

Tjänsteutlåtande

Datum:
13 februari 2012

Diariernr:
SBR 201.2-20/2012

Handläggare:
Lena Häggdahl
lena.haggdahl@stockholm.se

Telefon:
08-508 28095

Till
Styrelsen för Stockholm Business
Region

Förslag till budget 2013 och inriktning för 2014 och 2015 för koncernen Stockholm Business Region

Stockholm Business Regions förslag till beslut
Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Godkänna och överlämna förslag till budget 2013 och inriktning 2014 och 2015 för koncernen Stockholm Business Region till Stockholms Stadshus AB.
2. Protokollet i denna paragraf förklaras omedelbart justerat.

Olle Zetterberg

Bilaga:

1. Planeringsplanering

Uppgift enligt kommunfullmäktiges direktiv och affärsidé

Det långsiktiga målet för koncernen Stockholm Business Regions verksamhet är att Stockholm ska utvecklas till Europas ledande hållbara tillväxtregion.

Stockholm Business Region (SBR), som moderbolag i koncernen, ska leda arbetet med att stärka det samlade näringslivsarbetet och marknadsföringen av Stockholm så att kommunfullmäktiges intentioner uppnås. Stockholm ska bli en av Europas mest företagsvänliga städer. Ett övergripande verksamhetsområde är att internationellt marknadsföra Stockholm som en attraktiv etablerings- och besöksort, utifrån varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Dotterbolaget Stockholm Business Region Developments (SBRD) huvuduppgift är att bidra till hållbar ökad tillväxt. Bolaget fokuserar på tre inriktningar; investeringsfrämjande, utveckling av Stockholm som en företagsplats och service till näringslivet. Genom insatser inom dessa tre inriktningar ska bolaget bidra till att förbättra förutsättningarna för att driva, starta och etablera företag i Stockholm och regionen.

Stockholm Visitors Boards (SVB) huvuduppgift är att bidra till att Stockholm ska vara Europas ledande hållbara tillväxtregion genom att utveckla besöksnäringen i Stockholm och målinriktat arbeta för att attrahera internationella besökare samt att företagsmöten, kongresser, evenemang och mässor förläggs till Stockholm. Genom dessa insatser ska bolaget verka för att säkra Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa, som en av världens främsta mötesplatser för kongresser och mässor samt att bidra till att utveckla Stockholm till en av Europas främsta evenemangsstäder inom idrott, kultur och nöjen 2030.

Strategier och åtaganden

Stockholm har sedan några år tillsammans med hela regionen framgångsrikt marknadsfört Stockholm som The Capital of Scandinavia. Användande av detta varumärke har varit betydelsefullt för att etablera Stockholm som den ledande tillväxtregionen i Norra Europa. Det är dock nu viktigt att ta nästa steg för att nå visionen ett

Stockholm i världsklass 2030. För att nå detta mål ska staden ta sikte på att bli den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020.

Budskapet, Stockholm – The Capital of Scandinavia, stärker Stockholmsregionen och är en uttalad ambition om hur regionen vill uppfattas på den internationella arenan.

Rankingar, mätningar, statistik och öppna databaser är viktiga för att tillföra kunskap och definiera styrka och svaghet gällande positionering eller beslut om strategier. De är också ett viktigt verktyg för uppföljning och utvärdering av etablerade strategier. För att mäta hur Stockholms position som etablerings- och besöksort stärks kommer årligen 11 utvalda indikatorer inom SBRs verksamhetsområde att följas upp och utvärderas i en flermålsanalys.

En ökad tillgänglighet i form av flyglinjer är en förutsättning för att Stockholm ska kunna växa både som besöks- och investeringsort. Stockholm Access är ett av de viktigaste strategiska samarbetena där syftet är att öka antalet direktflyg till Stockholm. Stockholm Access drivs tillsammans med bland annat Swedavia och VisitSweden som huvudpartners.

Tillsammans med Visit Sweden kommer ytterligare en treårsatsning av Swedish Cities att genomföras. Swedish Cities är breda internationella kampanjer som även involverar Swedavia och ett flertal flygbolag. Kampanjen riktas till city-break- resenärer och marknadsför Stockholm och Göteborg. Denna satsning kommer att ha fokus på en stad per kampanjtillfälle.

Med en kraftigt ökande ström av besökare till Stockholm krävs en kraftigt utbyggd infrastruktur för att ta emot alla nya besökare. SBR har därför utsetts att leda stadens arbete med att få fler hotelletableringar samt att inom ramen för Stockholm Business Alliance (SBA) verka för fler internationella investeringar som gagnar besöksnäringen – Hospitality.

Under 2011 tecknades ett nytt femårsavtal för partnerskapet inom SBA som omfattar åren 2011-2015. Under avtalsperioden fortsätter utvecklingen av den regionala samverkan i näringslivsfrågor. Inom ramen för partnerskapet SBA samverkar 50 kommuner. Syftet med partnerskapet är att arbeta tillsammans över kommungränserna för att stärka hela Stockholmsregionens internationella konkurrenskraft. SBR svarar för samordning av investeringsfrämjande och koordinering av

den internationella marknadsföringen. Samverkansformen har hittills visat sig vara framgångsrik.

Inom ramen för Stockholms stads vision om södra Stockholm, Söderortsvisionen, finns det några företagsområden/utvecklingsområden som bolaget arbetar extra intensivt med för att skapa förutsättningar för nya investeringar och på så sätt bidra till ökad tillväxt. Målet från stadens sida är att medverka till 50 000 nya arbetsplatser i södra Stockholm fram till 2030. Bolaget kommer att lägga ökad kraft på att främja strategiska investeringar och etableringar i ytterstaden kopplat till specifika företagsområden. Några företagsområden där arbetet kommer att intensifieras är utvecklingen av Högdalen som cleantech kluster, utvecklingen av Telefonplan som kluster för kreativa näringar och satsningen på Västberga företagsområde.

Klimatpakten, d.v.s. det samarbete som finns mellan Stockholms stad och näringslivet med syfte att minska sina utsläpp och uppfylla något av målen i Stockholms miljöprogram, kommer att fortsätta. En viktig fråga är att öka utbytet mellan företag inom miljöteknik och därmed bidra till att stärka deras möjligheter till nya marknader.

När Stockholm år 2010 blev Europas första miljöhuvudstad hamnade mycket uppmärksamhet på Stockholm och regionens styrka inom hållbar utveckling och miljöteknik. SBRD fick tillsammans med Exploateringskontoret ta ett större ansvar för att vidareutveckla verksamheten inom innovationscentret i Norra Djurgårdsstaden. Arbetet med innovationscentret och Norra Djurgårdsstaden under året kommer att handla om att fortsätta att matcha ihop innovativa företag med exploitörer samt att förstärka områdets profil som ett grönt ”show case” för investerare.

Under 2009 tecknades ett nytt treårsavtal för åren 2010-2012 om deltagande på fastighets- och investerarmässan Mipim i Cannes, Frankrike. Under 2012 kommer ett nytt treårsavtal för perioden 2013-2015 att förhandlas. Det är ett årligt event som involverar 25 företag och 25 kommuner. Deltagandet på Mipim har varit en långsiktig satsning på internationell marknadsföring av Stockholm som etablerings- och investeringsregion. Syftet är att visa upp regionens attraktionskraft för målgruppen internationella investerare.

Under 2008 beslöt staden att SBR ansvarar för stadens engagemang i filmfrågorna. Anledningen är att filmindustrin identifierats som en viktig kreativ näring och ett viktigt instrument för den internationella

marknadsföringen av regionen. SBR stöder årligen Filmregionens filmfond och det filmkommissionära arbetet.

Besöksnäringen i Stockholm har haft en stadig tillväxt under den senaste tioårsperioden.

För att säkerställa en fortsatt positiv utveckling och tillväxt för besöksnäringen i Stockholm intensifieras arbetet med Stockholmsstrategin vilken tar utgångspunkt i den nationella strategin för svensk besöksnäring 2020. Ambition är att skapa en ökad samverkan mellan olika aktörer i regionen samt att ta fram en gemensam strategi för utvecklingen av Stockholm som besöksdestination. Vidare kommer samarbetet med de olika besöksmålen på södra Djurgården och skärgården att fördjupas för att ytterligare utveckla Stockholm som besöksdestination inom ramen för Stockholmsstrategin.

Stockholms position som evenemangs- och mötesstad ska stärkas. Då lockas såväl besökare som företag hit. Under 2012 kommer nuvarande treårsprojekt med näringslivet och partners att ses över i syfte att teckna i nytt samarbetsavtal för perioden 2013-2015.

I samarbete med cirka 130 företag inom Stockholms mötesindustri genomförs marknadsföringsinsatser för att internationella företagsmöten och så kallade ”incentives” samt kongresser ska förläggas till Stockholm. Arbetet bedrivs inom ramen för Stockholm Convention Bureau som har två marknadssegment; kongresser och möten samt evenemang.

För att ytterligare bidra till att säkra Stockholms position som en av Europas tio största besöksdestinationer måste ett professionellt värdskap säkerställas av både staden och av besöksnäringen.

Ett professionellt värdskap och bemötande av tillresta besökare är en förutsättning för att säkra Stockholms position som besöksdestination. Därför fortsätter arbetet med att stärka Stockholm Tourist Centers position som en turistbyrå i världsklass. Turistbyrån ska vara en dynamisk informations- och kommunikationsplats i ständig förnyelse. Där ska besökare bli inspirerade till att upptäcka Stockholm så att förväntningarna på vistelsen överträffas.

Marknadsförutsättningar

Under 2011 har Stockholm fortsatt att vara en trygg plats i en turbulent omvärld. Tillväxten i lönesumma har varit stark,

nyföretagandet visat toppnoteringar och sysselsättningen ökat kvartal för kvartal. Den svaga utvecklingen i euroområdet har dock dämpat efterfrågan på svensk export som bromsade in kraftigt mot slutet av 2011. De svagare konjunkturutsikterna har gjort att hushållen börjat spara mer och väntar med att konsumera medan företagen skjuter på sina investeringar. Sammantaget bedömer därför Riksbanken i sin penningpolitiska rapport från den 16:e februari 2012 att tillväxten i svensk BNP blir låg under den närmaste tiden. I Stockholm har tillväxten i antalet lediga jobb dämpats successivt under 2011 samtidigt som antalet varslade personer börjat öka. Mycket tyder därför på att arbetsmarknaden i Stockholm också kommer att försvagas under 2012.

Styrkor

Stockholm har ett diversifierat näringsliv med internationellt konkurrenskraftiga branscher. Stockholm rankas högt gällande tillväxtpotential, livskvalité och attraktivitet, vilket gör Stockholm till en intressant plats för bl. a. utländska investerare. Stockholm fortsätter också att växa i antalet invånare med en exceptionell inflyttning från utlandet. Starka statsfinanser gör också att Sverige och Stockholm står bättre rustad att möta sämre tider än de flesta andra länder.

Svagheter

I takt med att arbetsmarknaden stärkts i Stockholm har flera branscher haft svårt att rekrytera kompetent arbetskraft. Detta är ett av Stockholms största tillväxthinder. Den starka befolkningsökningen har också accentuerat behovet av fler bostäder och bättre transportinfrastruktur i regionen.

Möjligheter

Stockholm har goda möjligheter att stärka sin ställning inom forskning och innovation, men för det krävs också en ökad satsning på skolan generellt. Stockholm bör också ha goda möjligheter att attrahera internationell spetskompetens. Sveriges starka statsfinanser är också en stor tillgång för Stockholm, då vi har goda möjligheter att investera för framtiden.

Hot

Turbulensen i omvärlden kan öka protektionismen och skuldskrisen kan hämma svensk export till flera länder under lång tid. Utländskt ägande ökar också riskexponeringen och det kan bli fler fall av det som hände i Södertälje, där Astra Zeneca avvecklar hela forskningsavdelningen.

Ekonomisk utveckling

Koncernens resultat efter finansnetto beräknas uppgå till noll kronor per år under åren 2013 – 2015, vilket överensstämmer med resultatkraven för perioden. Omsättningen beräknas uppgå till cirka 240 mnkr per år.

Under perioden 2012-2014 beräknas koncernens investeringar uppgå till 3 mnkr.

SLUT.