

**Utlåtande 2005:142 RI+II (Dnr 023-4867/2004)**

## **Förändrad styrelsesammansättning i Stockholm Visitors Board AB**

**Motion av Göran Holmström (kd) (2004:72)**

Kommunstyrelsen föreslår kommunfullmäktige besluta följande  
Motion (2004:72) av Göran Holmström (kd) om styrelsen för  
Stockholm Visitors Board AB anses besvarad med vad som an-  
förs i detta utlåtande.

**Föredragande borgarråden Annika Billström och Kersti Py Börjeson**  
anför följande.

### *Bakgrund*

Göran Holmström (kd) har väckt en motion (2004:72) med förslag om att styrelsen för Stockholm Visitors Board AB ska ha representanter för besöksnäringen, *bilaga*. Detta till följd av den karaktär av samarbete som bör råda inom stadens marknadsföringsarbete. Syftet med förslaget är att utveckla stadens marknadsföringsarbete när det gäller evenemang, privatresor och företagsmöten/kongresser. Stockholm kan göras än mer attraktivt som besöks- och etableringsort.

### *Remisser*

Ärendet har remitterats till stadsledningskontoret och Stockholms Stadshus AB.

*Stadsledningskontoret* konstaterar att i bolag där staden har tagit ett ansvar för utveckling av viss verksamhet är det normalt att styrelserepresentationen utgörs av förtroendevalda ledamöter. Motionens syfte att skapa nära kontakter i samarbete med berörda parter synes väl kunna tillgodoses genom det samarbetsorgan som bildats. Att i nuläget och nära inpå bolagets bildande ändra styrelsesammansättningen synes därför mindre påkallat.

*Koncernledningen för Stockholms Stadshus AB* anser att frågan om styrelserepresentation bör knytas till ägande och finansiering, eftersom styrelsen har ett ansvar gentemot aktieägarna. Koncernledningen anser liksom Stockholms Näringslivskontor AB att Stockholm Visitors Board AB redan har ett väl fungerande samarbete med besöksnäringen och att detta kan utvecklas ytterligare utan att ägarbild eller styrelsesammansättningen förändras.

### *Mina synpunkter*

Jag delar motionärens ambition att Stockholm skall bli ännu attraktivare som besöks- och etableringsort. Det har också varit utgångspunkten för den nuvarande majoritetens arbete sedan hösten 2002 och som återfinns i de övergripande målen för mandatperioden. Det handlar om att skapa ett Stockholm som är till för och öppet för alla. Förutom att staden skall vara attraktiv som besöks- och etableringsort är min vision att Stockholm skall kännetecknas av en rad olika positiva aspekter som t.ex. miljöstaden, ungdoms- och studentstaden, företags- och entreprenörstaden och innovationsstaden. Jag eftersträvar också en bred samsyn i de frågor som handlar om att utveckla och marknadsföra Stockholm som stad. I detta ligger en ambition och önskan – för stockholmarnas skull – att även de borgerliga partierna genom aktiv och positiv handling vill vara med i detta konstruktiva arbete. Stockholm har mycket att erbjuda och framtiden inrymmer enorma möjligheter om vi alla har viljan att förändra och utveckla vår stad.

Likväl de goda uttryckta ambitionerna hos motionären anser jag inte att formfrågan om Stockholm Visitors Board AB:s styrelsesammansättning är avgörande. Jag delar således stadsledningskontorets och Stockholms Stadshus AB:s bedömning att det inte är befogat eller ändamålsenligt att ändra styrelsesammansättningen i bolaget. Självfallet kan och skall både Stockholm Visitors Board AB och andra bolag och förvaltningar inom staden skapa egna plattformar för samverkan med näringslivet utifrån de egna verksamhetsområdena.

Som remissinstanserna konstaterar har redan Stockholm Visitors Board AB ett nära samarbete med besöksnäringen samtidigt som det är viktigt att samarbetet mellan näringslivets olika aktörer, kommunala bolag och förvaltningar

utvecklas ytterligare för att marknadsföra och stärka Stockholm. Efter det första Stockholmsmötet 2004 har ett antal arbetsgrupper tillsatts för ytterligare samverkan mellan näringslivet och staden, t.ex. arbetar fyra arbetsgrupper med besöksnäringen. En bred samverkan i branschen ger de bästa förutsättningarna för god utveckling av besöksnäringen.

Förutsättningarna för att samverka, samarbeta och utveckla turist- och besöksfrågorna gemensamt med näringslivet är därmed inte avhängigt hur styrelsen för Stockholm Visitors Board AB är konstituerad. Näringslivet har sina organisationer och organ att verka utifrån och Stockholms stad måste på motsvarande sätt ha sin egen plattform för att långsiktigt kunna agera på ett för staden ändamålsenligt sätt.

Det är också viktigt att de förtroendevalda som sitter i stadens bolagsstyrelser fullt ut kan ta ansvar för fattade beslut gentemot medborgarna och skattebetalarna. Historiken och erfarenheten visar att det tvärtom på sikt kan uppstå bekymmer med för många ägare i ett bolag som i grunden skall vara demokratiskt styrd med medborgarna som yttersta ägare.

Att det går utmärkt att samverka med näringslivet utan att detta behöver formaliseras i ett gemensamt ägande visar de senaste dryga två årens arbete inom ramen för såväl Stockholm Visitors Board AB som Stockholms Näringslivskontor AB. De s.k. Stockholmsmötena är bra exempel på hur staden kan vara en pådrivande kraft för att gemensamt med näringslivet skapa samling i regionen. När fler upptäcker värdet av detta samarbete – både inom näringslivet och inom politiken – kommer Stockholm att med full kraft kunna konkurrera med andra huvudstäder i Europa.

Under våren 2005 har Stockholms Näringslivskontor AB och Stockholm Visitors Board AB formellt lanserat varumärket Stockholm the Capital of Scandinavia. Utgångspunkten för arbetet är att skapa en kommunikationsplattform för näringslivet och stadens bolagsstyrelser och nämnder. Arbetet med att ta fram varumärket för Stockholm har också skett i nära samarbete med samtliga dessa aktörer i syfte att få en så bred förankring som möjligt. Förankringsarbetet kommer även att fortgå under lång tid framöver då hela idén och konceptet bygger på uthållighet, långsiktighet och att så många som möjligt kommer att sluta upp kring den gemensamt framtagna visionen som övergripande innebär att Stockholm skall utvecklas till att bli Europas mest spännande region.

Det finns flera skäl till varför Stockholm kan betraktas som Skandinaviens huvudstad. Stockholm och regionen är ett av Europas mest intressanta områden för företagsetablering, som besöksmål och som plats att leva och bo i. För att nämna några exempel är Stockholm Skandinaviens naturliga geografiska

mittpunkt med en mobil och trådbunden kommunikation i världsklass. Stockholms Hamnar är Östersjöns största mötesplats och regionen har flera internationella flygplatser.

Stockholm är också Skandinaviens ekonomiska och finansiella centrum med innovationsmiljöer och en IT-utveckling som få andra regioner kan mäta sig med. Stockholmsregionen har ett av Europas största bioteknikkluster och den högsta representationen av multinationella företag. Besöksnäringen är störst i denna region. Därutöver kan även Stockholm som tongivande kulturstad lyftas fram med företrädevis Nobelpriset och den breda musikproduktionen. Stockholm är galleri- och museitätast i världen och även form och design ligger i toppklass.

Den plattform som varumärket Stockholm utgör är för mig den självklara utgångspunkten i det fortsatta samarbetet med näringslivet för att utveckla Stockholm som bl.a. besöks- och turiststad. Avgörande för marknadsföringen av stockholmsregionen är inte formfrågan att de förtroendevalda ledamöterna i styrelsen skall kompletteras eller bytas ut mot näringslivsföreträdare i Stockholm Visitors Board AB. Utgångspunkten måste istället vara att förtroendevalda, företagare och alla medborgare - verksamma och bosatta i regionen - också utnyttjar varje tillfälle att marknadsföra Stockholm och allt det positiva som regionen representerar. Utöver de mer formella samverkansmöjligheter som finns redan idag är detta en bra grund för att åstadkomma ett Stockholm för alla.

Att konjunkturen dessutom nu är stark försämrar inte förutsättningarna för att uppnå och utveckla stadens alla fördelar. Det har Stockholms Näringslivskontor AB visat i de senaste konjunktursammanställningarna och det visar t.ex. Handelskammaren i sin senaste Stockholmsbarometer i maj 2005 där det konstateras att det nu är Stockholm som håller uppe konjunkturen i riket som helhet.

**Borgarrådsberedningen** tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

**Kommunstyrelsen** delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår kommunfullmäktige besluta följande

Motion (2004:72) av Göran Holmström (kd) om styrelsen för Stockholm Visitors Board AB anses besvarad med vad som anförs i detta utlåtande.

Stockholm den 15 juni 2005

På kommunstyrelsens vägnar:  
ANNIKA BILLSTRÖM

Kersti Py Börjeson

*Anette Otteborn*

**Reservation** anfördes av *Ewa Samuelsson* (kd) enligt följande.

Jag föreslår kommunstyrelsen föreslå kommunfullmäktige besluta att

1. bifalla motionen
2. därutöver anföra följande.

Det viktiga uppdraget att marknadsföra Stockholm fullgörs bäst om enskilda människor, föreningar och organisationer, privata företag och branschorganisationer samt myndigheter och förvaltningar känner delaktighet, stolthet och ansvar för utvecklingen av Stockholm. Även enskilda stockholmars stolthet har betydelse. Det man tycker bra om talar man väl om. Att så många som möjligt är engagerade i att marknadsföra staden är därför mycket angeläget.

Det finns åtminstone ett av stadens bolag som har styrelser utan förtroendevalda. I detta fall har det bedömts att tjänstemän i styrelsen kan fullgöra ett gott styrelseuppdrag och arbeta i enlighet med de uppdrag och direktiv som Kommunstyrelsen och Kommunfullmäktige ger. När det gäller marknadsföringen av Stockholm som besöksort skulle styrelseledamöter som inte är förtroendevalda, utan har förankring i besöksnäring och turistbransch, kunna tillföra perspektiv och kunnande och därmed berika stadens arbete.

## ÄRENDET

### *Bakgrund*

Göran Holmström (kd) har väckt en motion (2004:72) med förslag om att styrelsen för Stockholm Visitors Board AB ska innehålla representanter för besöksnäringen, bilaga. Till följd av den karaktär av samarbete som bör råda inom stadens marknadsföringsarbete anser motionären att styrelsen för Stockholm Visitors Board AB bör breddas så att där kan ingå representanter för besöks- och turistbranschen. Syftet bör vara att bredda styrelsens arbete med att utveckla stadens marknadsföringsarbete när det gäller evenemang, privatresor och företagsmöten/kongresser. Stockholm kan göras än mer attraktivt som besöks- och etableringsort.

## REMISSER

Ärendet har remitterats för synpunkter till stadsledningskontoret där ärendet beretts av finansavdelningen. Därutöver har Stockholms Stadshus AB fått ärendet på remiss där svar även har inhämtats från Stockholms Näringslivskontor AB.

**Stadsledningskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 28 januari 2005 har i huvudsak följande lydelse.

Stockholm Visitors Board AB skall genom informationsverksamhet främja intresset för stockholmsregionen som besöksort, medverka i marknadsföringen av Stockholm som evenemangsstad samt sprida information om stockholmsregionen som kulturellt, kommersiellt och politiskt centrum. Bolaget skall också svara för utvecklandet av ett kontaktnät, som omfattar branschorganisationer inom besöksnäringen, andra storstäder samt internationellt organisations- och näringsliv. Stockholm Visitors Board AB är ett helägt dotterbolag till Stockholms Näringslivskontor AB.

Normalläget för de bolag där staden har tagit ett ansvar för utveckling av viss verksamhet är att styrelserepresentationen utgörs av förtroendevalda ledamöter. Detta gäller också för Stockholms Näringslivskontor AB, som äger stadens aktier Stockholm Visitors Board AB och som bl.a. har till uppgift utveckla och förbättra stadens kontakter med näringslivet. Då dessa bägge organ är nyligen bildade får stadsledningskontoret förutsätta att frågan om respektive styrelsers sammansättning är behandlad utifrån de uppdrag som ålagts dem. Stadsledningskontoret kan därför inte finna tillräckliga skäl för att i nuläget rekommendera annan styrelsesammansättning.

Stadsledningskontoret har erfårit att i arbetet inom Stockholm Visitors Board AB har bildats ett advisory board med fyra arbetsgrupper inom respektive affärsområde med 40 personer. Motionens syfte att skapa nära kontaktytor i samarbetet med berörda parter synes därmed väl kunna tillgodoses. Styrelsen torde därmed kunna arbeta med ett gott inflöde av idéer och förslag till utveckling av stadens marknadsföringsarbete. Att i nuläget ändra styrelsesammansättningen synes även därför mindre påkallat.

Motionen torde med hänvisning till vad här anförts kunna anses besvarad.

**Koncernstyrelsen för Stockholms Stadshus AB** godkände anmälan av avgivet remissvar den 2 maj 2005.

**Koncernledningen för Stockholms Stadshus AB** tjänsteutlåtande daterat den 6 april 2004 har i huvudsak följande lydelse.

Frågan om styrelserepresentation bör knytas till ägande och finansiering eftersom styrelsen har ett ansvar gentemot aktieägarna. SVB:s ägare är idag Stockholms stad och i slutänden därmed skattebetalarna. En annan styrelserepresentation måste därför kopplas till andra ägar- och finansieringsförhållanden. Koncernledningen anser liksom Näringslivskontoret att SVB redan har ett väl fungerande samarbete med besöksnäringen men att detta kan utvecklas ytterligare utan att ägarbilderna eller styrelsesammansättningen förändras.

I underremissen till Stockholms Näringslivskontor framgår att näringslivskoncernen anser att SVB redan har ett nära samarbete med besöksnäringen och det är viktigt att samarbetet mellan SVB och näringslivets olika aktörer, kommunala bolag och förvaltningar utvecklas ytterligare för att marknadsföra och stärka Stockholm. Efter Stockholmsmötet, som genomfördes i juni 2004, har ett antal arbetsgrupper tillsatts för ytterligare samverkan mellan näringslivet och staden. Fyra arbetsgrupper arbetar med besöksnäringen. En bred samverkan i branschen ger de bästa förutsättningar för god utveckling av besöksnäringen.

#### Underremiss till Stockholms Näringslivskontor AB

Stockholms Näringslivskontor och Stockholm Visitors Board har avlämnat remissvar utifrån gemensamma synpunkter.

Göran Holmström (kd) skriver i motionen att Stockholm Visitors Board arbetar nära och i samarbete med besöksnäringen. Under 2005 ska en övergripande vision fastställas tillsammans med övergripande mål och strategier som ansluter till visionen. Visionen ska spegla vad Stockholm ska stå för som besöksmål och vilken position Stockholm ska ha. Detta arbete är enligt motionären ett bra exempel på ett arbete som bör ske tillsammans med branschen.

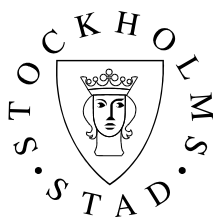
Stockholm Visitors Board och Stockholms Näringslivskontor anser att SVB redan har ett nära samarbete med besöksnäringen och det är viktigt att samarbetet mellan

SVB och näringslivets olika aktörer, kommunala bolag och förvaltningar utvecklas ytterligare för att marknadsföra och stärka Stockholm.

Efter Stockholmsmötet, som genomfördes i juni 2004, har ett antal arbetsgrupper tillsatts för ytterligare samverkan mellan näringslivet och staden. Fyra arbetsgrupper arbetar med besöksnäringen. En bred samverkan i branschen ger de bästa förutsättningar för god utveckling av besöksnäringen.

Frågan om styrelserepresentation bör också knytas till finansieringen. Ägare är idag Stockholms stad och i slutänden skattebetalarna. En annan styrelserepresentation bör också kopplas till andra ägar- och finansieringsförhållanden.





## KOMMUNFULLMÄKTIGE

### Motioner

2004:72

2004:72

#### **Motion av Göran Holmström (kd) om styrelsen för Stockholm Visitors Board**

Marknadsförings- och näringslivsarbetet inom staden har ett stort strategiskt värde eftersom det påverkar bilden av Stockholm och därmed i förlängningen ger förutsättningar för tillväxt och välfärd. Koncernen Stockholms Näringslivskontor AB, där Stockholm Visitors Board AB (SVB) och Business Arena Stockholm ingår, arbetar med att utveckla och marknadsföra Stockholm som besöks- och etableringsregion.

Stockholm Visitors Board AB arbetar redan nära och i samarbete med besöksnäringen. Under 2005 ska en övergripande vision fastställas tillsammans med övergripande mål och strategier som ansluter till visionen. Visionen ska spegla vad Stockholm ska stå för som besöksmål och vilken position Stockholm ska ha. Detta är ett bra exempel på ett arbete som bör ske tillsammans med branschen. I staden finns en väl utvecklad branschkunskap och ett brett spektrum av företag och organisationer som verkar inom områdena privatreisor, evenemang och företagsbesök/kongresser. Stockholm Visitors Board har ett antal pågående projekt där man tillsammans med branschföretag och organisationer arbetar för att locka besökare till Stockholm. Det gäller samarbetet för att öka antalet kryssningsfartyg på besök, Stockholm Access som avser att öka utbytet med andra regioner genom fler flyglinjer, Meet Stockholm som arbetar för att få kongresser och företagsmöten till Stockholm och Congress Stockholm med samma syfte. I dessa och i ytterligare ett antal andra projekt samarbetar Visitors Board med enskilda företag, med besöks- och turistbranschen och med dess organisationer. Syftet är självfallet att samarbete med andra kan bidra till att utveckla stadens marknadsföringsarbete.

Till följd av den karaktär av samarbete som bör råda inom stadens marknadsföringsarbete anser jag att styrelsen för Stockholm Visitors Board bör

breddas så att där kan ingå representanter för besöks- och turisbranschen. Syftet bör vara att bredda styrelsens arbete med att utveckla stadens marknadsföringsarbete när det gäller evenemang, privatresor och företagsmöten/kongresser. Stockholm kan göras än mer attraktivt som besöks- och etableringsort.

Med anledning av ovanstående yrkar jag att kommunfullmäktige beslutar att

1. styrelsen för Stockholm Visitors Board AB ska innehålla representanter för besöksnäringen
2. kommunstyrelsen ges i uppdrag att utarbeta förslag med denna inriktning.

Stockholm den 9 december 2004

*Göran Holmström*