

VD-kommentarer avseende budget 2016 och inriktning 2017 och 2018 för koncernen Stockholm Business Region.

Uppgift enligt kommunfullmäktiges direktiv och inriktningsmål

I ägardirektiven från Stockholms Stadshus AB anges att SBR, som moderbolag i koncernen, ska samordna och utveckla regionen gentemot näringslivet. SBR ska marknadsföra Stockholm internationellt, i ett nära samarbete med näringslivet, för att attrahera besökare och investeringar till regionen utifrån varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia.

Målet med SBRs verksamhet är att Stockholm ska vara Europas ledande hållbara tillväxtregion 2020. Med hållbarhet avses såväl ekonomisk, social, demokratisk som ekologisk utveckling.

Dotterbolaget Stockholm Business Region Developments (SBRD) huvuduppgift är att bidra till ökad hållbar tillväxt. Arbete består av; investeringsfrämjande, utveckling av Stockholm som en företagsplats och service till näringslivet. Insatser inom dessa tre områden ska bidra till att förbättra förutsättningarna för att driva, starta och etablera företag i Stockholm och regionen.

Dotterbolaget Stockholm Visitors Boards (SVB) huvuduppgift är att; attrahera internationella besökare, evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor. Bolaget ansvarar för Stockholm Visitor Center (SVC) och att utveckla besöksdestinationen Stockholm. Insatser inom dessa områden ska bidra till att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa, som en av Europas främsta mötesplatser för vetenskapliga kongresser samt att bidra till att utveckla Stockholm till Europas ledande hållbara tillväxtregion.

Strategier och marknadsförutsättningar

Strategier

Stockholms starka ekonomi är en förutsättning för en fortsatt expanderande besöksnäring och etableringar av nya företag. Detta lyfter regionens attraktionskraft i omvärlden och bekräftar att Stockholm är Skandinavien viktigaste plats för investeringar, etableringar, talanger och besökare. I den internationella marknadsföringen bidrar varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia till att positionera Stockholm som den ledande regionen i Norden. Varumärket ska utvecklas och den kreativa, öppna, hållbara och jämställda Stockholm ska lyftas fram.

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor fortsätter inom Stockholm Business Alliance (SBA). Syftet med partnerskapet, som från och med 2015 rymmer 53 kommuner, är att arbeta tillsammans över kommungränserna i investeringsregionen för att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft. Inom partnerskapet ansvarar SBR för samordning av investeringsfrämjande, näringslivsutveckling samt internationell marknadsföring.

Det gemensamma målet för de 53 kommuner som ingår i regionsamarbetet SBA är att vara den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020. Från 2016 träder nya 5 års avtal ikraft för SBA partnerskapet avseende perioden 2016 – 2020.

Den nya avtalsperioden, 2016 – 2018, avseende MIPIM, Europas ledande fastighets- och investerarmässa, påbörjas 2016. Avtalet involverar ett flertal företag och kommuner från Stockholmsregionen och deltagandet är en strategisk satsning för att internationellt marknadsföra Stockholm som etablerings- och investeringsregion.

Kongresser och möten är strategiskt viktiga för att öka regionens möjligheter att stärka sin position som en plats för utveckling av nya tjänster och produkter, särskilt inom regionens styrkeområden. I samarbete med besöksnäringen måste Stockholm leva upp till och sträva efter att överträffa löften till besökare och systematiskt utveckla sättet att möta sådana förväntningar. En besökare till regionen, i synnerhet en kongress- eller mötesdeltagare, ska uppleva Stockholm som adaptiva, välkomnande och öppna.

Evenemang ger regionen tillfälle att använda andras insatser och engagemang för att öka Stockholms attraktivitet och synlighet. Det är angeläget att ständigt förbättra och anpassa kommunens möjligheter att tillgodose arrangörer som Stockholm samarbetar med för att förenkla och förbättra genomförandet av varje evenemang.

Besöksnäringen har haft en stadig tillväxt under den senaste tioårsperioden. För att främja Stockholms position som en av Europas tio största besöksdestinationer är en fortsatt positiv utveckling och tillväxt väsentlig. Under 2016 inleds den nya avtalsperioden, 2016 – 2018, avseende samarbetet med besöksnäringen. Som underlag kommer en ny modell för partnerskapsstruktur och finansiering, som arbetats fram med besöksnäringen, att presenteras under året tillsammans med ett strategidokument 2015 – 2020. Syftet är att intensifiera den internationella marknadsföringen och målsättningen är att det ska leda till fler involverade inom besöksnäringen och ökade resurser från näringslivet. Kommunfullmäktiges beslutade evenemangsstrategi ska vidareutvecklas till en mer konkret och praktisk nivå.

Som en del i att stärka samarbetet med övriga kommuner i länet har ett treårigt avtal tecknats, för perioden 2015– 2017, tillsammans med sju kommuner, Stockholms läns landsting, Länsstyrelsen och Skärgårdsstiftelsen för att marknadsföra Stockholms skärgård. Detta sker inom ramen för Stockholm Archipelago.

En fråga som ofta ger Stockholmsregionen sämre betyg i internationella rankingar är den internationella tillgängligheten. Tillsammans med bland andra Länsstyrelsen har studier tagits fram som visar att Arlanda de senaste åren tappat en del av sin interkontinentala tillgänglighet. Denna omständighet drabbar näringslivet och utgör ett tillväxthinder. Samarbetet mellan olika aktörer för att bryta denna trend blir därför en viktig uppgift under de kommande åren. Arbetet, som leds av Swedavia, sker inom ramen för Connect Sweden och involverar såväl näringslivet som Stockholmsregionen genom Stockholm Business Alliance (SBA). Nuvarande partnerskap löper till och med 2016.

Med cirka elva miljoner övernattningar i Stockholm och en ökande ström av besökare krävs en kraftigt utbyggd infrastruktur för att kunna ta emot nya besökare. SBR leder därför arbetet med att få fler hotelletableringar samt att inom ramen för SBA verka för fler internationella investeringar som gagnar besöksnäringen. Om inte nya lägen för hotelletableringar kommer fram hotas möjligheten att nå målsättningen i Stockholmsstrategin på femton miljoner kommersiella övernattningar år 2020.

För att attrahera nya företag måste de befintliga företagen ha en positiv bild av staden och stadens myndighetsutövning. Därigenom är en viktig uppgift att stödja berörda nämnder i

arbetet att förbättra företagens uppfattning avseende detta. Som underlag för detta utvecklings- och förbättringsarbete används ett Nöjd Kund Index (NKI).

Genom att tillhandahålla effektiva digitala lösningar såsom e-tjänsten Tillståndsguiden och webbplatser anpassad för mobila enheter underlättas möjligheten för företagare och evenemangsarrangörer att ta del av och söka efter information 24/7 (dygnet runt sju dagar i veckan). Arbetet med att ytterligare förbättra servicen gentemot företagare och evenemangsarrangörer fortsätter.

Strategiska företagsetableringar i ytterstaden ska främjas och potentialen till företagande och nyföretagande utvecklas. Arbetet med en ny – och småföretagarstrategi för ytterstaden fortsätter. Det lokala näringslivsarbetet ska stärkas i samarbete med stadsdelsnämnderna och arbetet med företagande och entreprenörskap bland kvinnor och personer med utländsk bakgrund ska särskilt beaktas.

Genom samarbetet med Start Up Stockholm riktas insatser, inom utvecklingsområdena Järva och Söderort, för att skapa förutsättningar för nya investeringar och etableringar och för att främja kvinnors och personer med utländsk bakgrunds företagande. Målet är att skapa fler arbetsplatser så att Söderort blir en del av staden med en väl balanserad blandning av arbetsplatser och bostäder till 2030. Det är av vikt att den framtida finansieringen av Start Up Stockholm långsiktigt säkras. Arbetet med Högdalens utveckling mot ett kluster för miljöteknik fortsätter tillsammans med de lokala aktörerna i området.

För att attrahera talangfulla personer, det vill säga internationella studenter, forskare och tillfälligt placerad personal (expats), kommer webbplatsen Moving to Stockholm fortsätta att utvecklas. Vidare kommer SVC, förutom besökare, även att bistå denna målgrupp.

Det är viktigt att hämta inspiration och utbyta erfarenheter med kollegor med liknande arbetsuppgifter. Av den anledningen följs kontinuerligt utvecklingen i en handfull andra europeiska storstadsregioner. Särskilt intresse ägnas åt; Amsterdam, Berlin, Hamburg, Köpenhamn samt London.

Marknadsförutsättningar

Den ekonomiska återhämtningen i omvärlden fortskrider långsamt. Utvecklingen skiljer sig dock mycket åt mellan flera av de större ekonomierna. BNP i USA och Storbritannien växer relativt snabbt samtidigt som euroområdet fortsätter att tyngas av skuldskrisen och den japanska ekonomin är i recession. Även i tillväxtekonomierna saknas en entydig utveckling. I Kina och Indien är tillväxten fortsatt hög, men har dämpats det senaste året. I såväl Ryssland som Brasilien är tillväxten däremot svag. Oljepriset har fallit och befinner sig nu på den lägsta nivån sedan 2010. Det lägre oljepriset kan väntas innebära en tillväxtstimulans för många ekonomier. Samtidigt har det fallande oljepriset bidragit till att prognosen för det globala inflationstrycket reviderats ned.

Den svenska konjunkturen fortsätter att förbättras, men inflationen är låg och de långsiktiga inflationsförväntningarna har sjunkit främst till följd av det fallande oljepriset. De senaste åren har exporten utvecklats svagt, vilket delvis hänger samman med att investeringarna varit låga i Sveriges viktiga exportländer. Framöver väntas konjunkturen i omvärlden gradvis förbättras och efterfrågan på svenska varor och tjänster öka. Sammanfattningsvis bedömer Riksbanken, i sin penningpolitiska uppföljning från december 2014, att BNP och

sysselsättning kommer att fortsätta stiga och att den expansiva penningpolitiken bidrar till att efterfrågan i ekonomin successivt ökar.

Styrkor

I Stockholm finns tillgång till kvalificerad arbetskraft, ett gynnsamt entreprenörsklimat samt bra IT- och telenät. Stockholm har ett diversifierat näringsliv med internationellt konkurrenskraftiga branscher. Stockholm rankas som den mest kunskapsintensiva regionen utanför USA och högt gällande tillväxtpotential, livskvalité, attraktivitet och hållbarhet. Detta gör Stockholm till en intressant och attraktiv plats för exempelvis internationella investerare.

Svagheter

Bostadssituationen utgör Stockholms största tillväxthinder. Det geografiska läget och den bristfälliga internationella tillgängligheten i form av direkta flygförbindelser till Stockholm är en annan negativ faktor som påverkar attraktiviteten för såväl investerare som besökare.

Möjligheter

Besluten om ett ökat bostadsbyggande och en utbyggnad av T-banenätet utgör en avgörande möjlighet för regionens långsiktiga tillväxt. Stockholm kan stärka sin ställning inom forskning och innovation, men för det krävs en ökad satsning på skolan generellt. Ett bättre samarbete mellan högskola och universitet och grund- och gymnasieskolor är en förutsättning för detta. Stockholm har en hög mognadsgrad inom ICT och bör ha goda förutsättningar att attrahera internationell spetskompetens. Den ekonomiska och finansiella stabiliteten är en stor tillgång avseende kapaciteten att investera för framtiden.

Hot

Arbetsmarknadens framtida behov av kompetensförsörjningen är ett av största hoten mot fortsatt tillväxt. Långa handläggningstider avseende arbetskraftsinvandring utgör såväl en begränsning som ett hot avseende kompetensförsörjning. Kompetensbrist bland högutbildade kan utgöra ett hot om utbildningssystemets kvalitet minskar i jämförelse med omvärlden. Kapitalförsörjning till små och växande företag i olika utvecklingsfaser utgör även det ett hot mot fortsatt tillväxt.

Ekonomisk analys

Koncernens resultat efter finansnetto beräknas uppgå till noll kronor per år under åren 2016 – 2018, vilket överensstämmer med resultatkraven för perioden. Omsättningen beräknas uppgå till cirka 240 mnkr per år.

Under perioden 2016-2018 beräknas koncernens investeringar uppgå till 3 mnkr.