faxnummer

B. Information önskas om

Företag/person eller organisation som information önskas om Stockholmsmässan	Organisations/Personnummer 556272-4491
Om gruppregistreringsnummer till mervärdesskatt finns, ange nummer	

C. Information om dig som frågar

Namn på företaget eller organisationen Stockholmsmässan	Kontaktperson Jörgen Eriksson Telefonnummer 0727-199101
--	--

Skatteverkets svar

Registrerad i organisationsnummer- registret ☒ Ja ☐ Nej	Registrerad som arbetsgivare ☒ Ja ☐ Nej	Registrerad för mervärdesskatt ☒ Ja ☐ Nej
Registrerad för ☒ F-skatt ☐ FA-skatt ☐ A-skatt		
Beslutade arbetsgivaravgifter de tre senaste månaderna		
Månad 18-04 Kr 3 132 109,-	Månad 18-05 Kr 3 217 025,-	Månad 18-06 Kr 3 240 213,-
Har företaget restfördä skulder avseende skatter och avgifter hos Kronofogden enligt Skatteverkets register? ☐ Ja ☒ Nej		
Datum då uppgifter har hämtats ur Skatteverkets register 2018-08-14		
Underskrift/Uppgifterna lämnade av <i>Sandra Lindqvist</i>	Telefonnummer SKATTEVERKET Skattekontor Härnösand Sandra Lindqvist 010-574 92 54	
Namnförtydligande Sandra Lindqvist		

Kronofogdens svar

Skuldbelopp avseende skatter och avgifter, kr	Avbetalningsplan finns ☐ Ja ☐ Nej	Avbetalningsplan följs ☐ Ja ☐ Nej
Datum då uppgifter har hämtats ur Kronofogdens register		
Underskrift/Uppgifterna lämnade av	Telefonnummer	
Namnförtydligande		

Information

Begäran/Svar Offentliga uppgifter

Blankettens användning

Den här blanketten kan användas av dig som ska lämna anbud enligt 10 kap. 2 och 3 §§ samt 15 kap. 13 § lagen (2007:1091) om offentlig upphandling. Blanketten kan även användas av dig som vill få information om ett företag sköter sina skatter och avgifter. Skatteverket kan på begäran lämna aktuell information när som helst under avtalstiden, alltså inte bara vid upphandlingstillfället. Om det förekommer underleverantör i ett eller flera led kan du även begära uppgifter på dessa företag.

Gör så här

- Ange den adress dit svaret ska skickas. Vill du ha svaret via fax skriver du i stället faxnummer.
- Fyll i namn och person-/organisationsnummer på den du vill ha upplysning om. Om företaget är en enskild firma fyller du i personnumret för den som driver firman.
- Ange ditt namn och telefonnummer.

Skicka in blanketten

Skicka blanketten per post till Skatteverket, 871 87 Härmösand, via fax eller e-post till den adress/nummer som finns angivet på blankettens framsida.

Vad händer sedan?

Skatteverket skickar besvarad blankett till den postadress eller det faxnummer som du har angivit. Svar kan inte lämnas via e-post.

Om det finns restförda skulder avseende skatter och avgifter, besvaras blanketten även av Kronofogden.

Skatteverkets svar

Registrerad som arbetsgivare?

Om ersättning betalas till person som har A-skatt är utbetalaren att se som arbetsgivare. Han ska då vara registrerad som arbetsgivare hos Skatteverket. Om arbetsgivarregistrering saknas kan detta innebära att personal hyrs in eller att underleverantör anlitas. Du kan begära uppgifter även för dessa underleverantörer.

Registrerad för mervärdesskatt?

Eftersom i stort sett all omsättning av varor och tjänster inom Sverige är momspliktig, är nästan alla näringsidkare momsregistrerade.

Registrerad för F-skatt, FA-skatt eller A-skatt?

Det finns inget krav på att man måste ha F-skatt för att bedriva näringsverksamhet. Inom viss näringsverksamhet, t.ex. varuhandel är det inte nödvändigt att ha F-skatt. Om ett företag ska utföra tjänster där arbetsinsatser sker är det normala att företaget har F-skatt.

F-skatt. Företag som är godkända för F-skatt betalar själva sin preliminära skatt och sina sociala avgifter. Om du anlitar ett företag för ett arbete ska du inte innehålla skatt eller betala arbetsgivaravgifter om företaget är godkänt för F-skatt.

FA-skatt. Innehar det företag eller den person som du anlitar FA-skatt måste företaget åberopa att det är godkänt för F-skatt i offert, anbud, avtal eller på faktura. Om godkännandet för F-skatt inte skriftligen åberopas anses personen ha A-skatt.

A-skatt. Om företaget eller personen som du anlitar inte är godkänt för F-skatt måste du innehålla skatt och betala arbetsgivaravgifter på ersättningen. Vid utbetalning till en juridisk person med A-skatt (t.ex. aktiebolag, handelsbolag, förening) ska skatteavdrag göras med 30 % av ersättningen. Arbetsgivaravgifter ska inte betalas för juridisk person.

Uppgift om arbetsgivaravgifter de tre senaste månaderna

Arbetsgivaravgiften utgör normalt cirka en tredjedel av lönesumman. Genom att du får uppgift om företagets arbetsgivaravgifter för de tre senaste månaderna kan du få en uppfattning om hur många personer företaget avlönar.

Har företaget restförda skatteskulder hos Kronofogden enligt Skatteverkets register?

Om ett företag har en skatteskuld på skattekontot vid den avstämning som sker varje månad får företaget ett betalningskrav. Om skulden samt månadens upplupna skatter och avgifter inte har betalats vid nästa månads-avstämning så kommer skulden, under förutsättning att den överstiger 10 000 kr, att restföras hos Kronofogden. Om det enligt Skatteverkets registeruppgifter finns en restförd skatteskuld hos Kronofogden överlämnas blanketten dit för att besvaras.

Kronofogdens svar

Kronofogden får träffa överenskommelse med gäldenären om avbetalningsplan för den restförda skulden om någon av följande förutsättningar föreligger

- det är till fördel för det allmänna
- det är påkallat med hänsyn till gäldenärens personliga förhållanden
- frågan om anstånd med betalningen prövas av behörig myndighet.

Avbetalningsplan gäller under förutsättning att betalning sker i enlighet med planen och att inte några nya skulder tillkommer. Kronofogden kan lämna ytterligare information om villkor m.m. för avbetalningsplaner.