

Tjänsteutlåtande

Datum:
7 juli 2009

Diariernr: SBR 19-128/2009

Handläggare:
Jesper Ackinger
jesper.ackinger@sbr.stockholm.se

Telefon:
08-508 280 31

Till
Styrelsen för Stockholm Business
Region

Övergripande mål, inriktning och riktlinjer för det internationella arbetet - kompletterande ägardirektiv

Förslag till beslut

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar

- att godkänna anmälan av kompletterande ägardirektiv inom koncernen Stockholms Stadshus AB, samt
- att till Stockholms Stadshus AB översända beslutet för kännedom

Olle Zetterberg

Ärende

Styrelsen för Stockholms Stadshus AB har till samtliga dotterbolag översänt kommunfullmäktiges beslut avseende kompletterande ägardirektiv gällande övergripande mål, inriktning och riktlinjer för det internationella arbetet, samt uppmanat dotterbolagen att realisera dess mål och inriktning.

Sammanfattning

Stockholms stads nya internationella strategi utgår från stadens samlade och långsiktiga framtidsbild ”Vision 2030- Ett Stockholm i Världsklass” och från inriktningsmålen i Stockholms stads budget. Stockholms stads internationella arbete ska bidra till att

verksamheterna uppfyller inriktningsmålen. Det internationella arbetet ska således alltid kunna härledas till att det leder till konkret nytta för stockholmarna. Det innebär att det internationella arbetet ska skapa förutsättningar för att staden ska kunna erbjuda bättre och mer kostnadseffektiv service till stockholmarna och för att Stockholms ska ha en fortsatt hög och långsiktigt hållbar tillväxt och sysselsättning. I detta perspektiv ska Stockholms stads internationella arbete inriktas på: Positionering, Verksamhetsutveckling samt Bevakning och påverkan. Följande inriktningar läggs fast:

Utifrån inriktningen om Positionering läggs följande riktlinjer fast för arbetet:

- Stockholms stads nämnder och bolag ska bidra till att positionera Stockholm som Norra 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.
- All Stockholms stads internationella kommunikation och marknadsföring utgår från varumärket ”Stockholm- The Capital of Scandinavia”
- Näringsliv, akademi och offentlig sektor samarbetar aktivt för att skapa tillväxt.

Utifrån inriktningen om Verksamhetsutveckling läggs följande riktlinjer fast för arbetet:

- Stockholms stads nämnder och bolag ska inhämta kunskap från och lära av de bästa städerna och regionerna inom respektive verksamhetsområde för att utveckla stadens verksamheter när det gäller såväl kvalitet som effektivitet.
- I valet av samarbetspartner och medlemskap i internationella organisationer och nätverk ska sakfrågan och nyttan för verksamheten styra, inte den geografiska marknaden.
- När Stockholms stads nämnder eller bolag deltar i eller driver EU-projekt ska det finnas en tydlig koppling till den planerade verksamhetsutvecklingen.

Utifrån inriktningen om Bevakning och påverkan läggs följande riktlinjer fast för arbetet:

- Stockholms stads nämnder och bolagsstyrelser ansvarar för aktiv bevakning och påverkan av sina respektive EU-policyområden.
- Stockholms stad är aktiv och driver stadens intressen i de organisationer och nätverk som staden utifrån prioriteringarna i detta tjänsteutlåtande väljer att engagera sig i.

Den internationella strategin återfinns i sin helhet i *bilaga 1*. Strategin innehåller även principiella riktlinjer för Stockholms stads internationella arbete, ansvarsfördelning samt några metoder för implementering av strategin.

I det tjänsteutlåtande som daterades den 13 augusti 2008 anförde bolaget i huvudsak följande.

Stockholm Business Region är positiv till de nya mål, inriktningar och riktlinjer för Stockholms stads internationella arbete som tagits fram. För en stad som Stockholm innebär globalisering och integrering inom EU dels nya möjligheter med växande marknader, ökad handel och internationellt samarbete. Samtidigt ökar också konkurrensen mellan regioner när det gäller företagsetableringar, investeringar och besökare. I den hårda konkurrensen ligger Stockholm högt upp på rankinglistorna. Det innebär dock inte att vi kan luta oss tillbaka utan regionen måste ständigt utvecklas för att kunna stärka sin internationella konkurrenskraft. Det är av största vikt att Stockholms stads internationella och lokala marknadsföring och kommunikation genomsyras av varumärket Stockholm- The Capital of Scandinavia. För att öka förståelsen och kännedomen av varumärket både internationellt men även hos stockholmarna bör alla verksamheter i staden använda sig av varumärket i sin kommunikation. Det kan inte nog understrykas i detta sammanhang att allt internationellt arbete inom Stockholms stad alltid måste utgå från kommuninvånarnas intressen och komma dem till gagn.

Stockholm Business Regions synpunkter

Stockholm Business Region har uppdraget att marknadsföra Stockholm och Stockholmsregionen internationellt i syfte att attrahera utländska investerare och besökare samt att utveckla Stockholm som företagsplats. Stadens internationella strategi är således ett viktigt dokument i bolagets strategiska arbete och bolagets styrdokument har i huvudsak samma inriktning som den internationella strategin.

SLUT