



STOCKHOLM  
BUSINESS REGION

Organisationsnummer 556491-6798

# VERKSAMHETSPLAN

**Bilaga 1**

**Verksamhetsplan**

# 2016

**DNR 1.3.1-386/2015**

## **Innehållsförteckning**

	<b>sida</b>
<b>1. Övergripande mål för koncernen</b>	3
<b>2. Marknadsläge</b>	4
2.1 Stockholmskonjunkturen	4
2.1.1 Stockholm växer	4
2.2 Besöksutvecklingen	5
<b>3. Strategier</b>	5
<b>4. Moderbolaget Stockholm Business Region</b>	6
<b>5. Marknadsföring</b>	7
<b>6. Koncernens medarbetare</b>	8
<b>7. Koncernens budget</b>	8
<b>8. Verksamhetsområdet Stockholm Business Region Development</b>	9
8.1 Arbete som bidrar till ökad hållbar tillväxt	9
8.2 Stockholm Business Alliance, Omvärld och Analys	10
8.3 Life Science, Kreativa näringar och Finans	10
8.4 Infrastructure, Retail, Hospitality, Logistics och Metals & Mining	11
8.5 ICT, Cleantech och Automation	12
8.6 Service och Utveckling	12
<b>9. Verksamhetsområdet Stockholm Visitors Board</b>	13
9.1 Marknad och Analys	14
9.2 Internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor	14
9.3 Internationella besökare	15
9.4 Utveckla besöksdestinationen Stockholm	15
9.5 Eurovision Song Contest 2016	16

# Koncernen Stockholm Business Region

## 1. Övergripande mål för koncernen

Stockholms stads långsiktiga ambitioner tecknas i Vision 2040 – Ett Stockholm för alla. Visionen har ett tydligt helhetsperspektiv med social, ekologisk, ekonomisk och demokratisk hållbarhet som övergripande inriktning och ger en målbild av hur Stockholm ska se ut 2040.

I Stockholms stads budget anges ambitionen om ett jämlikt och hållbart Stockholm utifrån fyra inriktningsmål under tiden fram till 2018:

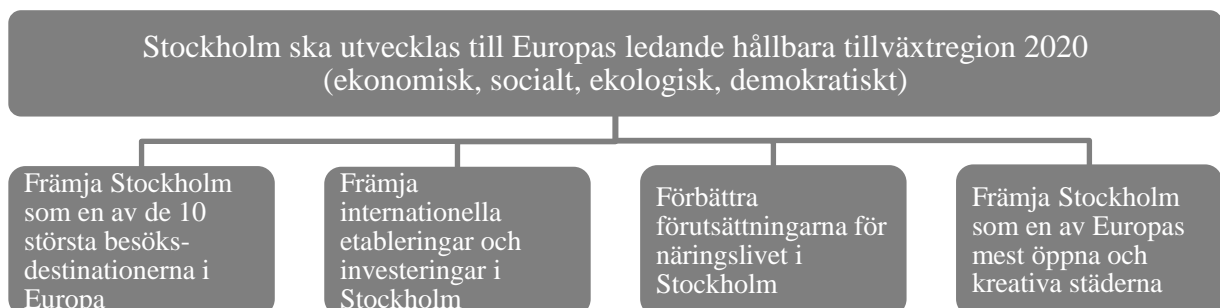
- Ett Stockholm som håller samman
- Ett klimatsmart Stockholm
- Ett ekonomiskt hållbart Stockholm
- Ett demokratiskt hållbart Stockholm

Stockholmsregionen är Sveriges tillväxtmotor och drivs av människornas innovationsförmåga, entreprenörskap och kreativitet. Stockholms diversifierade näringsliv ger en stabil grund för fortsatt tillväxt vilket skapar möjligheter för ökad välfärd och service till stadens invånare.

I ägardirektiven från Stockholms Stadshus AB anges att Stockholm Business Region (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.

För att åskådliggöra koncernens bidrag till SBRs långsiktiga målsättning har nedan modell tagits fram.



Dotterbolaget Stockholm Business Region Developments (SBRD) huvuduppgift är att bidra till ökad hållbar tillväxt. Arbete består av tre delar; investeringsfrämjande, utveckling av Stockholm som en företagsplats och service till näringslivet. Insatser inom dessa tre inriktningar 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 i samverkan med besöksnäringen. Insatser inom dessa områden ska bidra till att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa samt som en av Europas främsta mötesplatser för vetenskapliga kongresser och företagsmöten.

## **2. Marknadsläge**

### **2.1 Stockholmskonjunkturen**

Världsekonomin präglas fortsatt av stor osäkerhet. Sju år efter finanskrisens start har många ekonomier ännu inte återhämtat sig. Särskilt tydligt är det i Europa där framförallt länderna i Sydeuropa präglas av låg tillväxt. Flera centralbanker håller rekordlåga räntor och köper värdepapper för att stimulera ekonomierna. Sverige och särskilt Stockholmsregionen går dock fortsatt starkt med stadig tillväxt. Stora tillväxtekonomier såsom Kina bromsar in, och fallet för olje- och metallpriserna sätter råvaruekonomierna under press. Oljeprisfallet har dock bidragit aktivt till att världsekonomin som helhet förbättras. En negativ faktor är emellertid att lönsamheten för alternativa energikällor minskar, vilket försvårar energiomställningen. Den svaga ekonomin i Europa kan innebära lägre efterfrågan på svenska exportprodukter från t.ex. Norge som är en av Sveriges viktigaste handelspartners. Den senaste tidens stora flyktinginvandring sätter hård press på stat och kommuner – men kommer långsiktigt att innebära nya rekryteringsmöjligheter för näringslivet. Det största hotet mot Stockholmsregionen fortsatta tillväxt är dock bristen på bostäder.

Stockholms näringsliv fortsatte visa en positiv utveckling under andra kvartalet 2015. Lönesumman ökade med 5,9 procent i länet och 5,6 procent i staden jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Samtidigt ökade företagandet och årstakten på antalet nyregistrerade företag uppgår till drygt 22 000 i länet och drygt 13 000 i staden. På arbetsmarknaden utvecklas sysselsättningen positivt. Antalet lediga jobb ökar, antalet varsel minskar och arbetslösheten minskar i både Stockholms län och i Stockholms stad. Vidare har Stockholm fortsatt att växa vad gäller antalet invånare. Under andra kvartalet 2015 uppgick antalet innevånare i länet till 2 213 500 och i staden till 917 300.

#### **2.1.1 Stockholm växer**

Det mest akuta hotet mot att Stockholms näringsliv kan fortsätta växa är bostadssituationen. Ett växande Stockholm kräver också en förbättrad infrastruktur. För att möta behovet pågår en omfattande utbyggnad av väg-, spår- och hamncapacitet i regionen. Förbifart Stockholm byggs nu och 2016 kommer regeringens utredning om framtiden för Bromma flygplats att

presenteras. Planeringen och byggande av Citybanan, byggandet Norvik och de ökande framtida avtappningsmöjligheterna av Mälaren vid Slussen är av strategisk betydelse för regionens framtid. Besluten om ett ökat bostadsbyggande och en utbyggnad av T-banenätet är därför avgörande för att regionens tillväxt inte allvarligt ska tappa fart. Byggande av nya hotell är en annan viktig fråga för att klara målsättningen att Stockholm ska vara en av Europas tio mest attraktiva besöksmål år 2020. För att Stockholm ska kunna fortsätta att stärka sin attraktivitet är ett projekt som Nobelcenter viktigt för att kunna binda samman historia, akademi, näringsliv och besökare.

## 2.2 Besöksutvecklingen

Under årets åtta första månader uppgår de kommersiella övernattningarna till 8,9 miljoner i Stockholms län. Det är en ökning med 10 procent jämfört med motsvarande period 2014. De nationella besökarna har ökat med 10 procent i länet och med 9 procent i staden och de internationella övernattningarna ökat med 11 respektive 8 procent.

Utvecklingen är delvis en följd av det arbete som utförs av Swedavia och Stockholms Hamnar som visar på stark tillväxt. Stockholms tillgänglighet har förbättrats vilket bidrar till att stärka vår konkurrenskraft och öppna för nya marknader.

Besöksnäringen växer på alla marknader globalt och för att Stockholm inte ska tappa marknadsandelar till andra destinationer krävs en hög och ihållande tillväxt. De senaste åren har andra destinationer vuxit fortare än Stockholm men 2015 växer Stockholm fortare än de närmaste konkurrentstäderna i Europa.

De flesta internationella besök i Stockholm sker från länder i Norden och Europa där stora volymmarknader som bland annat Storbritannien (+19%) och Danmark (+49%) har utvecklats väl. Från Asien har antalet övernattningar ökat där Indien (+7%) fortsätter att utvecklas positivt.

## 3. Strategier

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor fortsätter inom Stockholm Business Alliance (SBA). Syftet med partnerskapet 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 kommuner som ingår i regionsamarbetet SBA är att vara den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020. Löpande utvärderingar och internationell benchmarking av partnerskapet och arbetssättet ligger till grund för utvecklings- och förbättringsarbetet under 2016.

En ny och modern samverkansstruktur mellan Stockholms stad och besöksnäringen har påbörjats och kommer att utvecklas vidare under 2016. Utgångspunkten för förändringsprocessen är att skapa en partnerskapsstruktur med en tydlig samverkansmodell

genom en gemensam styrgrupp och en finansieringsmodell som återspeglar hur besöksnäringen växer. Inom ramen för arbetet ingår att utveckla samverkan i hela Stockholms län i linje med den samverkan som redan idag finns mellan Solna stad och Stockholm stad inom evenemangsområdet och inom samverkansprojektet Stockholm Archipelago. Samordningen mellan olika aktörer ska stärkas så att de strategiska målsättningarna arbetar i samma riktning och stöder varandra.

En fråga som ofta ger Stockholmsregionen sämre betyg i internationella rankingar är den internationella flygtillgängligheten. Denna omständighet drabbar näringslivet och utgör ett tillväxthinder. Samarbetet mellan olika aktörer för att bryta denna trend är därför en viktig uppgift. Arbetet, som leds av Swedavia, sker inom ramen för Connect Sweden och involverar såväl näringslivet som Stockholmsregionen genom Stockholm Business Alliance (SBA).

Antalet kommersiella övernattningar i Stockholm har ökat betydligt 2014 och 2015. Det krävs en kraftigt utbyggd infrastruktur för att kunna ta emot fler 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.

I detta sammanhang bör även vikten av att attrahera internationella organisationer att etablera kontor i Stockholm framhållas.

Inom utvecklingsområdena Järva och Söderort riktas insatser för att skapa förutsättningar för nya investeringar och etableringar för att på så sätt bidra till ökad tillväxt. 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. Arbetet med Högdalens utveckling mot ett kluster för miljöteknik fortsätter tillsammans med de lokala aktörerna i området.

I förhållande till Stockholms stads övriga verksamheter är SBRs verksamheter begränsade både ur ekonomiskt och personellt hänseende och därför är samverkan med övriga aktörer inom näringslivet, akademien och andra kommuner viktig. Övriga kommunala bolag och förvaltningsarbete måste genomsyras av förståelsen för näringslivets behov och dess betydelse för vår gemensamma välfärd. SBR har en mycket viktig uppgift att följa upp de Nöjd Kund Index mätningar (NKI) som årligen görs för de kommunala förvaltningarna i staden. Under nästa år ska arbetet med att öka effektiviteten i de kommunala verksamheternas kontakter med näringslivet under kommunstyrelsens ledning intensifieras.

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.

## **4. Moderbolaget Stockholm Business Region**

Moderbolaget består av en VD, en kommunikations- och en administrationsavdelning, som arbetar åt de tre bolagen. Kommunikationsavdelningen arbetar med marknadsföring av Stockholm som en attraktiv etablerings- och besöksort utifrån varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia. Administrativa avdelningen arbetar med styrelseadministration,

budget, redovisning, HR, IT, juridik, trygghets- och säkerhetsfrågor, upphandling, registratur, arkiv samt lokal- och kontorservice.

För att nå målet och få den slagkraft som Stockholmsregionen behöver i konkurrensen med andra regioner krävs tydlighet om målet och att regionen utåt uppträder som en enig och kraftfull aktör. För att mäta regionens position i förhållande till omvärlden och ge en bild av positionen inom utvalda områden följs åtta indikatorer i en flermålsanalys (bilaga 2). Under året ska en inventering göras om vilka uppdateringar av nya mätpunkter som kan göras. Analysen ska baseras på mätningar, undersökningar samt statistik från etablerade källor. De ekonomiska framstegen är troligen tydligast i parametern för bruttoregionalprodukt per capita. Samtidigt är ekonomisk hållbarhet en delmängd av flera i de utvalda indikatorerna och det förhåller sig på samma sätt för regionens ekologiska och sociala hållbarhet som ska ses om delmängder av samtliga indikatorer. Mer resurser ska läggas på att analysera omvärlden. Särskilt SVB ska uppgradera sin analysförmåga genom inrättandet av en särskild avdelning för ändamålet.

I samarbete med bl. a. näringslivet och andra aktörer genomförs utåtriktade aktiviteter. Hit hör frukostmöten, seminarier men även stadens engagemang i olika evenemang som har internationell räckvidd. Kriterierna för medverkan är under ständig översyn och fokuserar på respektera mänskliga rättigheter och mångfaldsfrågor.

Ärenden om stadens marknadsföringsinsats i evenemang handläggs i enlighet med de kriterier som är fastlagda i stadens evenemangsstrategi och miljö- och jämställdhetsperspektiv ska beaktas. Ärendena beslutas av styrelsen och ska rymmas inom en årlig ram om 6 miljoner kronor.

## **5. Marknadsföring**

Stockholm – The Capital of Scandinavia har 2015 ett högt anseende internationellt och Stockholms position som Skandinavien ledande region har förstärkts under de tio år som varumärket använts.

Stockholm har utvecklats till en världens ledande städer för tech företag. Tech är ett samlingsbegrepp för teknikutveckling inom ICT, miljö (cleantech), läkemedel-bio- och medicin (life science). Flera av de tech företag som värderas till mångmiljardbelopp är inne i spännande expansionsfaser. Dessa företag är en viktig förutsättning för att stärka regionens globala attraktivitet och viktig del av erbjudandet till investerare och talanger. Vidare ska kreativa näringar lyftas fram i marknadsföringen för att bana väg för nya Start Up företag.

Inom besöksnäring kommer Stockholm, i samband med Eurovision Song Contest, (ESC) 2016, att ha möjlighet att visa Stockholms starka position som en av världens ledande musikstäder. Det ger också en möjlighet att nå internationella TV tittare, hitrest internationell media samt besökare vid evenemanget, med budskap om regionens öppenhet, jämställdhet och hållbara tillväxt.

Den internationella PR-kommunikationen kommer främst att fokuseras på tech sektorn med tyngdpunkt på de bolag som är snabbväxande. Vidare finns det nischområden t.ex. Fintech (finansiell teknologi) där Stockholm har en unik position som särskilt kommer att lyftas fram.

## 6. Koncernens medarbetare

Alla som arbetar inom Stockholms stad bidrar till att forma morgondagens Stockholm och bidrar till en attraktiv stad som präglas av social, ekologisk, ekonomisk och demokratisk hållbarhet. Goda arbetsvillkor och god kunskap hos medarbetarna lägger grunden för kvaliteten i verksamheten. Medarbetarna utgör en viktig resurs när det gäller att uppnå uppsatta mål. Därigenom är jämställdhet, jämlikhet och frihet från diskriminering en självklarhet där olikheter tas tillvara och flerspråkighet är meriterande.

Mycket av arbetet som bedrivs riktar sig utanför Sveriges gränser. Det är en prioriterad uppgift att bredda koncernens språkkompetens vid rekrytering, värna om mångfald och att behålla det höga Aktivt medskapandeindex (AMI) som uppnåtts under föregående år. Medarbetarna uppgår till 65 anställda och under högsäsongen maj-september tillkommer säsongsanställd personal.

## 7. Koncernens budget

Kommunfullmäktiges beslut fattas utifrån medborgarnas mandat och bekostas genom skatter. En god ekonomisk hushållning och en kostnadseffektiv användning av resurserna är därför en skyldighet för att även på längre sikt kunna tillgodose de krav som stockholmarna ställer. Budgeten ska innehålla mål för verksamhet och ekonomi samt riktlinjer av betydelse för en god ekonomisk hushållning. För att nå målen inom givna budgetramar följs verksamheten löpande upp.

Omsättning uppgår till 145,4 mnkr och kostnaderna till 146,6 mnkr. Resultatet av finansiella intäkter och kostnader uppgår till 1,2 mnkr. Resultat efter finansnetto uppgår till noll kronor vilket överensstämmer med det fastställda resultatkravet.

	Budget 2016			Koncern
	SBR	SBRD	SVB	
<b>Intäkter (mnkr)</b>				
Försäljning	0,0	0,0	19,7	19,7
Övriga intäkter	140,5	54,0	41,6	125,7
<i>varav staden</i>	<i>110,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>110,0</i>
<i>varav egen koncern</i>	<i>20,5</i>	<i>48,3</i>	<i>41,6</i>	<i>0,0</i>
<b>Summa intäkter</b>	<b>140,5</b>	<b>54,0</b>	<b>61,3</b>	<b>145,4</b>
<b>Kostnader (mnkr)</b>				
KSV, kostnader för sålda varor	0,0	0,0	-0,5	-0,5
Övriga externa kostnader	-124,4	-33,3	-35,6	-82,9
<i>varav egen koncern</i>	<i>-89,9</i>	<i>-9,4</i>	<i>-11,1</i>	<i>0,0</i>
Personalkostnader	-16,5	-21,0	-23,7	-61,2



Avskrivningar	-0,3	0,0	-1,7	-2,0
<b>Summa kostnader</b>	<b>-141,2</b>	<b>-54,3</b>	<b>-61,5</b>	<b>-146,6</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-0,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,2</b>
<b>Finansiella kostnader/intäkter</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>
<b>Resultat efter finansnetto</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

## 8. Verksamhetsområdet Stockholm Business Region Development

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

### 8.1 Arbetet som bidrar till ökad hållbar tillväxt

Arbetet med att attrahera talangfulla personer kommer att utvecklas och dialogen med dessa grupper förstärkas i samarbete med företag främst inom tech sektorn som har rekryteringsbehov av internationella talanger i Stockholm och regionen. Arbetet med att stärka nätverk inom dessa områden kommer att fortsätta och fokus kommer att läggas på social media och digitala nätverk. Under året kommer en Start Up strategi för Stockholm att skapas i dialog med ett antal företrädare från Start Up bolag inom tech sektorn.

Arbetet med att attrahera nya huvudkontor samt ge service till befintliga bolag sker i samarbete med utländska handelskamrar, ambassader och utländska företag i regionen. En kontinuerlig kontakt med utländska bolag och att öka arbetet med s.k. ”after care” är en viktig del för att säkerställa att bolagen stannar och expanderar i Stockholm och regionen.

Inom staden finns drygt tjugo företagsområden som präglas av olikheter men som fungerar som viktiga knutpunkter för olika typer av verksamheter. Ett arbete har gjorts för att definiera den framtida strategiska inriktningen för företagsområden. Syftet är att beskriva vad som krävs för att skapa arbetstillfällen, vara attraktivt för internationella investeringar och samtidigt ge nödvändig service till miljonstaden Stockholm. Arbetet bedrivs i samverkan med de företag som finns i berörda företagsområden och med stadens förvaltningar och bolag som har intressen i områdena.

Ett aktivt arbete i stadsutvecklingsfrågor sker i syfte att säkerställa att hänsyn tas till tillväxtfrågor och att näringslivets intressen tas tillvara. I samarbete med stadsdelsnämnder och facknämnder kommer en dialog att startas för att kunna genomföra ett antal kunskaps- och serviceseminarier för att gemensamt öka servicenivån gentemot företagen. Stadsdelsnämndernas funktion när det gäller att bana vägen för en ökad bostadsproduktion kommer särskilt att framhävas.

Företagsetableringar i ytterstaden ska främjas och potentialen för nyföretagande ska utvecklas. Vidare ska stadens ny- och småföretagarstrategi implementeras.

## **8.2 Stockholm Business Alliance, Omvärld och Analys**

För att möta den globala konkurrensen skapades 2006 det regionala samarbetet SBA och sedan dess har Stockholms position som ledande region i Skandinavien blivit allt mer uttalad. En ny femårig avtalsperiod kommer att gälla fr.o.m. 2016. Arbetet inriktar sig mot att attrahera internationella investeringar genom att koordinera arbetet inom investeringsfrämjande, marknadsföring och utveckling av regionens näringslivsservice. Målet är att vara den ledande hållbara tillväxtregionen i Europa 2020. För att stärka erbjudandet och locka fler investerare och etableringar till regionen krävs tydlig fokusering och resursättning från alla medlemmar i partnerskapet. Utvärderingar och internationell benchmarking av partnerskapet och arbetssättet ligger till grund för utvecklings- och förbättringsarbetet under 2016.

För att kontinuerligt få ett mått på företagarnas helhetsbetyg av kontakten med kommunerna och för att identifiera förbättrings- och utvecklingsområden genomförs varje år en Nöjd Kund Index undersökning (NKI) inom alla partnerkommuner inom SBA. Resultaten fungerar som ett konkret arbetsmaterial i förbättringsarbetet i kommunerna och i de enskilda verksamheterna. Målet för arbetet under 2016 är att nå 70 i NKI.

SBA kommunerna har enats om ett antal profilområden som aktivt ska bearbetas. Fokus inom det investeringsfrämjande arbetet är etableringar av hög kvalitet inom respektive prioriterad bransch. Det innefattar även att locka riskkapital till stockholmsregionen. Ett resultat av arbetet är att den internationella tillgängligheten med flyg nu har en given plats inom arbetet eftersom den är tydligt kopplad till regionens attraktivitet när det gäller investeringar och etableringar.

## **8.3 Life Science, Kreativa näringar och Finans**

Hagastaden ska lyftas fram som en vetenskapsstad inom life science tillsammans med bland annat Stiftelsen Vetenskapsstaden. Nya förutsättningar för investeringsmöjligheter i Stockholm-Uppsalaområdet ska inventeras, paketeras och kommuniceras. Arbetet med att totalt få in 100 bolag under de fem kommande åren på den digitala investeringslistan, life science hotlist påbörjas. Detta sker genom ökat samarbete med t.ex. Almi Invest, Vinnova och STUNS i Uppsala.

Samarbetet med Filmregion Stockholm - Mälardalen för att attrahera filminspelningar samt inspelningsmöjligheter för produktionsbolag i regionen fortsätter. Genom deltagande på utvalda filmfestivaler i Europa marknadsförs Stockholmsregionen tillsammans med bland annat Filmregion Stockholm - Mälardalen.

I samarbete med mode- och designbranschen marknadsförs Stockholm för internationell press. Fokus ligger på Fashion Week som arrangeras i Stockholm två gånger per år. Hållbarhet är ett prioriterat område i modesamarbetet.

Telefonplan ska fortsätta att utvecklas till ett kreativt kluster, där Konstfack är den centrala punkten.

Tillsammans med Polar Music Price och andra aktörer inom musikvärlden fortsätter samarbetet där musiken kopplas till andra branscher för korsbefrukning och erfarenhetsutbyte. Syftet är att stärka Stockholm som internationell musikstad och innovativ region. Ett tillskott är Stockholm Song Writing Camp som fortsätter i utvecklad form i januari-februari 2016.

Inom den finansiella sektorn ska arbetet med att inventera och kommunicera Stockholm som det finansiella centrumet i Skandinavien fortsätta och utvecklas. Bland annat kommer Fintech (finansiell teknologi) att undersökas närmare ur ett investeringsfrämjarperspektiv.

Tillsammans med bl. a. Stockholms Handelskammare och Nasdaq ska Stockholm som finansplats utvecklas genom projektet ”Stockholm International Financial Initiative”.

Arbetet med att matcha olika aktörer för att skapa nya typer av boendelösningar till företag inom regionen kommer att fortsätta. Under året kommer därför en utökad samverkan att knytas med regionala partners, näringslivet, akademi och myndigheter med koppling till talang attraktion.

#### **8.4 Infrastructure, Retail, Hospitality, Logistics och Metals & Mining**

Det finns ett antal stora infrastrukturprojekt, planerade och byggstartade, i regionen där Citybanan är det som kommit längst. För närvarande finns investeringsplaner i Stockholmsregionen värda 1 000 miljarder kronor fram till 2021. Under 2016 kommer det arbetet med att uppsöka lämpliga internationella aktörer genom kampanjer vid exempelvis mässor, seminarier eller andra forum och matcha dessa med lokala bolag, infrastrukturprojekt och affärsmöjligheter att fortsätta.

En årligt återkommande aktivitet är den internationella fastighetsmässan MIPIM i Cannes där regionen medverkar med ett flertal fastighetsbolag och kommuner. Det är en långsiktig satsning kopplad till internationell marknadsföring av Stockholm som etablerings- och investeringsregion.

Handeln är en Stockholms viktiga drivkraft för tillväxt. Svensk detaljhandel har de senaste åren haft en högre utveckling än EU-snittet. Detaljhandeln svarar för ungefär en tredjedel av den totala konsumtionen. Utländska etableringar inom handeln gör Stockholm än mer attraktivt. Tillsammans med andra nationella och Skandinaviska aktörer marknadsförs Stockholmsregionen mot utländska handelsföretag.

Den snabba tillväxten inom besöksnäringen kräver ett utökat utbud av kommersiella boenden. Kartläggningar, marknadsförings- och investeringsinsatser sker inom investeringsområdet Hospitality.

I och med att Stockholmsregionen expanderar kraftigt är det även viktigt att logistiksektorn utvecklas parallellt med den ekonomiska expansionen och att fler logistikbolag etablerar sig.

Ett ökat intresse från marknaden när det gäller att investera i större effektivare logistikfastigheter gör att nuvarande fokus är nybyggnation som till största del växer utanför Stockholms stads gränser.

## **8.5 ICT, Cleantech och Automation**

Stockholm har sedan länge en stark tillväxt i ICT-branschen. Under 2015 har Start Up sektorn exploderat i Stockholm. Snabbväxande bolag behöver rekrytera kompetens. Arbetet med kompetensförsörjning inom ICT- branschen kommer under 2016 ske i samarbete med Stockholm IT Region. Intresset från internationella investerare har ökat för Start Up företag inom tech sektorn. Under året kommer arbetet med att stärka Stockholm som mötesplats för den internationella IT-branschen fortsätta genom engagemang liknande det som tidigare år funnits i Sthlm Tech Fest. Kommunstyrelsen m.fl. ska bistå med ett näringslivsfrämjande perspektiv i framtagandet av en strategi för Stockholm som en smart och uppkopplad stad.

ICT, Cleantech och Automationbranscherna har vissa gemensamma utmaningar. De innefattar kompetens- och kapitalförsörjning samt internationalisering av små till medelstora bolag. Under året kommer framförallt aktiviteter som adresserar kompetens- och kapitalförsörjning att prioriteras.

Under året kommer arbetet med att attrahera investeringar samt utveckla internationella samarbeten för industrin att fortsätta. Cleantech Hotlist kommer under 2016 fortsätta att stödja regionens miljöteknikbolag i deras internationalisering och kapitalanskaffning. Samarbeten kommer att utvecklas med strategiska partners och investerarnätverk inom respektive bransch.

Samarbetet inom Automation Region, Robotdalen i Västerås, och branschen kommer att fortsätta med att skapa en mer utvecklad och konkurrenskraftig bransch.

Insatser för att stärka internationalisering av miljöteknikföretag verksamma inom projekten Hammarby Sjöstad, Norra Djurgårdsstaden och Högdalen kommer fortsätta att prioriteras. I företagsområdet Högdalen ska arbetet med nätverksaktiviteter och projekt fortsätta för att stärka förutsättningar för uppbyggnad av ett miljötekniskt kluster i söderort.

## **8.6 Service och Utveckling**

Med utgångspunkt i ärendet "Strategisk inriktning för företagsområden" kommer en stadsövergripande handlingsplan tas fram i syfte att förbättra förutsättningar att driva, utveckla och starta företag i hela Stockholms stad.

Arbetet med att förstärka och öka kännedom om den egna service- och lotsfunktionen till företagare genom tjänsten företagslotsen fortgår. Förtagslotsens syfte är att underlätta för blivande och befintliga företag att bedriva verksamhet i Stockholms stad i syfte att främja hållbar tillväxt. I syfte att öka tillgängligheten har företagslotsens förstalinje flyttats över i stadens kontaktcenter. Arbetssättet kommer att fortsätta samt utvecklas under 2016. Vidare fortsätter arbetet med att utreda förutsättningarna för förbättrad information till näringslivet på [stockholm.se/foretag](http://stockholm.se/foretag).

Arbetet med att ge stadsdelsnämnderna verktyg i sin roll i det lokala näringslivsarbetet kommer att fortsätta. Ambitionen kommer att vara att få en likvärdig service oavsett i vilken stadsdel företagen är etablerade. I det lokala arbetet kommer fokus även vara socialt företagande samt ökat kvinnligt entreprenörskap i ytterstaden.

Genom samarbetet med Företagsgrupperna Stockholm (FGS) och de frukostmöten som genomförs fortsätter arbetet med att utveckla de nätverk som finns samt sprida kunskap. Detta ska även fortsättningsvis vara en plattform för att ta in företagens synpunkter till stadens tjänstemän.

I syfte att förbättra förutsättningarna för stadens näringsliv och generera ökad tillväxt genomförs årligen attitydundersökningar inom näringslivet. Inkomna synpunkter och åtgärdsförslag sammanställs och delges berörda nämnder, styrelser och beslutsfattare. I samband med företagskontakter och i samarbete med arbetsmarknadsnämnden genomförs insatser för att få fler praktikplatser och dessutom tillsammans med stadsdelsnämnderna utveckla möjligheten för unga stockholmare att driva sommarlovsföretag.

Arbetet med att samordna och utveckla stadens verksamheters bemötande av näringslivets behov både gentemot nya och befintliga bolag fortsätter. Det lokala näringslivsarbetet ska stärkas och särskilt fokus ska läggas på entreprenörskap bland kvinnor och personer med utländsk bakgrund.

I samarbete med berörda förvaltningar ska en handlingsplan för utveckling av områden där stadens nämnder och bolag kan göra mest nytta och ge störst positiv effekt för företagandet i Stockholm tas fram. Vidare ska särskilt fokus läggas på att öka antalet arbetsplatser i Stockholms södra delar.

Under året ska en analys av strategiska tillväxtbranscher i Stockholm genomföras för att studera hur staden kan bidra till utvecklingen och fortsätta tillväxt och sysselsättning.

Ett ytterligare sätt att stärka entreprenörskap och innovation är det fortsatta arbetet med Stockholms Innovationspris (tidigare Stockholms stads Innovationsstipendium) som breddats till att omfatta Stockholms län.

## **9. Verksamhetsområdet Stockholm Visitors Board**

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 i samverkan med besöksnäringen. Insatser inom dessa områden ska bidra till att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa samt som en av Europas främsta mötesplatser för vetenskapliga kongresser och företagsmöten.

Under 2015 har en styrgrupp bildats för att stärka samverkan med Stockholms besöksnäring. Styrgruppen leds av SVB och består av cirka tio representanter från hotell, mötesanläggningar, transportörer och attraktioner. Styrgruppen arbetar bl.a. med nya finansieringsformer samt en strategisk marknadsplan.

Stockholm är tillväxtmotorn i svensk besöksnäring och antalet övernattningar har under 2010 – 2014 i genomsnitt ökat med 4,2 procent. I jämförelse med de större europeiska städerna har Stockholms utveckling under motsvarande period varit mindre positiv. Städer som exempelvis Berlin (+8,4%), Hamburg (+7,9%), Amsterdam (+6,7%), Wien (+5,3%) och Milano (+5,1%) har vuxit i betydligt snabbare takt. För att ta lärdom av städer med högre tillväxt ska de särskilt studeras. Under 2015 har ökningstakten i Stockholm mer än förbubblats jämfört med tillväxttakten hittills under 2010-talet och bolaget kommer att arbeta med att finna orsaker till den positiva utvecklingen så att åtgärder kan sättas in som bidrar till en fortsättning.

Under 2016 kommer en ny modell för marknadsarbetet att etableras. Modellen utvecklas i samverkan med Visit Sweden och besöksnäringen i Stockholm. Vägledande för alla marknadsföringsinsatser som planeras är den utvecklade budskapsplattformen för varumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia.

## **9.1 Marknad och Analys**

En avdelning för marknad och analys inrättades under 2015, delvis som ett resultat av rekommendationerna från Stockholmsstrategin som besöksnäringen och staden arbetade med under cirka fyra år. Avdelningen ska bland annat genom omvärldsbevakning bidra till att utveckla Stockholms erbjudande. Ändrade bokningsmönster och digitaliseringen är två faktorer som det är viktigt att Stockholm strategiskt hanterar.

Syftet är att förstärka kompetensen kring analysfrågor för att ge rätt kunskap om besöksnäringens behov och utveckling. Under 2016 kommer en kunskapsbank att utvecklas för att kunna svara på frågor som gäller besöksnäringens utveckling och resultat.

Avdelningen kommer att fördjupa samverkan med besöksnäringen för att bidra till en hållbar tillväxt. Det handlar bland annat om att samverka med Swedavia och Stockholms hamnar samt hotell, attraktioner och museer för att underlätta för besökaren att nå och uppleva Stockholm.

## **9.2 Internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor**

Evenemang som arrangeras i Stockholmsregionen stimulerar ekonomin och skapar en ökad efterfrågan på varor och tjänster. Detta bidrar till såväl arbetstillfällen som etableringar i regionen. Evenemang är också betydande i marknadsföringen av regionen och erbjuder dessutom de boende en attraktiv stad att bo och verka i. Jämställda och klimatsmarta arrangemang bidrar till att stärka bilden av Stockholm internationellt.

I samverkan med besöksnäringen marknadsförs Stockholm, i syfte att attrahera internationella evenemang, kongresser, företagsmöten och mässor till Stockholm. Riktade marknadsföringsinsatser genomförs mot utvalda segment samt att långsiktigt skapa och upprätthålla kontakter med beslutsfattare inom dessa.

Stadens arbetssätt med evenemang vidareutvecklas och konkretiseras till en praktisk nivå genom en styrgrupp och en arbetsgrupp.

Det är av stor vikt att säkra att vissa av de större internationella kongresserna med viss regelbundenhet kommer till Stockholm då detta bidrar till att positionera Stockholm som en av Europas främsta mötesplatser. Den internationella konkurrensen är stor och Stockholms rykte om att vara en dyr destination är en hämmande faktor. Etiska regler har implementerats för läkemedels- och medicinteknikbolag avseende deras finansiering av delegaters deltagande vid kongresser, vilket kan påverka medicinska kongressers beteendemönster.

### **9.3 Internationella besökare**

För att främja Stockholms position som en av de tio största besöksdestinationerna i Europa (mätt i antalet kommersiella övernattningar) marknadsförs Stockholm internationellt i samarbete med besöksnäringen.

Under hösten 2015 inleddes ett arbete tillsammans med Visit Sweden med målet att samordna insatser för internationell marknadsföring under en gemensam strategi och arbetsordning. Det nya arbetssättet kommer att implementeras vid halvårsskiftet 2016. Stockholm är en föregångsstad där alla människors lika värde står i fokus. I samarbete med Stockholms HBTQ+ aktörer marknadsförs Stockholm som en välkomnande stad med grundvärderingarna mångfald, öppenhet och respekt för att öka antalet internationella besökare.

Stockholm ska vara den ledande kryssningsdestination i Östersjön och bli rederiernas självklara val för både anlop och så kallade turnarounds (kryssningar som startar och slutar i Stockholm) varför arbetet fortsätter i samarbete med Stockholms Hamnar och övriga besöksnäringen. Arbetet för att förbättra mottagandet av kryssningsresenärerna fortsätter samt arbetet med att utveckla samarbetet med ÅF Offshore Race.

### **9.4 Utveckla besöksdestinationen Stockholm**

Ett professionellt värdskap och bemötande av besökare är en förutsättning för att främja Stockholms internationella position som en av Europas tio största besöksdestinationer. SVC ska tillhandahålla modern, inspirerande och tillgänglig turistservice och erbjuda en inspirerande lokal där besöksnäringen kan visa sitt utbud för att locka besökare till vidare upplevelser i regionen.

För att ytterligare förbättra förutsättningarna för ett gott värdskap arrangeras utbildning i Stockholmskunskap. I syfte att bidra till att utveckla besöksdestinationen Stockholm arrangeras frukostseminarier inom aktuella teman. Genom att öka kunskapsnivån hos fler inom besöksnäringen och samtidigt inhämta information skapas ytterligare möjlighet för tillväxt.

Inom ramen för Stockholm Archipelago ska Stockholms skärgård marknadsföras och den regionala samverkan öka för att säkerställa en långsiktigt positiv hållbar utveckling av

besöksnäringen. De som vill investera i destinationen vid utvecklingen av nya besöksmål, attraktioner, hotell m.m. som stärker och utvecklar Stockholm bistås.

## **9.5 Eurovision Song Contest 2016**

I maj månad vann Sverige genom Måns Zelmerlöw Eurovision Song Contest (ESC). Stockholms utsågs i juli månad 2015 av SVT till värdstad för arrangemanget 2016. En särskild avdelning har inrättats på SVB som har det övergripande ansvaret för att genomföra ESC. Arbetet leds av en styrgrupp där stadsledningskontoret är ordförande och förvaltnings- och bolagschefer från berörda verksamheter ingår.

Arbetet tar sin utgångspunkt i Stockholms unikt starka ställning som musikstad och samlar olika aktörer i regionen - näringsliv, kommuner, organisationer - för att förena alla de insatser som kommer att göras under de veckor som staden står som värd. Det är av stor vikt att nå ut till hela staden före, under och efter ESC 2016.