

Verksamhetsprogram och budget för Stockholm Business Alliance år 2007

1. Bakgrund

Stockholm Business Alliance bildades år 2006 i syfte att fördjupa och utveckla samarbetet inom det näringslivspolitiska området i Stockholmsregionen*. De 39 ** partnerkommunerna (antal partners 2006 1131, bilaga 1) har slutit ett femårigt avtal för åren 2006 – 2010 för att uppnå långsiktighet och stabilitet i samarbetet. Ett samarbete i nära kontakt med näringslivet som syftar till att stärka regionens position i den globala konkurrensen. En konkurrens också mellan regioner som ställer allt hårdare krav såväl på enskilda kommuner som på förmågan att samverka och samarbeta inom Stockholmsregionen

Stockholmsregionen växer både till antalet invånare och geografiskt, vilket stärker vår internationella konkurrenskraft. Stockholmsregionen är nu en region med 3 miljoner invånare dvs 1/3 av Sveriges befolkning och svarar för 42% av landets BNP. Nyföretagandet inom regionen är också starkt och under år 2005 startades ca 25 000 företag vilket är 45% av nyföretagandet i landet. Regionen har ett starkt näringsliv som är diversifierat, men också med starka branscher i världselit. Branscher som bioteknik och medicin, informations och kommunikationsteknik (ICT), bank och finans, automation, fordon, geografiska informationssystem, logistik, miljöteknik samt säkerhet. Regionen är också det finansiella centrat i Skandinavien och Östersjöregionen. Här finns också många huvudkontor såväl globala som regionkontor för Norra Europa. Kommunikationerna till regionen är goda med bl a flera internationella flygplatser med Stockholm Arlanda i spetsen och en hamnverksamhet som växer kraftigt såväl vad gäller passagerare som gods. Pendlingen ökar också inom regionen. Regionen ligger i framkant inom högre utbildning med 28 universitet och högskolor liksom inom forskningsområdet där regionen ligger i världsklass. Stockholmsregionen är därmed det geografiska, ekonomiska och kulturella centrat i Skandinavien och Östersjöregionen. Det krävs dock kraftfulla insatser för att såväl behålla som utveckla denna position i framtiden dels inom det näringslivspolitiska området t ex genom ett tätare samarbete mellan kommunerna och med näringslivet, dels i form av för tillväxten strategiska områden som t ex bostadsbyggande och investeringar i infrastruktur (vägar, järnvägar, hamnar och flygplatser)

Det gemensamma arbetet inom Stockholm Business Alliance handlar om att utveckla näringslivsarbetet i regionen vad gäller näringslivsklimatet i regionen, för tillväxten strategiska områden och den internationella marknadsföringen av regionen.

* Med Stockholmsregionen avses inte bara Stockholm - Mälarenregionen utan ett det större geografiska område som partnerskapet omfattar

** Aktuellt antal. Slutligt antal när verksamhetsprogrammet går i tryck efter KSO-mötet.

2. Vision och verksamhetsidé

Stockholmsregionen ska år 2010 vara:

- Norra Europas ledande tillväxtregion
- En av tre bästa regionerna i Europa när det gäller marknadsföring
- Den region i Europa som har den bästa investeringsfrämjande verksamheten.

Stockholmsregionen är idag det geografiska, finansiella och kulturella centrum i Skandinavien och Östersjöregionen. Vårt huvudbudskap är därmed Stockholm - The Capital of Scandinavia. Stockholm Business Alliance vision är att vi ska vara Norra Europas ledande tillväxtregion.

Huvuduppgiften för Stockholm Business Alliance är att år 2010 ha uppnått ovan angivna mål. Det kommer att kräva ett långsiktigt och målmedvetet arbete som bör följas upp kontinuerligt dels genom årlig uppföljning hur partnerskapet ligger till i förhållande till ovan angivna mål, dels genom de mål som sätts upp inom de olika verksamhetsområdena. När det gäller den övergripande visionen om "Norra Europas ledande tillväxtregion" kommer SBR att inleda ett benchmarkingarbete under hösten 2006 gentemot de ledande regionerna i Europa

För att uppnå målen har partnerskapet utformat följande verksamhetsidé:

- Vi kommuner i Stockholmsregionen, arbetar tillsammans i partnerskap för att främja tillväxt lokalt och regionalt med syfte att bli norra Europas främsta tillväxtregion.
- Vi utvecklar det lokala och regionala näringslivsarbetet i ett ömsesidigt ansvarstagande för att öka attraktionskraften visavi människor, företag och kapital.
- Arbetet inom partnerskapet sker i nära samarbetet med näringslivet i regionen.
- Internationellt uppträder vi under Stockholmsregionens gemensamma varumärke "Stockholm The Capital of Scandinavia".

För att Stockholm Business Alliance vision och mål ska uppnås måste vi i Stockholmsregionen utveckla en näringslivspolitisk verksamhet i världsklass. Detta förutsätter i sin tur ett ömsesidigt ansvarstagande mellan partnerkommunerna i att utveckla näringslivsarbetet. **Det är vårt arbete hemma som lägger grunden för partnerskapets framgång**, dvs. de kontakter med näringslivet som varje partnerkommun har och det lokala näringslivsklimatet i sig är avgörande för såväl utvecklingen i regionen som bilden av regionens attraktivitet för att driva och etablera företag. Att utveckla servicen till näringslivet med regelbundna servicemätningar som grund är därför ett prioriterat område inom partnerskapet. Vi ska också regelbundet mäta hur konjunkturen i regionen utvecklas och jämföra oss med andra regioner.

I förhållande till kommunernas samlade resurser är Stockholm Business Alliance resurser begränsade både personellt och ekonomiskt. Detta ställer krav på att arbetet fokuseras på några strategiska områden och på ett utvecklat samarbete inom respektive kommun, mellan kommunerna och framförallt med näringslivet för att stärka Stockholmsregionen. Arbetet inom Stockholm Business Alliance förutsätter att varje kommun vidareutvecklar sina kontakter med näringslivet lokalt, men också att detta sätts i ett regionalt sammanhang. Dessa kontakter kan vi ömsesidigt ha nytta av när det gäller att utveckla näringslivets förutsättningar i regionen, i skapande av branschsamarbeten och att stimulera till att företagare uppträder som ambassadörer för regionen vilket kan locka investeringar och etableringar hit. Detta förutsätter att den internationella marknadsföringen och den investeringsfrämjande verksamheten blir en integrerad del i näringslivsarbetet som helhet.

Den internationella marknadsföringen av Stockholmsregionen och den investeringsfrämjande verksamheten måste bli mer fokuserad och mer proaktiv. Budskapet måste vara entydigt och tydligt. Vi har nu lagt grunden för detta genom vårt gemensamma varumärke ”Stockholm - The Capital of Scandinavia”. Vidare har förberedelser vidtagits under år 2006 i form av målgruppsanalyser, kontakter med och information till nyckelpersoner inom media och näringsliv. För att den framtida marknadsföringen av regionen ska vara framgångsrik krävs såväl en samlad marknadsföring från partnerkommunerna som att näringslivet långsiktigt engagerar sig i marknadsföringen av regionen. En annan viktig förutsättning för framgång är att regionen är trovärdig och kan leva upp till omvärldens förväntningar. Det ställer krav på att Stockholmsregionen ständigt utvecklas som etablerings- och besöksort.

3. Verksamhetsområden och mål för år 2007

3.1 Analys och benchmarking

För att utveckla samarbetet inom Stockholm Business Alliance måste vi kontinuerligt analysera våra styrkor och svagheter när det gäller regionens näringsliv som helhet, olika tillväxtområden – regionala kärnor och branscher. Vi bör vidare regelbundet mäta tillväxten i regionen och beskriva näringslivet i regionen. Allt detta i syfte att kunna förbättra vårt näringslivsarbete i regionen, utveckla branschsamarbeten och vår internationella marknadsföring samt investeringsfrämjande. Under hösten 2006 genomfördes den första gemensamma konjunkturmätningen genom att en stad/län (Stockholm/Stockholms län, Uppsala/Uppsala län, Västerås/Västmanlands län, Örebro/Örebro län, Eskilstuna/Södermanlands län och Gävle/Gävleborgs län) utförde en mätning för staden och det aktuella länet. Dessa mätningar publicerades av respektive stad/län i rapportform. Genom dessa mätningar får vi också ett gemensamt underlag som beskriver utvecklingen av konjunkturen i regionen som helhet. Mätningarna planeras att ske kvartalsvis, vilket innebär fyra mätningar under år 2007

Vi bör också jämföra oss med och lära av framgångsrika regioner såväl i Europa som globalt genom benchmarking. Ett exempel är den rapport som OECD presenterades i mars 2006 om regionen som innehåller jämförelser med andra OECD-regioner inom en rad områden. Stockholm Business Region har under hösten 2006 inlett förberedelserna för en benchmarking gentemot de ledande regionerna i Europa. Genom denna benchmarking får vi också en bild över hur konkurrensläget är mellan regionerna i Norra Europa, vilket bildar underlag för uppföljningen av partnerskapets arbete.

Mål 2007:

- Konjunkturmätningar ska genomföras kvartalsvis i ovannämnda städer/län
- Benchmarking genomförs gentemot de ledande regionerna i Europa.

3.2 Näringslivsservice.

Ett prioriterat område inom Stockholm Business Alliance är att tillsammans utveckla och förbättra servicen till näringslivet i regionen. Det ska vara enkelt att komma i kontakt med partnerkommunerna, handläggningen av ärenden ska vara enkel och snabb och bemötandet ska kännetecknas av öppenhet och dialog. Regelbundna servicemätningar är en viktig grund för förbättringsarbetet.

Under hösten 2006 har förberedelser gjorts för att mäta näringslivsservicen i partnerkommunerna inom några för näringslivet viktiga områden som bygglov, markupplåtelse, miljötillsyn, brandtillsyn och utskänkningstillstånd. Utgångspunkten är att använda Stockholms stads modell för servicemätningar för att åstadkomma jämförbarhet. Under våren 2007 görs den första av de servicemätningar, som ska genomföras regelbundet av partnerkommunerna. Erfarenheterna från den första mätningen får avgöra intervallet mellan mätningarna, men de ska genomföras minst vartannat år. Dessa mätningar ska sedan ligga till grund för ett erfarenhetsutbyte mellan partnerkommunerna om hur servicen kan förbättras. Under år 2007 ska respektive partnerkommun genomföra kommuninterna dialoger med ledande politiker och berörda tjänstemän om betydelsen av en förbättrad service till näringslivet och vikten av att förbättra förutsättningarna för näringslivet. Kostnaderna för mätningarna och kommundialogerna finansieras av partnerkommunerna, medan utvecklingen av former och metoder för dessa finansieras inom partnerskapet.

Mål 2007

- Servicemätningar genomförs regelbundet inom varje partnerkommun med början våren 2007.
- Varje partnerkommun genomför årligen med början under år 2007 kommuninterna dialoger med ledande politiker och berörda tjänstemän avseende servicen till näringslivet.

3.3 Främjande av utländska etableringar och investeringar.

3.3.1 Marknadsföring och marknadsbearbetning

En viktig uppgift för Stockholm Business Alliance är att främja utländska investeringar och etableringar i Stockholmsregionen. År 2006 beslutade Stockholm Business Alliance om ”Marknadsplan Investment Promotion”. Fokus i marknadsplanen ligger på att öka kännedomen om Stockholmsregionen generellt. Kännedomen ska öka både genom breda informationsinsatser och riktad information samt personliga kontakter med såväl journalister och media som investeringsrådgivare, företagsledare och branscher. Detta är ett långsiktigt marknadsföringsarbete under regionens huvudbudskap ”Stockholm - The Capital of Scandinavia”. Stockholm Business Region utför detta arbete inom ramen för Stockholm Business Alliance. Den internationella marknadsföringen koncentreras på investeringsfrämjande, men på sikt bör den även omfatta besökare. Marknadsplanen huvudinriktning är långsiktig, men den har uppdaterats inför 2007 med en beskrivning av de insatser som ska genomföras under året.

År 2006 påbörjades den internationella marknadsföringen med fokus på press och media. Genom en målgruppsanalys identifierades nyckelpersoner inom media. Bearbetningen av dessa personer inleddes med ett första pressutskick. Även mer generella informationsinsatser genomfördes. Under år 2007 kommer arbetet i enlighet med marknadsplanen att fortsätta med fokuserade insatser på nyckelpersoner inom de prioriterade marknaderna Västeuropa, Nordamerika, Sydostasien och Indien. Den internationella marknadsföringen gentemot press kommer därmed att intensifieras under år 2007 och det pressrum på webben som skapades under hösten 2006 ska också vidareutvecklas.

En i enlighet med marknadsplanen är ambitionen att på ett mer proaktivt sätt än tidigare bearbeta potentiella investerare och personer som påverkar investerare. En kombination av breda informationsinsatser och riktad information skall öka kännedomen om Stockholms-

regionen enligt beslutad marknadsplan. Målet är att Stockholm betraktas som den mest intressanta regionen för investeringar i Norra Europa.

På närmarknaderna, det vill säga Västeuropa, kommer den proaktiva bearbetningen med riktad marknadsföring och personliga besök i stor utsträckning att ske med egen personal. Medan fjärrmarknaderna, främst Asien och Nordamerika, i första hand kommer att bearbetas via Invest in Sweden Agency (ISA).

En målgruppsanalys har gjorts för att identifiera omkring 800 av de viktigaste beslutsfattarna vad gäller etableringar. Dessa kommer med början år 2006 och med fortsättning under kommande år att bearbetas med relevant information och personliga besök.

Huvuddelen av de utländska investeringarna och etableringarna sker genom kontakt med internationella investerings- och etableringsrådgivare, branschorganisationer, banker och bygg- och fastighetsbolag s k multipliers. De har stor inverkan på företagets investeringsbeslut och har också en viktig roll i hela etableringsprocessen. Det innebär att dessa aktörer kommer att prioriteras i arbetet med främjande av investeringar och etableringar inom Stockholm Business Alliance

Det är viktigt att vi inom partnerskapet kan beskriva utvecklingen av avseende investeringar och etableringar. Under år 2007 ska därför klargöras vilka variabler och nyckeltal som bäst beskriver utvecklingen och som kan vara grund för uppföljning. Basåret för mätningarna bör vara år 2006.

3.3.2 Etableringsförutsättningar och mottagningservice

Under hösten 2006 har ett arbete inletts för att skapa en bild över etableringsförutsättningarna i regionen i form av t ex tillgång på mark, lediga lokaler, exploaterings- och utvecklingsprojekt samt planer, näringslivsstruktur och branscher. Detta måste kontinuerligt hållas uppdaterat eftersom det bildar underlag för såväl den internationella marknadsföringen som vid mottagande av potentiella investerare och etablerare.

Stockholm Business Region kommer också att fungera som en gemensam ingång för och samordnare av investeringsförfrågningar till regionen, en generell lotsfunktion som bistår företagen men vid behov även våra partnerkommuner med praktisk assistans i etableringsfasen. Under år 2006 utarbetar SBR ett program för mottagningservice som under nästa år implementeras hos partnerkommunerna. Allt i syfte att ge de investierande företagen en så professionell service som möjligt.

3.3.3 Eftervård

De företag som etablerar sig i regionen skall också systematiskt följas upp av respektive kommun. Det handlar om att utvärdera de egna insatserna i samband med etableringen, upprätthålla kontakten samt hålla sig informerad om vad som händer i företagen. Denna uppföljning är viktig för att kunna lösa konkreta problem, men också för att bistå den lokala företagsledningen med information inför beslut i koncernledningen. Är företaget ett dotterbolag i en global koncern är det också viktigt att klargöra att regionen och dotterbolaget har samma intresse att kommande investeringar i koncernen riktas till regionen och diskutera på vilket sätt regionen kan stödja detta. Kommunen svarar för den löpande kontakten med företagen bl a som servicelotsar. Liksom vad gäller mottagningservice kommer det program för uppföljning och eftervård som nu utarbetas av SBR att implementeras i partnerkommunerna under 2007.

Mål 2007

- 200 personliga möten ska ha genomförts under året med viktiga internationella beslutsfattare vad gäller etableringar.
- Under året sänds 10 antal pressutskick med feature-artiklar, statistik, bildmaterial m m till nyckelpersoner inom media
- En samlad bild över etableringsförutsättningarna i partnerkommunerna ska vara klar i början av år 2007
- Modell för mottagning implementeras i partnerkommunerna under första halvåret 2007.
- Modell för eftervård av företag som etablerat sig i regionen ska vara implementerad i partnerkommunerna under första halvåret 2007 och eftervårdsinsatser genomförts under året för alla företag som etablerade sig under år 2006 där SBR och/eller partnerkommunerna var inblandade i etableringsprocessen.
- Under året ska en modell utvecklas för beskrivning och uppföljning av internationella investeringar och etableringar i regionen.

3.4 Exportfrämjande.

Inledningsvis har fokus i partnerskapets internationella insatser varit investeringsfrämjande. Under hösten 2006 inleddes förberedelserna för en utvidgning av det internationella arbetet även till exportfrämjande. Dessa förberedelser sker i nära samarbete med Exportrådet. Ett tänkbart samarbetsområde är den satsning på småföretag (max 50 anställda) som Exportrådet inlett där man erbjuder företagen regionala exportrådgivare, analys av affärsmöjligheter och en gemensam etablering av exportkontor. Exportrådet har flera rådgivare inom Stockholmsregionen. Ett första steg är att inleda ett regionalt samarbete med Exportrådet och deras insatser för att främja export bland små- och medelstora företag.

En bransch som har visat stort intresse för exportfrämjande åtgärder är miljöteknikbranschen. I samarbete med ledande företag i branschen och Exportrådet har förberedelser inletts för en regional exportfrämjandesatsning inom miljöteknikområdet under år 2007.

Mål 2007

- Inleda ett samarbete med Exportrådet avseende exportfrämjande riktat till små företag inom SBA:s område.

3.5 Branschsamarbeten

Stockholmsregionen har ett diversifierat näringsliv med starka branscher i internationell tätposition. För att bidra till att stärka dessa branscher, för att stärka diversifieringen och utveckla regionen pågår flera branschsamarbeten i regionen. Samarbetena bygger på branschens uttryckta behov och önskemål om samarbete för att bidra till att utveckla regionen. Etablerade samarbeten finns inom bl a ICT, bioteknik/biomedicin, mode och design, film, miljöteknik, logistik, samt bank och finans. Branschsamarbeten kan också på ett mycket mer aktivt sätt användas inom den internationella marknadsföringen och den investeringsfrämjande verksamheten genom att nyttja branschernas analyser över branschstyrkor och framtida utveckling samt företagens internationella kontaktnät.

Under år 2006 har Västerås respektive Eskilstuna tagit initiativ till utvecklingen av två nya branschsamarbeten inom områdena automation och säkerhet. Dessa samarbeten kommer

enligt planerna vara i full gång under år 2007. Fokus kommer under år 2007 vara att höja kvaliteten i de befintliga branschsamarbetena genom att fördjupa relationerna med huvudaktörerna inom regionen från respektive bransch. Detta i syfte att öka kunskapen om branschens tillväxtförutsättningar och att öka antalet ambassadörer för Stockholm – The Capital of Scandinavia och därmed för regionen. Härutöver föreslås att det under året startar minst ett nytt branschsamarbete. Tänkbar bransch är tjänsteföretag inom vård, skola och omsorg och där Nacka stad avser att ta initiativ till samarbete. Ett annan tänkbar bransch är fordonsbranschen.

Besöksnäringen.

Ett arbete har inletts under år 2006 för att inom ramen för Stockholm Business Alliance fördjupa samarbetet inom besöksnäringen i Stockholmsregionen. Besöksnäringen har ett nära samband över kommungränserna i regionen och med övrigt näringslivsarbete. Det gäller såväl i marknadsföringen av regionen som att t ex verka för att stora evenemang och kongresser förläggs till regionen. Det finns också ett ökande intresse för ett samlat samarbete ur ett Stockholmsregionsperspektiv, som ersättning eller komplement till bilaterala samarbeten mellan kommuner eller enbart samarbete länsvis. Ett förslag till former för ett sådant samarbete kommer att presenteras i början av år 2007. Intresserade partnerkommuner kommer att få ett erbjudande att delta. Samarbetet kommer enligt planerna att inledas under år 2007.

Mål 2007

- Utvecklingen av minst ett ytterligare branschsamarbete ska inledas under året.
- Identifiera och engagera fem ambassadörer per profilbransch för budskapet Stockholm – The Capital of Scandinavia.
- Ett fördjupat samarbete inom besöksnäringen i Stockholmsregionen inom ramen för SBA inleds under år 2007.
- Effektiva modeller för samverkan med branscher utvecklas under året.

3.6 Innovation och nyföretagande

I slutet av år 2006 inleddes arbetet med att utforma en nulägesbeskrivning över innovations- och nyföretagandeverksamheter. Nulägesbeskrivningen ska sedan bilda underlag för en praktisk strategi. Denna beskrivning och utformandet av strategin kommer att ske i nära samarbete med regionens organisationer och verksamheter inom detta område som t ex inkubatorer, innovationsverksamheter och nyföretagarrådgivning. I strategin kommer man att fokusera på de verksamheter som fungerar praktiskt idag och undersöka om dessa vill och kan ha en regional funktion. De verksamheter som avser att ta en mer utvecklad regional roll skulle kunna ha detta inom ramen för SBA, men dock inte i SBA:s regi.

Mål 2007

- Strategi för innovationsrådgivning, nyföretagarrådgivning och inkubatorverksamhet utformas under året och samarbete inleds i syfte att stödja utvecklingen av dessa verksamheter.

3.7 Samarbetsformer och kommunikation

Samarbetet mellan partnerkommunerna inom näringslivsområdet varierar inom regionen. Rent generellt behöver såväl täthet som nivån på samarbetet höjas så att vi får bättre utväxling av respektive kommuns insatser. SBR kommer inom ramen för SBA svara för att koordinera

arbetet i tät kontakt med partnerkommunerna. År 2006 inleddes detta med besök hos partnerkommunerna näringslivsenheter för faktainsamling vilket bildar underlag för marknadsföring och kommunikation. Vidare har man gått igenom samtliga kommuners näringslivsarbete samt områden där partnerkommunerna vill ta en mer aktiv roll. Detta arbete fortsätter under år 2007 för att öka partnerkommunerna praktiska deltagande såväl inom de olika verksamhetsområdena som i projekt. Ett exempel är de initiativ till branschsamarbeten som Västerås och Eskilstuna tagit. Inom partnerskapet kommer vidare möten hållas för erfarenhetsutbyte, praktiska diskussioner, kunskapshöjande seminarier eller som ett led i genomförandet av verksamheten. Ett exempel på det senare är de seminarier om servicemätningarna som genomfördes under hösten 2006.

Marknadsföringsansvariga i partnerkommunerna har också involverats i arbetet eftersom det berör såväl marknadsföring som kommunikation. Inom de olika verksamhetsområdena har det redan bildats grupper med representanter för partnerkommunerna som t ex inom statistik/konjunktur, marknadsföring och investeringsfrämjande.

Kommunikationen till både befintligt näringsliv och företag som står i författning att etablera sig måste intensifieras. För den generella informationen, övergripande lotsfunktion och information om etableringsförutsättningar och kontaktvägar kommer webben att vara ett viktigt kommunikationsmedel. Detta arbete har under hösten 2006 inletts av SBR inom ramen för SBA för att vi på sikt inom SBA bygger upp "det virtuella näringslivskontoret". Förutom information på webben ska det även finnas tryckt information. Informationen oavsett om den finns på webben eller i tryckt form, ska vara avpassad till målgruppen.

En annan viktigt område är att försöka få ett ökat genomslag för positiva nyheter i regionens lokala media. En gemensam sändlista upprättades under hösten 2006 som kan användas för att nå ut med positiva nyheter. Ett arbete kommer att inledas under år 2007 för att öka partnerkommunernas proaktivitet i förhållande till lokala media.

Den interna informationen inom SBA är också viktig dvs information till de som är involverade från partnerkommunerna men inte minst att sprida information om SBA mer brett i respektive partnerkommuns organisation. Ett internt nyhetsbrev kommer att sändas ut kvartalsvis med början år 2007.

Mål 2007

- Den övergripande strukturen och informationen på webben ska vara klar i början av år 2007
- En samlad beskrivning av näringslivet i Stockholm - Mälardalen ska vara klar i början av året.
- Internt nyhetsbrev ges ut kvartalsvis med start i början av år 2007.

5. Utveckling och uppföljning av partnerskapet

För att Stockholm Business Alliance ska bli framgångsrikt krävs en aktiv medverkan från samtliga partnerkommuner och ett ömsesidigt ansvarstagande för att vi ska nå de mål som vi satt upp för partnerskapet. Det förutsätter i sin tur att strategiska diskussioner förs på kommunledningsnivå inom partnerskapet. Kommunstyrelseordförandemötena inom partnerskapet är därför en viktig arena för strategiska diskussioner och beslut om hur arbetet kan utvecklas såväl när det gäller näringslivsklimatet som regionens arbete för att förbättra

försättningarna inom för tillväxten strategiska områden som t ex infrastruktur, kommunikationer, bostadsbyggande, kompetens/ forskning och utveckling. Dessa möten i kombination med att regelbundna möten med kommundirektörerna ska säkra förankringen hos och medverka från kommunledningarna i utvecklingen av Stockholm Business Alliance.

År 2006 var ett startår för verksamheten och fokus låg då på att inleda verksamheten inom några områden och förbereda de insatser som planeras för år 2007. Under år 2007 kommer verksamheten att bedrivas både inom fler områden och med fler konkreta insatser.

Uppföljning av partnerskapet kommer under 2007 att ske mot de mål som satts upp inom respektive verksamhetsområde. Vidare förbereds under året de avstämningar över hur partnerskapet ligger i förhållande till de övergripande som ska genomföras under år 2008 och 2009.

6. Budget

Varje partnerkommun kommun erlägger minst 4 kr per invånare till den gemensamma finansieringen av partnerskapet. (se bilaga 2). Den samlade finansieringen sätter ramen för partnerskapets kostnader. Den uppgår till 15,0 mkr vilket är en ökning med 0,4 mkr i jämförelse med år 2006. Två verksamhetsområden är högst prioriterade dvs samordning/ koordinering och investeringsfrämjande inkl internationell marknadsföring. Investeringsfrämjandets del av budgeten har förstärkts med 0,5 mkr i jämförelse med år 2006.

Styrkan i partnerskapet avgörs av hur väl vi lyckas samordna och utveckla de olika insatser som utförs av partnerskapskommunerna och därmed växla upp regionens slagkraft. Det innebär att den samlade effekten inom näringslivsarbetet ökas genom att poola resurser och samordna partnerkommunernas befintliga näringslivsverksamheten. Vidare så satsar partnerskapet på att stärka den investeringsfrämjande verksamheten. I en nationell och internationell jämförelse är dock den nuvarande gemensamma resursnivån låg. Målsättningen bör därför vara att på sikt höja denna genom såväl ökade insatser från kommunerna som i partnerskap med näringslivet, för att regionen ska hävda sig i den internationella konkurrensen.

Intäkter		Mkr
Partnerkommunernas finansiering		15,0
Kostnader		
SBA – koordinering och utveckling		2,0
Personalresurser motsvarande heltidstjänster samt resurser för seminarier m m, mindre insatser inom verksamhetsområdena		
Investeringsfrämjande		13,0 *
varav internationell marknadsföring	1,6	
Totalt		15,0

* detaljerad budget redovisas i bilagan Investment promotion – Aktivitetsplan och budget.