



**STOCKHOLMS
STADSHUS AB**
En del av Stockholms stad

Sid. 1 (71)
2022-01-21

Utfallsrapport VB 2021

Stockholm Business Region AB

Stockholms Stadshus AB	Org.nr 556415-1727			
Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	E-post
105 35 STOCKHOLM	Stadshuset, 3 tr.	08-508 290 00	08-509 290 80	info@stadshusab.se

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	3
Analys av ekonomisk utveckling	3
Bolagets uppgift	3
Bedömning av bolagets interna kontroll	5
1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla	5
1.1 I Stockholm är människor självförsörjande och vägen till arbete och svenskkunskaper är kort	5
1.2. Stockholm är en trygg, säker och välskött stad att bo och vistas i.....	8
1.3. I Stockholm når barn sin fulla potential då Stockholms skolor och förskolor är de bästa i Sverige	15
1.4. I Stockholm får människor i behov av stöd insatser i tid präglade av hög kvalitet, evidens och rättssäkerhet	15
1.5. I Stockholm har äldre en tillvaro som präglas av hög kvalitet, trygghet och självbestämmande	15
2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt	15
2.1. Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv.....	15
2.2. Stockholm byggs attraktivt, tätt och funktionsblandat utifrån människors och verksamheters skiftande behov.....	61
2.3. Stockholms infrastruktur främjar effektiva och hållbara transporter samt god framkomlighet	61
2.4. Stockholm är en modern kultur- och evenemangsstad med en stark besöksnäring	62
2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö	67
3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden	68
3.1. Stockholm har en budget i balans och långsiktigt hållbara finanser	68
3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna.....	68

Bilagor

Bilaga 1: Bilaga Rapport av utfall vid evenemang 2021

Sammanfattande kommentar

KF:s inriktningsmål



Analys av ekonomisk utveckling

Årets resultat uppgår till -0,1 mnkr vilket är ett lägre resultat än det budgeterade resultatet om +-0 mnkr.

Intäkterna uppgår till 134,7 mnkr vilket är 7,2 mnkr lägre än budget för året.

Kostnaderna uppgår till 134,8 mnkr vilket är 7,4 mnkr lägre än budget för året.

Kostnader för personal ingår med 63,9 mnkr vilket är 3,0 mnkr lägre än budget för året.

Personalkostnaderna har minskat i förhållande till budget med anledning av tillfälliga vakanser.

Inga investeringar har skett under året och avskrivningarna är i linje med budget.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna summerar till en finansiell intäkt på 0,3 mnkr för perioden vilket är 0,1 mnkr lägre än budget för året.

Bolagets uppgift

SBR har under året lett tillväxt- och utvecklingsarbetet av lokal näringslivsutveckling samt haft huvudansvaret för att samordna och utveckla näringslivsarbetet med berörda nämnder och bolagsstyrelser. Bolaget har tillhandahållit en central funktion för den lokala näringslivsutvecklingen samt i samråd med kommunstyrelsen svarat för kommunikationen till det lokala näringslivet. Vidare har bolaget mött kommunstyrelsen i deras strategiska ansvar för näringslivsfrågor. Bolaget har också tillsammans med kommunstyrelsen stöttat berörda nämnder och bolag i genomförandet av åtgärderna i näringslivspolicyn samt samordnat stadens verksamheter för att uppnå näringslivspolicyns mål.

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor har fortsatt inom Stockholm Business Alliance där en ny avtalsperiod inleddes 2021. Arbetet tillsammans över kommungränserna i regionen har fortsatt för att marknadsföra Stockholmsregionens globalt, attrahera utländska investeringar och etableringar, såväl som att verka för förbättrad näringslivsservice samt vässa regionen i NKI (nöjd kund-index) frågor.

Inom det proaktiva och strategiska investeringsfrämjande arbetet har under året många aktiviteter inom de utpekade sektorerna pågått för att nå målet med nya utländska investeringar samt att via arbetet med retention bidra till att utlandsägda företag i regionen stannar kvar. Det kan också konstateras att den investeringsfrämjande verksamheten återigen ökar och att målet inom området har överskridits med god marginal. Bolaget har också fortsatt arbetet med att stärka Stockholms roll som plats för huvudkontor med gott resultat samt att stärka Stockholm som finanscentrum.

För att stärka den internationella tillgängligheten med flyg har bolaget aktivt medverkat i samarbetet med Connect Sweden samt bidragit löpande med flygmarknadsrelaterade insikter och analysunderlag. Bolaget har också aktivt medverkat i arbetet med linjeutveckling för att återta, bibehålla och attrahera nya flyglinjer till Stockholmsregionen.

Pandemin har särskilt drabbat Stockholm som internationell besöksdestination och återhämtningstakten har varit långsammare än förväntat. Bolaget har genomfört omfattande insatser för att analysera nuläget och företagets behov utifrån pandemins fortsatta konsekvenser. Under sommaren lättade restriktionerna och en

akut efterfrågan av besöksnäringens tjänster uppstod vilket synliggjorde en stor kompetensbrist hos besöksnäringens företag. Bolaget har bidragit genom utbildningsinsatser och analyser av behov på arbetsmarknaden i dialog med bland annat evenemangsnäringen. Likaså har bolaget bidragit till att stärka besöksnäringen i dess omställning genom insatser i samverkansprojekten Attraktion Stockholm och Omställning Stockholm.

Bolaget har lanserat Mästerskapsprojektet för att utveckla Stockholm till Norra Europas ledande evenemangsstad genom arbetet med VM i Handboll för herrar 2023 samt VM i Ishockey för herrar 2025. Bolaget leder även arbetet med att ansöka om EM i Fotboll för damer 2025.

Det långsiktiga arbetet med platsutveckling har säkerställts genom ledningen av stadens samverkansgrupp för utveckling och öppnande av upplevelsecentret Space på Sergels Torg. Särskilda områdesspecifika insatser har genomförts med aktörerna i City, Djurgården, Gamla stan och skärgården för att stimulera platsutveckling och platsaktivering.

Bolagets dialog med besöksnäringens aktörer och företag har stärkts under året. I enlighet med stadens prioriterade område för återstart har aktiviteter i city förstärkts genom projektet Position Stockholm City vilket genomförs i samverkan med stadens berörda bolag och förvaltningar, besöksnäringen, fastighetsägarna och handeln. Dialogen med stadens förvaltningar och bolag har fördjupats under året för att bidra med kunskap i besöksnäringens frågor.

SBR har uppdraget att marknadsföra Stockholm internationellt, nationellt och lokalt, i ett nära samarbete med övriga aktörer bl a inom Stockholm Business Alliance utifrån varumärkesplattformen och positioneringsvarumärket Stockholm – The Capital of Scandinavia och Stockholms unika DNA. Bolaget har fortsatt arbetet med nationell bearbetning och marknadsföring för återstarten av besöksdestinationen Stockholm samt internationell bearbetning för att attrahera besökare och stärka Stockholms attraktions- och konkurrenskraft framåt.

Inom bolaget pågår en omfattande digital utvecklingsresa för att tillgodose målgruppernas behov på bästa sätt. Under året lanserades en ny gemensam digital tjänst för besökare och talanger. Parallellt pågår ett insikts- och utvecklingsarbete med fokus på businessmålgrupper där en ny lösning kommer lanseras under 2022.

En större omställning av bolagets marknadsföringsinsatser har gjorts där nationella målgrupper och närmarknader, så som Finland, har prioriterats för att säkerställa en återstart och hållbar omställning av Stockholm som besöksdestination. Insatser kring internationell marknadsföring har under rådande omständigheter varit relativt begränsade. Bolaget har upprätthållit internationella relationer med resebransch, kryssningsindustri, mötes- och kongressindustrin samt media.

Bolaget har under året lett arbetet med nyföretagande och entreprenörskap genom bland annat en fortsatt utveckling av stadens kundvalsmodell Starta eget Stockholm. Under året har också Stockholms företagsklimat marknadsförts med fokus på nyföretagande och innovationskraft, bland annat genom Stockholms Innovations- och Accelerationsstipendium som lyft den starka innovationskraften bland stockholmarna.

Bolaget har i nära samverkan med kommunstyrelsen samt med berörda nämnder och bolag fortsatt utvecklat en tydlig och sammanhängande servicekedja för stadens arbete med etablerings- och omlokaliseringförfrågningar. Vidare under året har bolaget samverkat med kommunstyrelsen samt stadens berörda förvaltningar och bolag för att inom ramen för Företagsdialogerna möta det lokala näringslivet i olika frågor. Företagsdialogerna har också bidragit till stadens interna kulturförflyttning i strävan att utveckla stadens organisation till att bli mer näringslivsorienterad.

Det löpande arbetet med att utveckla stadens myndighetsutövning har fortsatt genom implementering av projektet ”Rätt väg in” och genom kontinuerligt samordningsarbete i stadens näringslivsgrupp.

Bolaget har under året fortsatt bidra till arbetet med att värna och utveckla stadens renodlade

verksamhetsområden. Ett extra fokus har lagts på Årsta partihallar där bolaget i samverkan med berörda nämnder utrett olika scenarier för områdets fortsatta utveckling.

Arbetet med att bistå Statens Servicecenter att upprätta ett mottagande för arbetskraftssökande, ett så kallat International House i Kista har fortsatt under året om än i mindre skala än tänkt på grund av pandemin. Arbetet har samordnats internt i staden tillsammans med arbetsmarknadsförvaltningen och Kista stadsdelsförvaltning. Bolaget har vidare fortsatt analyserat hur staden kan utveckla arbetet med att attrahera internationella talanger.

I december har bolaget flyttat till Tekniska nämndhuset där verksamheten kommer drivas i tillfälliga lokaler i väntan på renovering och ombyggnation av slutgiltiga lokaler med planerat tillträde sommaren 2023. I samband med flytten införs en modern arbetsplats med ett aktivitetsbaserat arbetssätt. Det nya arbetssättet ska präglas av digitalt nytänkande och resursmässig flexibilitet för att genomföra nödvändig omställning för bolaget.

Bedömning av bolagets interna kontroll

Bolaget bedömer att den interna kontrollen under år 2021 varit tillräcklig.

Grunden för bolagets bedömning är att kontrollaktiviteterna identifierade i verksamhetens risk- och väsentlighetsanalys har varit tillräckligt omfattande och frekventa för att kunna identifiera eventuella risker eller oönskade händelser.




1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla

1.1 I Stockholm är människor självförsörjande och vägen till arbete och svenskkunskaper är kort


Arbetet med att skapa förutsättningar för att fler personer, särskilt kvinnliga entreprenörer, personer med funktionsnedsättning, ungdomar, entreprenörer i ytterstaden med särskilt fokus på utsatta områden samt utrikesfödda, har fortsatt under året. Bland annat har Stockholm Scaleup Program som syftar till att få fler utrikesfödda kvinnor att växla upp sina företag, fortsatt och fyra coaching-grupper har under perioden slutförts med gott resultat. Bolaget har vidare beslutat och förberett för att driva satsningen vidare under 2022 med breddad målgrupp.




Bolaget har också arbetat vidare med att tillsammans med samarbetspartners ge entreprenörer goda förutsättningar att bidra till utveckling av nya, innovativa samt hållbara lösningar på samhällsproblem, bland annat via samarbetspartners såsom Norrskan och Impact Hub.

Under året har även Innovationsstipendiet och Accelerationsstipendiet slutförts och i och med årsskiftet lämnats över till stadsledningskontoret.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Stötta nyföretagande och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt, särskilt för kvinnliga entreprenörer, personer med funktionsnedsättning, ungdomar, entreprenörer i ytterstaden med särskilt fokus på utsatta områden samt	  Antalet kvalificerade ansökningar. Analys Bolaget bedömer att pandemins effekter kan ha påverkat resultatet av inkommande ansökningar.	135 st	200 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
utrikes födda	Det är också svårt att uppfatta pandemins konsekvenser kopplat till innovation och möjligheten att driva innovationer vidare.			
				<p>✓ 1. Främja småföretag, tillväxtföretag och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt samt ett inkluderande samhälle.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet har bland annat pågått inom ramen för Stockholm Scaleup Program där fyra grupper av coaching för entreprenörer som vill att växa har utförts under året. Efterfrågan av individuell coaching har varit stor. 60% av deltagande företag uppger att de drabbats negativt av effekterna av Covid-19 i och med förseningar, svårigheter med att anskaffa kapital, lanseringar, minskad försäljning etc. 40% anger att de ej påverkats negativt av pandemin.</p> <p>En dialog har under hösten förts med Tillväxtverket för fortsatt finansiering med negativt resultat. Utifrån vikten att även fortsatt stötta mindre tillväxtföretag i ytterstaden och från stadens prioriterade målgrupper har dock bolaget valt att ändå driva projektet vidare under 2022 och då med fler prioriterade målgrupper än utrikesfödda kvinnor. För 2022 kommer även utrikesfödda, personer från socialt utsatta områden, funktionshindrade, ungdomar samt kvinnor att erbjudas plats i programmet för att kunna växla upp sina företag. Förberedelser för kommande program har pågått under hösten 2021.</p> <p>Bolaget har vidare stöttat utlandsägda bolag intresserade av att expandera i SBA-regionen.</p>
				<p>✓ 2. I samverkan med företagsfrämjande organisationer bidra till entreprenörers möjlighet att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>utveckla innovativa och hållbara lösningar på samhällsproblem.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året jobbat kontinuerligt med samarbetspartners såsom exempelvis Norrsken och Impact Hub för att ge entreprenörer goda förutsättningar att bidra till utvecklingen av nya, innovativa samt hållbara lösningar på samhällsproblem. Samarbetet med Norrsken har fördjupats under perioden. Nämnas kan också att stockholmssidan för Scale Cities har lanserats under året. Vidare har under hösten både offentliga och privata aktörer inom IT-region delat problematiken kring kompetensförsörjning samt hållbart växande, bland annat via workshops.</p>
				<p>✔ 3. Tillsammans med kommunstyrelsen arrangera innovations- och accelerationsstipendiet för att främja innovation, tillväxt och entreprenörskap.</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets arbete med Innovations- och Accelerationsstipendiet har under året löpt på enligt plan. Ansökningsperioden för Innovationsstipendiet stängdes den 12:e oktober och för Accelerationsstipendiet den 6 oktober. Stipendieceremonin genomfördes digitalt den 17:e december. Vidare har under året e-tjänsterna för Innovationsstipendiet samt Jurybedömningen genomgått en tillgänglighetsgranskning som kommer att lämnas över till stadsledningskontoret tillsammans med överlämningen av stipendierna för 2022.</p>
	 Antal tillhandahållna platser för feriejobb	60	60 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	Analys			
	 ● Antal tillhandahållna platser för kommunala visstidsanställningar	0	0	
	Analys			
	 ● Antal ungdomar som fått feriejobb i stadens regi	0 st	0 st	
	Analys			
				 Arbetsmarknadsnämnden ska i samverkan med Stockholm Business Region AB, Samordningsförbundet Stockholms stad och i dialog med Arbetsförmedlingen och berörda företag ta fram en handlingsplan för hur arbetsintegrerande sociala företag kan främjas av Stockholm stad i samverkan med relevanta aktörer
				Analys Bolaget har under året, i samverkan med Arbetsmarknadsförvaltningen och Samordningsförbundet, tagit fram ett förslag till handlingsplan som involverar parterna. Utredningen visar att Stockholms stad har störst möjligheter att främja ASF inom tre områden: genom nätverkande, genom att tillgängliggöra företagsstöd inklusive att tillgängliggöra kapital samt genom att köpa varor och tjänster från de arbetsintegrerade sociala företagen.

1.2. Stockholm är en trygg, säker och välskött stad att bo och vistas i







Näringsliv och företagande har en viktig roll för att skapa trygghet och är i stor grad beroende av trygghet och säkerhet för att kunna driva sin verksamhet.


Bolaget har under året arbetat löpande med att tillvarata näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete samt samverkat med förvaltningar och bolag i staden, statliga myndigheter, ideella organisationer och föreningslivet i ytterstaden för att bidra till ökad trygghet. Vidare har bolaget deltagit i, av stadsdelarna, arrangerade BRÅ-råd samt medverkat i trygghetsvandringar.

Vidare har bolaget arbetat aktivt med att öka nyföretagandet i hela staden, men med särskilt fokus på utsatta områden. Bolaget driver kundvalsmodellen Starta eget Stockholm och intresset från leverantörer att delta i stadens nyföretagarrådgivning har varit stort och det finns idag finns 38 auktoriserade leverantörer och knappt hundra auktoriserade rådgivare i systemet. Antalet aktiva kunder låg i slutet av hösten på över 1100. Marknadsföringsinsatser för att få fler stockholmare som är intresserade av att starta eget företag att få kännedom om stadens service har genomförts med mycket gott resultat och fler kampanjer riktade till prioriterade målgrupper planeras under 2022.





Företagsdialogerna har spelat en viktig roll för att skapa en nära kontakt med näringslivet och för att fånga upp de lokala behoven. Vid årsskiftet hade alla stadsdelsområden haft en företagsdialog utifrån starten senhösten 2020. Samtliga möten har varit digitala utifrån Covid-19, vilket också har visat sig fungera mycket bra. Fokus har legat på samverkat och att vi som stad ger en gemensam bild utåt till näringslivet av vad företagen i respektive område kan förvänta sig framåt.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Främja nyföretagande och entreprenörskap, bland annat genom kundvalsmodellen Starta eget Stockholm, och med fokus på utsatta områden	 Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är boende i ytterstaden samt utrikes födda	12 %	10 %	
	Analys Resultatet är baserat på kunder från Spånga-Tensta, Rinkeby-Kista samt Skärholmen, vilket ger 12%. Läger vi till Hässelby-Vällingby hamnar resultatet på 14,5 % av användare boende i ytterstaden.			
	 Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är kvinnor	56 %	50 %	
	 Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är ungdomar/unga vuxna mellan 18-25 år	9 %	15 %	
	Analys Under 2021 har marknadsföringsinsatserna varit mer riktade till kvinnor, kvinnor i ytterstaden och utrikesfödda och det kan			

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	konstateras att ytterligare insatser behövs för att också fånga upp unga vuxna.			
				<p>✓ 1. Via Starta Eget Stockholm erbjuda rådgivning för att främja nyföretagande och entreprenörskap samt rikta insatser för att få fler personer från utsatta områden att starta eget företag.</p> <p>Analys</p> <p>Intresset från leverantörer att delta i stadens nyföretagarrådgivning är stort och det finns idag 38 auktoriserade leverantörer och 96 auktoriserade rådgivare i systemet. Under perioden har arbetet med att förenkla och förbättra både modellen och bokningssystemet pågått. Vidare har också en större marknadsföringskampanj genomförts vilket har lett till ett betydligt större inflöde av kunder samt bokade rådgivningar. I november 2021 kunde ca 2300 kunder och 1140 aktiva projekt noteras. Publicerade föreläsningar, där ej ersättning utgår, är sedan start nu uppe i 125 st. Vidare finns en nära samverkan med Almi kring innovationsrådgivning.</p>
				<p>✓ 2. Bistå arbetsmarknadsnämndens arbete med att sprida kunskap om Starta eget Stockholm via stadens Jobbtorg.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året haft flera möten tillsammans med relevanta delar av arbetsmarknadsförvaltningen för att öka kunskapen om Starta eget Stockholm internt i staden. Då bolaget ser att stadens förvaltningar och bolag kan agera "ambassadörer" för Starta Eget Stockholm har det varit viktigt att informera/kommunicera möjligheterna som finns inom ramen rådgivningen. Vidare</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>har under hösten ett informationsmaterial i visitkortsformat tagits fram som har placerats ut på stadens jobbtorg. Ytterligare utbildnings- samt informationsinsatser kring Starta eget Stockholm kommer fortsätta under 2022.</p>
<p> Leda arbetet med lokal näringslivsutveckling i Stockholms stad, i samverkan med stadsdelsnämnderna</p>				<p>✓ 1. Tillhandahålla en central funktion samt utifrån analys och omvärldsbevakning upprätta en övergripande plan för lokal näringslivsutveckling för att möta tillväxt- och utvecklingsfrågor i stadsdelarna.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet har skett inom ramen för Företagsdialogerna samt i samverkan och diskussion med berörda bolag och förvaltningar inom staden. Rekrytering av en omvärldsanalytiker är klar och kommer att stärka bolagets omvärldsbevakning både lokalt och internationellt. Vidare har en kartläggning av stadsdelarnas näringslivsarbete utförts.</p>
				<p>✓ 2. Fortsätta den stärkta dialogen mellan stadens politiska ledning, tjänstemän och näringslivsföreträdare i syfte att stärka det lokala näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Årets Mayors Advisory Board har alla haft temat "återstart", med lite olika frågeställningar. Vidare vad gäller Företagsdialogerna har nu alla 13 stadsdelsområden haft en företagsdialog utifrån starten hösten 2020. Samtliga möten har varit digitala och inför varje Företagsdialog har ett förmöte med alla deltagande förvaltningar och bolag inom staden genomförts. Fokus har legat på samverkan och att vi som stad ger en gemensam bild utåt till näringslivet av vad företagen i respektive område kan förvänta sig framåt.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Utvärdering av dialogerna kommer ske i början av 2022 för att kunna ta dessa till nästa nivå.</p>
				<p>✔ 3. Bidra till att säkerställa goda förutsättningar för företagande i hela staden.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har deltagit i de olika brottsförebyggande råden som anordnas regelbundet av stadsdelsförvaltningarna. Ett samarbete har, under året, ägt rum med bl.a. Spånga-Tensta, Rinkeby-Kista, Hässelby-Vällingby, Skärholmen och Farsta. Utöver det har bolaget deltagit i de olika trygghetsvandringarna där även civilsamhället medverkat. Vidare har bolaget haft olika seminarier i föreningslivet enbart för att informera och mobilisera fler individer för att motverka kriminalitet och våld i samhället.</p> <p>Bolaget har vidare fortsatt med sitt arbete att bistå med näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete. Samverkan finns både med förvaltningar i staden samt med statliga myndigheter samt med ideella organisationer och föreningslivet i ytterstaden.</p>
				<p>✔ 4. Utveckla besöksdestinationen i samarbete med näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Genomfört dialog och samarbete under perioden med företagsnätverk i Gamla stan, på Djurgården (KDI), i City (CiS, mfl) samt i Stockholms skärgård. Bolaget har stärkt stadens företagsdialog genom att bjuda in relevanta aktörer till samt medverka på stadsdelarnas dialogmöten. Stadens tillståndsnätverk har genomfört kontinuerliga möten för att lotsa arrangörer och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>andra aktörer som verkar med tillfälliga arrangemang, filminspelningar och upplevelser i staden. Samordning och lotsning inför öppnandet av Space på Sergels Torg, flera etableringar har genomförts bland annat etableringen av gästhamn på Djurgården. Bolaget har kontinuerligt delat insikter och rapporter via nyhetsbrev, sociala kanaler och i dialog med aktörer i besöksnäring i syfte att stärka och utveckla destinationen.</p>
<p> Tillsammans med kommunstyrelsen, arbetsmarknadsnämnden, servicenämnden och Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd verka för etableringen av International House och stärka möjligheten till kvalificerad arbetskraftsinvandring</p>	<p>  Verka för att talanger till Stockholm förlänger sin vistelse i staden</p> <p>Analys</p> <p>När det gäller siffror och statistik kopplat till tidigare indikatorer inom talangattraktion inom både antal och hur länge talanger stannar så existerar inte längre detta underlag, vilket innebär att bolaget under 2022 kommer att behöva hitta ny grundfakta inom ämnesområdet. Arbetet med talangattraktion kommer att återaktiveras med en heltidsresurs under 2022 som både kommer att ta fram jämförbara fakta inom talangattraktion men också ansvara för att stärka talangcommunityn i Stockholm och samarbetet mellan co workingspaces/hubbar/talanger och företag. Genom den nya tjänsten inom omvärldsbevakning kommer dessutom ny grunddata inom talangattraktion att köpas in under 2022 och nya indikatorer utifrån detta att arbetas fram.</p>		5 %	<p> 1. Bidra till inrättandet av International House.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet med att bistå Statens ServiceCenter att upprätta ett mottagande för</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>arbetskraftssökande, ett sk. International House i Kista har fortsatt löpande under hela året om än i mindre skala än tänkt på grund av pandemin. Arbetet samordnas internt i staden tillsammans med arbetsmarknadsförvaltningen och Kista stadsdelsförvaltning. Pga av att statens servicecenter har skjutit på öppnandet till 2022 har aktiviteten inte genomförts fullständigt. Arbetet har under året flyttats över från Invest Stockholm till SBR.</p>
				<p>✔ 2. Verka för att stärka Stockholm som attraktiv plats för talanger.</p> <p>Analys</p> <p>Ett fortsatt arbete med att implementera insatserna i talangrapporten som togs fram 2020 har drivits under perioden och samarbetet med hubbar och co-working spaces i staden har fortsatt. Visitstockholm.com som också riktar sig mot målgruppen internationella talanger har under perioden kontinuerligt uppdaterats med nytt innehåll och artiklar som också delats i bolagets sociala kanaler. En artikel har under perioden även publicerats och delats i the Local "From coding to co-working: new Stockholm digital centre set to connect international talent."</p>
				<p>✔ 3. Verka, tillsammans med berörda statliga myndigheter, för enklare och effektivare processer för arbetskraftsinvandring för att fler talanger ska söka sig till Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet sker med utgångspunkt av insatserna i den under 2020 framtagna talangrapporten för att underlätta för den arbetskraft som kommer till Stockholm. Vad gäller förenkling av arbetstillståndsprövning drivs</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				detta arbete parallellt med arbetet att inrätta ett International House i Kista i samarbete med statens servicecenter. I brist på nya förenklade processer på nationell nivå har bolaget fokuserat på att underlätta för internationella talanger genom att ta fram personliga guider som publicerats under "Live & Work" på bolagets site för internationella talanger www.visitstockholm.com .

1.3. I Stockholm når barn sin fulla potential då Stockholms skolor och förskolor är de bästa i Sverige

—

1.4. I Stockholm får människor i behov av stöd insatser i tid präglade av hög kvalitet, evidens och rättssäkerhet

—

1.5. I Stockholm har äldre en tillvaro som präglas av hög kvalitet, trygghet och självbestämmande

—

2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt

●

2.1. Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv

●

SBR fyller en viktig funktion att samordna och utveckla stadens näringslivsarbete. För att Stockholm ska vara den mest attraktiva staden för inhemska och internationella företag att etablera sig och utvecklas i krävs det att näringslivsperspektivet och insikten om företagets betydelse för staden och dess villkor är en naturlig del av hela stadens arbete. Ett positivt och gott företagsklimat är av central betydelse för fler arbetstillfällen, ökad konkurrenskraft och ökade skatteintäkter. Nedan följer en redovisning av bolagets arbete under året indelat under näringslivspolicyns fyra fokusområden.

Stimulera tillväxt och företagsamhet

SBR arbetar aktivt med att främja nyföretagande och entreprenörskap i syfte att bidra till ökad tillväxt och ett inkluderande samhälle. Arbetet med Stockholm Scaleup Program för att få fler utrikesfödda kvinnor att växla upp sina företag har under året fortsatt och fyra coaching-grupper har slutförts under perioden. Bolaget har vidare beslutat att gå vidare med satsningen och bredda denna till fler av stadens prioriterade målgrupper, ett arbete som påbörjats 2021 och träder i kraft i början av 2022.

Vidare har under året gjorts ett kontinuerligt arbete för att via Starta eget Stockholm erbjuda nyföretagarrådgivning till stadens invånare. En större marknadsföringskampanj har genomförts vilket har ökat antalet aktiva kunder samt bokade rådgivningstillfällen markant under hösten. Fler insatser planeras under början av 2022. Även antalet rådgivningsleverantörer har ökat under året.

Ett annat viktigt uppdrag har varit att tillsammans med samarbetspartners ge entreprenörer goda

förutsättningar att bidra till utvecklingen av nya innovativa och hållbara lösningar på samhällsproblem, vilket har gjorts tillsammans med samarbetspartners. Inom ramen för arbetet med innovation har bolaget drivit Stockholms innovations- samt accelerationsstipendium, vilket från årsskiftet lämnas över till stadsledningskontoret.

Bolaget har under året fortsatt sitt löpande arbete med att bistå med näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete. Samverkan för att driva trygghetsfrågan finns både med andra delar av staden, statliga myndigheter, ideella organisationer samt föreningslivet i ytterstaden.

För att kunna följa näringslivets utveckling och bidra till att rätt insatser sätts in vid rätt tillfälle har bolaget stärkt sina insatser kring omvärldsbevakning med en ny tjänst som fokuserar på frågorna. Vidare förs en regelbunden dialog med företagen, bland annat genom Företagsdialogerna för att på bästa möjliga sätt fånga upp företagens synpunkter samt föra dessa vidare inom stadens förvaltningar.

Bolagets dialog med besöksnäringens aktörer och företag har stärkts under året. Bolaget har haft löpande dialog och bidragit med kontakter till arbetet inom Integrationspakten samt spridit information om rekryteringsevenet för att säkerställa besöksnäringens framtida kompetensförsörjningsbehov.

Bolaget har under året skapat förutsättningar för företagens omställningsbehov och destinationens återstart utifrån pandemins effekter på besöksnäringen genom framtagande och spridning av kunskapsunderlag så som insikter, nulägesanalyser och framtidsbedömningar för besöksdestinationen Stockholm. Bolaget har genomfört projekt Omställning Stockholm med finansiering från EU och Tillväxtverket med syfte att stärka omvärldsbevakning och analysarbete genom ökad samverkan samt en ny digital plattform.

Dialogen med stadens förvaltningar och bolag har fördjupats under året för att bidra med kunskap i besöksnäringens frågor. Bolaget har bidragit till citys återstart genom stärkt platsutveckling och samverkan i projekt Position Stockholm City tillsammans med besöksnäringen, fastighetsägare och handel. Insatser inför öppnandet av upplevelsecentret Space på Sergels Torg har genomförts under året tillsammans med näringslivets aktörer samt med stadens berörda bolag och förvaltningar.

Bolaget har genomfört omfattande satsningar på nationell marknadsföring och bearbetning av den finska marknaden, i samarbete med besöksnäringen. Bolaget ser ett mycket stort behov av att återstarta resandet från den finska marknaden, särskilt kopplat till färjetrafiken och har lagt grunden för en större satsning kommande år i samarbete med Stockholms Hamnar och näringslivet.

SBR har under året marknadsfört Stockholm, i ett nära samarbete med övriga aktörer utifrån Stockholms varumärkesplattform och positioneringsvarumärke. I marknadsföringen har det kreativa, öppna, hållbara och jämställda Stockholm lyfts fram. Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor har fortsatt inom Stockholm Business Alliance med syftet att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft. En ny avtalsperiod för SBA partnerskapet startade i januari 2021 och därefter har flera utvecklingsprojekt kopplade till SBA kommunerna pågått under året. Inom ramen för SBA-samarbetet har Stockholmsregionen marknadsförts globalt för att attrahera utländska investeringar och etableringar, såväl som att partnerskapet har verkat för förbättrad näringslivsservicen samt vässat regionen i NKI (nöjd kund-index) frågor.

Under 2020 ställdes den investeringsfrämjande verksamheten delvis om i och med Covid-19 och en ny strategi för retention, dvs. att bibehålla arbetsplatser och internationella bolag i regionen, togs fram och implementerades. Bolaget har under innevarande år fortsatt arbetet med fokus både på retention samt investeringsfrämjande. Inom det proaktiva och strategiska investeringsfrämjande arbetet har under perioden många aktiviteter inom de utpekade sektorerna pågått för att nå målet med nya utländska investeringar samt att via arbetet med retention bidra till att utlandsägda företag i regionen stannar kvar. Det kan också konstateras att den investeringsfrämjande verksamheten återigen ökar och att målet inom området har uppnåtts. Bolaget har också fortsatt arbetet med att stärka Stockholms roll som plats för huvudkontor med gott resultat samt att stärka Stockholm som finanscentrum.

Bolaget har under året påbörjat arbetet med att ta fram en kommunikationsstrategi för att möta potentiella

investerares informationsbehov. En behovsanalys kopplad till att attrahera och behålla företag och arbetsplatser i staden har tagits fram och under året har ett arbete med att fördjupa analysen med ytterligare kunskaper på stadsdelsnivå utförts. Vidare har bolaget tillsammans med stadsledningskontoret drivit ett arbete med att implementera servicekedjan hos alla berörda förvaltningar och bolag. Det löpande arbetet med att via etableringslotsen hos SBR ta emot inkommande etableringsförfrågningar har fortgått. Bolaget har också löpande drivit frågan om att få in näringslivsperspektivet tidigt i stadsplaneringen och en pilot kring en konsekvensanalys har tagits fram i syfte att skapa en modell för arbetet. Analysen har gjorts i samverkan med stadsbyggnadskontoret och kan ses som ett första steg för att säkerställa att konsekvensanalyser för näringslivet regelbundet utförs när nya områden planeras eller när detaljplaner som kan påverka ett områdes näringsliv tas fram.

Bolaget har vidare kontinuerligt jobbat med att stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer och miljöteknik, bland annat via Food tech report som lanserades i samband med Slush i Helsingfors under hösten. Vidare har bolaget fortsatt sin verksamhet med företagsrådgivning kring innovationsprojekt med stort inflöde av förfrågningar och gott resultat samt med fortsatta klusterutvecklingsprojekt, bland annat i Kista, Högdalen, Slakthusområdet och Hammarby Sjöstad.

Inom ramen för Stockholm Good Food City visionen om Stockholm som globalt ledande foodtech hub och hållbar gastronomisk destination drivits vilket bland annat diskuterats både i paneler samt förts fram i marknadsföringsmaterial och vid internationella matchmaking event med investerare.

För att bidra till att stärka förutsättningarna för fler arbetsplatser på Järva har bolaget löpande verkat för att, genom god insikt i vilka möjligheter som finns för etableringar av företag i Järvaområdet, bidra till att lyfta fram området för intresserade företag i samverkan med stadsdelen och inom staden ansvariga för områdets utveckling.

SBR har bidragit till lanseringen av Kista Limitless i november, ett initiativ genom stadsdelens största fastighetsägare som har skapat en plattform för genomförande av förändring med en vision om att stärka området som kreativt nav och tillväxtmotor i norra Stockholm. Bolaget har bl a medverkat genom organisationens samordningsgrupp som syftar till att gemensamt samordna de berörda intressenterna för att uppnå den gemensamma målbilden. Bolaget har vidare bidragit till och medverkat i Grow'in Skärholmen (september), ett initiativ av Skärholmens stadsdelsförvaltning och centrumägaren Grosvenor om stadsdelens utvecklingspotential som riktade sig mot såväl medborgare som näringsliv. Bolaget följer och bidrar också till utvecklingen av stadsdelen genom medverkan i stadens styrgrupp för Fokus Skärholmen.

Bolaget har tillsammans med tågoperatörer genomfört större marknadsföringsinsatser för att stärka Stockholm som tågdestination inför sommaren samt för att få fler att välja tåg som resesätt till Stockholm. För att stärka den internationella tillgängligheten med flyg har bolaget aktivt medverkat i samarbetet med Connect Sweden samt bidragit löpande med flygmarknadsrelaterade insikter och analysunderlag. Bolaget har också aktivt medverkat i arbetet med linjeutveckling för att återta, bibehålla och attrahera nya flyglinjer till Stockholmsregionen.

Under perioden har samverkan med Kulturförvaltningen skett löpande gällande kulturella och kreativa näringar. Vidare har kulturella och kreativa näringar kommunicerats och lyfts som styrkor för Stockholms attraktionskraft, bland annat har detta skett via Stockholm Creative Tech Week, Slush samt via pressreleaser och medierapportering.

Kampanjen Stockholm Play genomfördes i samband med öppnandet av SPACE och e-sportsevenemanget PGL. Marknadsföring och bred platsaktivering genomfördes tillsammans med ett stort antal aktörer för att lyfta Stockholms framstående position inom spelutveckling och gaming.

Förbättrad service, tillgänglighet och myndighetsutövning

Inom fokusområdet har bolaget arbetat aktivt för att med kommunikation till det lokala näringslivet skapa engagemang och dialog. Bolaget har löpande drivit arbetet med nyhetsbrev och konjunkturrapporter. För att

ytterligare stärka dialogen mellan stadens förvaltningar och bolag har tio företagsdialoger genomförts under året och en intern samverkansyta för dialog mellan berörda bolag och förvaltningar tagits fram. Uppföljning och utveckling av dialogerna är planerade till början av 2022.

För att underlätta både för kunder och leverantörer i det digitala bokningssystemet för Starta eget Stockholm, stadens nyföretagarrådgivning, har systemet vidareutvecklats och förenklats för att bättre tillgängliggöra processen att starta företag. Bolaget har vidare ökat medvetenheten internt kring digital transformation samt utvecklat medarbetarnas förmåga att arbeta digitalt och använda digitala verktyg.

Bolaget har samordnat och drivit stadens serviceprocess för etableringar för att underlätta för näringslivet att endera etablera en verksamhet i eller omlokalisera sig inom Stockholm. Etableringslotsen har erbjudit lotsning och stödjande service samt koordinerat etableringsförfrågningar inom staden. Bolaget kommer vidare fortsätta arbetet med att lotsa befintliga aktörer och nya entreprenörer rätt väg in i staden gällande tillstånd, markupplåtelse och samverkan med övriga näringsidkare inom besöksnäringen.

Bolaget har arbetat nära stadens bolag och förvaltningar för att öka kunskapen utifrån besöksnäringens perspektiv genom bland annat medverkan i Socialförvaltningens branschråd för restaurangbranschen. Ett flertal dialoger mellan besöksnäringens aktörer, Trafikkontoret och SBF har genomförts för att stimulera återstarten.

Utifrån syftet att förbättra myndighetsutövningen och resultatet i NKI-mätningen har bolaget drivit ett löpande arbete inom ramen för arbetet i stadens Näringslivsgrupp för att förbättra stadens NKI inom relevanta områden. Arbetet har också delvis skett genom större seminarium i frågan.

Arbetet med att leda implementeringen av rätt väg in har skett inom ramen för arbetet inom stadens Näringslivsgrupp samt inom ramen för arbetet med SDG (Single Digital Gateway) under året och har löpt på enligt plan. Vidare bistår bolaget fortlöpande stadens kontaktcenter då behov av kunskap finns avseende inkommande frågor till företagslotsen.

Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet

Bolaget har haft omfattande dialog med bussbranschen kring bland annat framkomlighet, avställningsytor, parkering, bussar i beställningstrafik och bidragit med kontakter till Trafikkontoret samt informerat löpande kring förändringar och avstängningar. Bolaget har bidragit med kunskapsunderlag för att stärka upp turistskyltningen och därmed underlätta för besökare att hitta till stadens besöksmål.

Bolaget har också aktivt verkat för att värna näringslivsperspektivet vid utveckling i stadens renodlade verksamhetsområden.

Ett arbete för att undersöka möjligheten till fler ställplatser för godstransporter har under året pågått tillsammans med Trafikkontoret, Exploateringskontoret, Stadsbyggnadskontoret och Stockholms hamnar.

Bolaget har genomfört en utredning för bättre skyltning i staden tillsammans med Trafikkontoret och SDF Södermalm samt för placering av översiktskartor i Gamla stan utifrån besökarens behov. Arbetet har resulterat i förstärkt skyltning till besöksmål i Stockholm som förbättrar besöksupplevelsen och därmed stärker besöksdestinationens attraktionskraft.

Bolaget har genomfört Creative Footprint-undersökning i samarbete med Kulturförvaltningen och näringslivet för att lyfta nattekonomin betydelse för stadens attraktivitet och utveckling.

Genom lotsarbetet har bolaget bidragit till att öka kunskapen och samverkansytan mellan besöksnäringen och kulturlivet. Nya ytor för till exempel konsertarrangörer har hittats i samverkan mellan hotell och kulturaktörer. Bolaget har även kunnat stötta upp diverse kulturaktörer med lotsning kring tillstånd för sitt genomförande.

Bolaget har under året samordnat Reko-ring Stockholm i samarbete med SLK samt lotsat ett flertal matinspirerande entreprenörer som vill etablera sig i Stockholm.

Bolaget har under året deltagit i arbetet med platsutveckling för att skapa långsiktiga förutsättningar för näringslivet att verka. Bland annat har Food-tech projektet i Slakthusområdet omvandlats till en kommersiell foodtech hub och flera pilotprojekt är genomförda vad gäller nya produkter och/eller tjänster inom segmentet vertikal odling, hydroponisk och akvaponisk odling, biokol, akvaponisk och gröna väggar och tak. Vidare har ny teknisk och kommunikationsmässig samverkan med flera fastighetsägare utvecklats under året. Bolaget medverkar vidare i Söderstadens-Slakthusområdets fastighetsägarforum.


Ökad tillgång till arbetskraft med relevant kompetens

Arbetet med att bistå Statens Servicecenter att upprätta ett mottagande för arbetskraftssökande, ett så kallat International House i Kista har fortsatt under året om än i mindre skala än tänkt på grund av pandemin. Arbetet har samordnats internt i staden tillsammans med arbetsmarknadsförvaltningen och Kista stadsdelsförvaltning. Bolaget har också fortsatt drivit arbetet med att implementera insatserna i den Talangrapport som togs fram 2020, bland annat med ett stärkt samarbete med hubbar och co-working spaces. Ett löpande arbete har också skett för att tillsammans med statliga myndigheter verka för att processerna för arbetskraftsinvandring förenklas och effektiviseras med syftet att få fler internationella talanger att söka sig till Stockholm.


Vidare har bolaget, inom ramen för stadens servicekedjor liksom bolagets fastighetspartner-nätverk varit beredda att följa upp förfrågningar från aktörer som vill skapa talangbostäder. Det har dock inte funnits några förfrågningar varför istället vikten av talangbostäder för internationella talanger i Stockholm under året har lyfts på flera seminarier och möjligheter lagts ut på bolagets webbsidor samt i sociala media.

Dialog med utbildningssamordnare har genomförts för att beskriva nuläge och utmaningar i besöksnäringen. Samarbete med Affärshögskolan i Stockholm som erbjuder YH-utbildningar har genomförts för att öka platserna till Projektutvecklare Besöksnäringen.










Bolaget har bidragit till framtidens kompetensförsörjning i samarbete med besöksnäringen genom att erbjuda unga sommarjobb samt även praktiktillfällen. Bolaget har inventerat kompetensförsörjningsbehov för evenemangsnäringen i samarbete med Arbetsmarknadsförvaltningen och insatser är planerade för 2022.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Ansvara för att upprätthålla en god dialog och service med externa parter som vill investera i staden samt ansvara för en strategi för kommunikationen av stadens erbjudande och behov				<p>✓ 1. Ta fram en kommunikationsstrategi för att möta potentiella investerares informationsbehov samt för att tydliggöra stadens erbjudande och behov till företag som vill investera eller etablera sig i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet med att få till stånd en mer informativ webb som ger företag som vill etablera sig i Stockholm möjlighet att få information om etableringsmöjligheter i staden samt vilken hjälp man kan få har pågått under året samtidigt som en kommunikationsplan har tagits fram tillsammans med Exploateringskontoret. Implementering kommer att ske under 2022.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Vidare har ett redaktionsråd med inriktning mot näringslivet upprättats tillsammans med stadsledningskontoret, där parterna sammanträder månadsvis avseende kommunikationsstrategiska frågor riktade till näringslivet.</p>
				<p>✔ 2. Kommunicera med och ge målgruppsanpassad service till potentiella investerare som kan bidra till stadens försörjning av samhällsfastigheter.</p> <p>Analys</p> <p>Ett kontinuerligt arbete har pågått under året för att upprätta kontakter och forum för bättre samordning inom staden, framförallt kopplat till de förvaltningar och bolag som har en roll i servicekedjorna för etableringar. Vidare har bolaget tillsammans med stadsledningskontoret drivit på processen att implementera servicekedjorna hos alla berörda parter samt drivit det löpande arbetet med att via etableringslotsen hos bolaget ta emot inkommande etableringsförfrågningar. Bolaget har vidare marknadsfört Stockholm som en attraktiv stad för investerare att etablera sig. Bland annat har detta gjorts genom att lyfta Stockholms expansionsplaner samt genom att lyfta projekt såsom Norra Djurgårdstaden, Slakthusområdet, och Hagastaden.</p>
				<p>✔ 3. Kommunicera med och ge målgruppsanpassad service till potentiella investerare som vill etablera sig, växa eller omlokalisera sig i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har både kommunicerat genom den investeringsfrämjande verksamheten avseende nya investerare samt via</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>etableringslotsen vad gäller etableringar och omlokaliseringar. Stockholm Scaleup Program riktar sig till mindre företag i ytterstaden som vill växa och bolaget samverkar kontinuerligt med andra delar av staden vad gäller etableringsförfrågningar.</p>
<p> Arbeta för att öka den internationella tillgängligheten med såväl, dag- som nattåg och att marknadsföra Stockholm som en besöksdestination som kan nås med tåg. Inom ramen för arbetet i den större Stockholmsregionen verka för ökad tillgänglighet via järnväg samt söka andra möjliga samarbeten inom området med regioner och kommuner i Europa</p>				<p>✓ 1. Marknadsföra Stockholm som en hållbar destination.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genomfört möten med SJ, Snälltåget och MTRX i syfte att bidra med innehåll till deras marknadsföring i deras egna kanaler. Större satsningar för att stärka Stockholm som tågdestination har genomförts inför sommaren.</p> <p>Samarbete har etablerats med Visit Swedens Tysklandskontor för att säkerställa deras kunskaper om Stockholms produkter och utbud i sina kommande pressaktiveringar kopplade till bl a lansering av Hamburg-Stockholm linjen under 2022.</p> <p>I syfte att få fler att välja tåg som resesätt till Stockholm har särskilt arbete lagts ner på att sprida den nyproducerade tåginformationen på bolagets webbplats till relevanta aktörer.</p>
				<p>✓ 2. Verka för ökad internationell tågtilgänglighet genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>En projektgrupp har under året bildats inom bolaget för att gemensamt driva arbetet framåt. Insatser har riktats mot informationsinsamling, kartläggning och kontakt med externa aktörer.</p> <p>Bolaget har haft löpande möten med Snälltåget kring sträckan Stockholm-Berlin. I samarbetet med Snälltåget har en pressresa från</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Tyskland genomförts och ytterligare en planeras inför kommande år. Arbetet syftar till att marknadsföra den nya tåglinjen Stockholm-Berlin.</p> <p>Vidare har bolaget haft löpande dialog med bl.a. SJ, Österrikiska ÖBB, och MTR i syfte att dela insikter. Samarbete har etablerats och skapar goda förutsättningar för fler framtida satsningar. Tillsammans med SJ har press- och mediaaktiviteter i samband med lanseringen av Hamburglinjen planerats. Bolaget förser tågoperatören med destinationsinformation samt genomför gemensam marknadskommunikation.</p> <p>Bolaget har under året utvecklat ett material om Stockholm att användas för kommunikation i form av bilder, filmer, texter och budskap så att tågoperatörer kan nyttja detta i sitt arbete. Vidare har bolaget tagit fram underlag för järnvägsförbindelse mellan Oslo och Stockholm där finansborgarrådet i Stockholm samt Oslos borgmästare har gått ut med ett gemensamt uttalande kring satsning på 2.55 tåget.</p> <p>Även ett digitalt evenemang för Diplomatiföreningen i Stockholm har under perioden genomförts där bland annat "Sustainable travelling - high speed rail" presenterades och bolaget har medverkat i ECMs seminarium om tågturism där Stockholm har lyfts som gott exempel med nya etableringar och god service.</p>
				<p>✔ 3. Verka för ökad tillgänglighet via järnväg till Stockholmsregionen i samverkan med europeiska offentliga aktörer.</p> <p>Analys</p> <p>En intern projektgrupp har bildats inom bolaget som har arbetat med att kartlägga och träffa samarbetspartners. Under året har möten hållits med bland annat Trafikverket,</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				Visit Sweden, Regionen och Trafikförvaltningen. Bolaget har vidare försett de operatörer som har träffats under året (bland annat Snälltåget, SJ, MTR, All Aboard) med underlag som kan användas för att kommunicera Stockholm.
 Bidra till att utveckla Stockholm som turist- och besöksdestination	  Antal företag i Omställning Stockholm. Analys	120 st	110 st	
	  Digital interaktion med målgruppen Analys	3,5	3,3 miljoner	
	  Gästnätter Analys	8,5	8,5 miljoner	
				 1. Utveckla samverkansarena för destinationens intressenter i samverkan med besöksnäringens parter. Analys Bolaget har stärkt arbetet med kunskapsunderlag. Antalet mottagare har ökat markant av bolagets information och resulterat i ökad kunskapsdelning. Ett arbete har särskilt genomförts för att identifiera nya intressenter i besöksnäringen och andra relevanta branscher. Koncept för Stockholmslöftet 2.0 har producerats i samarbete med branschorganisationerna från besöksnäringen, handeln och fastighetsbranschen.
				 2. Verka för affärsutveckling genom kunskap i digitalisering och hållbar utveckling för små och medelstora företag.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Arbetet med projekt Omställning Stockholm har genomförts och fortlöper. Inom projektområdet digitalisering har fokusgrupper genomförts med ca 30 SME:s i syfte att kartlägga deras utmaningar och möjligheter i den digitala utvecklingen.</p> <p>I fokusgrupperna deltog relevanta delar av besöksnäringen med representanter från större och mindre boendeanläggningar, muséer, attraktioner, aktivitetsbolag, företag inom transport och gastronomi samt aktörer från mötesbranschen.</p> <p>Insikter kring konsumentmålgruppers beteenden och behov har framtagits. Dessa har presenterats i webinar för näringen. Steg två av webinar/workshops har genomförts riktade till målgruppen digitala novisen. Två kunskapstillfällen har genomförts kring digitalisering och digital marknadsföring. Alla insikter och allt material finns på bolagets webbplats och sprids systematiskt i syfte att öka destinationens företags kunskap om digital utveckling.</p> <p>Inom projektområdet evenemang genomfördes under året ett insiktsarbete för att säkerställa målgruppens behov. Sju tematräffar har genomförts med fokus på kunskapsspridning och inspiration i syfte att öka kompetensen kring behovet av omställning.</p> <p>Arbetsmetoden har varit efterfrågad samt fyllt stor funktion kopplad till effekten av pandemin. Stort fokus har legat i arbetet med horisontella kriterier och att aktivt verka för en mångfald bland de som deltar samt att nya företag och intressentgrupper har inkluderats.</p>
				<p>✔ 3. Stärka innovation och koncept för hållbar destinationsutveckling.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Utifrån pandemins effekter har bolaget gjort en omprioritering och omställning mot närmarknader i syfte att säkerställa en hållbar återhämtning av Stockholm som destination kommande åren. Bolaget har i samverkan med färjerederierna genomfört marknadsföringskampanjer och kommunikationsinsatser riktade till den finska marknaden, bl a genom annonskampanjer riktade mot de finska målgrupperna via sociala mediekkanaler där aktuella reseanledningar lyfts fram i form av bland annat måltidsupplevelser, museer och utställningar samt kultur- och idrottsevenemang. Bolaget ser ett mycket stort behov av att återstarta resandet från den finska marknaden, särskilt kopplat till färjetrafiken och därmed lagt grunden för en större satsning kommande år i samarbete med Stockholms Hamnar och näringslivet.</p> <p>Bolaget har inlett ett samarbete med 16 destinationer i Europa för att utverka ett kunskapsunderlag om hur hållbar destinationsutveckling kan se ut utifrån sociala hållbarhetsperspektiv. Projektet DMOCracy Now kommer avslutas under 2022.</p> <p>Bolaget har tillsammans med KDI tagit fram ett kunskapsunderlag som ett led i att stärka hållbarhetsarbetet i destinationen. Projektet har lagt grunden för utformningen av eventuella kommande tester på Djurgården kopplade till mobilitet och hållbarhet.</p> <p>Bolaget har varit aktiva i olika nätverk och bl a har en medarbetare blivit invald i styrelsen för "Nätverket hållbar besöksnäring" som främjar hållbarhet inom besöksnäringen.</p>
				<p>✔ 4. Stärka destinationens arbete med strategi, analys</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och omvärldskunskap.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har löpande kommunicerat och delat insikter, omvärldsanalys, rapporter och kunskapsunderlag till besöksnäringen. Bolaget publicerade årsrapporten "Facts about Stockholm's Tourism Industry 2020" i juni 2021. Bolaget rapporterar varje månad inkvarterings- och transportstatistik som publiceras i digitala kanaler och i analysplattformen Stockholm Tourism Barometer.</p> <p>Visit Stockholm var först ut bland alla deltagande europeiska destinationer i Tourism Barometer med att lansera en tågmodul i juni. Genom denna kan aktuell tågstatistik presenteras för destinationen. Bolaget har vidareutveckla Tourism Barometer vilket resulterat i ökad användarnytta. Bolaget har vidare deltagit i Tillväxtverkets arbete med att visualisera nationell turismstatistik och i European Cities Marketings arbete med att visualisera europeisk statistik.</p> <p>Bolaget har utvecklat, tillsammans med aktörer i destinationen, en plattform och gemensam struktur för marknadsföring av besöksdestinationen Stockholm. Bolaget har startat dialog med intressenter för att marknadsföra och utveckla Stockholm som gastronomisk destination.</p> <p>Bolaget har etablerat Position Stockholm City utifrån uppdraget Växla upp Stockholm. Ledande befattningshavare från besöksnäring, fastighetsägare och handel och Stockholms stad har etablerat ett projektformat med tre arbetsgrupper för att samordna och stimulera platsutvecklingen av City.</p> <p>Bolagets har verkat för att lyfta</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>besöksnäringens behov av kompetensförsörjning, både på kort och lång sikt. Bland annat har arbetet fortsatt med Arbetsmarknadsförvaltningen och evenemangsnäringen där branschens behov av kompetensförsörjning och kompetensutveckling har resulterat i förstärkta utbildningsinsatser samt matchningsaktiviteter.</p> <p>Styrgruppen för stora evenemang har fattat beslut om stadens insatser för VM i Handboll för herrar 2023 och VM i Ishockey för herrar 2025. Bolaget har i samarbete med Idrottsförvaltningen presenterat en projektplan för stora evenemangsprojektet och denna antogs under hösten. En ansökan om EM i fotboll för damer 2025 har inletts. Till satsningen stora evenemang etableras ett delprojekt för destinationsutveckling där näringslivet får möjlighet att aktivt medverka.</p> <p>Bolaget har medverkat i ett antal mötesforum och evenemang i syfte att stärka destinationens utvecklingsarbete. I samarbete med Stockholms Stadshus AB har ett VD-nätverk med bolag inom staden som har en koppling till besöks- och upplevelseindustrin etablerats för att stimulera återstart och tillväxt. Bolaget har deltagit i strategiarbetet för Stockholmsmässan.</p> <p>Vidare har bolaget medverkat i styr- och arbetsgrupper för Visit Swedens nationella måltids- samt designprogram. Bolaget har löpande dialog och erfarenhetsutbyte inom det europeiska nätverket European Cities Marketing.</p> <p>Bolaget är representerat i styrelsen för Kungliga Djurgårdens Intressenter, styrelsen för City i samverkan samt i styrgruppen för utveckling av Stockholm som juldestination.</p>
				<p>✔ 5. Utveckla destinationens värdskap i samarbete med</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>besöksnäringen.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året utvecklat värdskapssatsningar med digitala verktyg och förstärkt dialogen med besöksnäringen. Bolaget har mött upp mot besöksnäringens uppkomna kompetensbrist under pandemin och erbjudit verktyg till företagen som kompetenshöjande format för värdskap och besöksservice. Ett brett utbud med baskunskap, insikter, informationsfilmer, kunskapsstärkande material och återkommande nyhetsbrev till besöksnäring, turistbyråer och auktoriserade guider.</p>
				<p>✔ 6. Främja Stockholm som hållbar mötes- och kryssningsdestination.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året ansökt om och beviljats medel från Tillväxtverket för projektet Attraktion Stockholm. Projektet har som syfte att öka samverkan mellan staden, akademin och näringslivet med målet att stärka Stockholms strategiska position som mötesdestination.</p> <p>Bolaget har genomfört tio mötesbiddar för kommande år och trots pandemin fått ett antal nya bekräftade möten till Stockholm. Redan år 2022 arrangeras t ex European Lupus Meeting med ca 800 deltagare, Psychological and Behavioral Sciences Conferences med ca 1000 deltagare samt svenska Kirurgveckan med ca 2000 deltagare.</p> <p>Bolaget har aktivt samarbete med kryssningsnätverket Cruise Baltic samt i samarbetet med övriga kryssningsdestinationer/hamnar i Sverige kring återstarten</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>av kryssningsverksamheten i Östersjön. Tack vare att Stockholm, under pandemin, har haft ett öppet och förtroendeingivande förhållningssätt är rederierna mycket positiva att komma till Stockholm framöver. Bolaget har spridit kunskap, rapporter och nyheter till besöksnäringen via nätverk, LinkedIn, Stockholm for Professionals samt genom egna webinarier. Bolaget har fördjupat samarbetet med Stockholmsmässan och Stockholms Hamnar.</p>
				<p>✔ 7. Leda arbetet med att utveckla Stockholm som evenemangstad med inriktning på återstart och innovation.</p> <p>Analys</p> <p>Insatser i EU-projektet Omställnings Stockholms delprojekt Evenemang har genomförts under året. Bland annat har sex stycken Evenemangsforum genomförts varav fem stycken digitala och ett fysiskt. Den nya mötesplatsen för evenemangsnäringen har varit mycket uppskattad och samlat många företag och aktörer. Evenemangsforum fortsätter under 2022. Planering för ett kompetenslyft inom hållbarhet vid evenemang har skett hösten 2021 och kommer att genomföras våren 2022.</p>
				<p>✔ 8. Bedriva och utveckla besökservice.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året utvecklat den digitala besöks servicen. Fler besökare har kunnat nås och svaret på en fråga syns för fler i sociala medier och är därför till hjälp för fler. Under året har bolaget i högre grad nyttjat besöksnäringens kommunikation mot besökare och synliggjort den i bolagets egna kanaler där det finns fler</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>än 500 000 följare. Arbetet har gett resultat med större spridning och bättre paketering av destinationens utbud. Detta har resulterat i att bolaget nått fler målgrupper som prioriterats under pandemin.</p> <p>Bolagets besöksservice har under året varit bemannad helgfria vardagar 9-18 samt helger 9-15, året runt. Arbetet har varit att svara på frågor, inspirera och informera på sociala kanaler, via mail och telefon i syfte att underlätta i besökarens resa innan, under och efter besöket i Stockholm. Frågorna är av bred karaktär och kommer från både besökare och aktörer i näringen.</p> <p>Bolaget har bidragit till besöksnäringens dialog med besökare genom regelbunden information till turistbyrånätverk, personal som arbetar med bemötande i besöksnäring, kommunikationer och handel. Dialogen med personal i besöksnäringen som möter besökare så kallad frontpersonal har stärkts och bolaget kommunicerar månadsvis via nyhetsbrev med ny inspiration, relevant och viktig information. Nyhetsbrevet riktat till frontpersonal når över 600 mottagare och är en ökning med 145% jämfört med samma period 2020. Kunskapsstärkande information kring värdskap framtaget i samarbete med aktörer i besöksnäringen finns samlat på vår webbplats.</p> <p>Bolaget har i samarbete med Stockholms Parkering AB tagit fram besökstips och guider till SPAB: s hemsida och genomfört en framgångsrik satsning på hemester.</p>
				<p>✔ 9. Löpande följa upp SBRs marknadsföringsinsats i evenemang.</p> <p>Analys</p> <p>Enligt bifogad bilaga Rapport</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Bidra till Stockholms internationella tillgänglighet				<p>av utfall vid evenemang 2021.</p> <p>✓ 1. Medverka aktivt i samarbetet Connect Sweden.</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets arbete i styrgruppen och arbetsgruppen har pågått löpande under året. Insatser har genomförts tillsammans med Air Nippon Airlines för virtuella produkter och upprätthållande av kontakt inför den uppskjutna starten av direktlinjen Stockholm - Tokyo.</p> <p>Ryanair har under perioden valt att förlägga sin bas på Stockholm Arlanda Airport och startar nya linjer inför vintern 2021. Även Finnair etablerar en ny bas på Arlanda samtidigt som de lanserar tre nya långdistanslinjer inför vintersäsongen, dessa till New York, Los Angeles och Miami. Vidare har arbete skett med att marknadsföra Finnairs tre nya direktlinjer från USA (New York, Miami och Los Angeles). Annonsering och aktivering skedde via USTOA-konferensen i San Diego i december med målgruppen amerikanska turoperatörer, samt kampanj på Tripadvisors amerikanska plattform med fokus på relevanta geografiska områden i USA.</p> <p>De nyttillkomna linjerna har aktivt kommunicerats via bolagets egna kanaler samt lyfts vid bolaget webinar med fokus på tillgänglighet under hösten. Målet med de medel Connect Sweden erbjuder Finnair och de aktiviteter som görs är att öka kännedom om Stockholm på de nya destinationerna och skapa efterfrågan för Finnairs nya direktlinjer till Stockholm i USA. Två aktiviteter har genomförts under december 2021 och planering inför 2022 pågår.</p> <p>Vidare har två stycken Air Travellers' Traffic Barometers (<i>ForwardKeys</i>) presenterats för arbetsgruppen. Inom uppdraget har även</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>destinationsplattformen "Destination Gateway" utvärderats i samarbete med Swedavia. Plattformen innehåller statistik och fakta om målgrupper, flygkapacitet och prognoser för att stärka arbetet med att positionera Stockholm internationellt. Verktyget och insiktsarbetet har gjorts tillgänglig för relevanta flygbolag.</p> <p>Ett flertal pressresor har genomförts under året med fokus på Stockholms utbud och tillgänglighet. Vidare har bolaget medverkat vid Swedish Workshop under våren.</p>
				<p>✓ 2. Stödja linjeutveckling med aktörer som önskar bidra till ökad internationalisering med marknadsföring och kunskapsunderlag.</p> <p>Analys</p> <p>Connect-samarbetet har under året fokuserat på att ta fram ett nytt marknadsföringsmaterial för att locka tillbaka operatörer som under pandemin har beslutat sig för att pausa flyg till/från Arlanda. Marknadsföringsmaterialet släpptes under våren. Vidare har Ryanair och Finnair under perioden valt att etablera sina verksamheter på Stockholm Arlanda Airport och startar nya linjer inför vintern 2021.</p> <p>Inför Ryan Airs nya satsning på Arlanda med 23 direktlinjer till Europeiska destinationer har bolaget försett flygbolaget med underlag och innehållskoncept till deras marknadsföring. Under kommande år kommer 12 ytterligare linjer tillkomma.</p> <p>Bolaget har haft löpande kontakt med både Swedavia och Skavsta i syfte att stärka samverkan och erfarenhetsutbyte. Arbetet utvecklades under året än mer när flygmarknaden börjat visa tecken på återhämtning.</p> <p>Bolaget har även påbörjat en kartläggning av kontakter på</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>flygbolag för kontinuerlig framtida dialog i syfte att stärka kunskapen om Stockholm som destination.</p> <p>✓ 3. Bistå i framtagande av analyser kring flygets betydelse för Stockholmsregionen ur ett näringslivsperspektiv.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året genomfört insiktswebinarian där besöksnäringens nuläge och framtidsbild har presenterats. Bland annat fokuserade ett av dessa på Stockholms tillgänglighet via flyg, båt, tåg och lokaltransporter.</p> <p>Under året har Connect-samarbetet försetts med rapporten "Air Travellers' Traffic Barometers Q3" (ForwardKeys) och bolaget har kontinuerligt stöttat arbetet med framtagande av nya analyser för att främja flygets betydelse för Stockholmsregionen.</p> <p>I och med Finnairs etablering av ny flygbas på Stockholm Arlanda har en fördjupad dialog inletts med flygbolaget. Syftet har varit att dela underlag och insikter med målet att bidra till mer relevant marknadsföring av Stockholm på nya destinationerna i USA.</p> <p>Bolaget har i samarbete med Swedavia utvecklat informationsmaterialet till aktörerna gällande Stockholm Arlanda Airports uppnådda hållbarhetsmål inom planen för fossilfri flygplats.</p>
 Delta i arbetet med platsutveckling av stadens renodlade verksamhetsområden tillsammans med exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden samt övriga berörda nämnder				<p>✓ 1. Delta i arbetet med platsutveckling för att skapa långsiktiga förutsättningar för näringslivet, bland annat genom att involvera det lokala näringslivet i arbetet.</p> <p>Analys</p> <p>Ett arbete har under året pågått för att omvandla befintligt food-tech projektet i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Slakthusområdet till en kommersiell foodtech hub, bland annat tillsammans med KTH och Stockholm Resilience Center som arbetar för att stödja cirkulär urban produktion, olika förvaltningar och bolag i kommunen samt näringslivet. Det innebär att det tidigare externfinansierade projektet "Viable Cities, digitaliserade odlingssystem i Stockholms industriområden" har avslutats i enlighet med plan och att testbädden "Odlingscentrum i Slakthusområdet" har avslutats i offentlig regi och övergått till en kommersiell produktionsanläggning.</p> <p>Vidare har ett fortsatt arbete med utvecklingsprojekt i Årsta Partihallar pågått under året och bolaget har deltagit i platsutvecklingsprojekt tillsammans med stadsdelsförvaltningarna utifrån att detta har efterfrågats. Tensta centrum kan nämnas som ett exempel. En dialog med RISE och SVOA är initierad tillsammans med ett antal avfallstekniska företag kring idéer om lokalt omhändertagande av avfall från livsmedelshantering och lokala energinät.</p> <p>Flera pilotprojekt är genomförda under året och nya produkter och/eller tjänster är utvecklade inom segmentet vertikal odling, hydroponisk och akvaponisk odling, biokol, akvaponisk och gröna väggar och tak. Ett antal nya företagsetableringar har tillkommit inom området.</p> <p>Vidare har ny teknisk och kommunikationsmässig samverkan med flera fastighetsägare utvecklats under året. Samarbetet kan fortsätta inom ramen för initiativ som Stockholm Green Innovation District, Electricity, Växla upp med flera andra uppdrag under 2022. Flera rapporter har publicerats samt seminarium hållits inom området.</p> <p>Bolaget har säkerställt besöksnäringens perspektiv samt vikten av en hållbar</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>besöksekonomi i flertal forum, bl a projekt Valpariso (Frihamnen) med Stockholms Hamnar samt Exploateringskontoret och Kulturförvaltningen med Kulturplattform Slakthusområdet. Under året har Creative Footprint genomförts i samarbete med Kulturförvaltningen, Fastighetsägarna Stockholm, Atrium Ljungberg och Nightlife org genomförts.</p> <p>I enlighet med stadens prioriterade område för återstart har aktiviteter i city förstärkts genom projektet Position Stockholm City vilket genomförs i samverkan med stadens berörda bolag och förvaltningar, besöksnäringen, fastighetsägarna och handeln. Insatser för att möjliggöra öppnandet av upplevelsecentret Space på Sergels Torg har genomförts tillsammans med stadens berörda bolag och förvaltningar.</p> <p>Bolaget har genomfört en rad olika platsaktiveringar, däribland en större aktivering vid Halloween, Stockholm Play samt Nobel Week Lights där bolaget initierade guidade turer med Auktoriserad Stockholmsguide med syfte att ge medborgaren en upplevelse samt att bidra till återstart Stockholm.</p>
				<p>✔ 2. Värna näringslivsperspektivet vid utveckling i stadens renodlade verksamhetsområden.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året fortsatt sitt arbete med att genomföra företagsenkäter i de renodlade verksamhetsområdena för att få företagets syn på hur respektive område fungerar och kan utvecklas. Bolaget har också fångat upp och inom staden drivit frågor kring att värna de renodlade verksamhetsområdenas gränser kopplat till ny bebyggelse i områdenas</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>närhet. Vidare har ett underlag för en konsekvensanalys tagits fram. Bolaget har vidare under året drivit frågan med att konsekvensanalyser för näringslivet regelbundet utförs när nya områden planeras eller när detaljplaner som kan påverka områdets näringsliv tas fram.</p>
<p> Främja utländska investeringar och etableringar i Stockholmsregionen samt bistå befintliga utlandsägda företag att bibehålla och utveckla sin konkurrenskraft</p>	<p>  Antalet internationella investeringar och etableringar i Stockholmsregionen (kvitto).</p> <p>Analys</p>	24 st	15 st	<p> 1. Utifrån omvärldsbevakning arbeta proaktivt och strategiskt med investeringsfrämjande inom utvalda fokusområden med syfte att driva och bibehålla kapital, kompetens och jobb till Stockholmsregionen.</p> <p>Analys</p> <p>Inom det proaktiva och strategiska investeringsfrämjande arbetet har under perioden många aktiviteter inom de utpekade sektorerna pågått för att nå målet med nya utländska investeringar samt att via arbetet med retention bidra till att utlandsägda företag i regionen stannar kvar.</p> <p>Under perioden har bland annat rapporten Advanced Theapeutic Manufacturing Life Science färdigställts. En digital lansering genomfördes med ca 100 deltagare vilket har fått en bra marknadsföringseffekt samt lett till att bolaget fått in ett kvitto för en expansionsinvestering samt ett större reportage i Storbritannien via "Pharma Manufacturing". Rapporten Demens Health Tech har kommunicerats vid ett antal tillfällen och i december valde bolaget att göra en uppdatering då både BioArctic och Alzecure kom med ny data. Detta skedde på Nobeldagen. Vidare har inom Life Science investerarmöten</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>genomförts på BioEurope Spring 2021 där bolaget deltog digitalt. Flera investeringsförfrågningar har därefter kommit in.</p> <p>Bolaget arbetar fortlöpande med att uppdatera BI-listan och siffror för helåret 2021 kommer att lanseras under första kvartalet 2022.</p> <p>Inom ICT har det löpande arbetet med att hantera inkommande förfrågningar fortsatt under året och lett till ett antal klara investeringar. Bolaget har under året också fortsatt sitt arbete inom gaming, bland annat genom en undersökning om målgruppens behov samt seminarium och workshops. Insatserna riktade sig främst till investerare intresserade av att lära sig mer om att investera i spelbolag i tidigt skede. Även webb och informationsstrukturen inom området har under året förbättrats.</p> <p>Ett insiktsarbete har startats under året som går ut på att ta fram ett unikt kommunikationsbudskap för att kunna attrahera och positionera Stockholm som sätet för Impact start-ups och investeringar. Även ett samarbete med Sweden Foodtech Association som har syftet att positionera Stockholms ställning som "Good Food City" har pågått under perioden. Totalt har under året fyra större rapporter i syfte att generera leads och öka kännedomen om Stockholms ledande position inom life science, health tech, fintech och foodtech lanserats. Rapporterna har marknadsförts genom pressmeddelanden, seminarier och sociala mediekampanjer på LinkedIn samt genom samarbetspartners.</p> <p>Under perioden har MIPIM, den årligen återkommande fastighets- och investerarmässan i Cannes hållits. Det blev i slutändan ett digifysiskt evenemang med</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ca 4200 deltagare från 46 länder och med 66 utställare på plats. Syftet var att ge marknads kommersiella aktörer möjlighet att möta Europas ledande tillväxtregioner.</p> <p>Investeringspotentialen beräknas till 11 miljarder Euro fram till 2040 och Stockholms breda startup scen lyftes fram genom Stockholm – the Unicorn Factory. Flest möten gjordes med byggbolag, fastighetsinvestorare, mjukvarubolag och VC- bolag. Även möten med arkitekter och bolag med innovativa och hållbara lösningar för urbana utomhusmiljöer genomfördes.</p> <p>Utöver MIPIM har också EXPO REAL hållits, vilket var första gången under Covid-19 förhållanden.</p> <p>Fastighetsbranschen samlades i München för diskussion kring de stora utmaningarna med coronaviruset, klimatförändringarna och digitaliseringen. Även exploateringskontoret fanns med och visade fyra stadsutvecklingsområden i Stockholm. En kommunikationsplattform via twitter togs fram i samband med mässan och ytterligare tre SBA-kommuner deltog.</p> <p>Inom SBA fortsätter arbetet med att partnerskapskommunerna lägger in platser lämpliga för investeringar i ett gemensamt system, vilket bolaget därefter marknadsför. Vidare har den sedan tidigare framtagna, digitala introduktionsutbildning återanvänts under perioden. Kommunikationen med SBA kommunerna har under året skett främst genom riktade email, linkedin-inlägg, via SBA:s uppdaterade hemsida samt via SBA nyhetsbrev som getts ut 6 gånger under året.</p> <p>Det har under året också pågått flera utvecklingsprojekt kopplade till SBA-kommunerna, bland annat avseende att stötta kommunerna i arbetet med etableringar samt ett arbete med att ta fram en</p>




Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>framtidskarta samt prognos för utvecklingen inom SBA-området. Även en etableringsmall har tagits fram tillsammans med en utbildningsplan kring hur man hanterar etableringsförfrågningar, dessa kommer att lanseras 2022. Vidare har ett antal digitala konferenser genomförts med SBA-kommunerna under året.</p> <p>Bolaget har under året arbetat kontinuerligt med att bevaka etableringsfrågorna samt att tillsammans med s.k. multipliers kartlägga de utmaningar som finns i processen. Detta arbete sker i samarbete med Business Sweden och projektet "Team Sweden Invest". Specifika utmaningar som har identifierats är bankkonton samt migrationsprocessen för rekryteringar från utomeuropeiska länder.</p>
				<p>✔ 2. Att verka för att Stockholms roll som plats för huvudkontor stärks.</p> <p>Analys</p> <p>För att stärka Stockholms roll som plats för huvudkontor har under året den rapport kring huvudkontor som togs fram under 2020 kontinuerligt marknadsförts. Via bolagets etableringslots har det investeringsfrämjande arbetet stötts. Vidare har bolaget löpande deltagit i möten med företag, företagsgrupper, branschorganisationer med flera för att fånga upp behov och önskemål från näringslivet. Bolaget har också proaktivt tagit kontakt med och bearbetat Netflix som öppnar ett regionalt huvudkontor i Stockholm under 2022.</p>
				<p>✔ 3. Att verka för att Stockholms roll som finanscentrum stärks.</p> <p>Analys</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har under året fortsatt arbetet med att skapa förutsättningar för en samverkansplattform med olika aktörer inom finansbranschen i syfte att stärka Stockholm som finansiellt centrum. Arbetsområden som har diskuterats är bland annat Fintech, hållbar finansiering, akademi och forskning, förbättrad infrastruktur samt marknadsföring. Inom fintech finns redan idag väletablerade nätverk så som Findec och Swedish Fintech Association där samverkansytor är upparbetade. Vad gäller hållbar finansiering ligger branschen, i ett internationellt perspektiv, i framkant och fokus ligger på samordning och marknadsföring. Vidare är Swedish House of Finance en naturlig samordnare och samarbetspartner vad gäller kopplingen till akademi och forskning.</p>
 Följ statistik över besökare som reser med tåg till och från Stockholm				<p>✓ Inkludera tågstatistik i Stockholms digitala plattform för turistdata.</p> <p>Analys</p> <p>I juni 2021 publicerades en tågmodul som redovisar antalet framförda tåg för Stockholms Centralstation. Bolaget var med detta först ut av Europeiska destinationer i att kunna publicera och tillgängliggöra denna typ av statistik.</p>
 I samverkan med branschen stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer och miljöteknik				<p>✓ 1. Verka för att skapa förutsättningar för att fler innovativa och miljösmarta företag etablerar sig i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har Stockholm Food tech report färdigställts och lanserats i samband med Slush under hösten. En förлага till rapporten kunde tidigare presenteras på</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Foodtech Big Meet i juni.</p> <p>Vidare har bolaget fortsatt sin verksamhet med företagsrådgivning kring innovationsprojekt och ett fyrtiotal ärenden inkom under året, vilket har resulterat i tre nyregistrerade företag, två etableringar i stadens renodlade verksamhetsområden samt att tio nya företag deltar i klustersamarbeten, fyra ansökningar till nationella program samt två nya ansökningar till EU-program.</p> <p>Fortsatta klusterutvecklingsprojekt har under året pågått i Kista, Högdalen samt Slakthusområdet, vilket bland annat innefattat samverkan med näringslivet samt nya rekryteringar via Jobbtorg Stockholm. Vad avser projektet i Slakthusområdet har tre mål uppnåtts, stöd till innovativa företag, uppbyggnad av innovativ klustermiljö och besparing av energi och urbana resurser. Projektet avslutades vid årsskiftet och anläggningen är kommersialiserad och drivs vidare till 2023.</p> <p>Inom ramen för Stockholm Good Food City drivs visionen om Stockholm som globalt ledande foodtech hub och hållbar gastronomisk destination vilket bland annat diskuterats både i paneler samt förts fram i marknadsföringsmaterial och vid internationella matchmaking event med investerare.</p>
				<p>✔ 2. Positionera Stockholm internationellt som innovationsarena för hållbara lösningar och som smart och uppkopplad stad.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget aktivt deltagit i uppbyggnaden av Stockholm Green Innovation District samt medverkat till paketering av erbjudandet och marknadsföring. En publik</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>lansering gjordes under hösten. Konceptet har också presenterats på Smart City Expo i Barcelona och ett samarbete har startats upp med Stockholmsregionens Brysselkontor. Vidare har bolaget deltagit i Electricity Innovation's utvecklingsarbete och nya programråd. Klustret har idag ett 60-tal medlemmar. Inom ramen för projektet är fyra större företagsprojekt utförda eller pågående.</p> <p>Bolaget har också, tillsammans med andra delar av staden deltagit fysiskt på Smart City Expo 2021 i Barcelona. Inom ramen för det investeringsfrämjande arbetet genomfördes möten med investerare på plats.</p> <p>Vad avser under året utförda kommunikationsinsatser inom området kan lanseringen av Stockholm Green Innovation District nämnas.</p> <p>Marknadsföring har skett med artiklar, pressmeddelande och lanseringsevent där fokus har varit hållbara och smarta innovationer, både lokalt och internationellt.</p> <p>Bolaget har startat projektet Attraktion Stockholm i syfte att skapa samverkan mellan staden, akademien och näringslivet för att ta fram en gemensam målbild och handlingsplan för akademiska möten i Stockholm. Projektet finansieras med medel från Tillväxtverket. Fyra lärseminarier med deltagare från såväl staden som akademien och näringslivet har genomförts under året.</p> <p>Projektet ska skapa en mål- och handlingsplan. Redan nu kan konstateras att arbetet i sig bidragit till många nya kontakter mellan staden, akademien och näringslivet och en större kunskap om och förståelse för internationella akademiska möten och hur ekosystemet ser ut. Projektet pågår till och med april 2022.</p> <p>Bolaget har under året deltagit i den digitala konferensen Sweden Foodtech Big Meet, som belyser hur tech, data</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och innovation bidrar till den nödvändiga omvandlingen av matsystemet mot ett mer hållbart och hälsosamt samhälle. Deltagarna kom från hela världen och i samband med konferensen kommunicerade bolaget Hållbar mat i digitala kanaler med syfte att positionera Stockholm som Good Food City.</p>
<p> Leda och ansvara för stadens strategi för tydliggörande av behov och prioriteringar för att attrahera och behålla företag och arbetsplatser i staden i samverkan med de nämnder och bolagsstyrelser som svarar för behovsbedömningar samt stadens stadsutvecklingsprocesser</p>				<p>✓ 1. Ta fram strategi för tydliggörande av behov och prioriteringar för att attrahera och behålla företag och arbetsplatser i staden.</p> <p>Analys</p> <p>En behovsanalys kopplad till att attrahera och behålla företag och arbetsplatser i staden har tagits fram och under året har ett arbete med att fördjupa analysen med ytterligare kunskaper på stadsdelnivå utförts. Analysen har presenterats för fastighetsägare och även internt i staden under året. En plan för att utveckla analysen kommer tas fram under 2022.</p> <p>✓ 2. Verka för att konsekvensanalys för näringslivet görs i startskedet av all stadsplanering samt att detta förs in i planprocessen.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget påbörjat arbetet med att få in näringslivskonsekvensanalyser i samband med framtagande av detaljplaner hos stadsbyggnadskontoret. Det har gjorts en analys i samband med en detaljplan som gällde bostäder i kanten av ett renodlat verksamhetsområde. Analysen är framtagen i samarbete med stadsbyggnadskontoret och syftet är att den ska ligga till grund för en rutin att framöver införa i kommande planarbeten.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>✓ 3. Stödja och bidra till exploateringsnämndens och stadsbyggnadsnämndens arbete att i mer omfattande stadsutveckling särskilt analysera planerade arbetsplatser i förhållande till bedömd arbetsplatspotential.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har en analys färdigställts av stadsbyggnadskontoret och exploateringskontoret som visar hur exploateringsgraden av nya arbetsplatser på olika platser i Stockholms stad är möjlig. SBR har medverkat vid genomgångar och sett till att analysen blivit presenterad för fastighetsbranschen.</p>
				<p>✓ 4. Bidra till att stärka förutsättningarna för fler arbetsplatser på Järva.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget verkar för att genom att ha god insikt i vilka möjligheter som finns för etableringar av företag i Järvaområdet bidra till att lyfta fram området för intresserade företag. Under perioden har bolaget arbetat vidare bland annat genom att föreslå lediga lokaler i området för intressenter som sökt skol- eller förskolelokaler i Stockholmsområdet. Kontakt har upprättats mellan etableringslotsen och ansvarig projektledare för Järvaområdet.</p>
<p> Marknadsföra Stockholm lokalt, nationellt och internationellt, som en attraktiv, hållbart växande och innovativ storstad för entreprenörer, investerare, besökare och talanger</p>	<p>  Antal besökare på företagservice.stockholm.com</p> <p>Analys</p> <p>På grund av Schrems 2 har kopplingen till Google Analytics tagits bort och det finns ännu ingen mätmetod som är satt i bruk av staden. Vi kan därför inte återrapportera på denna</p>		311 000 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	indikator eftersom ingen statistik för året finns att tillgå.			
	<p data-bbox="443 338 724 398">  Antal besökare på investstockholm.com </p> <p data-bbox="443 461 528 488">Analys</p> <p data-bbox="443 526 762 880"> Bolaget har under året, på grund av Schrems 2, bytt mätverktyg för investstockholm.com från Google Analytics till Matomo. Matomo har inget jämförbart sätt att mäta antalet unika besökare som bolaget utgått från tidigare år. Istället har bolaget valt att mäta antalet besök för investstockholm.com, som under året varit 35247 st. </p> <p data-bbox="443 891 770 1518"> Vidare kan sägas att jämföra antalet besök med föregående år, utifrån att bolagets webbplatser under året strukturerats om och innehåll har flyttats från investstockholm.com till visitstockholm.com avseende målgruppen talang, inte heller är ett jämförbart resultat. Men för kännedom var motsvarande siffra för investstockholm.com(2020) 70,285 besök. Läger vi då på 2021-års resultat med antal besök för talanginnehåll på visitstockholm.com (sedan lanseringen i februari) som för perioden 1 feb - 20 december 2021 var 48,887 besök landar vi i en jämförelse mellan besök för 2020: 70,285 och för 2021: 84,134. </p> <p data-bbox="443 1529 770 1910"> Utifrån de mätningar som bolaget initierade när uppdraget om talangattraktion startade visas att de talanger som besökte investstockholm.com stannade länge på sajten, detta gör att bolaget nu fortsätter det digitala utvecklingsarbetet under 2022 och riktar ytterligare insatser att stärka exponeringen mot talangmålgruppen. </p>		40 000 st	
				<p data-bbox="1134 1935 1453 2042">  1. Positionera Stockholm utifrån Stockholms DNA som en öppen, hållbar och kreativ stad gentemot internationella </p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>målgrupper.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget marknadsför aktivt Stockholm och Stockholmsregionen som en öppen stad och region till internationella investerare. Verksamheten har kontakt med drygt 100 investerare per år och Stockholms DNA är en integrerad del av budskapet till målgruppen. Under året har filmen och kampanjen Secret formula of Stockholm laserats. Kampanjen genererade över 700 000 visningar på Youtube varav 34% såg hela filmen och över 71 000 visningar på Instagram. Kampanjartikeln i The Local genererade 380 000 visningar i sociala kanaler och strax under 9000 läste hela artikeln. I kampanjarbetet engagerades över 200 partners, företag, UD, ambassader och Stockholmsfrämjare som fått filmen och tillhörande bildmaterial. Ett större positioneringsarbete för att öka kännedomen om Stockholm som en plats för impact entreprenörer och företag har påbörjats för att kunna aktiveras under 2022.</p> <p>Bolaget har deltagit i det digitala mötet Big Meet som Sweden Foodtech arrangerade 31 maj - 4 juni. I samband med mötet kommunicerades destinationens utbud av hållbar mat och gastronomi i Visit Stockholms kanaler.</p> <p>Fler än 170 journalister har kunnat välkomnas till Stockholm genom bolagets arbete. Bland annat kunde 13 journalister med inriktning inom design välkomnas under det nya designevenemanget Creative Edition. Genomslaget blev stort och Stockholm fick uppmärksamhet kopplad till hållbar design. Likaså kunde ett 20 tal köpare och media från USA, Kanada, Tyskland och Storbritannien välkomnas i november för Stockholm LGBT-symposium och fam trip</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tillsammans med besöksnäringen. Intresset från deras följare var stort under och efter resan i deras sociala kanaler. Genom symposiet lyfte Visit Stockholm destinationens och stadens arbete för att stärka den sociala hållbarheten.</p> <p>Mottagandet, av såväl lokal besöksnäring som av de internationella gästerna, var mycket positiv. Bolaget har även varit delaktiga i pressresor för Stars du Nord med fokus på Stockholms gastronomi.</p> <p>Bolaget har medverkat till inspelningen av Tareq Taylor's Nordic Cookery, en programserie där ett avsnitt handlar om Stockholm och Skärgården med fokus på hållbarhet. Serien säljs till olika kanaler internationellt och nationellt.</p> <p>Under november månad genomfördes Tomorrow's food travel med 150 fysiska deltagare och över 1000 digitala deltagare. Programmet innehöll kunskap och insikter med fokus att inspirera till ökad hållbarhet. Materialet från konferensen har spridits via bolagets kanaler samt finns samlat i Visit Swedens kunskapsbank.</p> <p>Samverkan med besöksnäringen har fördjupats kring det redaktionella arbetet för att stärka förmågan att gemensamt kommunicera destinationens styrkor. Arbetet går ut på att öka näringens arbete med Stockholms styrkor (Passion Points) och visa på hur de kan nyttja dessa i sitt marknadsföringsarbete både nationellt och globalt.</p>
				<p>✔ 2. Ansvara för stadens kommunikation till det lokala näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden jobbat aktivt för att med kommunikation till det lokala näringslivet skapa engagemang och dialog.</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Vidare har under perioden bolagets fortsatta arbete med företagsdialoger i stadsdelarna marknadsförts. Ett arbete med nyhetsbrevet Företagsnytt har pågått kontinuerligt med månadsvisa utskick samt utveckling där fokus har legat på att göra nyhetsbrevet än mer relevant för näringslivet. Vidare har under året konjunkturrapporter publicerats enligt plan.</p> <p>Bolaget har därtill genomfört en omfattande kommunikationskampanj tillsammans med FLB Europa riktat mot stadens medborgare och lokala näringsliv med syfte att marknadsföra tjänsten Starta eget Stockholm och därmed positionera Stockholm som en attraktiv, hållbart växande och innovativ storstad. Kampanjen hade ett mycket lyckat resultat och genererade stor trafik till tjänsten.</p> <p>Bolaget har utvecklat strukturen för kommunikationen och därmed stärkt dialogen med besöksnäringen. Arbetssättet består av sammanhängande aktiviteter; webinarier, sociala mediakanaler, nyhetsbrev samt digitala tjänster under utveckling. Sex webinarier har genomförts under perioden. LinkedIn fortsätter utvecklas med 2000 nya följare och har i dagsläget 6 538 följare med en genomsnittlig engagemangsgrad på 4,4 procent.</p> <p>Nyhetsbrevet är en bärande kanal för kommunikation med näringen och totalt åtta nyhetsbrev har producerats. Öppningsfrekvensen ligger på 40 procent.</p> <p>Den digitala plattformen Stockholm for Professionals som servar lokalt och internationellt näringsliv med insikter och information drivs aktivt till dess att de nya digitala plattformarna för B2B lanseras.</p>
				<p>✔ 3. Positionera Stockholm utifrån Stockholms DNA som en öppen, serviceinriktad och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>effektiv stad gentemot det lokala näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har vidareutvecklat det digitala bokningssystemet för tjänsten Starta eget Stockholm i syfte att effektivisera och tillgängliggöra processen att starta företag för stadens invånare. Vidare har ett insiktsarbete om hur vi bättre kan förstå och tillgodose medborgarnas behov initierats under året.</p>
				<p>✔ 4. Marknadsföra Stockholm gentemot nationell målgrupp samt närmarknader.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har marknadsfört Stockholm gentemot nationella målgrupper samt närmarknader. En framgångsrik kampanj har genomförts i samarbete med Visit Sweden, Malmö och Göteborg för att lyfta kultur-, natur-, måltids-, och familjeupplevelser i storstäderna via Hotels.com (Expedia) i Sverige, Danmark, Norge och Finland. Kampanjen åstadkom drygt 60 000 bokade nätter (86% av svenskar) varav 35 000 nätter i Stockholm.</p> <p>Bolaget har genomfört nya kampanjformat med erbjudanden från besöksnäringen bland annat "Välkommen att öppna Stockholm" och tips från kända Stockholmsambassadörer. Kampanjerna har även anpassats till den finska marknaden.</p> <p>Bolaget har förstärkt närvaron i digitala kanaler (Google), sociala medier (Facebook, Instagram) och bokningsplattformar (Tripadvisor och Hotels.com) för att tydliggöra att Stockholm är öppet och redo för besök med ett fantastiskt utbud på</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ett ansvarsfullt sätt. Annonserna beräknades under sommaren generera 1,5 miljoner visningar.</p> <p>Utifrån pandemins påverkan har Stockholms marknadsföring ställts och där har Finland prioriterats som en viktig närmarknad för att åstadkomma en avgörande återhämtning av relationerna över Östersjön. Arbetet har utvecklats i samarbetet med Stockholm Hamnar och rederierna där målgruppsmätningar och konsumentbeteenden kartlagts och specifika annonskampanjer genomförts.</p> <p>Kampanjen Stockholm Play genomfördes i samband med öppnandet av SPACE och e-sportsevenemanget PGL. Marknadsföring och bred platsaktivering genomfördes tillsammans med ett stort antal aktörer för att lyfta Stockholms framstående position inom spelutveckling och gaming.</p> <p>Bolaget har systematiskt utvärderat och analyserat arbetssätt och tillvägagångssätt i syfte att förbättra arbetet. En lång rad insikter har implementerats i verksamheten.</p>
				<p>✔ 5. Fortsätta bolagets digitala utveckling för att tillgodose målgruppernas behov.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året bedrivit ett insiktsarbete kring målgrupperna investerare och etablerare. Nya digitala tjänster har utvecklats för att forma en stark intressentdialog och nya koncept riktat till Business to Business målgrupperna. Vidare har under året ett stort fokus legat på lansering av den nya Business to Consumer plattformen och innehållsproduktion som grundar sig i insiktsarbetet för talangmålgruppen, med hitintills mycket goda resultat. Bolaget har lanserat en ny</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>hemsida/webbplattform för visitstockholm.com där målgrupperna besökare och talanger integrerats i samma tjänst. Detta är ett tankeledande arbete byggt på ett omfattande insiktsarbete tillsammans med lokala besöksnäringen samt utifrån nationella och internationella målgrupps behov.</p> <p>Arbetet med att utveckla förvaltning, optimering och innovation av bolagets nya digitala tjänster har fortsatt under perioden. Bolaget har ökat medvetenheten internt kring digital transformation samt utvecklat medarbetarnas förmåga att arbeta digitalt och använda digitala verktyg.</p> <p>Bolaget har även påbörjat utvecklingen av en ny digital tjänst för att tillgodose Business to Business, B2B, målgruppernas behov. Tjänsterna bygger på ett omfattande insiktsarbete hos målgruppen och intressenter, ett första koncept presenterades i december (lansering under 2022).</p>
 Samordna stadens etableringsprocess samt vara aktiva och drivande i samverkansforumen i utvecklandet av servicekedjor i staden				<p>✔ Samordna och driva stadens serviceprocess för etableringar samt servicekedjor för att tillgodose näringslivets behov.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har väglett och stöttat externa aktörer som har varit intresserade av att etablera verksamhet i eller omlokalisera sig inom Stockholm. Etableringslotsen har erbjudit lotsning samt stödjande service och koordinerat etableringsförfrågningar inom staden. Vidare har bolaget verkat för att få upp mer relevant information på .stockholm samt samverkat med stadsledningskontoret för att implementera och förbättra servicekedjornas funktioner.</p> <p>Bolaget har bidragit med besöksnäringens perspektiv till arbetet med levande, aktiva kajer i samarbete med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Stockholms Hamnar och dess entreprenörer och samordnat Reko-ring Stockholm i samarbete med SLK samt lotsat ett flertal matinspirerande entreprenörer som vill etablera sig i Stockholm.</p> <p>Bolaget har arbetat aktivt med service- och etableringskedjorna för att lotsa aktörer rätt väg in gällande tillstånd, markupplåtelse vilket resulterat i stärkt näringslivsklimat. Bolaget har även stimulerat samverkan mellan näringsidkare och relevanta aktörer.</p>
 Stärka samarbetet med regionen och kommuner i länet kring besöksnäringens utveckling				<p>✓ 1. Etablera samverkansforum för besöksutveckling för regionens kommuner i samverkan med Region Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har bidragit med insikter och kunskap i utvecklingen av regional samverkan för besöksnäring och platsutveckling. Samtal har inletts med Region Stockholm om utformning av samverkansforum samt arbetsformer. Arbetet avvaktar Region Stockholms interna utredning kring uppdrag, utformning och resurssättning. Utredningen förväntas vara klar 2022. Regelbundna avstämningsmöten har genomförts med Region Stockholm.</p> <p>✓ 2. Genomföra samverkansprojekt med regionen och kommuner för att stärka Stockholm som besöksdestination</p> <p>Analys</p> <p>Löpande kunskapsinhämtning genom deltagande på seminarier anordnade av bland annat Internationella enheten (SLK), StorStockholm, Tillväxtverket</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och Länsstyrelsen Stockholm angående EU:s fonder och kommande utlysningar.</p> <p>Bolaget beviljades medel till Stockholm Archipelago från Tillväxtverkets utlysning "Utveckla företagens affärs- och produktutveckling i destinationer" för ett projekt som genomförs under 2021-2022 med en total budget på 2,5 miljoner. Projektet syftar till att utveckla hållbara och attraktiva naturupplevelser i Stockholm skärgård. Arbetet inom samverkansprojektet Stockholm Archipelago fortlöper enligt plan.</p> <p>Bolaget har löpande dialog med Region Stockholm, både i våra EU-projekt och i planeringen av det nationella mötesforumet Tomorrows Food Travel. I november genomfördes Tomorrows Food Travel.</p> <p>I november genomfördes även den nationella samlingen "Forum för naturturism" arrangerat av branschorganisationen för naturturismföretag i Sverige, Naturturismföretagen, i samarbete med Stockholm Archipelago och med finansiering från Region Stockholm och Tillväxtverket. Temat var "Hållbar naturturism kring kust, hav och sjö" och 120 personer deltog totalt.</p> <p>Bolaget har träffat företrädare för näringsliv och besöksnärlingsfrågor från ett flertal av Stockholms läns kommuner samt delar löpande med sig av kunskapsunderlag.</p>
 Tillsammans med kommunstyrelsen bistå nämnder och bolag i att uppfylla näringslivspolicyns mål och aktiviteter, samt framtagande av handlingsplaner				<p>✓ 1. Tillsammans med kommunstyrelsen stötta berörda nämnder i genomförandet av åtgärderna i näringslivspolicyn.</p> <p>Analys</p> <p>En fortsatt samverkan har under året skett både inom ramen för Näringslivsgruppen samt även i övrigt med berörda delar av staden. En kartläggning av samtliga forum och undersökningar</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>som staden har samt riktar gentemot näringslivet har sammanställts och återrapporterats i Näringslivsgruppen. Bolaget har vidare fortlöpande haft kontakt med ett flertal andra förvaltningar och bolag i staden i avsikt att stötta dessa i stadens näringslivsarbete. Vidare har bolaget bistått stadsledningskontoret i arbetet med att ta fram en grundutbildning kring näringslivspolicyn som i början av 2022 är tänkt att gå ut till stadens samtliga anställda via stadens utbildningsplattform.</p> <p>1. Stimulera tillväxt och företagsamhet.</p> <p>Bolaget har genomfört nio företagsdialoger i stadsdelar.</p> <p>Bolaget har presenterat underlag som belyser besöksnäringens förutsättningar på webbplatsen Stockholm for Professionals samt sprider nyheter kring kunskapsunderlag/rapporter i bolagets kontakter med näringen, bl a via LinkedIn och webinarer. Under oktober månad genomfördes ett större webinar där hela besöksnäringens status och framtidsbild presenterades.</p> <p>Bolaget har säkerställt besöksnäringens perspektiv samt vikten av en hållbar besöksekonomi i flertal forum, bl a projekt Valpariso (Frihamnen) med Stockholms Hamnar samt Exploateringskontoret och Kulturförvaltningen med Kulturplattform Slakthusområdet. Under året har Creative Footprint genomförts i samarbete med Kulturförvaltningen, Fastighetsägarna Stockholm, Atrium Ljungberg och Nightlife org genomförts.</p> <p>Bolaget har under året genomfört en rad olika platsaktiveringar som varit viktiga för Stockholms attraktivitet, däribland en större aktivering vid Halloween, Stockholm Play och Nobel Week Lights. Under Nobel Week Lights initierade</p>




Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bolaget guidade turer med Auktoriserad Stockholmsguider för att stärka guiderna i deras omställning i förhållande till pandemin.</p> <p>2. Förbättrad service, tillgänglighet och myndighetsutövning. Bolaget har bidragit i arbetet med etableringslotsen och lotsat befintliga aktörer och nya entreprenörer rätt väg in i staden gällande tillstånd, markupplåtelse och samverkan med övriga näringsidkare. Aktiviteter som samordning av REKOringen, delaktighet i projektet Levande kajer samt etableringsstöd till flertalet matinspirerande entreprenörer har genomförts. Genom lotsarbetet har bolaget bidragit till att öka kunskapen och samverkansytorna mellan besöksnäringen och kulturlivet. Nya ytor för t.ex. konsertarrangörer har hittats i samverkan mellan hotell och kulturaktörer. Bolaget har även kunnat stötta upp diverse kulturaktörer med lotsning kring tillstånd för sitt genomförande. Bolaget samordnar stadens Tillståndsnätverk för evenemang, filminspelningar och andra tillfälliga upplevelsetableringar och säkerställer informationsutbyte och tydliga kontaktvägar till berörda inom staden, myndigheter, transportörer och markägare. Bolaget har genom dessa kunnat säkerställa att alla inom nätverket har korrekt information kring besöksnäringens förutsättningar och behov.</p> <p>3. Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet. Stockholm Tourism Barometer (data- och insiktsverktyg för destinationens aktörer) tydliggör besöksnäringens nuläge. Visit Stockholm har koordinerat arbetet med denna under året och har påbörjat en visualisering av besökssiffror utifrån geografisk plats för att visa strömmar av besökare.</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har under året deltagit i regelbundna träffar inom Kulturplattform Slakthusområdet för att bidra med kunskap kring flöden kopplat till evenemang och besöksperspektivet.</p> <p>Under året har två webinar genomförts med tema kring regionens tillgänglighetsutveckling.</p> <p>4. Ökad tillgång till arbetskraft med relevant kompetens.</p> <p>Bolaget har under året lyft möta branschens behov av kompetensförsörjning och kompetensutveckling i möten med Arbetsmarknadsförvaltningen och evenemangsnärigen.</p> <p>Bolaget har utvecklat ett nytt koncept för feriejobb i samarbete med besöksnärigen. Genom detta har 10 ungdomar erbjudits platser i Stockholms besöksnäring. Med handledning och värdsutbildning av Visit Stockholm och placering hos fyra olika aktörer i besöksnärigen; Skansen, Nationalmuseum, Nordiska museet samt Strömma Turism & Sjöfart kunde sex av tio feriearbetarna erbjudas fortsatt extraarbete hos aktörerna. Bolaget har under året tagit emot två praktikanter under året.</p>
				<p>✔ 2. Utgöra stadens samlade funktion för näringslivsutveckling</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året drivit ett fortlöpande näringslivsarbete både tillsammans med samt för att stötta stadens andra förvaltningar och bolag i frågan. En del av arbetet har skett genom stadens Näringslivsgrupp där bland annat mer stadsövergripande projekt som berör många delar av staden diskuteras samt frågor kring NKI. Därutöver har samverkan med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>andra förvaltningar drivits, bland annat genom exempelvis projekt såsom utveckling av stadens renodlade verksamhetsområden, företagsdialoger samt bedömning av arbetsplatspotential.</p> <p>Regelbundna möten har genomförts med arbetsgruppen Space (SBK, TK, Exploateringskontoret, stadsdelsnämnden Norrmalm, Kulturhuset Stadsteatern, Fastighetskontoret). Dialog och samordning mellan berörda parter har skett löpande.</p> <p>Platsutvecklingsprojektet Position Stockholm City har etablerats utifrån den gemensamma strategin att Växla upp för att stimulera återstart och omställning. Fokus ligger på attraktivitet och omställning i City. Arbetet sker i samarbete med ett antal fastighetsägare, besöksnäringen, handeln och representanter från stadens förvaltningar. Ett Vinnovaprojekt för platsaktivering i Klara har ansökts om och erhållit finansiering.</p> <p>Under året har arbetet med att utveckla en stadsövergripande inriktning och plan för konceptualiserade evenemangssatsningar fortgått i samarbete med Idrottsförvaltningen och Kulturförvaltningen.</p>
				<p>✓ 3. Verka för att förenkla för näringslivet genom att staden tillhandahåller enkla och om möjligt digitala verktyg.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortlöpande drivit ett påverkansarbete internt inom staden för att bidra till att fler enkla och digitala verktyg utvecklas utifrån näringslivets behov. Arbetet sker både inom ramen för Näringslivsgruppen samt i övriga kontakter med staden såsom exempelvis i arbetet</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>med företagsdialoger. En viktig del har också varit deltagandet i uppdraget kring SDG (single digital gateway) där bolaget deltagit både i projekt- samt styrgrupp för att säkerställa att näringslivets behov tillgodoses. Även projektet "rätt-väg-in" har fortlöpt under året. Vidare har bolaget inom ramen för Starta eget Stockholm arbetat löpande med att underlätta för blivande företagare att ta del av stadens digitala tjänster för nyföretagarrådgivning samt för att underlätta för rådgivningsleverantörerna i systemet.</p>
				<p>✔ 4. Samordna stadens verksamheter i att uppnå målet med fler företagsetableringar i linje med näringslivspolicyn.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har tillsammans med exploateringskontoret verkat för att säkerställa denna funktion som är en del av en handlingsplan för bättre samordning mellan förvaltningar och bolag inom servicekedjorna. Under året har etableringslotsen identifierat vissa delar som bör kunna bli bättre för helheten genom att bolaget har en samlade funktion kring strategier och operativt arbete inom servicekedjor i staden. Vidare har en behovsanalys tagits fram för att arbetet med fler företagsetableringar ska kunna intensifieras.</p>
				<p>✔ 5. Följa upp stadens myndighetsutövning.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet har främst skett inom ramen för stadens Näringslivsgrupp där bolaget har en drivande roll i NKI-frågan. Arbetet har utförts löpande och resultatet från 2020 års mätningar har under perioden redovisats på ett stadsövergripande digitalt</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med kommunstyrelsen och exploateringsnämnden bejaka privata initiativ som syftar till att tillskapa talangbostäder som underlättar för näringslivets rekryteringar				seminarium.  Stötta privata aktörer som vill skapa talangbostäder. Analys Bolaget följer inom ramen för stadens servicekedjor liksom bolagets fastighetspartnernätverk upp förfrågningar från aktörer som vill skapa talangbostäder om sådana förfrågningar kommer in, vilket inte har skett under 2021. För att lyfta tillgängliga talangbostäder i Stockholm för intresserade internationella talanger har innehåll publicerats på webbplatsen under "finding a home" samt i sociala kanaler.
	 Antal företag i Stockholm Analys	198 099	190 000	
	 Arbetskraftsbrist i Stockholm (andel vakanser av antalet anställda) Analys Siffran för arbetskraftsbrist är relativt mycket högre än årsmålet, vilket kan ha flera orsaker. Årsmålet för 2021 sänktes till 1,1 mot det sedvanliga årsmålet på 1,2 eftersom det fanns en farhåga att det skulle ta längre tid för ekonomin att komma igång. Dock ökade efterfrågan på arbetskraft mycket snabbt under 2021 och indikatorn visar nu att det finns många vakanser som går att fylla omedelbart om det finns personal som matchar eftersökt kompetensprofil. Ett högt tal kan dels vara positivt, dvs det finns många lediga jobb för den som söker ett arbete. Det höga talet kan också vara negativt, dvs företagen hittar inte rätt kompetens och har inte	1,7	1,1	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>anställt personal.</p> <p>För att förstå om den höga indikatorn är positiv eller negativ behöver man se till en större bild. Bolagets här kortfattade analys är att matchningen på arbetsmarknaden hade kunnat vara bättre för att minska företagets brist på arbetskraft. Bolaget konstaterar också att bristen på arbetskraft ser olika ut för olika yrken.</p>			
	<p> Näringslivets nöjdhetsindex vid kontakter med staden som myndighet</p> <p>Analys</p>	73	73	
	<p> Tillväxt i den privata sektorn i Stockholms stad (lönesumma)</p> <p>Analys</p> <p>Årsmålet för ökningarna i lönesumma var en försiktig ökning på två procent. Resultatet landade mindre än en tiondels procent från målet vilket är att anse som en obetydlig avvikelse.</p>	1,9 %	2 %	
	<p> Ökning av antalet arbetsplatser i ytterstaden</p> <p>Analys</p> <p>En mager ökning 2021 vad gäller arbetsplatser (i.e. anställda) i ytterstaden kan konstateras. Men det är en ökning trots pandemin. Noteras kan att Fasta, Bromma och Skarpnäck lyfter ytterstaden som helhet. Enskede Årsta Vantör ligger still, övriga ytterstadsstadsdelar har minskat i antal anställda. Den stora minskningen beror framförallt på att många småföretag har minskat antalet anställda och många företag har gått från enstaka anställda till inga. I vissa stadsdelar finns det tydliga</p>	0,41 %	1,5 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	tecken på att de redan stora arbetsställena och företagen ökar ytterligare i storlek.			
				 Stockholm Business Region AB ska med stöd av trafiknämnden utreda bättre skyltning i syfte att stärka staden som destination Analys Bolaget har under året tagit fram och bistått med underlag över attraktiva besöksmål i Stockholm samt gett förslag på skyltarnas placering utifrån data över besöksantal och flöden. Arbetet resulterade i ett femtiotal nya skyltar, på engelska, placerade så att internationella besökare lättare skall hitta till attraktiva besöksmål.



2.2. Stockholm byggs attraktivt, tätt och funktionsblandat utifrån människors och verksamheters skiftande behov

—

2.3. Stockholms infrastruktur främjar effektiva och hållbara transporter samt god framkomlighet



SBR har under året verkat kontinuerligt för att staden i sitt beslutsunderlag för trafikplaneringen tar fram och tar hänsyn till näringslivets perspektiv genom en s.k. näringslivsanalys. Arbetet med att en näringslivsanalys ska ingå som en naturlig del i tidigt stadsplaneringsskede pågår löpande i diskussion med berörda förvaltningar.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med kommunstyrelsen, exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden och trafiknämnden, ta fram trygga och effektiva ställplatser för godstransporter på väg				 Stödja arbetet med att ta fram ställplatser för godstransporter på väg. Analys Ett arbete för att undersöka möjligheten till fler ställplatser för godstransporter har under året påbörjats tillsammans med trafikkontoret, exploateringskontoret, stadsbyggnadskontoret och

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				Stockholms hamnar. Trafikkontoret är sammankallande för detta forum och SBR stöttar löpande forumet med medverkan vid möten samt kunskapsunderlag inom logistik och transporter. Även samverkan med Trafikverket har skett.



2.4. Stockholm är en modern kultur- och evenemangsstad med en stark besöksnäring

Bolaget har fortsatt samverka med kulturförvaltningen för att stärka de kulturella och kreativa näringarnas förutsättningar. För att bidra till ökad samverkan med privata aktörer i syfte att stärka marknaden har bolaget under 2021 deltagit i Stockholm Creative Tech Week, ett samverkansprojekt med företag inom sektorerna Gaming/E-sport, Mode, Film och TV samt Musik, till grund för arbetet låg bland annat den KKN-rapport som släpptes av bolaget i början av året. Bolaget har också medverkat vid SLUSH i Helsingfors med både seminarium och event kopplat till marknaden.

Vidare har bolaget under året marknadsfört rapporten "Creative and cultural industries" i sociala kanaler samt haft ett stort fokus på kreativitet i framtaget content på visitstockholm.com och investstockholm.com.

Bolaget har fortsatt samverka med Kulturförvaltningen med fokus på platsutveckling samt samordning av satsningar i samarbete med kulturella och kreativa näringar inom design, musik och film. Bolaget har genomfört en Creative Footprint-undersökning i samarbete med kulturlivet och fastighetsägare för att lyfta nattekonomin betydelse för stadens attraktivitet och konkurrenskraft.


Bolaget har ansökt om och vunnit hem evenemangen VM i Handboll för herrar 2023 och VM i Ishockey för herrar 2025. Bolaget har i samarbete med Idrottsförvaltningen presenterat en projektplan för stora evenemangsprojektet. En ansökan om EM i fotboll för damer 2025 har inletts. Till satsningen stora evenemang etableras ett delprojekt för destinationsutveckling där näringslivet får möjlighet att aktivt medverka.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Medverka till kommunikations- och marknadsföringsinsatser av Stadshusets 100-årsjubileum 2023 mot såväl nationella som internationella målgrupper				<p>✓ Säkerställa god kommunikationsplanering och intressentsamverkan.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har medverkat i arbetsgruppens arbete och bidragit i syfte att säkerställa god kommunikationsplanering och intressentsamverkan. Framöver kommer arbetet att fokusera på konkreta uttag kopplat till marknadsföring och olika samarbeten med näringslivet.</p>
 Stärka förutsättningarna				<p>✓ 1. Verka för att förutsättningarna stärks för</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
för stadens kulturella och kreativa näringar i samarbete med kommunstyrelsen och kulturnämnden				<p>befintliga och nya företag inom kulturella och kreativa näringar i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har haft löpande avstämningar tillsammans med kulturförvaltningen för att stärka de kulturella och kreativa näringarnas förutsättningar. Under perioden har bolaget samordnat och matchat aktörer med Kulturlotsen. Bolaget ingår i Kulturplattformen för Slakthusområdet, en ny samverkansform mellan staden, fastighetsägarna, byggaktörerna och de kulturella och kreativa näringarna för att tillsammans utveckla Slakthusområdet med ett levande kultur- och nöjesliv.</p> <p>För att bidra till ökad samverkan med privata aktörer i syfte att stärka marknaden har bolaget deltagit i Stockholm creative tech week, ett samverkansprojekt med företag inom sektorerna Gaming/E-sport, Mode, Film och TV samt Musik. KKN-rapporten som släpptes i början av året har legat till grund för Creative Techweek. Bolaget har också deltagit vid SLUSH i Helsingfors med både seminarium och event.</p>
				<p>✔ 2. Positionera de kulturella och kreativa näringarna i Stockholm på den internationella arenan i syfte att stärka Stockholms varumärke.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget marknadsfört rapporten Creative and cultural industries i sociala kanaler samt haft ett stort fokus på kreativitet i framtaget content på visitstockholm.com och investstockholm.com. Bland annat har en serie artiklar om</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>"The Impact Makers of Stockholm" publicerats. Även native artiklar i samarbete med The Local på temat kreativitet såsom "Stockholm's 'secret formula': what makes the city unique?", "From music to fashion: how Stockholm's creative talent will bounce back post-Covid?" har publicerats. Bolagets pressarbete har vidare genererat press i Scandinavian Mind med artiklar som: "What's the secret behind Stockholm's creativity" och "Stockholm Creative Tech Week highlights how fashion, gaming, and tech intertwine".</p> <p>På Stockholm Creative tech week i början av december kommunicerades brett kring Stockholms styrkor inom de kulturella och kreativa näringarna på ett event med över hundra deltagare.</p> <p>Bolaget har under året genomfört pressresa tillsammans med Visit Sweden och flygbolaget Emirates inför världsutställningen Expo 2020 i Dubai med fokus på svenskt mode och design samt marknadsfört programmet för Stockholm Design Week mot relevanta målgrupper och med designtema i egna kanaler.</p> <p>Designveckan Creative Edition genomfördes första gången. Ett evenemang med upplevelsen i centrum och med ambition att bli årligt återkommande. Bolaget var delaktig i ett internationellt pressprogram där 11 journalister kom till Stockholm och där 42 företag inom design och arkitektur deltog.</p> <p>I samband med att Space öppnade och e-sportsevenemanget PGL genomfördes kampanjen Stockholm Play med marknadsföringsinsatser och bred platsaktivering. Arbetet genomfördes tillsammans med ett stort antal aktörer för att lyfta Stockholms framstående position inom spelutveckling och gaming.</p>
				<p>✓ 1. Stimulera</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
kulturnämnden och kulturaktörer främja nattklubbar och livescener för att stärka stadens kulturliv, attraktions- och konkurrenskraft				<p>platsutveckling i samarbete med näringslivet och idéburna organisationer.</p> <p>Analys</p> <p>Under 2021 har intern samverkan inom Gaming/E-sport förekommit. Av de internationella och nationella besökarna finns det en stor grupp som är både turister, talanger och investerare.</p> <p>Bolaget har utvecklat verksamheten kopplad till platsutveckling. Besöksnäringens perspektiv har tydliggjorts och samarbetsytorna mellan besöksnäring, kulturella näringar samt andra relevanta aktörer har stärkts inom verksamheter kopplade till musik, e-sport, spelutveckling, teater med flera. Genom samverkan med staden och markägare har bolaget hittat nya ytor för tex konsertarrangörer.</p> <p>Bolaget har genomfört en Creative Footprint-mätning i samarbete med kulturlivet och fastighetsägare (presenteras 2022).</p>
				<p>✔ 2. Marknadsföra Stockholms kulturutbud gentemot besökare.</p> <p>Analys</p> <p>I den nationella marknadsföringen under året har Stockholms kulturutbud lyfts särskilt i bolagets basbearbetning genom redaktionella innehåll såväl som i kampanjer.</p> <p>Bolaget har bistått privatteatrarna med kunskapsunderlag samt påbörjat en nära dialog med dessa och andra relevanta aktörer så som gruppseaktörer för att stärka återhämtningen.</p>
				<p>✔ 3. Positionera Stockholm som öppen och kreativ destination.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Under året har bolaget ansökt om och vunnit hem Handbolls-VM för herrar 2023 och Ishockey-VM för herrar 2025. Bolaget har genomfört kampanjer under perioden och marknadsfört Stockholm som en öppen och kreativ destination. Bolaget har arbetat med ett anbud (bid) för kongressen International Council of Museums och lyft fram Stockholm som en öppen och kreativ stad.</p> <p>I samband med invigningen av Space och e-sporsevenemangen som gick av stapeln i Stockholm har platsaktivering genomförts under hela november och in i december i syfte att positionera Stockholm.</p> <p>Bolaget har även bidragit till att värva hem Bandy VM för damer 2022, där de svenska arrangörerna hade för avsikt att lyfta fram jämställdheten för att stärka damidrotten internationellt. Tyvärr tvingades evenemanget att ställa in på grund av pandemin.</p> <p>Bolaget har i samarbete med Stockholm LGBT välkomnat ett 20 tal köpare och media från USA, Kanada, Tyskland och Storbritannien för Stockholm LGBT Symposium och fam trip tillsammans med näringen. Arbetet bidrog positivt till att positionera Stockholm som en öppen och kreativ destination och Visit Stockholms fokus på att lyfta sociala hållbarhet.</p>
 Tillsammans med kulturnämnden och Region Stockholm främja utvecklingen av film- och tv-produktion som en viktig del inom de kulturella och kreativa näringarna				<p>✓ 1. Bistå med näringslivs- och varumärkesperspektivet i de nya samverkansformer som etableras mellan stad och region för satsning på professionell film- och tv-produktion i Stockholmsregionen.</p> <p>Analys</p> <p>SBR deltar och bistår med näringslivs-och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>varumärkesperspektivet i filmstrategiska rådet som det nya bolaget Film Stockholm har etablerat under året. Vidare sker en löpande mötesstruktur med filmkommissionär för att fånga upp synergier ur ett näringslivs- och varumärkesperspektiv.</p>
				<p>✓ 2. Verka för att relevant information finns tillgänglig att ta del av i rätt digitala kanaler på både svenska och engelska.</p> <p>Analys</p> <p>Relevant information avseende det filmkommissionära området finns nu tillgänglig både på engelska och svenska i anpassade kanaler för målgruppen.</p>
				<p>✓ Kulturnämnden ska tillsammans med Stockholm Business Region AB och externa aktörer och akademi genomföra en Creative Footprint Study som underlag för att stärka Stockholm som destination</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genomfört en studie över nattlivet i samarbete med externa fastighetsägare och relevanta aktörer. Arbetet sker i samarbete med aktören Vibe Lab för att säkerställa internationell benchmark. Arbetet har utförts genom fokusgrupper, djupintervjuer och insamlande av befintlig data över destinationens nattliv. Rapporten presenteras under 2022.</p>

2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö



SBR bidrar till att göra Stockholm till en attraktiv stad med ett dynamiskt näringsliv som kombinerar hög och hållbar tillväxt, goda livsmiljöer och minimerad miljöpåverkan genom samverkan med bl.a. näringslivet

och akademien.

SBR arbetar löpande för att skapa goda förutsättningar för innovation och till utveckling av nya innovativa samt hållbara lösningar. Bolaget tillvaratar teknikutveckling och digitaliseringens möjligheter genom att utveckla kommunikation och marknadsföring för att på så sätt sätta stadens insatser i ett globalt perspektiv och skapa ett internationellt intresse för stadens arbete och Stockholm som plats.




Bolaget arbetar systematiskt med att förebygga uppkomst av avfall, däribland engångsprodukter i plast, och för att minska resursanvändningen genom att använda Stocket, stadens interna återbrukscentrum för återbruk av möbler och inventarier.

I samband med upphandling bidrar SBR genom att ställa ändamålsenliga miljö- och hållbarhetskrav i enlighet med stadens miljöprogram. Samtliga kemiska produkter som används i SBRs verksamhet är registrerade i stadens system för kemikaliehantering, Chemsoft och följs upp årligen. Uppföljningen visar att SBRs verksamhet är fri från kemiska produkter som innehåller riskminsknings- samt utfasningsämnen.

3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden

3.1. Stockholm har en budget i balans och långsiktigt hållbara finanser

SBR arbetar löpande med att tillvarata digitaliseringens möjligheter för att effektivt tillhandahålla tjänster av hög kvalitet till näringslivet.





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Andel administrations- och indirekta kostnader Analys	15,5 %	16 %	
	 Avvikelse investeringsbudget, % Analys	0 %	0 mnkr	
	 Resultat efter finansnetto(mnkr) Analys Årets resultat blev -76 000 kronor.	-0,1	0	







3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna





SBR har genomfört ett arbete med uppföljning utifrån resultaten i medarbetarenkäten på koncern-, bolags- och avdelningsnivå. Arbetet har involverat alla medarbetare och flera förbättringsåtgärder har identifierats och implementerats. Arbetet har fortsatt, främst på avdelningsnivå, med fokus på utveckling och förbättring, samt med att följa upp på genomförda åtgärder.

För att tillvarata digitaliseringens möjligheter och som en del av kompetensutvecklingen, bland alla medarbetare genomförs bl.a. utbildningstillfällen löpande och vid behov. I verksamheten säkerställs marknadsmässiga, kostnadseffektiva och konkurrensneutrala upphandlingar av hög kvalitet genom löpande och behovsanpassade dialog- och informationsinsatser.

I december flyttade SBR till Tekniska nämndhuset där verksamheten drivs i tillfälliga lokaler i avvaktan på renovering och ombyggnation av slutgiltiga lokaler med planerat tillträde sommaren 2023. I samband med flytten införs ett aktivitetsbaserat arbetssätt. Det nya arbetssättet präglas av digitalt nytänkande, effektivare lokalanvändning och resursmässig flexibilitet för att genomföra nödvändig omställning för bolaget.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Leda arbetet med att implementera "rätt väg in" tillsammans med kommunstyrelsen, miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden och trafiknämnden	  Antal företagsärenden.	21 423	18 000 st	
	Analys			 Bolaget leder implementeringen av "rätt väg in" för att underlätta näringslivets kontakt med staden samt säkerställer att företagets behov tas tillvara.
				Analys <p>Arbetet med att leda implementeringen av rätt väg in sker inom ramen för arbetet inom stadens Näringslivsgrupp samt i det nya uppdraget för målbild av hur det digitala mötet med företagare ska se ut, vilket drivs av stadsledningskontoret med medverkan från bolaget i projekt- samt styrgrupp. Vidare har bolaget bistått stadens kontaktcenter då behov av kunskap finns avseende inkommande frågor till företagslotsen. Genom näringslivsdialogerna i stadsdelarna har ytterligare förutsättningar och behov hos näringslivet fångats upp.</p> <p>Bolaget har tillsammans med Invest Stockholm, genomfört nio företagsdialoger i stadens stadsdelar och därmed kunnat säkerställa kunskapsdelning och kännedom om besöksnäringens behov. Arbetet har bidragit till att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>aktörerna fått snabb och relevant hjälp i utvecklingen av destinationen.</p> <p>Bolaget har arbetat aktivt med service- och etableringskedjorna för att lotsa aktörer rätt väg in gällande tillstånd, markupplåtelse vilket resulterat i stärkt näringslivsklimat. Bolaget har även stimulerat samverkan mellan näringsidkare och relevanta aktörer.</p> <p>Bolaget har samverkat med säkerhetsavdelningen på SLK och Polismyndighetens coronastab för att säkerställa genomförande av evenemang på ansvarsfullt sätt samt resonera kring regler och restriktioner med mera för att tillgodose behov och utmaningar hos besöksnäringens aktörer</p>
	<p>  Aktivt Medskapandeindex</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet med uppföljning utifrån resultaten i medarbetarenkäten har genomförts på koncern-, bolags- och avdelningsnivå. Arbetet har involverat alla medarbetare och flera förbättringsåtgärder har identifierats och implementerats. Arbetet har fortsatt, främst på avdelningsnivå, med fokus på utveckling och förbättring, samt med att följa upp på genomförda åtgärder.</p>	76	82	
	<p>  Andel upphandlade avtal där kontinuerlig uppföljning genomförts</p> <p>Analys</p>	100 %	100 %	
	<p>  Andel upphandlingar där marknadsdialog har genomförts</p> <p>Analys</p>	100 %	100 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Index Bra arbetsgivare Analys	86	84	
	 Sjukfrånvaro Analys	2,9 %	3 %	
	 Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	0,91 %	2 %	
				 Periodisk genomgång av behörigheter i ekonomisystemet har genomförts Analys Uppföljningen och genomgång av behörigheter har genomförts med stöd av rapporter i Agresso.