

men fortfarande finns utvecklingspotential i bolagets transperens. Liberalerna vill dessutom se att Stockholm Business Region tar ett bredare socialt ansvar då bolaget har speciell position i stadens näringsliv.

Varje år genomför Svenskt näringsliv en ranking över svenska kommuners företagsklimat som baseras på enkäter. För 2016, två år efter majoritetens tillträde till makten har Stockholm stad sjunkit från plats 22 till plats 96. Att företagsklimatet upplevs som sämre med majoritetens politik är en utmaning för bolaget. Trots det uppvisar bolaget i sina mest prioriterade områden, som besöksnäringen, goda resultat för Stockholm.

Bolagets presterar bra men insynen i bolagets verksamheter har tidvis varit bristande. Liberalerna har tidigare påpekat att kontrollen över utbetalade medel i marknadsföringsbidrag är för låg. Det har fått som följd att bolaget sett över sina arbetsätt och i synnerhet sina avtal. Det är positivt men bolaget måste ständigt utveckla sitt arbetsätt mot mottagare av bolagets stöd för att säkerställa att det sker på ett bra sätt.

SBR har en speciell plats i Stockholms näringsliv och med goda möjligheter att ta på sig ledartröjan där näringslivet har ett gemensamt ansvar. Liberalerna har pekat ut sexhandeln särskilt. Sexhandeln gör sig påmind i besöksnäringen där framför allt Visit Stockholm är en viktig aktör för branschen. Även evenemangs- och företagslotsen ger goda förutsättningar att samla näringslivet i koordinerat arbete för att stoppa handeln med människokroppar.”

§ 6. Svar på skrivelse av Birgitta Rydell (L) m.fl.

SBR 1.3.1-198:10/2016

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

Skrivelse av Birgitta Rydell (L) m.fl. anses besvarad med vad som sagts i Stockholm Business Regions tjänsteutlåtande.

Särskilt uttalande angavs av Birgitta Rydell (L) enligt följande.

”När Stockholm Business Region presenterar Stockholm kommer staden att ses i ljuset av det land som Stockholm ligger i. Därför är det viktigt att den bild av Stockholm som presenteras under ”Stockholm – Capital of Scandinavia” stämmer överens och delvis överlappar bilden av Sverige. Svenska institutet arbetar med att kommunicera en bild av Sverige och i denna bild är svenska värderingar en viktig del. Att

Stockholm är en feministisk stad som tar sexhandel på allvar är således inte ett nytt budskap och borde kunna kommuniceras.

I skrivelsens andra fråga pekar vi på vikten av ett bredare arbete mot sexhandel. I skrivelsens svar ges först svaret att möjligheterna till ett sådant arbete är begränsade för därefter presentera hur ett första steg i ett sådant arbete skulle kunna se ut. Liberalerna betraktar svaret som positivt och ser gärna att bolaget lyfter frågan i möten med (framför allt) besöksnäringen och dess olika organisationer.

Enligt ett uppdrag från budgeten 2016 ska bolaget dessutom utveckla sitt sociala ansvar i en CSR-strategi. Bolaget har definierat detta uppdrag som ett tätare samarbete med näringslivet för att vidareutveckla ”satsningar avseende social hållbarhet”. Ett sätt att ta ett sådant ansvar är att ta ansvar där möjligheterna att göra skillnad är som störst. Sexhandel innefattar i stort sätt alltid en aktör långt utanför Stockholm. Därför har SBR tydliga möjligheter att ta ett socialt ansvar.”

§ 7. CSR-strategi (Corporate Social Responsibility)

SBR 1.3.1-211/2016

Två förslag till beslut: Stockholm Business Regions förslag till beslut och Birgitta Rydells (L) förslag till beslut.

Ordföranden ställde förslagen mot varandra och styrelsen beslutar enligt Stockholm Business Regions förslag till beslut.

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Anta Stockholm Business Regions CSR-strategi.
2. Protokollet i denna paragraf förklaras omedelbart justerat.

Reservation angavs av Birgitta Rydell (L) enligt följande.

1. Att delvis bifalla förslaget till beslut
2. Att i övrigt anföra

”En CSR-strategi för Stockholm Business Region är positivt och efterlängtad. Liberalerna har tidigare pekat på behovet av ett starkare ansvarstagande från stadens sida både vad det gäller noggrannheten i utbetalade medel i marknadsföringsbidrag och