



**2004:42**

### **Motion av Kristina Axén Olin (m) om vikten av en internationell strategi**

I en allt större och öppnare värld där företagande och turism känner färre gränser och där avståndens betydelse i den globala ekonomi minskar är det av stor betydelse att Stockholms stads ledning tydligt klargör för sig själv och för andra stadens fördelar.

För att Stockholms stad skall kunna växa och erbjuda dess invånare en god service är det centralt att Stockholm i förhållande till jämförbara städer också är attraktivt.

Stockholms stad har de senaste århundradet varit Sveriges ekonomiska motor till gagn för dess invånare likväl som till gagn för riket i stort. Tendensen i vår omvärld är tydlig. Huvudstäder och andra större städer blir allt viktigare som knutpunkter och drivkrafter i världen. Etableringar av företag och lokalisering av forskningsresurser sker i stor utsträckning i eller i närheten av större städer som kan erbjuda adekvat infrastruktur, en god boendemiljö, hög utbildad arbetskraft och bra kultur och service. Stockholm har på detta område goda förutsättningar.

Allt mer av den internationella turismen går till större städer. Fler människor gör kortare semesterresor till de stora europeiska städerna. Den avreglerade flygmarknaden och enandet av Europa, kanske främst uttryckt i de forna öst-europeiska ländernas medlemskap i EU, har underlättat resandet på vår kontinent, praktiskt såväl som mentalt. Även inom landet sker en stor del av turismen i våra större städer och då främst i vår huvudstad. Stockholm har goda förutsättningar att utvecklas till en än mer populär stad för turister.

Stockholm har med sin geografiska position mitt i Östersjöregionen en naturligt god utgångspunkt för att i större utsträckning än i dag vara ett nav i Norra Europas handel. Handeln som alltid varit en central del av Stockholm och också varit den kraft som byggt upp dagens välstånd. Stockholm har i dag flera större industrier lokaliserade i sin närhet men potentialen måste sägas vara ännu större.

Stockholms stad kan spela en central roll i utvecklandet vår region till en än mer populär region. För etablering och för turism. Stockholms stad kan genom

att arbeta efter en genomtänkt och välförankrad strategi stärka varumärket Stockholm. I dag är Stockholm som stad medlem av och aktiv inom en mängd internationella organisationer och områden men den genomtänkta långsiktiga strategin saknas. För att ett sådant arbete skall vara lyckosamt och nå framgång krävs det ett tydligt ledarskap.

Jag föreslår med hänvisning till ovanstående

att kommunstyrelsen ges i uppdrag att tillsammans med näringslivskontoret arbeta fram en internationell strategi för Stockholm in i 2010-talet.

Stockholm den 9 september 2004

*Kristina Axén Olin*