

**§ 1. Föregående protokoll**

Protokoll från styrelsemötet den 23 maj 2017 lades till handlingarna.

**§ 2. Justering av röstlängd**

Genomgång av närvaro samt utseende av tjänstgörande suppleanter.

**§ 3. Utseende av protokolljusterare**

Jämte ordföranden Karin Wanngård (S) utsågs Anna König Jerlmyr (M) att justera dagens protokoll.

**§ 4. VD kommentar avseende årsprognos och tertialrapport 2 2017 för koncernen Stockholm Business Region**

SBR 1.2-80:10/2017

Styrelsen för Stockholm Business Region beslutar följande.

1. Godkänna och överlämna VD kommentar avseende årsprognos och tertialrapport 2 2017 för koncernen Stockholm Business Region till Stockholms Stadshus AB.
2. Protokollet i denna paragraf förklaras omedelbart justerat.

*Särskilt uttalande* angavs av Anna König Jerlmyr m.fl. (M) enligt följande.

”Det är glädjande att i rapporten följa det goda arbete som utförs av SBR och att läsa om de aktiviteter som genomförts och planeras. Vi anser dock att det är viktigt att i tertialrapporten även kunna följa arbetet genom tydliga och mätbara indikatorer som visar på effekterna av aktiviteterna på ett sätt som gör att de kan utvärderas. Indikatorer ska användas som ett verktyg för att visa resultat. Vi vill därför understryka vikten av att ta fram relevanta nyckeltal som går att mäta för en resultatbaserad styrning, hellre än aktiviteter som snarare hör hemma i en verksamhetsplan eller i en verksamhetsberättelse än en tertialrapport. Utfall, inte aktiviteter, är i detta sammanhang det primära.”

*Särskilt uttalande* angavs av Birgitta Rydell (L) och Martin Ängeby (L) enligt följande.

”Liberalerna anser att det måste vara tydligt och transparent för medborgarna i vilka syften skattepengar används. Är det marknadsföring ska det kallas marknadsföring och inköpas som marknadsföring, inte som breda evenemangsbidrag som ges utan tydliga krav på hur pengarna ger nytta för stockholmarna.

Evenemangsstödet bör reformeras i grunden och SBR kan till exempel istället marknadsmissigt köpa reklam vid relevanta arrangemang som höjer Stockholms status som evenemangstad. Det kan i sådana reklamköp ingå reklam i utlandet där både evenemanget och staden marknadsförs. SBR bör undersöka om det är möjligt med