

Utfallsrapport VB 2022

Stockholm Business Region AB

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	3
Analys av ekonomisk utveckling	6
Bedömning av bolagets interna kontroll	7
1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla	7
1.1 I Stockholm är människor självförsörjande och vägen till arbete och svenskkunskaper är kort	7
1.2. Stockholm är en trygg, säker och välskött stad att bo och vistas i	24
1.3. I Stockholm når barn sin fulla potential då Stockholms skolor och förskolor är de bästa i Sverige	24
1.4. I Stockholm får människor i behov av stöd insatser i tid präglade av hög kvalitet, evidens och rättssäkerhet	25
1.5. I Stockholm har äldre en tillvaro som präglas av hög kvalitet, trygghet och självbestämmande	25
2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt	25
2.1. Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv	25
2.2. Stockholm byggs attraktivt, tätt och funktionsblandat utifrån människors och verksamheters skiftande behov	78
2.3. Stockholms infrastruktur främjar effektiva och hållbara transporter samt god framkomlighet	78
2.4. Stockholm är en modern kultur- och evenemangsstad med en stark besöksnäring	79
2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö	86
3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden	87
3.1. Stockholm har en budget i balans och långsiktigt hållbara finanser	87
3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna	88

Bilagor

Bilaga 1: Uppföljningsrapport näringsliv - Stockholm Business Region.docx Slutversion

Bilaga 2: Bilaga Rapport av utfall vid evenemang Bokslut 2022

Sammanfattande kommentar

SBR har under året utvecklat och positionerat Stockholm mot investerare, företag, besökare och talanger. Bolaget har 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.

Bolaget har under året lett tillväxt- och utvecklingsarbetet av den lokala näringslivsutvecklingen samt haft huvudansvaret för att samordna och utveckla näringslivsarbetet med berörda nämnder och bolagsstyrelser. Bolaget har tillhandahållit en central funktion för den lokala näringslivsutvecklingen och 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.

Bolaget har under året lett arbetet med nyföretagande och entreprenörskap samt arbetet med att stimulera småföretag i samverkan med berörda nämnder och bolagsstyrelser. Arbetet har syftat till tillväxt genom fler nya och växande företag. Under året har arbetet för att via Starta eget Stockholm erbjuda nyföretagarrådgivning till stadens invånare fortsatt. Ett större arbete med att stärka de digitala förutsättningarna för systemet har utförts och en ny teknisk bokningstjänst har lanserats under året. Utifrån de av kommunfullmäktige utpekade prioriterade målgrupperna har bolaget riktat extra insatser för att öka kännedomen om vilka tjänster som staden erbjuder till dessa målgrupper som är kvinnor, utrikesfödda samt boende i ytterstaden. Bolagets arbete med Stockholm Scaleup Program, som syftar till att få fler från stadens prioriterade målgrupper att växla upp sina företag har fortsatt under året.

Bolaget har vidare samverkat med startup hubbar och arbetat utifrån startup ekosystemets största utmaningar, dvs att få tillgång till kapital och kompetens. Bolaget har fortsatt verka för att stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer, miljöteknik och hållbarhet; bland annat genom att positionera Stockholm som en internationellt ledande testmiljö för hållbara innovationer och centrum för så kallade Impact företag. Arbetet med att samverka för ökad kännedom om Stockholm som en Impactstad har intensifierats under året tillsammans med arbetet att positionera om Startupscenen från ”The Impact Unicorn” till ”The home of Impact”.

Bolaget har fortsatt skapat förutsättningar för företagens omställningsbehov och destinationens återstart utifrån pandemins och Ukrainakrigets effekter på besöksnäringen genom framtagande och spridning av kunskapsunderlag såsom insikter, nulägesanalyser och framtidsbedömningar för besöksdestinationen Stockholm. Bolagets samarbete med besöksnäringens aktörer och företag har stärkts under året med återkommande samtal och dialogmöten. I syfte att rusta företag i besöksdestinationen för nya förutsättningar drivna av kundernas ändrade krav och förväntningar har projekt Omställning Stockholm med finansiering från EU och Tillväxtverket fortsatt tillhandahålla utbildnings- och erfarenhetsutbytestillfällen, samverkansarenor och ny digital plattform.

Vidare har bolaget drivit arbetet med Mästerskapsprojektet i syfte att utveckla Stockholm som värdstad för stora evenemang. Satsningarna utgör ett centralt verktyg för stadens återstart utifrån pandemins och Ukrainakrigets effekter på besöksnäringen; liksom ett viktigt led att stärka destinationens varumärke och attraktivitet.

Vidare har dialogen med stadens förvaltningar och bolag fördjupats under året för att bidra med kunskap i besöksnäringens frågor. I syfte att bidra till Citys återstart genom stärkt platsutveckling och samverkan har bolaget medverka i projekt Position Stockholm City tillsammans med besöksnäringen, fastighetsägare och handel.

Bolaget har fortsatt arbetet med att stärka stadens kulturliv samt attraktions- och konkurrenskraft genom flera insatser; bl a genom i arbetet med platsutveckling skapa förutsättningar för kulturaktörer. För att stärka nattlivets aktörer och Stockholms attraktivitet och position gentemot besökare har bolaget, tillsammans med

Kulturnämnden, bidragit till att implementera stadens nattlivsstrategi genom rapportsläpp av Creative Footprint Stockholm. Mätningen visar på nattlivets inverkan och påverkan på en stad och följdes upp av gemensamma dialogmöten med branschaktörer och stadens representanter. För att stärka Stockholm som E-sport och gamingvänlig stad har bolaget arbetat vidare med att initiera e-sport som stark målgrupp för olika aktörer som tex Open House samt skapat förutsättningar för ESL (Electronic Sports League) och andra aktörer som vill arbeta mer med E-sport.

Bolaget har under året också utvecklat och implementerat ny marknadsföringsinsats, Stockholm Line Up i sociala media och på skyltar i drygt 60 svenska städer samt i Finland. Arbetet har skett i samverkan med besöksnäringens aktörer. Stockholm Line-Up har också satt fokus på Kulturella och kreativa näringar i syfte att skapa en ökad efterfrågan och därmed förbättra de långsiktiga förutsättningarna för det lokala näringslivet. Marknadsföringsinsatsen har lyft evenemang och upplevelser som den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholms hela utbud. Kommunikationen har utfärdats i form av ett festivalmanér med olika festivalaffischer som lyfter Stockholms kulturutbud. Aktörer har involverats för att dels använda uttaget i egen marknadsföring men också för att bidra med innehåll till bolagets digitala evenemangskalender på visitstockholm.com i syfte att stärka attraktiviteten och samverkan i destinationen.

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor har under året fortsatt inom Stockholm Business Alliance (SBA) med syftet att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft och bidra till fler internationella investeringar. Vidare har bolaget återaktiverat sitt mer proaktiva investeringsfrämjande arbete efter pandemin och kan se att intresset från utländska bolag att etablera sig i Stockholmsregionen under året varit förhållandevis stort, trots orosfaktorer i marknaden såsom kriget i Ukraina, inflationen, elpriser etc. som alla är risker som växer och som bolaget kontinuerligt bevakar. Partnerskapet SBA syftar också till att förbättra näringslivsservicen i hela regionen samt vässa regionen i NKI (nöjd kund-index) och NUI (nöjd upphandlings-index) frågor. Dialoger och föredragningar har under året genomförts med ett flertal SBA-kommuner gällande deras NKI och NUI.

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. Bolaget har också fortsatt med det viktiga arbetet att verka för ökad internationell tillgänglighet till Stockholm med tåg i samarbete med regionala, nationella och internationella aktörer.

Tillsammans med Stockholms Hamnar AB och exploateringsnämnden har bolaget verkat för att utveckla Frihamnspiren för kryssningsfartyg, företagande och innovation. I syfte att öka resandet till Stockholm har bolaget också bland annat etablerat forum för kunskapsutbyte inom närturism med Stockholms Hamnar.

Under året har fortsatta insatser genomförts i samverkansprojektet Stockholm Archipelago tillsammans med skärgårdskommunerna och Skärgårdsstiftelsen. Fokus har varit att ta fram bokningsbara, hållbara paket för att marknadsföra skärgårdens reseanledningar och utbud riktat till besökare som är intresserade av naturupplevelser under framförallt perioden augusti-oktober.

Inom uppdraget servicekedjor (sedan 2022 benämnt "Etableringsservice") har arbetet i enlighet med uppdragets handlingsplan fortskridit under året. Handlingsplanens syfte har varit att utveckla etableringsservicen inom staden och säkerställa att kontaktvägar för etablering är tydliga och effektiva. Bolaget har haft löpande kontakter med näringslivet och tillsammans med exploateringsnämnden haft en särskild roll som samordnare för etableringsservicen. Etableringsservicen har under året stärkts inom staden, med fler gemensamma forum samt möten för att sprida information om uppdraget.

Under året har budskapsplattformen färdigställts för positionering av besöksdestinationen Stockholm som Good Food City. Arbetet har resulterat i en Good Food Guide 1.0 där Stockholmsambassadörer delar med sig av personliga tips på hållbara måltidsupplevelser och lokalproducerad mat och dryck.

Bolaget har tillsammans med Stockholmsmässan arbetat med att attrahera stora möten och kongresser.

Bolaget har vidare fortsatt arbetet med att stärka Stockholm som attraktivstad för internationella akademiska möten i samverkan med företag, akademi och Stockholms Science City med flera.

Bolaget har vidare fortsatt lyft in näringslivsperspektivet i stadens stadsutvecklingsprojekt genom medverkan dels i stadsinterna samordningsgrupper. Flera mötesserier med ett urval fastighetsbolag har också förts under året och den gångna perioden under bolagets ledning och i samarbete med Fastighetsägarna Stockholm samt stadsbyggnadsnämnden och exploateringsnämnden för att diskutera planerade arbetsplatser i förhållande till bedömd arbetsplatspotential i Stockholm.

Bolaget har genom flera insatser under året stimulerat ett attraktivt värdskap i samarbete med besöksdestinationens aktörer. Bolaget har i dialog med besöksnäringens aktörer tagit fram informationsmaterial, digitalt och fysiskt, för att stärka aktörernas förmåga att ta emot och bemöta besökare. För att synliggöra stadens värdskap och bidra till tryggare miljöer genomförde bolaget bland annat, i samarbete med trafiknämnden, ett pilotprojekt där hänvisningsskyltar till utvalda besöksmål kompletterades med QR-koder för att förstärka den digitala turistservicen.

Bolaget har under året också vidareutvecklat konceptet för mötesplats och dialog med stadens lokala näringsliv och i samarbete med stadsdelsförvaltningarna, exploateringsnämnden, trafiknämnden och stadsbyggnadsnämnden har bolaget berett, planerat samt genomfört dialogmöten med det lokala näringslivet i flera av stadens stadsdelsområden. Under den gångna perioden har dialogmöten förts i Spånga-Tensta, Bromma, Kungsholmen och Hägersten Älvsjö. I det sistnämnda stadsdelsområdet genomfördes ett specialprogram i samarbete med stadsdelsförvaltningen och Företagsgrupperna i Stockholm med prisutdelning av Årets lokala företag och mingelutställning. Under året har också en kontinuerlig dialog förts med stadens Företagsgrupper.

Bolaget har vidare i nära samarbete med kommunstyrelsen också bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp; där NKI arbetet varit centralt. En djupare analys av de olika förvaltningarnas NKI-resultat inom respektive myndighetsområden har tagits fram. Bolaget har vidare i nära samarbete med kommunstyrelsen under året påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden.

Bolaget har fortsatt sitt löpande arbete med att bistå med näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete. Arbetet har fokuserats på Järva och Skärholmen. Genom regelbundna möten med stadsdelsnämndernas näringslivskontaktpersoner har bolaget haft en dialog om olika insatser som görs och planeras i respektive stadsdel för att öka tryggheten för näringslivet och medborgare.

Bolaget har under året bevakat de verksamhetsområden som ska vara fortsatt renodlade i enlighet med översiktsplanen. Arbetet med en uppdaterad analys för fortsatt planering och utveckling av stadens verksamhetsområden har under den gångna perioden bedrivits bl a kopplat till historisk utveckling, områdenas attraktivitet och dynamik och beskrivning av fastighetsbeståndet.

Bolaget har fortsatt arbetet med insatser kopplat till kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv. Under året, med färdigställande under den gångna perioden, har bolaget i samverkan med arbetsmarknadsnämnden och i samråd med kommunstyrelsen tagit fram en strategi som visar hur staden på ett samlat sätt ska arbeta med kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv. Bolaget har under året också fortsatt verka för att stärka och marknadsföra Stockholm som attraktiv plats för talanger (not. fr.om. 2023 benämnt som kompetensattraktion). Bland annat har ett antal talent meetups genomförts under året där pitchande bolag och investerarpaneler har deltagit.

Bolaget har erbjudit 100 ungdomar sommarjobb inom entreprenörskap för att uppmuntra och ge kunskap om eget företagande, samt 30 platser inom besöksnäringen. Bolaget har vidare under året regelbundet deltagit i samarbets- och dialogforum inom ramen för kompetensförsörjning, kompetensutveckling och talangattraktion så som exempelvis med Region Stockholm, Stockholm IT Region och

branschorganisationer. Bolaget har även haft löpande dialog och bidragit med kontakter till arbetet inom Integrationspakten samt spridit information om rekryteringsevent för att säkerställa besöksnäringens framtida kompetensförsörjningsbehov.

Vidare har bolaget under året haft ett utpekad uppdrag av kommunfullmäktige att medverka i implementeringen av stadens kajstrategi. Bolaget har medverkat i planering av aktivering av Strandvägskajen i samband med evenemanget Stockholm H2O tillsammans med Stockholms Hamnar och berörda aktörer. Evenemanget genomfördes i syfte att göra World Water Week och SIWIS arbete mer publikt och där Stockholms innovativa arbete kopplat till vatten och hållbarhet kunde visas upp.

Under året har bolaget fortsatt utvecklingsarbetet av digitala kanaler och tjänster med syfte att ännu bättre möta sina målgruppers framtida behov och beteenden på ett resurseffektivt och datadrivet arbetssätt. I det digitala utvecklingsarbetet som helhet kommer bolaget vidare beakta den snabba utvecklingen kopplat till informationssäkerhet och dess konsekvenser för verksamheten. Vidare har bolaget fortsatt arbetet med en omfattande internationell och nationell varumärkes- och perceptionsundersökning för Stockholm som levererades och presenterades den gångna perioden.



Analys av ekonomisk utveckling

Analys av ekonomisk utveckling

Årets resultat uppgår till -0,9 mnkr vilket är ett lägre resultat än det budgeterade resultatet om +-0 mnkr.

Intäkterna uppgår till 188,5 mnkr vilket är 43,3 mnkr högre än budget för året. Koncernen har i år startat upp och genomfört flertalet enskilda projekt med särskild finansiering, däribland satsningen på Handbolls-VM 2023 och Fotbolls-EM 2025, Växla upp Stockholm som en särskild insats efter pandemin, Good Food City i syfte att särskilt marknadsföra Stockholm som en hållbar matstad, Finlandsprojektet tillsammans med Stockholms Hamnar för att öka antalet besökare från Finland och Baltikum samt festivalen Stockholm H2O i samarbete med SIWI under World Water Week för att visa upp Stockholms innovativa arbete kopplat till vatten och hållbarhet. Fastighetsmässan Mipim har genomförts i nästan samma omfattning som före pandemin. Förberedelserna för projektet Gastronomiskt huvudstadsår 2023 har också påbörjats. Överförda intäkter från föregående år, för Starta Eget Stockholm och för marknadsföringsinsatser i evenemang bidrar också till de ökade intäkterna.

Kostnaderna uppgår till 189,7 mnkr vilket är 44,2 mnkr högre än budget för året. De ökade kostnaderna är hänförliga till Starta Eget Stockholm, tillfälligt ökade marknadsföringsinsatser i evenemang i samband med återstarten av Stockholm efter pandemin, samt de särskilda projekten som genomförts under 2022.

Kostnader för personal ingår med 71,8 mnkr vilket är 1,3 mnkr lägre än budget för året.

Personalkostnaderna har minskat i förhållande till budget med anledning av flertalet tillfälliga vakanser, som då delvis har bemannats med konsulter. Inom personalkostnaderna ingår en omstruktureringskostnad inför kommande verksamhetsår. Färre investeringar än planerat har skett under året då fler inventarier har kunnat återanvändas i samband med flytten till tillfälliga kontorslokaler för ett år sedan. Avskrivningarna är därför 0,1 mnkr lägre än budget.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna summerar till en finansiell intäkt på 0,6 mnkr för perioden vilket är 0,2 mnkr högre än budget för året.

Bedömning av bolagets interna kontroll

Bolaget bedömer att den interna kontrollen under år 2022 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

Nedan redovisas en sammanfattning av bolagets insatser under året och den gångna perioden för de ägardirektiv som kopplas till verksamhetsområdesmålet. Notera att flera av dessa också redovisas i sammanställningen av bolagets uppföljning av näringslivspolicyn under verksamhetsområdesmål 2.1 liksom i den särskilda redovisningen *bilaga 1 Uppföljningsrapport Näringsliv*.

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 utrikes födda, har fortsatt under året. Både Stockholm Scaleup Program, som syftar till att få fler från stadens prioriterade målgrupper att växla upp sina företag och Starta eget Stockholm, nyföretagarrådgivningstjänsten för stockholmare över arton år, har bland annat ställt ut, spridit information och erbjudit rådgivning på plats under Järvaveckan. Förutom det har flera marknadsföringskampanjer kring tjänsten hållits och marknadsföring gjorts via sociala media. Vidare har bolaget drivit sex event i ytterstaden för att öka kännedomen om tjänsterna och bolaget har därutöver ökat sitt arbete med att ge ungdomar en förutsättning till feriejobb inom entreprenörskap. En ny teknisk bokningstjänst har skapats under året för att underlätta både för leverantörer i systemet och för medborgare.

Kopplat till ägardirektivet "Leda och stärka sin centrala funktion i arbetet med den lokala näringslivsutvecklingen i Stockholms stad, i samverkan med stadsdelsnämnderna och berörda nämnder" har bolaget genomfört flera insatser under året. Nedan redovisas dessa i huvuddrag.

Bolaget har intensifierat arbetet med att tillsammans med samarbetspartners ge entreprenörer goda förutsättningar att bidra till utveckling av nya, innovativa samt hållbara lösningar på samhällsproblem. Bland genomförda aktiviteter återfinns Fintech Week, talent impact meetups, Big meet och lanseringen av Impact rapporten. Satsningarna har till stor del gjorts i samverkan med näringslivet.

Bolaget har vidare under året deltagit i styrgruppen för Region Stockholms projekt "Besök Framtiden" där insatser riktade till besöksnäringens företag har genomförts i samverkan med Almi. Bolaget har under året också aktivt arbetat med att öka kännedomen om Integrationspaktens arbete, internt samt inom besöksdestinationen. Informationstillfällen och nyhetsbrev har ägnats åt paktens arbete och den roll som besöksnäringen har i att skapa instegsjobb. Information om Integrationspaktens arbete har spridits i bolagets kanaler riktade till destinationens aktörer samt stadens bolag och nämnder.

Tillväxt- och utvecklingsfrågor har under året och den gångna perioden drivits genom samverkan inom bolaget och i nära samarbete med kommunstyrelsen för att utveckla relevanta tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser som underlag för detta arbete och som ett led i att stödja berörda nämnder i näringslivsarbetet.

Bolaget har under året också arbetat aktivt med omvärldsbevakning kopplat till tillväxt och entreprenörskap och har påbörjat ett arbete med att definiera nyckeltal kring hur utvecklingen av näringslivet i Stockholm bäst kan mätas. Arbetet med att skapa forum tillsammans med branschföreningar gällande analys, statistik och omvärldsbevakning har under perioden fortsatt.

Konceptet för mötesplats och dialog med det lokala näringslivet har under året vidareutvecklats inom ramen för företagsdialog i stadens stadsdelsområden. Bolaget har under perioden i samarbete med berörda nämnder i staden berett, planerat samt genomfört företagsdialoger i stadens stadsdelsområden. Under den gångna perioden har dialogmöten förts i Spånga-Tensta, Bromma, Kungsholmen och Hägersten Älvsjö. I det sistnämnda stadsdelsområdet genomfördes ett specialprogram i samarbete med stadsdelsförvaltningen och Företagsgrupperna i Stockholm med prisutdelning av Årets lokala företag och mingelutställning. Under året har också en kontinuerlig dialog förts med stadens Företagsgrupper och genom deras medlemmar skapas större kontaktnät. Bolaget har vidare under perioden berett och föreslagit prioriterade ärenden och diskussionspunkter i stadens FC/BC för näringslivsfrågor på kontinuerlig basis.

Ett aktivt samarbete med stadsdelsnämndernas näringslivskontakter har drivits under året för att implementera åtgärder och aktiviteter som uppfyller näringslivspolicyns intentioner. Bolaget har under perioden också medverkat i och både genom en stadenintern arbetsgrupp liksom representation i styrgruppen för Skärholmens "Växla upp" arbete drivit flera åtgärdsplaner.

Bolaget har under året löpande bidragit med näringslivsperspektivet in i stadens arbete. Arbetet har bland annat skett genom att via tillväxtfrämjande arbete skapa förutsättningar för fler företag och arbetstillfällen i stadens alla delar. Ett planeringsarbete har inletts för att på ett systematiskt sätt kunna identifiera tillväxthinder i ett antal prioriterade branscher för att bidra med kunskapsunderlag i stadens förbättringsarbete.

Bolaget har vidare medverkat i "Position Stockholm City" - ett samverkansforum där stadens tjänstemän och fastighetsägare ingår med syfte att främja platsutveckling tillsammans i city. Under perioden har bolaget bl a involverat aktörerna i det uttag för

Stockholm kallat "Stockholm Line Up" och i Mästerskapsprojektet i syfte att främja platssamverkan och platsaktivering. Bolaget har under den gångna perioden också arbetat med att bidra till genomförandet av Pilotprojekt Klara och i samverkan arbetat fram en projektplan, en tidplan samt haft ett första möte med relevanta aktörer i City.

Under året har ett sk. Executivesamtal genomförts med VD:ar från utvalda aktörer i destinationen för att inleda ett fördjupat, återkommande, samtal om strategiska samverkansområden relevanta för destinationens utveckling. Utöver detta har återkommande samtal och dialogmöten skett inom olika ämnesområden, såsom dialogmöten för marknadschefer och evenemangsarrangörer skett. Kunskapsunderlag om besöksnäringens förutsättningar och behov har publicerats på bolagets hemsida stockholmforprofessionals.com och kommunicerats till näringslivet samt till stadens nämnder och bolag. Arbetet med att samla in fakta och statistik om turismen i Stockholm fortsätter i samarbete med destinationens aktörer för att på så sätt få en ökad gemensam kunskap om målgruppernas beteenden. Särskilda satsningar har gjorts i samarbete med kulturnämnden med syfte att sammanställa regler och tillstånd och på så sätt underlätta för verksamheter som är öppna kvälls- och nattetid.





Arbetet med att organisera företagarföreningar med fokus på Tensta och Skärholmen har fortsatt under året. Bolaget har även genomfört olika besök hos flera ideella organisationer lokalt och haft dialog med deras medlemmar kring vikten av samarbetet med stadsdelsnämnder och andra aktörer för att öka tryggheten. Inom ramen för företagsdialogen har staden fört fram trygghetsfrågorna med stadens berörda nämnder i syfte i att förbättra den fysiska miljön i det offentliga rummet och göra det svårare att utföra oönskade handlingar som stör näringslivet.

Genom regelbundna möten med stadsdelsnämndernas näringslivskontaktpersoner har bolaget haft en dialog om olika insatser som görs och planeras i respektive stadsdel för att öka tryggheten för näringslivet och medborgare. Ett seminarium genomfördes i november med de berörda och kommunstyrelsens enhet för trygghet och brottsförebyggande arbete.

Bolaget har på uppdrag av kommunstyrelsen och i samarbete med exploateringsnämnden genomfört "Medborgardialog Besöksnäringen" med syfte att undersöka målgruppens allmänna inställning till besökare i hemstaden Stockholm. Undersökningen visar bland annat att nära nio av tio stockholmare är positiva till att det kommer besökare till Stockholm och fyra av tio upplevde Stockholm som en sämre plats då det var färre evenemang och turister under 2020-2021. Resultatet blir ett viktigt underlag för vidareutveckling av stadens arbete för en hållbar och långsiktigt växande besöksnäring, men också specifikt för platsutveckling i stadens olika delar.

Bolaget har vidare under året deltagit i samverkansprojektet DMOCracy Now, tillsammans med 21 andra destinationsbolag från storstäder inom det europeiska nätverket City Destinations Alliance (City DNA), kartlagt och skapat insikter om turismens roll och betydelse i samhällsutvecklingen. För att synliggöra stadens värdskap och bidra till tryggare miljöer genomförde bolaget, i samarbete med trafiknämnden, ett pilotprojekt där hänvisningsskyltar till utvalda besöksmål kompletterades med QR-koder för att förstärka den digitala turistserVICEN.

Bolaget har under året fortsatt verkat för att stärka och marknadsföra Stockholm som attraktiv plats för talanger (not. fr.om. 2023 benämnt som kompetensattraktion). Ett antal talent meetups har genomförts under året där pitchande bolag och investerarpaneler har deltagit. Verksamheten har genomförts löpande under hela året och förutom via meetups också via Impact Job fair som är en jobbmässa inom hållbarhetsområdet som lockade många internationella talanger. Vidare har också en talanglunch under Creative Tech Week genomförts samt att bolaget har deltagit på Sime 2022 samt på Holiday Talent Meetup. Syftet med talangträffarna har främst varit att bidra med aktiviteter som får talangerna att bottna i staden och därmed får talangerna att stanna längre i staden för att kunna ta högkvalificerat arbete på arbetsmarknaden, ofta i roller där det saknas kompetens, och att i förlängningen bidra till ökade skatteintäkter och bidra till Sveriges innovationskraft. Bolaget har under året också tagit fram en digital "praktisk guide" som kan skickas till arbetsgivare som rekryterar internationella talanger för att underlätta för talangerna och deras "mjuklandning" i Stockholm samt för arbetsgivarnas "onboarding" av internationella talanger.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Främja och stötta nyföretagande och entreprenörskap, bland annat genom kundvalsmodeller Starta eget Stockholm för att bidra till tillväxt med fokus på kvinnliga entreprenörer, personer med funktionsnedsättning, ungdomar, entreprenörer i ytterstaden med särskilt fokus på utsatta områden samt utrikes födda	 Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är boende i ytterstaden med fokus på utsatta områden samt utrikes födda Analys	28 %	10 %	
	 Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är kvinnor Analys	54 %	50 %	
	 Andel kunder som tar del av	11 %	15 %	


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>nyföretagarrådgivning och är ungdomar/unga vuxna mellan 18-25 år</p> <p>Analys</p> <p>I slutet av november uppnåddes en andel av 11% unga vuxna som användare i modellen, vilket är en ökning med 3% från föregående år, då siffran låg på 8%. Det är en bit kvar för att nå målet om 15% men med fortsatta kampanjer riktade till ungdomar, som under året ändå gett ett gott resultat och en ökning av deltagandet hos målgruppen ser bolaget att målet framöver kommer kunna nås även om arbetet behöver vara långsiktigt. Vidare förs samverkansdiskussioner med Unga Företagare och Utbildningsförvaltningen för att ytterligare öka möjligheterna att nå målet under 2023.</p>			
				<p>✓ 1. Bidra till att fler ser entreprenörskapet som en möjlighet att utveckla innovativa och hållbara lösningar i samverkan med företags- och branschfrämjande aktörer.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet med att samverka för ökad kännedom om Stockholm som en Impactstad har intensifierats under året tillsammans med arbetet att positionera om Startupscenen från "The Impact Unicorn" till "The home of Impact".</p> <p>Bolaget har genomfört och deltagit i flera evenemang under året. Några exempel är Impact week, Fintech Week, Norrsken talent impact meetups, Big meet och lanseringen av Impact rapporten. Tydligt fokus har varit att bidra till arbetet i näringslivet och inom startupscenen mot en mer hållbar framtid. Bolaget har genomfört Impact week 2022, ett samarbetsprojekt</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>med Norrsken och Sthlm Tech som också involverade flera privata organisationer och bolag både lokalt och internationellt.</p> <p>Ett impact-företag är ett företag som från start har en lösning på ett globalt, eller regionalt problem som går att koppla till något av FN:s 17 globala mål med bevisad påverkan och som driver utveckling framåt i hela branschen. Bolaget ser också att företag inom den traditionella industrin tar hjälp av Impact-bolag för att bli mer innovativa. Därav har det varit av största vikt att öka kännedomen om Impact genom att genomföra en Impactweek som inkluderade många aktörer runt om i staden. Allt fler investerare ser hållbarhet som en viktig aspekt för deras investeringar. Antalet hållbara investeringar ökade mellan 2016 och 2019 med 34 procent globalt.</p> <p>Impact-bolagen är både innovativa, arbetar med avancerad teknik som AI, blockchain, robotik och biotech, och har affärsidéer som linjerar med FN:s globala mål. Bolaget har under året jobbat med att startups och scaleups kan hitta samarbeten, nya sätt att jobba ihop och stärka relationer mellan företag. Impact-företagen är framtidsföretag med goda förutsättningar att växa.</p> <p>Bolaget har under året tillsammans med akademien genomfört Impact Cup (KI, Södertörn och Stockholms Universitet), för att involvera studenter i att anta utmaningen om att hitta hållbara lösningar inom Impact. Vidare har pitchevent tillsammans med Norrsken för att lyfta fram kvinnliga grundare inom Impact genomförts. Under våren var bolaget även involverade i +50 konferensen genom att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bland annat bistått vid internationella besök samt anordnat en meetup på Norrsken House. Under Almedalen samarbetade bolaget vidare med Impact HUB för att öka kännedomen av stadens arbete inom området.</p> <p>Arbetet med Social Impact Academy är påbörjat och fortsätter under 2023.</p> <p>Anledningen till denna förstudie är att allt fler entreprenörer vill kombinera affärsnytta med att ta samhällsansvar, något som inte är helt okomplicerat. Dagens samhällsutmaningar, såsom växande andel äldre, ökande segregation, hög arbetslöshet, klimathot och ökad psykisk ohälsa blir alltmer komplexa då de också påverkas av varandra. Syftet är att undersöka behovet av affärsutvecklingsstöd för samhällsnyttiga aktörer i Stockholmsregionen och se om det finns intresse och behov av nya affärs- respektive finansieringsmodeller för ett mer hållbart entreprenörskap.</p> <p>Förstudien ska visa om det finns nya modeller som kan möjliggöra en högre nivå av innovation för samhällsnytta som framförallt bidrar till att små och medelstora företag snabbt kommer ut på marknaden och kan skala upp sin verksamhet.</p> <p>Arbetet fortsätter under 2023 och kommer vara en viktig del av kartläggningen av sociala företag i Stockholm. Bolaget samverkar med Coompanion för att de ska kunna ge effektivt affärsutvecklingsstöd för samhällsentreprenörskap i Stockholmsregionen.</p> <p>Genom Stockholm Scaleup Program samarbetar bolaget med elva aktörer och hubbar; Celavi Verksamhetsutveckling, Epicenter, Feminvest, I do,</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Institutet för Transition, Kunskapsbolaget, Merandum, Otherways, Rosebud Ventures/The Scaling School, SUP46.</p> <p>Bolagets engagemang i att samarbeta med hubbar inom startup ekosystemet är viktigt. Under året har bland annat Impact tech ekosystemet för att särskilja de olika vertikaler inom tech utförts. Stockholm har en av de snabbast växande startup-scenerna i världen, som inte bara producerar startups utan även föder upp så kallade "unicorns". Stockholm utmärker sig för sin entreprenörsanda och levande kultur av tvärvetenskapligt samarbete.</p> <p>En utmaning för många startup-företag är tillgång till kompetens och kapital. För att underlätta för företagen har bolaget i ett strategiskt samarbete med Feminvest, bistått i arbetet med att fler kvinnor ska få tillgång till investeringar till sina bolag.</p> <p>Bolaget har vidare deltagit i styrgruppen för Region Stockholms projekt "Besök Framtiden" där insatser riktade till besöksnäringens företag har genomförts i samverkan med Almi. Bolaget har under året också aktivt arbetat med att öka kännedomen om Integrationspaktens arbete, internt samt inom besöksdestinationen. Informationstillfällen och nyhetsbrev har ägnats åt paktens arbete och den roll som besöksnäringen har i att skapa instegsjobb. Information om Integrationspaktens arbete har spridits i bolagets kanaler riktade till destinationens aktörer samt stadens bolag och nämnder.</p>
				<p>✓ 2. Via Starta eget Stockholm erbjuda nyföretagarrådgivning till</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadens alla invånare samt rikta insatser mot prioriterade målgrupper för att få fler att starta företag i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Starta eget Stockholm är en rådgivningstjänst för alla stockholmare över 18 år som är folkbokförda i Stockholms stad och är intresserade av att starta eget företag. Därutöver har kommunfullmäktige pekat ut ett antal prioriterade målgrupper där bolaget riktar extra insatser för att öka kännedomen om vilka tjänster som staden erbjuder. De prioriterade målgrupperna är kvinnor, utrikesfödda samt boende i ytterstaden. I juni deltog Starta eget Stockholm på Järvaveckan med primärt syfte att adressera målgrupperna boende i ytterstaden och utrikesfödda. I samband med Järvaveckan annonserades i Mitti och den aktiviteten bedöms haft en räckvidd om ca 385 000 läsare i Ytter- samt innerstaden. Kommunikation genomfördes även i sociala medier. Vidare har sex events riktade mot ytterstaden genomförts under året. Aktiviteterna genomfördes tillsammans med rådgivare inom Starta eget Stockholm i Tensta, Högdalen, Kungens Kurva, Kista och Farsta.</p> <p>Bolaget har under året samverkat med Feminvest, genomfört pitchevent med kvinnliga grundare med fokus på hållbarhet. I samband med alla events har Scaleup och Starta eget Stockholm presenterats för att öka kännedomen om de program som drivs av staden. Under tertialet noteras 54% andel kvinnor som registrerade i tjänsten Starta eget Stockholm, vilket är över årsmålet.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Ett fortlöpande arbete för att stärka kommunikationen kring Starta eget Stockholm samt utveckling av de digitala förutsättningarna för att ge kommuninvånarna bästa möjliga förutsättningar att delta i stadens rådgivningsmodell har skett under året. Vidare har en ny kampanj tagits fram och genomförts under året och en ny teknisk bokningstjänst har lanserats för att underlätta för både rådgivare samt intresserade medborgare.</p> <p>Marknadsföringskampanjer har genomförts under September och Oktober samt under November och December där modellerna representerar mångfald och där bolaget hoppas att erbjudandet Starta eget Stockholm upplevs som inspirerande och attraktivt. Kampanjen har nått goda resultat. I november nåddes en andel av 28% från ytterstaden som tagit del av modellen. För perioden November uppnåddes en andel av 54% kvinnor som deltagit i modellen.</p> <p>I slutet av November uppnåddes en andel av 11% av unga vuxna som är användare i modellen. Detta är en ökning från 8% och kan vara ett resultat av att kampanjerna har haft effekt.</p>
 Leda och stärka sin centrala funktion i arbetet med den lokala näringslivsutvecklingen i Stockholms stad, i samverkan med stadsdelsnämnderna och berörda nämnder				<p>✓ 1. Tillhandahålla en central funktion för att utifrån analys och omvärldsbevakning bidra till tillväxt och utveckling i staden.</p> <p>Analys</p> <p>Tillväxt- och utvecklingsfrågor har under perioden drivits genom samverkan inom bolaget och i nära samarbete med kommunstyrelsen för att utveckla relevanta tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>som underlag för detta arbete och som ett led i att stödja berörda nämnder i näringslivsarbetet.</p> <p>Bolaget har under året arbetat aktivt med omvärldsbevakning kopplat till tillväxt och entreprenörskap och har påbörjat ett arbete med att definiera nyckeltal kring hur utvecklingen av näringslivet i Stockholm bäst kan mätas. Arbetet med att skapa forum tillsammans med branschföreningar gällande analys, statistik och omvärldsbevakning har under perioden fortsatt.</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>Konceptet för mötesplats och dialog med det lokala näringslivet har under året vidareutvecklats inom ramen för företagsdialog i stadens stadsdelsområden. Bolaget har under perioden i samarbete med berörda nämnder i staden berett, planerat samt genomfört företagsdialoger i stadens stadsdelsområden. Under den gångna perioden har dialogmöten förts i Spånga-Tensta, Bromma, Kungsholmen och Hägersten Älvsjö. I det sistnämnda stadsdelsområdet genomfördes ett specialprogram i samarbete med stadsdelsförvaltningen och Företagsgrupperna i Stockholm med prisutdelning av Årets lokala företag och mingelutställning. Under året har också en kontinuerlig dialog förts med stadens Företagsgrupper och genom deras medlemmar skapas större kontaktnät. Bolaget har vidare under perioden berett och</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>föreslagit prioriterade ärenden och diskussionspunkter i stadens FC/BC för näringslivsfrågor på kontinuerlig basis.</p> <p>Bolaget har under året ansvarat för och projektlett finansborgarrådets rådgivande grupp Mayor's Advisory Board med syfte att i gruppen diskutera hur man tillsammans kan ta sig an de olika utmaningar som Stockholm står inför och arbeta för att hitta nya, kraftfulla lösningar. Mayor's Advisory Board avslutades i och med valet 2022.</p>
				<p>✔ 3. Bidra till att säkerställa goda förutsättningar för företagande i hela staden.</p> <p>Analys</p> <p>Ett aktivt samarbete med stadsdelsnämndernas näringslivskontakter har drivits under året för att implementera åtgärder och aktiviteter som uppfyller näringslivspolicyns intentioner. Frågor kring trygghet och platsutveckling har under perioden behandlats i samband med genomförda företagsdialoger i ett urval av stadens stadsdelsområden under perioden. Bolaget har under perioden också medverkat i och både genom en stadenintern arbetsgrupp liksom representation i styrgruppen för Skärholmens "Växla upp" arbete drivit flera åtgärdsplaner.</p> <p>Bolaget har under året löpande bidragit med näringslivsperspektivet in i stadens arbete. Arbetet har bland annat skett genom att via tillväxtfrämjande arbete skapa förutsättningar för fler företag och arbetstillfällen i stadens alla delar. Ett planeringsarbete har inletts för att på ett</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>systematiskt sätt kunna identifiera tillväxthinder i ett antal prioriterade branscher för att bidra med kunskapsunderlag i stadens förbättringsarbete. Under året har bolaget bland annat skrivit samarbetsavtal med DI gasell och deltagit under en nätverksträff med tillväxtföretag (gaseller) för att prata om tillväxt. Bolaget har också genom ett samarbetsavtal med Ungdrive gett 75 000 ungdomar i Stockholm möjlighet att använda Ungdrives app som enkelt hjälper ungdomar under 18 år och deras målsmän att förstå hur de ska deklarerat försäljning av tjänster och produkter. Detta möjliggör att ungdomar kan komma igång med företagande aktiviteter innan de fyllt 18 år och kan starta sitt eget företag. Ungdrive har kontinuerligt informationsmöten inför loven som introducerar ungdomarna & målsmän till hur de kan skapa en verksamhet.</p> <p>Bolaget har vidare medverkat i "Position Stockholm City" - ett samverkansforum där stadens tjänstemän och fastighetsägare ingår med syfte att främja platsutveckling tillsammans i city.</p> <p>Stadsinnovationsgruppen har bland annat arbetat med Vasakronans utveckling av Sergelgatan samt analyserat "Program för city" och dess betydelse för det gemensamma arbetet. Vidare har Trygghetsfrågor diskuterats med SBK, TK och Vasakronan. Under perioden har bolaget involverat aktörerna i det uttag för Stockholm kallat "Stockholm Line Up" och i Mästerskapsprojektet i syfte att främja platssamverkan och platsaktivering.</p> <p>Bolaget har under perioden</p>







Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>arbetat med att bidra till genomförandet av Pilotprojekt Klara och i samverkan arbetat fram en projektplan, en tidplan samt haft ett första möte med relevanta aktörer i City. Pilotprojektet Klara/Åga Rum i samverkan med stadsdelarna Normalm och Rinkeby-Kista samt Trafikkontoret/Levande Stockholm, Fryshuset, Handelshögskolan och Fastighetsägarna har tvingats pausa arbetet då projektägaren City i Samverkan genomfört rotation av medarbetare knutna till projektet. Tidsförskjutningen med efterföljande omprioritering och förutsättningar har resulterat i att en gemensam bedömning gjorts att inte fortsätta driva projektet i dess nuvarande konstellation. Upparbetade kontakter och idéer för fortsatt ökad medborgardialog kopplat till platsutveckling innerstad och ytterstad tas om hand i bolagets ordinarie verksamhet.</p>
				<p>✔ 4. Utveckla besöksdestinationen i dialog med näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har ett Executivesamtal genomförts med VD:ar från utvalda aktörer i destinationen för att inleda ett fördjupat, återkommande, samtal om strategiska samverkansområden relevanta för destinationens utveckling. Utöver detta har återkommande samtal och dialogmöten skett inom olika ämnesområden, såsom dialogmöten för marknadschefer och evenemangsarrangörer skett.</p> <p>Bolaget har aktivt bidragit till att lokala företag och aktörer i besöksnäringen har deltagit i stadens Företagsdialoger genom</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bland annat marknadsföring på LinkedIn. Kunskapsunderlag om besöksnäringens förutsättningar och behov har publicerats på bolagets hemsida stockholmforprofessionals.c om och kommunicerats till näringslivet samt till stadens nämnder och bolag. Arbetet med att samla in fakta och statistik om turismen i Stockholm fortsätter i samarbete med destinationens aktörer för att på så sätt få en ökad gemensam kunskap om målgruppernas beteenden. Särskilda satsningar har gjorts i samarbete med kulturnämnden med syfte att sammanställa regler och tillstånd och på så sätt underlätta för verksamheter som är öppna kvälls- och nattetid.</p>
				<p>✓ 5. I samverkan med stadsdelsnämnderna utforma aktiviteter och åtgärder för att stärka trygghet och attraktivitet för det lokala näringslivet</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet med att organisera företagareföreningar med fokus på Tensta och Skärholmen har fortsatt under året. Bolaget har även genomfört olika besök hos flera ideella organisationer lokalt och haft dialog med deras medlemmar kring vikten av samarbetet med stadsdelsnämnder och andra aktörer för att öka tryggheten. Inom ramen för företagsdialogen har staden fört fram trygghetsfrågorna med stadens berörda nämnder i syfte i att förbättra den fysiska miljön i det offentliga rummet och göra det svårare att utföra oönskade handlingar som stör näringslivet.</p> <p>Vidare har bolaget under perioden kontinuerligt fört en dialog med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadsdelsnämnderna och berörda nämnder, samt även på medborgarnivå och genom olika organisationer i ytterstaden informerat om satsningar som pågår kopplat till stadens entreprenörssatsningar; dvs. Starta Eget och Stockholm Scaleup Program. Genom regelbundna möten med stadsdelsnämndernas näringslivskontaktpersoner har bolaget haft en dialog om olika insatser som görs och planeras i respektive stadsdel för att öka tryggheten för näringslivet och medborgare. Ett seminarium genomfördes i november med de berörda och kommunstyrelsens enhet för trygghet och brottsförebyggande arbete.</p> <p>Insatser har under året också gjorts kopplat till ungas möjligheter inom entreprenörskap samt inom besöksnäringen för att bidra till att stärka lokalsamhället, bl a genom feriejobb.</p> <p>Bolaget har på uppdrag av kommunstyrelsen och i samarbete med exploateringsnämnden genomfört "Medborgardialog Besöksnäringen" med syfte att undersöka målgruppens allmänna inställning till besökare i hemstaden Stockholm.</p> <p>Undersökningen visar bland annat att nära nio av tio stockholmare är positiva till att det kommer besökare till Stockholm och fyra av tio upplevde Stockholm som en sämre plats då det var färre evenemang och turister under 2020-2021. Resultatet blir ett viktigt underlag för vidareutveckling av stadens arbete för en hållbar och långsiktigt växande besöksnäring, men också specifikt för platsutveckling i stadens olika delar.</p> <p>Bolaget har under året deltagit i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>samverkansprojektet DMOCracy Now, tillsammans med 21 andra destinationsbolag från storstäder inom det europeiska nätverket City Destinations Alliance (City DNA), kartlagt och skapat insikter om turismens roll och betydelse i samhällsutvecklingen. Slutrapporten levereras under 2023.</p> <p>För att synliggöra stadens värdskap och bidra till tryggare miljöer genomförde bolaget, i samarbete med trafiknämnden, ett pilotprojekt där hänvisningsskyltar till utvalda besöksmål kompletterades med QR-koder för att förstärka den digital turistserVICEN. Stadsdelsguider producerades och publicerades på visitstockholm.com.</p>
<p> Leda och vidareutveckla arbetet med International House och talangattraktion i samarbete med arbetsmarknadsnämnden. Till exempel genom EU:s initiativ för talangrekrytering.</p>				<p>✓ 1. Verka för att stärka Stockholm som attraktiv plats för talanger samt för att marknadsföra Stockholm som attraktiv plats för talanger. .</p> <p>Analys</p> <p>Ett antal talent meetups har genomförts under året där pitchande bolag och investerarpaneler har deltagit. Verksamheten har genomförts löpande under hela året och förutom via meetups också via Impact Job fair som är en jobbmässa inom hållbarhetsområdet som lockade många internationella talanger. Vidare har också en talanglunch under Creative Tech Week genomförts samt att bolaget har deltagit på Sime 2022 samt på Holiday Talent Meetup. Syftet med talangträffarna har främst varit att bidra med aktiviteter som får talangerna att bottna i staden och därmed får talangerna att stanna längre i staden för att</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>kunna ta högkvalificerat arbete på arbetsmarknaden, ofta i roller där det saknas kompetens, och att i förlängningen bidra till ökade skatteintäkter och bidra till Sveriges innovationskraft.</p> <p>Bolaget har under året också tagit fram en digital "praktisk guide" som kan skickas till arbetsgivare som rekryterar internationella talanger för att underlätta för talangerna och deras "mjuklandning" i Stockholm samt för arbetsgivarnas "onboarding" av internationella talanger.</p>
				<p>✔ 2. Arbeta för att fler internationella talanger attraheras till Stockholm samt bidra till kompetensförsörjningen i både svenskägda och internationellt ägda bolag i Stockholmsregionen.</p> <p>Analys</p> <p>Ett antal talent meetups har genomförts under året där pitchande bolag och investerarpaneler har deltagit. Verksamheten har genomförts löpande under hela året och förutom via meetups också via Impact Job fair som är en jobbmässa inom hållbarhetsområdet som lockade många internationella talanger. Vidare har också en talanglunch under Creative Tech Week genomförts samt att bolaget har deltagit på Sime 2022 samt på Holiday Talent Meetup. Syftet med talangträffarna har främst varit att bidra med aktiviteter som får talangerna att bottna i staden och därmed får talangerna att stanna längre i staden för att kunna ta högkvalificerat arbete på arbetsmarknaden, ofta i roller där det saknas kompetens, och att i förlängningen bidra till</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ökade skatteintäkter och bidra till Sveriges innovationskraft.</p> <p>Bolaget har också lyft talanfrågan under ett antal seminarier under året, då frågan är högt prioriterad från näringslivet och planering för fortsatt arbete under 2023 har påbörjats.</p> <p>Bolaget har under året också tagit fram en digital "praktisk guide" som kan skickas till arbetsgivare som rekryterar internationella talanger för att underlätta för talangerna och deras "mjuklandning" i Stockholm samt för arbetsgivarnas "onboarding" av internationella talanger.</p>
	<p>  Antal aspiranter som fått Stockholmsjobb</p> <p>Analys</p>	0 st	0 st	<p>✓ 3. Bidra till att fler internationella företag ser Stockholm som en attraktiv plats utifrån tillgång till talanger.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har lyft den prioriterade talangfrågan under ett antal seminarier under året och planerar för fler seminarier under kommande år. Utöver detta har också innehåll producerats och publicerats på bolagets internationella webbplatser samt i sociala kanaler och nyhetsbrev för att ytterligare stärka budskapet om att Stockholm är en stark talanghub. Detta har skett både med fokus på A Woman's Place och internationella talanger.</p>
	<p>  Antal tillhandahållna platser för feriejobb</p> <p>Analys</p>	130	80 st	
	<p>  Antal tillhandahållna platser för kommunala visstidsanställningar</p>	0	0 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	Analys			
	 Antal tillhandahållna platser för Stockholmsjobb Analys	0	0 st	
	 Antal ungdomar som fått feriejobb i stadens regi Analys	0 st	0 st	

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



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				 Nämnder och bolagsstyrelser ska omsätta lärdomar från krishanteringen av pandemin i uppdaterad beredskapsplanering, såsom krisledningsplanering, kontinuitetsplanering och krisledningsövningar Analys Under året har SBRs krisledningsplaneringen reviderats och bolaget har numera en krisledningsorganisation med funktionsindelad stab. Vidare har en utbildning i krisberedskap och stabsmetodik genomförts för bolagets krisledningsorganisation och en krisövning, med fokus på dialog, har genomförts med utgångspunkt i bolagets krisledningsorganisation och funktionsindelad stab.

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 har under året fortsatt att utveckla och positionera Stockholm mot investerare, företag, besökare och att attrahera internationell kompetens. Bolaget har under året fortsatt 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.

Bolaget 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.

Inom ramen för näringslivsuppdraget till stadens verksamheter finns ett särskilt fokus att stärka dialogen med det lokala näringslivet där bolaget ska leda tillväxt- och utvecklingsarbetet mot denna målgrupp. I detta ingår att stärka kommunikationsarbetet vilket ställer stora krav på samordning inom staden och effektiva arbetssätt. Bolaget har under året i nära samarbete med stadsledningskontoret drivit ett utvecklingsprojekt för att stärka stadens förmåga till samordnad kommunikation gentemot det lokala näringslivet. Projektet har tagit fram förslag på tydlig struktur, synkronisering och samordning, samt tydliggjort gränsdragningar och ansvarsområden mellan stadens samtliga förvaltningar och bolag. Arbetet med en kommunikationsplattform för stadens service och myndighetsutövning har påbörjats under året bland annat genom en vägledning för tydligare kommunikation kopplat till kommunikation i stadens sociala kanaler och utveckling av nyhetsbrev som omfattar kommunikation om stadens samlade företagsservice till näringslivet.

Bolaget har under året och den gångna perioden fortsatt arbetet med att synliggöra stadens näringslivsarbete och vikten av ett starkt företagsklimat för stadens alla medarbetare. Bolaget har bl a medverkat till att ta fram och sprida information om stadens grundutbildning om näringslivets betydelse samt i nära samarbete med stadsledningskontoret bistått i att ta fram en fördjupad näringslivsutbildning för stadens medarbetare som har en närmare kontakt med näringslivet.

Notera att bolaget även under övriga verksamhetsområdesmål i denna verksamhetsberättelse redovisar uppdrag och insatser under året och den gångna perioden som kopplar till näringslivspolicyns samtliga fyra fokusområden. Nedan följer emellertid en sammanfattande redovisning av bolagets arbete under året och den gångna perioden indelat under näringslivspolicyns fyra fokusområden. En mer utförlig redogörelse av bolagets insatser och uppföljning av näringslivspolicyn hänvisar bolaget till *bilaga 1 Uppföljningsrapport Näringsliv*.

Stimulera tillväxt och företagsamhet

Under året har arbetet för att via Starta eget Stockholm erbjuda nyföretagarrådgivning till stadens invånare fortsatt. Att fortsätta öka kännedomen om rådgivningsmöjligheten till fler kommuninvånare är viktigt och därför har både kampanjer och deltagande under Järvaveckan genomförts. Ett större arbete med att stärka de digitala förutsättningarna för systemet har utförts och en ny bokningstjänst har lanserats under året. Utifrån de av kommunfullmäktige utpekade prioriterade målgrupperna har bolaget riktat extra insatser för att öka kännedomen om vilka tjänster som staden erbjuder till dessa målgrupper som är kvinnor, utrikesfödda samt boende i ytterstaden. Förutom deltagande i Järvaveckan har annonsering skett i Mitti med stor räckvidd samt via kommunikation i sociala medier och via flera större marknadsföringskampanjer. Vidare har sex olika events riktade till ytterstaden genomförts under året.

Arbetet med Stockholm Scaleup Program för att få fler personer från prioriterade målgrupper att växla upp sina företag har fortsatt under året i samarbete med elva aktörer och hubbar. Inom ramen för programmet har också satsningar skett på kvinnors entreprenörskap i samverkan med Norrskan och Feminvest vilket syftat till att visa upp bolag inom hållbarhet som drivs av kvinnor samt för att presentera vilket stöd staden erbjuder. Även initiativet A Woman's place har lyfts.

Bolagets engagemang i att samarbeta med hubbar med startup ekosystemet är viktigt. Stockholm har en av de snabbast växande startup-scenerna i världen, som inte bara producerar startups utan även föder upp så kallade "unicorns". Stockholm utmärker sig för sin entreprenörsanda och levande kultur av tvärvetenskapligt samarbete. Bolaget har samverkat med startup hubbar och arbetat utifrån startup ekosystemets största utmaningar, dvs att få tillgång till kapital och kompetens.

Bolaget har under året fortsatt verkat för att stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer, miljöteknik och hållbarhet; bland annat genom att positionera Stockholm som en internationellt ledande testmiljö för hållbara innovationer och centrum för så kallade Impact företag. Ett Impact företag är ett företag som från start har en

lösning på ett globalt, eller regionalt problem som går att koppla till något av FN:s 17 globala mål med bevisad påverkan och som driver utveckling framåt i hela branschen. Tydligt fokus har varit att bidra till arbetet i näringslivet och inom startupscenen mot en mer hållbar framtid. För att öka etableringarna av fler innovativa och miljösmarta företag i Stockholm har bolaget bland annat fortsatt verka för att främja fler etableringar och tillväxtföretag via Stockholm Green Innovation District.

Bolaget har under perioden arbetat vidare internationellt utifrån Stockholm – the Home of Impact som släpptes av Finansborgarrådet i samband med +50 konferensen och medverkat på ett antal aktiviteter såsom; Nordisk samlingsmonter under BIO i USA och Datacloud Global Congress. Bolaget tog under året också fram ett "presskit" med Stockholm Sustainability Stories i samarbete med kommunstyrelsen och berörda nämnder som första gången användes under Stockholm+50.

Bolaget har vidare under året arbetat aktivt med omvärldsbevakning kopplat till tillväxt och entreprenörskap och har påbörjat ett arbete med att definiera nyckeltal kring hur utvecklingen av näringslivet i Stockholm bäst kan mätas. Ett arbete med att skapa forum tillsammans med branschföreningar gällande analys, statistik och omvärldsbevakning har påbörjats. Vidare har bolaget tillsammans med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden bistått i arbetet med att ta fram tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser för att stödja berörda nämnder i sitt näringslivsarbete. Regelbunden dialog har förts med både branschföreningar och företag för att på bästa möjliga sätt fånga upp företagens synpunkter och behov.

Bolagets dialog med besöksnäringens aktörer och företag har stärkts under året och den gångna perioden. Utöver detta har återkommande samtal och dialogmöten skett inom olika ämnesområden, såsom dialogmöten för marknadschefer och evenemangsarrangörer skett. Bolaget har även initierat och genomfört ett antal Evenemangsforum som har lett till ökad dialog, erfarenhetsutbyte och samverkan mellan deltagarna och mellan deltagarna och Stockholms stad. Bolaget har vidare särskilt riktat insatser för att stärka Stockholms prestation i Global Destination Sustainability Index 2022 som årligen utvärderar, jämför och rankar hållbara destinationer i världen.

Bolaget har under perioden fortsatt skapat förutsättningar för företagens omställningsbehov och destinationens återstart utifrån pandemins och Ukrainakrigets effekter på besöksnäringen genom framtagande och spridning av kunskapsunderlag så som insikter, nulägesanalyser och framtidsbedömningar för besöksdestinationen Stockholm. I syfte att rusta företag i besöksdestinationen Stockholm för nya förutsättningar drivna av kundernas ändrade krav och förväntningar har projekt Omställning Stockholm med finansiering från EU och Tillväxtverket fortsatt tillhandahålla utbildnings- och erfarenhetsutbytestillfällen, samverkansarenor och ny digital plattform.

Vidare har dialogen med stadens förvaltningar och bolag fördjupats under året för att bidra med kunskap i besöksnäringens frågor. I syfte att bidra till Citys återstart genom stärkt platsutveckling och samverkan har bolaget medverka i projekt Position Stockholm City tillsammans med besöksnäringen, fastighetsägare och handel.

Bolaget har under året utvecklat och implementerat ny marknadsföringsinsats, Stockholm Line Up i sociala media och på skyltar i drygt 60 svenska städer samt i Finland. Arbetet har skett i samverkan med besöksnäringens aktörer.

Marknadsföringsinsatsen ger bolaget och aktörerna möjlighet att marknadsföra Stockholms breda utbud av evenemang och konserter i gemensamma och egna kanaler gentemot nationell målgrupp och närmaknader.

Bolaget har under året genomfört bearbetning av närmaknader, däribland den finska marknaden, i samarbete med besöksnäringen. Intresset från media har under året varit stort och relevanta mediekkanaler har publicerat inslag som marknadsfört insatsen brett, i Sverige samt i Finland.

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor har fortsatt inom Stockholm Business Alliance med syftet att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft och bidra till fler internationella investeringar. Vidare har bolaget under året återaktiverat sitt mer proaktiva investeringsfrämjande arbete efter pandemin och kan se att intresset från utländska bolag att etablera sig i Stockholmsregionen under året varit förhållandevis stort, trots orosfaktorer i marknaden såsom kriget i Ukraina, inflationen, elpriser etc. som alla är risker som växer och som bolaget kontinuerligt bevakar. Bolaget har vidare under den gångna perioden inlett arbete med att stödja och bidra stadens referensarbete kopplat till uppdateringen av den regionala utvecklingsplanen för Stockholmsregionen (RUF) – ett arbete som kommer intensifieras under 2023. Bolaget har även deltagit med representant i arbetsgrupp liksom styrgrupp för Region Stockholm nya projekt "Besökskraft Stockholmsregionen"- ett projekt som ska undersöka behov och förutsättningar för en regional struktur/arena som ska stärka och främja en hållbar utveckling av besöksnäringen i Stockholms län.

För att stärka den internationella tillgängligheten med flyg har bolaget under året och den gångna perioden 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. Bolaget har vidare under året och den gångna perioden fortsatt med det viktiga arbetet att verka för ökad internationell tillgänglighet till Stockholm med tåg i samarbete med regionala, nationella och internationella aktörer.

Tillsammans med Stockholms Hamnar AB och exploateringsnämnden har bolaget verkat för att utveckla Frihamnspiren för kryssningsfartyg, företagande och innovation. I syfte att öka resandet till Stockholm har bolaget också bland annat etablerat forum för kunskapsutbyte inom naturism med Stockholms Hamnar. Genom Cruise Baltic deltar också bolaget tillsammans med Stockholms Hamnar även i det arbete som resulterat i "manifestet" som tagits fram där 29 destinationer och ett antal rederier samarbetar för att öka medvetenheten om hållbarhetsfrågorna inom kryssningsbranschen globalt.

Under året har insatser genomförts i samverkansprojektet Stockholm Archipelago tillsammans med skärgårdskommunerna och Skärgårdsstiftelsen. Fokus har varit att ta fram bokningsbara, hållbara paket för att marknadsföra skärgårdens reseanledningar och utbud riktat till besökare som är intresserade av naturupplevelser under framförallt perioden augusti-oktober.

Inom uppdraget servicekedjor (sedan 2022 benämnt "Etableringsservice") har under perioden arbetet i enlighet med uppdragets handlingsplan fortskridit. Handlingsplanens syfte har varit att utveckla etableringsservicen inom staden och säkerställa att kontaktvägar för etablering är tydliga och effektiva. Bolaget har under året haft löpande kontakter med

näringslivet och tillsammans med exploateringsnämnden haft en särskild roll som samordnare för etableringsservicen. Etableringsservicen har under året stärkts inom staden, med fler gemensamma forum samt möten för att sprida information om uppdraget. Redogörelse för etableringslotsfunktionen och samordning av Etableringsservicen under 2022 har sammanställts i en årsrapport – som följs med som en separat bilaga till bolagets verksamhetsberättelse.

Bolaget har under året färdigställt en ramberättelse och budskapsplattform för positionering av besöksdestinationen Stockholm som Good Food City. Arbetet har resulterat i en Good Food Guide 1.0 där Stockholmsambassadörer delar med sig av personliga tips på hållbara måltidsupplevelser och lokalproducerad mat och dryck.

Bolaget har tillsammans med Stockholmsmässan arbetat med att attrahera stora möten och kongresser. Bolaget har vidare fortsatt arbetet med att stärka Stockholm som attraktivstad för internationella akademiska möten i samverkan med företag, akademi och Stockholms Science City med flera.

Bolaget har vidare under året och den gångna perioden fortsatt lyft in näringslivsperspektivet i stadens stadsutvecklingsprojekt genom medverkan dels i stadsinterna samordningsgrupper. Flera mötesserier med ett urval fastighetsbolag har också förts under året och den gångna perioden under bolagets ledning och i samarbete med Fastighetsägarna Stockholm samt stadsbyggnadsnämnden och exploateringsnämnden för att diskutera planerade arbetsplatser i förhållande till bedömd arbetsplatspotential i Stockholm. Bolaget har också fortsatt föra en dialog med Kista Limitless, 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 vidare under året och den gångna perioden medverkat i och både genom en stadsintern arbetsgrupp liksom representation i styrgruppen för Skärholmens "Växla upp" arbete drivit flera åtgärdsplaner.

Förbättrad service, tillgänglighet och myndighetsutövning

Bolaget har genom flera insatser under året och den gångna perioden stimulerat ett attraktivt värdskap i samarbete med besöksdestinationens aktörer. Bolaget har i dialog med besöksnäringens aktörer tagit fram informationsmaterial, digitalt och fysiskt, för att stärka aktörernas förmåga att ta emot och bemöta besökare.

Konceptet för mötesplats och dialog med det lokala näringslivet har under året vidareutvecklats inom ramen för företagsdialog i stadens stadsdelsområden. Bolaget har under året i samarbete med berörda nämnder i staden berett, planerat samt genomfört företagsdialoger i stadens stadsdelsområden.

Partnerskapet SBA syftar till att förbättra näringslivsservicen i hela regionen samt vässa regionen i NKI (nöjd kund-index) och NUI (nöjd upphandlings-index) frågor. Dialoger och föredragningar har under året genomförts med ett flertal SBA-kommuner gällande deras NKI och NUI. Bolaget har i nära samarbete med kommunstyrelsen också bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp under perioden. En djupare analys av de olika förvaltningarnas NKI-resultat inom respektive myndighetsområden har tagits fram. Bolaget har vidare i nära samarbete med kommunstyrelsen under året påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden.

Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet

Bolaget har under perioden fortsatt sitt löpande arbete med att bistå med näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete. Arbetet har fokuserats i både Järva och Skärholmen. Genom regelbundna möten med stadsdelsnämndernas näringslivskontaktpersoner har bolaget haft en dialog om olika insatser som görs och planeras i respektive stadsdel för att öka tryggheten för näringslivet och medborgare.

För att synliggöra stadens värdskap och bidra till tryggare miljöer har bolaget under året, i samarbete med trafiknämnden, genomfört ett pilotprojekt där hänvisningsskyltar till utvalda besöksmål kompletterades med QR-koder för att förstärka den digitala turistservicen.

Bolaget har under året och den gångna perioden bevakat de verksamhetsområden som ska vara fortsatt renodlade i enlighet med översiktsplanen. Arbetet med en uppdaterad analys för fortsatt planering och utveckling av stadens verksamhetsområden har under perioden bedrivits bl a kopplat till historisk utveckling, områdenas attraktivitet och dynamik och beskrivning av fastighetsbeståndet.

Under året har bolaget i samverkan med kulturnämnden bidragit till att implementera stadens nattlivsstrategi genom rapportsläpp av Creative Footprint Stockholm, en mätning av nattlivets inverkan och påverkan på en stad. Bolaget har även kunnat stötta upp diverse kulturaktörer med lotsning kring tillstånd för sitt genomförande.


Ökad tillgång till arbetskraft med relevant kompetens

Bolaget har fortsatt drivit arbetet med att implementera insatserna i den Talangrapport som togs fram 2020, bland annat med ett starkt samarbete med den lokala start-up scenen, hubbar och co-working spaces, samt via publicering av information och artiklar i digitala kanaler för att möta både svenskägda och internationella bolags behov.









Under året, med färdigställande under den gångna perioden, har bolaget i samverkan med arbetsmarknadsnämnden och i samråd med kommunstyrelsen tagit fram en strategi som visar hur staden på ett samlat sätt ska arbeta med kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv.

Bolaget har erbjudit 100 ungdomar sommarjobb inom entreprenörskap för att uppmuntra och ge kunskap om eget företagande, samt 30 platser inom besöksnäringen.

Bolaget har vidare under året regelbundet deltagit i samarbets- och dialogforum inom ramen för kompetensförsörjning, kompetensutveckling och talangattraktion så som exempelvis med Region Stockholm, Stockholm IT Region och branschorganisationer. Bolaget har även haft löpande dialog och bidragit med kontakter till arbetet inom Integrationspakten samt spridit information om rekryteringsevent för att säkerställa besöksnäringens framtida kompetensförsörjningsbehov.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 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>✓ 1. Marknadsföra Stockholm som en hållbar besöksdestination.</p> <p>Analys</p> <p>Stockholm har marknadsförts som en hållbar destination på mässor, workshops och aktiviteter som bolaget deltagit på under året samt i marknadskommunikation riktad till internationella researrangörer. Bolaget har även genomfört möten med internationella tågresearrangörer för att marknadsföra Stockholm som en tågdestination.</p> <p>För att främja tågresande i samband med stora evenemang så inkluderade bolaget SJ i programmet under Riksidrottsförbundets årliga konferens, Mötesplats idrott och destination, för evenemangsarrangörer som genomfördes i Stockholm den 17-18 oktober 2022 med över 150 deltagare som representerade 29 specialidrottsförbund, 40 destinationer och sju av RF-SISU distrikt.</p> <p>Hållbara transporter inom och mellan värdstäderna är en viktig del i de nordiska fotbollsförbundens ansökan om värdskapet för EM i Fotboll för damer 2025. Tilldelningsbeslutet från UEFA har skjutits fram från december 2022 till april 2023 vilket bland annat innebär att frågan om ett eventuellt nordiskt interrailkort har senarelagts.</p> <p>Under året har bolaget haft löpande dialog med SJ, MTRX, Snälltåget och Mälartåg gällande gemensamma pressresor och marknadsföringsaktiviteter.</p>
				<p>✓ 2. Verka för ökad internationell tågillgänglighet genom</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har i samarbete med nätverket SustainableMeet Stockholm genomfört en visningsresa för mötesarrangörer från Danmark, Benelux, Tyskland, Storbritannien och USA med syfte att positionera Stockholm som en hållbar mötesdestination. Bland annat så lyftes tåglinjerna till/från Köpenhamn, Berlin och Hamburg.</p> <p>Kunskapsunderlag om internationella tågförbindelser till Stockholm har producerats och kommunicerats till det lokala näringslivet bland annat i samband med bolagets Executive Meeting den 12 oktober 2022 där cirka 60 aktörer från besöksnäringen deltog.</p> <p>Bolaget har deltagit i arbetet med att utveckla den europeiska databasen TourMIS med målsättning att förbättra tågstatistiken och påvisa värdet av att tågoperatörer delar öppen data. Under 2023 blir det möjligt att visualisera direktförbindelser med tåg mellan större destinationer i Europa.</p> <p>Bolaget genomförde en påstan-undersökning under sommaren som visar tågets betydelse som transportsätt för besöksdestinationen Stockholm. Underlaget nyttjas i bolagets marknadsstrategiska arbete och bidrar till stadens förståelse för besökarnas behov och förväntningar. Statistik om ankommande/avgående tåg till Stockholms Centralstation har redovisats månadsvis i bolagets webbaserade verktyg Stockholm Tourism Barometer.</p>
				<p>✔ 3. Verka för ökad</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tillgänglighet via järnväg till Stockholmsregionen i samverkan med europeiska offentliga aktörer.</p> <p>Analys</p> <p>Ett analysarbete har genomförts av europeisk utbudsdata under året. Analysen ger en förståelse för vilka möjligheter och utmaningar som föreligger för ökad tågtillgänglighet till Stockholm. Vidare har ett visualiseringsarbete kring tågtillgängligheten mellan specifika städer i Europa genomförts av City Destinations Alliance (City DNA, tidigare ECM) för att öka förståelse för tågets betydelse för tillgängligheten, Europeiska databasen TourMIS är i sista test-fasen innan lansering under 2023. Data loggas månatligen i Stockholm Tourism Barometer.</p>
 Bidra till att utveckla Stockholm som turist- och besöksdestination	  Antal företag som medverkar i projektet Omställning Stockholm. Analys	120 st	110 st	
	  Digital interaktion med målgruppen Analys	6,9	3,8 miljoner	
	  Gästnätter Analys	12	12 miljoner	
				<p> 1. Utveckla samverkansforum tillsammans med destinationens intressenter med fokus på destinationens arbete med strategi, analys och omvärldskunskap</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden fortsatt att utveckla arbetssätt i arbetet med samverkansforum där besöksnäringens företag och aktörer på ett mer systematiskt sätt</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tillsammans samverkar och diskuterar gemensamma utmaningar samt framtida möjligheter. Flera forum med fokus på destinationens utveckling, behov och gemensamma insatser har under året genomförts.</p> <p>✓ 2. Utveckla små och medelstora företags förmåga till hållbar affärsutveckling genom ökad kunskap i digitalisering och evenemang</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget leder arbetet med det EU-React finansierade projektet Omställning Stockholm som kommer att avslutas den 30 april 2023. Projektet syftar till att åter etablera Stockholm som ett besöksmål efter pandemin och skapa förutsättningar för besöksnäringen. Under året har bolaget bland annat tagit fram digitala verktyg och genomfört ett flertal webinarier för besöksnäringens företag med fokus på digital marknadsföring.</p> <p>Bolaget har deltagit i arbetet med att ta fram verktyg som ska underlätta för företag i besöksnäringen att vara delaktiga i evenemang. Dessa testas i samband med VM i Handboll för herrar som genomförs i januari 2023.</p> <p>Bolaget har även initierat och genomfört ett antal Evenemangsforum som har lett till ökad dialog, erfarenhetsutbyte och samverkan mellan deltagarna och mellan deltagarna och Stockholms stad. En kompetensutvecklingsinsats med inriktning på Hållbara evenemang har genomförts.</p> <p>Insatserna i projekt Omställning Stockholm har utvärderats löpande och visar mycket goda resultat.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har publicerat samtliga kunskapsunderlag från projektet på bolagets webb samt kommunicerat insikter och resultat i digitala kanaler till företag i besöksnäringen bland annat på LinkedIn.</p>
				<p>✔ 3. Stärka innovation i besöksdestinationen för hållbar destinationsutveckling.</p> <p>Analys</p> <p>Ett hållbarhetsramverk för delar av bolagets verksamhet kopplat till besöksnäringen har implementerats i syfte att inkludera hållbarhetsarbetet i bolagets styrning samt för att förtydliga turismens bidrag till att uppfylla de globala målen för hållbar utveckling. Ramverket utgår från stadens Vision 2040 och innehåller bland annat ett antal prioriterade mål för hållbar utveckling samt metoder och arbetssätt för att skapa en strukturerad intressentsamverkan och intressentdialog.</p> <p>Bolaget har särskilt riktat insatser för att stärka Stockholms prestation i Global Destination Sustainability Index 2022. Arbetet resulterade i att Stockholms placering förbättrades från 22:a till 7:e plats.</p> <p>Bolaget har deltagit på möten och bidragit med kunskap och insikter till Kungliga Djurgårdens Intressenter(KDI) i deras arbete med att, i samarbete med cirka 55 intressenter, utveckla Djurgården som en hållbar destination. Visit Stockholms VD har även medverkat på KDIs styrelsemöten under året.</p> <p>Bolaget har fortsatt arbetet med att stärka Stockholm som attraktivstad för internationella akademiska möten i samverkan med företag, akademi och Stockholms Science City</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>med flera.</p> <p>Bolaget paketerade och spred information om det officiella FN-mötet Stockholm +50 den 2-3 juni 2022 till aktörer i besöksnäringen i syfte att stärka värdskapet och öka kunskapen kring hållbarhet och stora evenemang.</p>
				<p>✔ 4. Stimulera ett attraktivt värdskap i samarbete med besöksdestinationens aktörer</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genomfört riktade insatser för att öka spridningen av värdskapsmaterial genom nyhetsbrev, riktade mail till receptionschefer och inlägg i bolagets digitala kanaler i syfte att stimulera och stärka Stockholms värdskap. Bolaget har också tillgängliggjort kunskapsunderlag på engelska för att nå ut till den ökade andelen engelsktalande personal i besöksnäringen. Materialet finns tillgängligt på websidan Stockholm for Professionals.</p> <p>Bolaget har i dialog med besöksnäringens aktörer tagit fram informationsmaterial, digitalt och fysiskt, för att stärka aktörernas förmåga att ta emot och bemöta besökare. Ett särskilt informationsmaterial på engelska och svenska har tagits fram i samarbete med Taxiförbundet och besöksnäringens bransch- och arbetsgivarorganisation Visita för att öka medvetenheten om hur man som besökare kan välja taxi med omsorg.</p> <p>Under 2022 har bolaget haft löpande kontakt och regelbundet kunskapsutbyte med Stockholm Parkering AB (SPAB) kring uppdatering av information som är relevant för besökare</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>gällande t ex laddplatser för elbilar, sommarparkering, långtidsparkering etc. Bolaget har också bidragit med kommunikationsmaterial till SPABs webb för information riktad till besökare som kommer till Stockholm med bil.</p>
				<p>✓ 5. Utveckla Stockholm som hållbar mötes-, evenemangs- och kryssningsdestination i samarbete med näringslivet</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har tillsammans med Stockholmsmässan arbetat med att attrahera stora möten och kongresser. Den 19-23 september 2022 var Stockholm värd för en av Europas största hybrid kongresser, EASD (European Association for the Study of Diabetes) med cirka 11 000 deltagare. Under året har bolaget genomfört 14 ansökningar för framtida möten till Stockholm. Bland annat kommer den globala organisationen Global Sustainable Tourism Council (GSTC) som initierades av bland annat FN, att arrangera en världskongress i Sverige och Stockholm den 23-25 april 2024. Sverige har höga ambitioner för en växande turism och hållbar besöksnäring fram till 2030 – och för att lyckas behövs samarbete mellan olika aktörer. Därför genomfördes ansökan i samarbete med Visit Sweden, som har uppdraget från Näringsdepartementet att marknadsföra Sverige som resmål, tillsammans med Tillväxtverket, Visit Stockholm och KDI.</p> <p>För att främja Stockholm som intressant och hållbar evenemangsstad, stod Stockholm värd för Riksidrottsförbundets årliga konferens "Idrott och</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Destination", där flera svenska idrottsförbund deltog tillsammans med ett antal svenska destinationer. Bolaget delade erfarenheter och goda exempel från det pågående arbetet med att utveckla hållbara evenemang.</p> <p>Bolaget har medverkat i City i Samverkans styr- och marknadsgrupper för att stärka Stockholm som Juldestination. Bolaget har även deltagit i satsningen Position Stockholm City i syfte att utveckla Stockholms city.</p> <p>En utbildning i alkoholprevention för evenemangsarrangörer har genomförts i samverkan med socialnämnden, Polisen och STAD (Stockholm förebygger Alkohol- och Drogproblem).</p> <p>Bolaget har under året deltagit på flera möten och workshops i kryssningsnätverket Cruise Baltic tillsammans med Stockholms hamnar, besöksnäringens företag och internationella rederier. Bland annat har det diskuterats hur Östersjöområdet ska kunna fortsätta vara attraktivt för kryssningsresenärer med anledning av pågående konflikt mellan Ryssland och Ukraina samt ökade bränslepriser. Bolaget har tillsammans med Stockholms hamnar haft inledande möten med Tallinn och Helsingfors om hur vi gemensamt kan fortsätta stärka Östersjöregionen.</p>
				<p>✔ 6. Bedriva och utveckla besöksservice.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget bedriver auktoriserad digital besöksservice som är bemannad 363 dagar om året.</p> <p>Bolaget har under året förstärkt den digitala</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>besöks servicen på fysiska platser genom att placera QR-koder med hänvisning till visitstockholm.com. Dessa återfinns på skyltar som på hänvisar till utvalda besöksmål i Stockholm, annonser i fysiska kartor samt hos besöksnäringens företag.</p> <p>Bolaget har tillsammans med Sweco tagit fram en rapport kring auktoriserade Guiders betydelse för en destination som delats med näring och guider i syfte att utveckla guideverksamheten i destinationen.</p> <p>Bolaget har deltagit i Trafikkontorets samverkansgrupp med Bussbolagen i syfte att informera om kommande trafikomläggningar och vägbyggen som påverkar resenärer och framkomligheten för bussar och bilar.</p>
				<p>✔ 7. Löpande följa upp SBRs marknadsföringsinsats i evenemang.</p> <p>Analys</p> <p>Enligt bifogad bilaga Rapport av utfall vid evenemang Bokslut 2022.</p>
				<p>✔ 8. Stimulera besöksdestinationens digitala utveckling med hjälp av offentliga satsningar för att tillgodose målgruppernas behov.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har i samarbete med företaget Near (data kring beteenden inför, under och efter specifika evenemang) producerat ett kunskapsunderlag med insikter och resultat om målgruppernas beteenden med hjälp av insamlad digital data från fyra evenemangsundersökningar genomförda under sommaren 2022.</p>
				<p>✔ 1. Medverka aktivt i</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
internationella tillgänglighet				<p>samarbetet Connect Sweden.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året aktivt medverkat i Connect Sweden där bolaget bl a innehaft en plats i styrgruppen. Samverkansprojektet har arbetat för att stärka Sveriges internationella flygförbindelser stötts av representanter från det svenska näringslivet och flera andra nationella och regionala organisationer, samt Swedavia.</p>
				<p>✔ 1. Stödja linjeutveckling med aktörer, t ex Connect Sweden, som verkar för ökad internationalisering med marknadsföring och kunskapsunderlag.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genom stärkt dialog och samverkan med aktörer inom flygbranschen, genomfört kommunikationsinsatser samt fördjupat sina kunskaper om flygets utveckling och förutsättningar. Löpande arbete har genomförts i Connect Sweden samarbetet med insatser för att marknadsföra Stockholmsregionens linjeutbud och linjeutveckling. Vidare har insatser gjorts för att öka kunskapen om flygets klimatomställning samt hur organisationer och konsumenter kan bidra till denna utveckling. Arbetet stärker Stockholms internationella attraktionskraft. Bolaget har i samarbete med bland andra Visit Sweden, Nordiska Ministerrådet och internationella resebyråer genomfört ett antal sälj- och marknadsföringsinsatser, digitala kampanjer och PR-aktiviteter för Finnairs direktlinjer till Stockholm från New York, Los</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Angeles och Miami. Bolaget har även medverkat i marknadsföringen av SAS nya direktlinje från Toronto till Stockholm.</p> <p>Bolaget har i löpande dialog med Swedavia och Skavsta Flygplats bidragit med marknadsföringsmaterial om Stockholm för att tillmötesgå efterfrågan från bland annat flygoperatörer inom Connect Sweden samt utöver det även Wizz Air, Ryan Air och Eurowings. Samtliga flygbolag har nyttjat materialet i sin marknadsföring av Stockholm i sina kanaler.</p>
				<p>✓ 2. Bistå i framtagande av analyser kring flygets betydelse för Stockholmsregionen ur ett näringslivsperspektiv.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har inom ramen för samverkan med Connect Sweden drivit projekt tillsammans med Finnair under året med ett flertal insatser både gällande underlag, marknadskommunikation och aktiviteter. Under hösten kom dock trots detta beskedet att Finnair på grund av förändrade omständigheter planerat om sitt linjenät och beslutade att lägga ner direktlinjerna från Stockholm. Inom ramen för Connect Sweden har vidare aktiviteter gjorts bland annat tillsammans med SAS för deras nya flyglinjer mellan Toronto och Arlanda. Bolaget deltog på ett event i Toronto i anslutning till svenska nationaldagen och invigningen av flyglinjen samt genomförde en kampanj vid tillfället.</p> <p>För att stärka bolagets kommunikationsinsatser och stärka samverkan med aktörer inom flygbranschen</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>har insatser gjorts för att fördjupa bolagets kunskaper om flygets utveckling och förutsättningar. Däribland har kunskapsdelningar genomförts i Connect Swedens arbetsgrupp, och presentationsmaterial har tagits fram för att påvisa regionens linjeutbud och linjeutveckling. Visualiseringar av existerande linjeutbud samt nyttillkomna linjer under 2022 har tagits fram och verkat som översiktligt presentationsmaterial för externt bruk, bl.a. under hösten Executivesamtal.</p> <p>Vidare har insatser gjorts för att öka kunskapen om flygets klimatomställning samt hur konsumenter och organisationer kan bidra till denna utveckling. Arbetet stärker marknadsföringen av Stockholm.</p> <p>Nyckelinsikter för länets gästnattsutveckling samt specifik utveckling för utvalda marknader har presenterats för att ge en grund för gemensamma slutsatser.</p>
<p> Delta i arbetet med platsutveckling av stadens renodlade verksamhetsområden och ge dessa långsiktiga förutsättningar för utveckling och ökning avseende antalet arbetsplatser tillsammans med berörd stadsdelsnämnd, exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden och övriga berörda nämnder och bolagsstyrelser</p>				<p>✓ Utveckla stadens renodlade verksamhetsområden för att ge dessa bästa förutsättningar för ökat företagande och tillväxt.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden löpande deltagit i FGS (Företagsgrupperna Stockholm) styrelsemöten och träffar samt haft individuella kontakter med företag och personer i respektive företagsgrupp och område - liksom agerat stadens länk för förfrågningar, önskemål och synpunkter. För verksamhetsområdet Årsta partihallar har det stadeninterna arbete fortgått med att följa upp slutrapport kring utredningar för att se hur</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>staden och fastighetsägare samt verksamheterna i området kan verka för ett scenario där verksamhetsområdet blir ett inhägnat/bevakat område.</p>
<p> Fortsätta utvecklandet av initiativet Stockholm Good Food City med fokus på framtidens matsystem</p>				<p>✓ 1. Aktivt stötta de lokala ekosystemen inom foodtech</p> <p>Analys</p> <p>Under året har arbetet med att få fler investerare till food-tech scenen fortsatt, vilket är av stor vikt för marknaden inom områdets utveckling samt även ur ett hållbarhetsperspektiv. Ett nytt samarbetsavtal har skapats med Sweden Foodtech för bland annat genomförande av Stockholm Good Food City week med teknikevent, investerarakтивiteter och internationellt främjande. I april deltog bolaget tillsammans med Sweden Foodtech i Gastro Nord, nordens största matmässa både som utställare och med ett tiotal start-ups i ett innovationstorg.</p> <p>Stockholm Stad genom Stockholm Business Region (SBR) var en huvudpartner till Big Meet i juni som genomfördes på Epicenter med målet att etablera Stockholm som en av världens ledande mötesplatser för utvecklingen av NextGen Food System. Big Meet var även en kick-off för Good Food City, såväl internt som externt.</p> <p>Bolaget har också gått in som partner i innovationstävlingen Food Waste Challenge med Global Shapers, vilken syftar till att minska matsvinnet och öka hållbarheten. Bolaget bidrar vidare till att specialiserade lokala utvecklingscentra för foodtech och gastro-företag etableras. Bland annat sker detta genom lanseringen av Stockholms Foodtech Investment Guide, en</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>listning av 120 företag, samt utveckling av verksamhetsplan för GoodFood City 2022. Ett kontinuerligt arbete med kartläggning av nya foodtech bolag har fortsatt i nära dialog med Big-meet och även det fortlöpande arbetet med att positionera företag och Stockholm Good Food City internationellt har pågått löpande under året. Bolaget har vidare besökt SIAL Paris och presenterat Stockholm som en innovativ Foodtech hub.</p> <p>Bolaget inkluderade Foodtech som en del av Stockholms kreativa näringar på Stockholm Creative Techweek. Under Creative Techweek genomfördes en talanglunch för att visa hållbar vegetarisk kost på Djurgården. Som en del av Creative Tech Week visades hur platsen jobbar med gastronomiska upplevelser samt kreativitet inom matsektorn.</p>
				<p>✔ 2. Attrahera bolag, investeringar och talanger inom food tech genom att positionera och marknadsföra Stockholm som säte för framtidens matsystem</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året genomfört Big Meet med Sweden Foodtech för att positionera Stockholm som Good Food City samt genomfört Stockholm Future Food track i samband med Stockholm Impact week. Vidare har bolaget uppdaterat "Stockholm Food Tech guide" tillsammans med Sweden Foodtech och under SIAL Paris presenterat Stockholm som en innovativ Foodtech hub.</p>
				<p>✔ 3. Utveckla konceptet Good Food City</p> <p>Analys</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har under året tagit fram en ramberättelse för Stockholm som en "Good Food City" tillsammans med bolagets kommunikationsbyrå.</p>
				<p>✔ 4. Implementera konceptet Good Food City i besöksnäringen</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året färdigställa budskapsplattform för positionering av besöksdestinationen Stockholm som Good Food City. Arbetet har resulterat i en Good Food Guide 1.0 där Stockholmsambassadörer delar med sig av personliga tips på hållbara måltidsupplevelser och lokalproducerad mat och dryck. Konceptet har implementerats och kommunicerats i bolagets kanaler samt med hjälp av ambassadörerna. Innehållet i Guiden används även som inspiration och underlag till press och media. Bolagets turistinformatörer slussar vidare matfrågor till guiden som finns publicerad med intervjufilmer på visitstockholm.com.</p>
<p> Följa statistik över besökare som reser med tåg till och från Stockholm</p>				<p>✔ Erhålla tågstatistik i Stockholms digitala plattform för turistdata.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har deltagit i arbetet på europeisk nivå med att samla in och synliggöra tågstatistik genom databasen TourMIS. Bolaget bidrar med kunskap i utvecklingsarbetet samt genom den data som månatligen presenteras i analysverktyget Stockholm Tourism Barometer. Från och med 2023 blir det möjligt att visualisera direktförbindelser mellan större destinationer i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 I samarbete med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden ta fram tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser för att stödja berörda nämnder i näringslivsarbetet				TourMIS.  Ta fram tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser som grund för arbetet med tillväxt i Stockholm samt för att bistå berörda nämnder och bolag i deras arbete med att främja näringslivet, däribland besöksnäringen. Analys Bolaget har under året och den gångna perioden bidragit i arbetet med utveckling av tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser i nära samarbete med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden. Under ledning av kommunstyrelsen bedrivs arbetet genom en arbetsgrupp där representanter för kommunstyrelsen, berörda nämnder och bolaget har ingått. Uppdraget syftar till att ta fram ett kunskapsunderlag som bidrar till att ge stadens nämnder och bolagsstyrelser bättre förutsättningar att tillsammans göra mest nytta och ge störst positiva effekt för företagandet i staden där stadsdelsområdenas geografi utgör utgångspunkten. Uppdraget innehåller också en del som ska beskriva en modell och metod för stadens "växla-upp" arbete på stadsdelsområdesnivå. Det kunskapsunderlag som tas fram i detta och andra uppdrag kan sedan användas i detta "växla-upp" arbete av stadens nämnder och bolagsstyrelser.
 I samverkan med branschen stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer och miljöteknik				 1. Verka för att skapa förutsättningar för att fler innovativa och miljösmarta företag etablerar sig i Stockholm. Analys För att öka etableringarna av fler innovativa och miljösmarta företag i Stockholm har bolaget

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bland annat verkat för att främja fler etableringar och tillväxtföretag via Stockholm Green Innovation District. Konsortiet har utvidgats med nya betalande medlemmar, bl a Nacka kommun, uppdaterat sin hemsida samt gjort publika framträdanden i bl a fastighetsmedia. Fyra arbetsgrupper har bildats under året. Bolaget arbetar också aktivt för att i samverkan med branschen skapa förutsättningar för fler innovativa företag vilket bland annat sker genom klusterutveckling kopplat till foodtech, cleantech och smart city. Några exempel som kan nämnas är innovationsprojektet i Slakthusområdet kring digitaliserade odlingssystem i Stockholms industriområden, vilket har avslutats under perioden med gott resultat avseende både partnerföretag, deltagande fastighetsägare, kommunikation samt investeringar. En rapport avseende Viable Cities har tagits fram och publicerats. Vidare har ett seminarium kring hållbar fastighetsutveckling med bl a Vasakronan, Atrium Ljungberg och Installatörsföretagen hållits med över 120 deltagare. Inom ramen för innovationsplattformen Electricity Stockholm, har ett antal företagsevent genomförts, bland annat avseende Fastighetslabb och Smarta energisystem. En förberedelse för medverkan i Nordbyggmässan har pågått under året. Bolaget för en kontinuerlig dialog med näringslivet, branschorganisationer, hubbar, nätverk samt Stockholm IT Region avseende frågor kring tillväxt. Vidare är mötesplatser för etablerade företag samt startups viktiga för att kunna växa</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och bolaget har mött behovet bland annat genom genomförandet av Impact week och samverkan mellan offentlig sektor, näringsliv, akademi och industri för att skapa förutsättningar för innovativa och växande företag. Bland annat har bolaget jobbat med att stärka relationerna till Vinnova, Energimyndigheten och Tillväxtverket.</p>
				<p>✔ 2. Positionera Stockholm internationellt som innovationsarena för hållbara lösningar och som smart och uppkopplad stad.</p> <p>Analys</p> <p>Smart City Expo World Congress i Barcelona, som gick av stapeln i november, är en av världens största mötesplatser för innovation och hållbarhet inom stadsutveckling och bolaget har deltagit utifrån målet att marknadsföra Stockholm som en av världens smartaste städer. Stockholmsmontern visade exempel från olika verksamheter i staden samt med koppling till samarbeten med näringsliv, forskningsinstitut och akademi för att visa att staden är ledande inom både digitalisering och klimat- och miljöarbete. Deltagandet bidrog även till inspiration och kunskapsinhämtning för att hitta nya smarta lösningar som leder staden mot målen satta inom Agenda 2030 samt till att attrahera investeringar och företagsetableringar till Stockholmsregionen. Budskapet var att Stockholm är en smart och hållbar stad "Smart Sustainable Stockholm". Ett flertal möten med potentiella investerare hölls under evenemanget samt även seminarium för att belysa hur man inom staden främjar innovation.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Utöver detta har bolaget i samverkan med regionala partners och Business Sweden medverkat i en gemensam kartläggning inom cybersäkerhet och immersive technologies samt arbetat aktivt med leadgenerering för fler internationella investeringar och därmed ökad tillväxt i regionen. Stockholms styrkor har även marknadsförts på WebSummit och Slush, vilket också har lett till investeringsförfrågningar.</p> <p>Under året har bolaget tillsammans med akademien också arbetat för att få 14 internationella kongresser till Stockholm varav tre har lämnat ett positivt besked och två ett negativt besked. Bland annat kommer Global Sustainable Tourism Conference (GSTC 2024) med 300 personer i 3 dagar den 23-25 april 2024, World Tunnel Congress 2025 med 2000 deltagare i sju dagar den 9-15 maj och Theoretical Issues in Sign Language Research (TISLR 2028) med 500 personer i 4 dagar.</p> <p>Bolaget har under året bidragit till det allra första "World Academic Forum" i syfte att stärka arbetet där Stockholms 18 lärosäten tillsammans verkat för att lyfta Stockholm som kunskapsstad i världen. Arbetet har skett inom bolagets projekt Attraktion Stockholm som bidragit till att skapa nya samverkansstrukturer och strategiska nätverk för att stärka Stockholms position som innovativ och hållbar destination.</p>
 Inom ramen för SBA-samarbetet främja utländska investeringar och etableringar av såväl små som stora företag i Stockholmsregionen samt bistå befintliga utlandsägda företag att bibehålla och utveckla sin	  Antalet internationella investeringar och etableringar i Stockholmsregionen (kvitto). Analys	29 st	25 st	 1. Utifrån omvärldsbevakning och nätverk arbeta proaktivt,

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
konkurrenskraft				<p>flexibelt och strategiskt med investeringsfrämjande inom utvalda fokusområden med syfte att attrahera och bibehålla kapital, kompetens och jobb till Stockholmsregionen.</p> <p>Analys</p> <p>Inom den investeringsfrämjande verksamheten arbetar bolaget inom ett antal olika områden. Inom tech och ICT har bolaget samarbetat med regionala partners och Business Sweden för leadsgenerering och att färdigställa investeringar och därigenom bidra till en ökad sysselsättningsgrad i Stockholmsregionen. Kartläggningsarbete inom bland annat cybersäkerhet och immersive technologies har utförts samt att bolaget har medverkat på mässor och internationella events vilket har lett till många förfrågningar och i slutändan över tio etableringar/investeringar till regionen inom området. Ett antal rapporter har också arbetats fram och publicerats under året såsom exempelvis Proptech guiden, Stockholm Home of Impact samt uppdatering av "Stockholm Food Tech guide". Utöver det har ett flertal evenemang genomförts som bland annat en delegationsresa till Sydafrika i samverkan med Business Sweden, Impact week samt Web Summit i Lissabon.</p> <p>Vad gäller området Life Science har ett stort antal möten med potentiella utländska investerare genomförts i samband med deltagande i internationella evenemang. Evenemang där bolaget deltagit är exempelvis Swiss Nordic, Schweiz, Investerarmöte i Stockholm med Business Sweden, Bio Europe Spring, Nordic Life Science Days i Malmö, LSX World Congress samt LSX World</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Congress. Vidare har ett närmare samarbete med KI och Region Stockholm startats under året.</p> <p>Inom infrastruktur och byggnation har en internationell marknadsgård för utländska byggbolag på mässan Nordbygg, arrangerats. Arbetet gjordes i samarbete med stadens bostadsbolag och SISAB. Vidare har bolaget deltagit på mässorna; Nordbygg, Expo Real (München), Smart City Expo (Barcelona), PROPEL (New York). Under mässorna genomfördes totalt 137 möten. Vidare har kurser för utländska infrastrukturbolag genomförts i samarbete med andra parter. Bolaget har också deltagit på seminarium för byggbolag i Gdansk tillsammans med svenska ambassaden, vilket har lett till investeringsförfrågningar som därefter har följts upp.</p> <p>Bolaget har under året också deltagit i flera fastighets- och investerarmässor, såsom MIPIM och ExpoReal. För båda är syftet med deltagandet att visa upp regionens attraktionskraft för målgruppen internationella investerare och investeringsrådgivare. På MIPIM anordnades seminarier och andra aktiviteter för att lyfta fram Stockholms styrkor. Positionering av Stockholm internationellt som en attraktiv etablerings- och investeringsregion med en unik investeringspotential var också en viktig del av arbetet och därav har bolaget under året tagit fram ett nytt kommunikationskoncept där impact startups varit en stor del. Förra året passerade Sverige Storbritannien och Tyskland för att bli det bästa europeiska ekosystemet genom VC-kapital investerat i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>nystartade företag. En impact-startup är ett företag som kombinerar teknologi med ett uppdrag att göra världen till en bättre plats samtidigt som det skapar vinst. I stockholmsregionen finns fler än 300 impact startups.</p> <p>En ytterligare mäsas där bolaget har närvarat är ExpoReal, Europas största mäsas för fastigheter och investeringar och en viktig affärs- och nätverksplattform för marknadsaktörer från hela världen. Medverkan med monter skedde tillsammans med andra svenska regioner och är ur Stockholmsregionens perspektiv viktig för att marknadsföra regionen internationellt för ökade investeringar och därmed ökad tillväxt lokalt. Även seminarier anordnades i samband med mässan och resultatet i form av investeringsförfrågningar är bra. Deltagandet på mässorna har också bidragit till att skapa nätverk inom Stockholmsregionen för utveckling av samspel mellan näringsliv och politiker samt möten med internationella investerare och investeringsrådgivare.</p> <p>Det har under året skett ett löpande arbete med etableringsservice. Bolaget har kontinuerligt hanterat inkommande förfrågningar. En ny etableringsguide för brittiska bolag har vidare tagits fram under året. Vad avser expansion har arbetet med Business Sweden fortlöpt under året och bidragit till ett antal etableringsprocesser inom avancerad tillverkning.</p> <p>Bolagets datacentersatsning har under året visats sig mycket framgångsrik och Stockholm Data Parks varumärke har stärkts. Det har kommit flera internationella förfrågningar som visat intresse för hur</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>datacenter kan vara en smart lösning i en stad genom värmeåtervinning i fjärrvärmesystemet. Bolaget har också fått in ett stort antal förfrågningar som har gått ut till SBA-kommunerna och i slutändan landat en investering i Stockholm - Conapto som kommer att bygga en ny anläggning i Sättra.</p>
				<p>✓ 2. Att verka för att Stockholms roll som plats för huvudkontor stärks.</p> <p>Analys</p> <p>Arbetet har främst skett genom att bidra med analysmaterial utifrån tillväxt- samt behovsanalyser. Vidare är den huvudkontorsrapport som togs fram 2020 en grund som under året kontinuerligt använts i flertalet av presentationer som görs till internationella investerare och därmed fortfarande ett viktigt underlag för att stärka Stockholms roll i frågan.</p>
				<p>✓ 3. Att verka för att Stockholms roll som finanscentrum stärks.</p> <p>Analys</p> <p>Stockholm for Finance är ett forum där löpande diskussioner pågått under året för att positionera och förstärka Stockholms roll som det finansiella centret i Norden. Bland annat har ett lunchmöte med branschen tillsammans med representanter från både näringsliv och akademi hållits för att diskutera hållbar finansiering, det växande Fintech ekosystemet, regulatoriska frågor, förbättrad infrastruktur och marknadsföring. Bolaget har också deltagit vid ESG-dagen som partner.</p>
 Inom ramen för SBA-samarbetet stödja och				<p>✓ Att verka för att företagsklimatet inom SBA-regionen stärks samt för att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
<p>stärka stadens myndighetsutövning och service till de lokala företagen genom utveckling av NKI och NKU</p>				<p>främja sysselsättning, tillväxt och hållbarhet inom ramen för partnerskapets arbete.</p> <p>Analys</p> <p>Samarbetet inom SBA är av stor vikt för hela regionens utveckling och tillväxt och därmed har också frågorna kring NKI och NUI stor betydelse för partnerskapets verkansområde. Under året har bolaget både haft en dialog med myndigheter för att stärka samverkan mellan stat och kommun, bidragit med kommunikationsinsatser via film för att bidra till att stärka den lokala näringslivsservicen, samt genomfört webinarium för att sprida information och öka kunskapen om den förhållandevis nya NUI-mätningen avseende näringslivets nöjdhet med upphandlingar.</p> <p>Vidare har dialog förts med upphandlingschefer, SKR och Upphandlingsmyndigheten i syfte att utveckla NUI-undersökningen ytterligare. Inom ramen för SBA-samarbetet har regelbundet också drivits s.k. företagsklimatsråd och bolaget har kontinuerligt bistått medlemskommunerna genom seminarier och presentationer vad gäller både NKI och NUI. Ytterligare ett par större konferenser har genomförts fysiskt under både vår och höst med stark koppling till regionens företagsklimat, med gott resultat.</p>
<p> Leda och ansvara för stadens strategi för att proaktivt erbjuda möjligheten för fler företag att etablera sig och skapa arbetsplatser i samverkan med kommunstyrelsen, exploateringsnämnden och stadsbyggnadsnämnden</p>				<p>✓ 1. Verka för att, vid behov, ta fram metoder för att genomföra näringslivskonsekvensanalyser i startskedet av stadsplaneringen samt att detta förs in i planprocessen.</p> <p>Analys</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Fortsatt planering har under perioden pågått för att i samarbete med kommunstyrelsen säkerställa att konsekvensanalyser genomförs kontinuerligt i samband med de stora investeringsprojekten i staden. Bolaget har under perioden fortsatt lyft in näringslivsperspektivet i stadens stadsutvecklingsprojekt genom medverkan dels i stadeninterna samordningsgrupper såsom styrgruppen för Fokus Skärholmen samt externt genom fastighetsägarforum i bl a stadsutvecklingsområdet Söderstaden-Slakthusområdet.</p>
				<p>✓ 2. 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 bolagets ledning, i samarbete med Fastighetsägarna Stockholm samt stadsbyggnadsnämnden och exploateringsnämnden har det under året genomförts en rad nätverksmöten med ett urval fastighetsbolag för att diskutera planerade arbetsplatser i förhållande till bedömd arbetsplatspotential. Under perioden genomfördes möten i Älvsjö (oktober) och Västberga (december), för att gemensamt titta på tidig planering och få input till arbetet som staden gör för att förbättra och utveckla områdena för att skapa förutsättningar för att fler arbetsplatser skapas.</p>
				<p>✓ 3. Tillsammans med exploateringsnämnden ta</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>fram strategi för och samordna information och erbjudande till externa aktörer för att attrahera fler företag samt fler aktörer inom samhällsfastigheter att etablera sig och investera i Stockholm.</p> <p>Analys</p> <p>Under året och den gångna perioden har bolaget utifrån handlingsplanen för etableringsservice och via samverkansforum för servicekedjor arbetat för att samordna information och stadens erbjudande till externa företag och aktörer med koppling till samhällsfastigheter.</p>
				<p>✔ 4. Tillsammans med Stockholms Hamnar AB och exploateringsnämnden utveckla Frihamnspiren för kryssningsfartyg, företagande och innovation</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden bevakat och följt upp Stockholms Hamnars strategiarbete för att utveckla Frihamnspiren bl a genom deltagande vid workshop/strategidagar. För att stärka Stockholms värdskap har bolaget bidragit med kunskap kring värdskap och bemötande i hamnens nya terminaler med bland annat tryckt kommunikation som hänvisar besökare till visitstockholm.com och bolagets digital besökservice.</p>
				<p>✔ 5. Verka för att, vid behov, genomföra konsekvensanalys för näringslivet i startskedet av stadsplaneringen samt att detta förs in i planprocessen.</p> <p>Analys</p> <p>NOT. Detta åtagande har även redovisats under åtagande 1 då bolaget uppmärksammat att detta</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Marknadsföra Stockholm lokalt, nationellt och internationellt, som en attraktiv, hållbart växande och innovativ storstad för entreprenörer, investerare, besökare och talanger				<p>är en dubblett.</p> <p>✓ 1. Positionera Stockholm utifrån Stockholms DNA som en öppen, hållbar och kreativ stad gentemot internationella målgrupper.</p> <p>Analys</p> <p>Positioneringsarbetet har utförts kontinuerligt under året i digitala kanaler samt på mässor och events. Ett större positioneringsarbete för att öka kännedomen om Stockholm som en hub för impact investeringar, entreprenörer och företag har drivit och ett flertal kommunikationsinsatser har genomförts i relation till det arbetet. Verksamheten har också fortsatt under året vad gäller det investeringsfrämjande arbetet.</p> <p>Bolagets uppdrag att bedriva varumärkesarbete för Stockholm som besöksdestination utifrån Stockholms DNA har under året fokuserats på att implementera strategi och lansera verktyglåda för det marknadsstrategiska arbetet internt och externt i besöksdestinationen. Arbetet har resulterat i en utvecklad marknadsstrategi med tillhörande innehållsstrategi och en verktyglåda med konkreta byggstenar och material för intressenter med syfte att gemensamt stärka Stockholms position och enhetliga kommunikation i pågående projekt och insatser. Arbetet har medfört att en gemensam riktning och arbetssätt för besöksdestinationen utarbetats och implementerats i det gemensamma arbetet.</p> <p>Press och media: Under 2022 har intresset från mediahus varit stort. Bolaget har tagit emot 226 mediarepresentanter varav 87 influencers. Bland annat filmade tyska ARD i 10</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p> dagar till ett reseprogram, ett holländsk filmteam och franskt TV har gjort reseprogram med vinter respektive vikingatema som teman. Tyska Die Zeit har gjort ett reportage om Stockholm med 10 trender där mat och hållbarhet stått i fokus. Hållbarhet har varit ett genomgående tema för flertalet journalister, både inom mat, transporter, mode och design. The Times, Sunday Times, BBC radio och The Telegraph har varit här från England och bland annat gjort ett fint reportage om familjesemester i Skärgården.</p> <p>För första gången genomförde bolaget ett besök av Tik Toker influencers från Finland med målsättningen att nå en yngre målgrupp. Under sommaren genomförde bolaget ett samarbete med en svensk matskribent och hade ett antal så kallade foodies (skribenter/influencers med stor räckvidd i sociala medier) på besök som skrev om mat kopplat till hållbarhet. Swedish Fashion Council arrangerade ett event där ett 20-tal modeskribenter från tongivande modemagasin deltog. Här bidrog bolaget med destinationsperspektivet.</p> <p>Bolaget har förstärkt arbetet med att rapportera stadens, destinationens och bolagets hållbarhetsarbete till Global Destination Sustainability Index 2022 (GDS Index) som årligen utvärderar, jämför och rankar hållbara destinationer i världen. I år förbättrade Stockholm sin placering rejält, från 22:a plats till 7:e, näst bästa huvudstad efter Köpenhamn.</p>
				<p>✔ 2. Ansvara för stadens kommunikation till det lokala näringslivet för att uppnå målen i stadens</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>näringslivspolicy samt för att skapa goda förutsättningar för tillväxt.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden tagit fram konjunkturrapporter samt via samverkan och redaktionsråd med staden centralt utarbetat kommunikationen till det lokala näringslivet. Nyhetsbrev till näringslivet "Företagsnytt" har under perioden skickats ut till det lokala näringslivet och utöver det har kommunikation kring bolagets verksamhet och insatser främst skett via sociala mediakanaler.</p> <p>För att säkerställa en löpande kommunikation till den lokala besöksnäringen förstärkte bolaget organisationen under året med en strategisk kommunikatör. Arbetet resulterade i en förbättrad pressbearbetning med syfte att berätta om och synliggöra bolagets arbete med besöksdestinationens utveckling. Bolaget har även genomfört ett flertal dialoger med besöksnäringens aktörer för att fördjupa samverkan och dialog. Bland annat anordnade bolaget ett Executivesamtal för VD:ar i besöksnäringen med fokus på destinationens utmaningar och behov inför 2023.</p> <p>Året har dominerats av löpande dialog med aktörerna i destinationen utifrån bolagets arbete med nytt marknadsuttag, Stockholm Lineup. Mottagandet har varit gott och samarbetet har fördjupats genom näringslivsdialoger med särskilt marknadschefer i besöksdestinationen.</p> <p>Särskilda insatser har genomförts för att kommunicera resultat och effekter av insatser i bolagets pågående projekt;</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				Attraktion Stockholm, Finlandsprojektet, Mästerskapsprojektet och Stockholm H2O.
				<p>✓ 3. Positionera Stockholm utifrån Stockholms DNA som en öppen, serviceinriktad och effektiv stad gentemot det lokala näringslivet.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget bidrar till att förse näringslivet i Stockholms alla delar med effektiva och tillgängliga tjänster som utrustar medborgare med konkreta verktyg för utveckling. Under året har utvecklingen av boknings-/rådgivningstjänsten för Starta eget Stockholm färdigställts och den nya tjänsten har lanserats. Vidare har bolaget gjort ett antal större kommunikationsinsatser kopplat både till Starta eget Stockholm och Stockholm Scaleup Program.</p> <p>I den löpande verksamheten har nyhetsbrevet "Företagsnytt" getts ut tillsammans med löpande information i sociala medier. Vidare har bolaget deltagit i en kartläggning och ett strategiarbete kopplat till hur staden bättre kan paketera och kommunicera hela stadens erbjudanden till Stockholms företag i samverkan med kommunstyrelsen.</p> <p>Vidare under året har bolaget bjudit in till och genomfört ett flertal näringslivsdialoger med olika teman och delat med sig av kunskapsunderlag som till exempel omvärldsanalyser, trendspaningar och insikter för att stärka den lokala besöksnäringen.</p>
				<p>✓ 4. Marknadsföra Stockholm gentemot nationell målgrupp samt närmarknader.</p> <p>Analys</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har under året tagit fram ett nytt manér där evenemang och upplevelser blir den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholm. Evenemangen är reseanledningar som bidrar starkt till turistekonomiska effekter i form av hotellbokningar, musei- och restaurangbesök, shopping och inte minst känslan av en levande stad. Kommunikationskonceptet är ett festivalmanér med olika affischer som tydliggör Stockholms stora utbud.</p> <p>Under sommaren genomförde bolaget marknadsföringssatsningen och kampanjen Stockholm Line-Up i sociala media och på skyltar i drygt 60 svenska städer samt i Finland. Besöksnäringens aktörer har använt marknadsföringsmaterialet i sina egna kanaler. Under hösten arbetade bolaget vidare med tematiska Line-Ups som marknadsfördes inför Höstlovet och inför vintersäsongen.</p> <p>Bolaget har i samarbete med Visit Sweden deltagit i kampanjer på Tripadvisor som har riktat sig till målgrupper framförallt i Norge och Danmark.</p>
				<p>✔ 5. Stimulera bolagets innovativa utveckling för att tillgodose målgruppernas behov.</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets koncerngemensamma arbete med Stockholm B2B har fortskridit under perioden med fokus på de internationella målgrupperna; media, travel trade, möten, kongresser och evenemang. Ett grundläggande arbete med insikter och analyser har genomförts för att ta vara på</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>synergier och skapa effekt genom att nyttja gemensamma verktyg såsom Nyhetsrum, mediabevakning, CRMsystem och andra administrativa, säljstödande system.</p> <p>Bolaget har i samarbete med företaget Viewbound utvecklat en innovativ digital tjänst med syfte att stimulera till hållbart resande. Tjänsten matchar eftersökta bilder på populära besöksmål i världen med bilder från Stockholm för att visa liknande alternativ på närmare avstånd och därmed stimulera ett hållbart resande.</p> <p>Bolaget lanserade under året del två av den digitala tjänsten " A window to Stockholm" på visitstockholm.com.</p> <p>Tjänsten innehåller kortfilmer från aktörer i besöksnäringen, talanger och locals med syfte att visa upp flera vinklar och årstider av Stockholm för att stärka bilden av Stockholm som en innovativ och hållbar stad året om.</p>
 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 bidragit i arbetsgruppen för Jubileumsåret. Planering för kommande kommunikationsinsatser fortsätter under 2023.</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 tillsammans med Region Stockholm genomfört analys av behov och förutsättningarna för ett</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>regionalt samverkansforum. Besöksnäringen är ett utpekat styrkeområde i RUF2050 och det är av största vikt att Region Stockholm inkluderar besöksnäringen i det regionala utvecklingsarbetet framåt. Bolaget har deltagit med representant i arbetsgrupp liksom styrgrupp för Region Stockholm nya projekt "Besökskraft Stockholmsregionen". Projektet som startade i augusti ska undersöka behov och förutsättningar för en regional struktur/arena som ska stärka och främja en hållbar utveckling av besöksnäringen i Stockholms län. Projektet genomförs i nära dialog och samverkan med länets kommuner, företagsfrämjare och besöksnäringens aktörer och pågår till och med den 31 oktober 2023.</p>
				<p>✓ 2. Genomföra samverkansprojekt med regionen och kommuner för att stärka Stockholm som besöksdestination</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har haft löpande dialog och samverkan med flertalet funktioner på Region Stockholm under året med syfte att stärka Stockholm som besöksdestination.</p> <p>Bolaget har deltagit med representanter från Visit Stockholm i styrgrupp och arbetsgruppen för Region Stockholm nya projekt "Besökskraft Stockholmsregionen". Projektet ska undersöka behov och förutsättningar för en regional struktur/arena som ska stärka och främja en hållbar utveckling av besöksnäringen i Stockholms län.</p> <p>Under året har insatser genomförts i</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>samverkansprojektet Stockholm Archipelago tillsammans med skärgårdskommunerna och Skärgårdsstiftelsen. Fokus har varit att ta fram bokningsbara, hållbara paket för att marknadsföra skärgårdens reseanledningar och utbud riktat till besökare som är intresserade av naturupplevelser under framförallt perioden augusti-oktober. Insatser för att tillgängliggöra skärgården digitalt har genomförts i samarbete med Google Street View. Ett nytt projekt Stockholm Archipelago Trails gör det möjligt att utveckla produkter och marknadsföra en vandringsled som består av 10 etapper längs med Nord-Sydlinjen. Även ett samarbete med Film Stockholm har inletts med syfte att attrahera filmproduktioner till skärgården "off season".</p>
<p> Stötta företag med tillväxtpotential för att bidra till ökad tillväxt, särskilt kvinnliga entreprenörer, personer med funktionsnedsättning, ungdomar, entreprenörer i ytterstaden med särskilt fokus på utsatta områden samt utrikes födda</p>				<p>✓ 1. Främja småföretag, tillväxtföretag och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt samt ett inkluderande och hållbart samhälle.</p> <p>Analys</p> <p>Stockholm Scale up program syftar till att få fler personer inom prioriterade målgrupper att växla upp sina företag. Programmet tar in tio entreprenörer per grupp och programmet pågår under fyra månader. Inom ramen för programmet sker också satsningar på kvinnors entreprenörskap, bland annat tillsammans med Norrsken och Feminvest vilket syftar till att visa upp bolag inom hållbarhet som drivs av kvinnor samt presentera vilka stöd staden erbjuder. Även initiativet A Woman's place lyfts. Vidare har ett samarbete med Position 99 resulterat i en lista på 99</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>företag i Stockholm grundade av kvinnor som söker kapital för expansion. Fokus för att stimulera kvinnors entreprenörskap har gjorts genom samarbete med organisationer såsom Feminvest, Femtech och STING. Under året har fem grupper startat med fyrtiotvå företag. Även ett event kallat "A Woman's Place Scaleup Day" har arrangerats med fokus på kvinnliga entreprenörer och möjlighet till kapital. Likaledes har "A Woman's Place Startup Day" arrangerats och då med målgruppen av kvinnor som vill starta eller driver företag.</p>
				<p>✓ 2. Utveckla start-up scenen som en attraktiv plats för internationella talanger med fokus på kvinnor och jämställdhet samt fortsätta bidra till en stark internationellt konkurrenskraft och ett starkt start Up eco system.</p> <p>Analys</p> <p>Pitchevent har tillsammans med samarbetspartners genomförts för att visa upp bolag inom hållbarhet som drivs av kvinnor samt presentera vilka stöd staden erbjuder för kvinnliga entreprenörer i form av Stockholm Scaleup Program, Starta eget Stockholm samt initiativet A Woman's Place. Vidare har en återaktivering av "A Woman's Place" skett för att ytterligare stärka kvinnliga entreprenörer. Ytterligare samarbeten för att stärka det kvinnliga företagandet har pågått under året, bland annat tillsammans med Position 99 och evenemangen "A Woman's Place Scaleup Day" och "A Woman's Place Startup Day".</p>
				<p>✓ 3. I samverkan med företagsfrämjande organisationer bidra till</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>entreprenörers möjlighet att utveckla innovativa och hållbara lösningar.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året bland annat genomfört Impact week tillsammans med Norrsken och Sthlm Tech. Vidare har bolaget via partnerskap arbetat tillsammans med Reach for Change, Impact Hub, Norrsken, Food Waste challenge, Sircular, Coompanion, Global shaper Stockholm Chapter, KI Innovation, Stockholms Universitet samt Södertörns högskola för att stärka området. Genomgående har bolaget haft fokus på hållbarhet och Impact i genomförda event och möten. Exempel på event är Impact Cup som genomfördes tillsammans med akademien och Impact Jobs Fair, en mötesplats för både startups, scaleups och talanger.</p>
				<p>✔ 4. Bidra till att utveckla Stockholm som en internationellt konkurrenskraftig plats för utländska tillväxtföretag och talanger att etablera sig på.</p> <p>Analys</p> <p>Ett antal talent-meetups har genomförts under året där företag har pitchat för investerarpaneler. Vidare har bolaget deltagit på Impact Job Fair, en jobbmässa inom hållbarhet som riktar sig till internationella talanger, samt medverkat med aktiviteter under en talanglunch under Creative Tech Week, Sime samt på Holiday Talent Meetup.</p> <p>Syftet med talangträffarna har främst varit att bidra med aktiviteter som får talangerna att bottna i staden och därmed får talangerna att stanna längre i staden för att kunna ta högkvalificerat arbete på</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>arbetsmarknaden, ofta i roller där det saknas kompetens, och att i förlängningen bidra till ökade skatteintäkter och bidra till Sveriges innovationskraft. Bolaget har vidare under året tagit fram en digital "praktisk guide" som kan skickas till arbetsgivare som rekryterar internationella talanger för att underlätta för talangerna och deras "mjuklandning" i Stockholm samt för arbetsgivarnas "onboarding" av internationella talanger.</p>
<p> Tillsammans med arbetsmarknadsnämnden ta fram en strategi som visar på samverkan och processer för hur staden ska arbeta med kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv där ett av fokusområdena är att särskilt möta behoven hos branscher i tillväxt</p>				<p>✓ Utarbeta process för och ta fram en strategi för hur staden ska arbeta med kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv utifrån fastställda riktlinjer i ägardirektivet.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget haft en pågående process kring strategiarbete utifrån stadens kompetensförsörjningsstrategi kopplat till näringslivets kompetensförsörjningsbehov. Arbetet har bedrivits tillsammans med främst arbetsmarknadsnämnden och med inspel från Utbildningsnämnden. Strategin ska beskriva hur staden arbetar med näringslivets kompetensförsörjningsbehov och hur staden arbetar konkret med att förse näringslivet med arbetskraft. Vidare har under året även olika operativa aktiviteter pågått för att koppla samman arbetskraft med näringslivet, exempelvis via en arbetsmessa under Stockholm Impact Week 2022. Även dialog med branschorganisationer har förts för att diskutera behovet av arbetskraft inom olika sektorer och branscher.</p> <p>Under året har vidare "Talent management"-processen lyfts, dvs både</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>att attrahera, mottagandet och bibehållandet av talanger. Aktiviteter så som talent meetups, Job Fair och talanglunch har prioriterats utifrån detta perspektiv. Vidare har en digital praktisk guide publicerats för att distribueras till företag som anställer i större skala anställer internationell arbetskraft. Bolaget har även gjort ett förarbete med konceptutvecklingen av en marknadsföringsfilm för att attrahera internationell högkvalificerad kompetens till Stockholm. Vidare har bolaget under hösten arbetat fram presentationsmaterial som har distribuerats till kommuner inom Stockholm Business Alliance för att paketera stockholmregionens erbjudande till internationella investerare och etableringar för att kommunerna enklare ska kunna attrahera bland annat internationell högkvalificerad arbetskraft.</p>
<p> Tillsammans med arbetsmarknadsnämnden utveckla befintliga forum mellan staden och näringslivet för att tillgodose näringslivets behov av kompetens</p>				<p>✔ Identifiera, prioritera samt ta fram utvecklingsplaner för befintliga samverkansforum, såsom exempelvis Integrationspakten, mellan staden och näringslivet för att tillgodose näringslivets behov av kompetens</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året regelbundet deltagit i samarbets- och dialogforum inom ramen för kompetensförsörjning, kompetensutveckling och talangattraktion så som exempelvis med Region Stockholm, Stockholm IT Region och branschorganisationer. Vidare har samarbete skett inom ramen för stadens Integrationspakt och därutöver ned stadens Startup ekosystem som innefattar både näringsliv</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med berörd stadsdelsnämnd, exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden och övriga berörda nämnder och bolagsstyrelser säkra stadens renodlade verksamhetsområden och ge dessa förutsättningar för effektivisering.				<p>och akademi.</p> <p>✓ Samordna med berörda förvaltningar samt utveckla arbetssätt och konsekvensanalyser för att säkerställa att stadens renodlade verksamhetsområden fortsatt kan verka inom sina gränser och utvecklas för tillväxt och ökat antal arbetstillfällen.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden bevakat de verksamhetsområden som ska vara fortsatt renodlade i enlighet med översiktsplanen. Arbetet med en ny analys över de renodlade verksamhetsområdena har under perioden bedrivits bl a kopplat till historisk utveckling, områdenas attraktivitet och dynamik och beskrivning av fastighetsbeståndet.</p>
 Tillsammans med exploateringsnämnden leda och samordna stadens etableringsservice för att underlätta för fler företag att etablera sig i Stockholm, samt, bidra till försörjningen av samhällsfastigheter utifrån stadens behov och möjliggöra för fler externa utförare i stadens verksamheter				<p>✓ Leda och samordna stadens serviceprocess för etableringar för att tillgodose näringslivets behov.</p> <p>Analys</p> <p>Etablering av nya företag är en viktig del i tillväxtarbetet. Under 2022 har därför en gemensam etableringsprocess "servicekedja" implementerats i staden. Arbetet bygger på de underlag för servicekedjor som staden tog fram under 2019. Bolaget har under året och den gångna perioden haft löpande kontakter med näringslivet och har tillsammans med exploateringsnämnden en särskild roll som samordnare för etableringsservicen. Under året har bolaget tillsammans med exploateringsnämnden tagit fram en handlingsplan som distribuerats och realiserats med övriga nämnder och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bolag inom uppdraget. Handlingsplanens syfte har varit att utveckla etableringsservicen inom staden och säkerställa att kontaktvägar för etablering är tydliga och effektiva. Handlingsplanen biläggs med verksamhetsberättelsen till styrelsen.</p>
<p> Tillsammans med exploateringsnämnden leda och utveckla stadens etableringsservice genom att vara aktiva och drivande i samverkansforumen inom uppdraget servicekedjor</p>				<p>✓ Leda och utveckla stadens samverkansforum och processer för professionella etableringstjänster inom uppdraget etableringskedjor</p> <p>Analys</p> <p>Etableringsuppdraget "Etableringsservice" har stärkts inom staden, med fler gemensamma forum samt möten för att sprida information om uppdraget till bland annat fastighetsnämnden St Erik markutveckling och stadsbyggnadsnämnden. Forum är bemannade och har sammanträtt enligt schema, under året har fyra nätverksträffar för etableringsservice genomförts, fyra mark och byggmöten, sex forum för strategisk analys samt två portföljmöten. Arbetet med att titta på hur aktuella ärenden ska kunna följas upp samt utvärderas har genomförts under hösten och implementeras från 1 januari 2023. En gemensam samlingsyta där information, underlag, ärenden och anteckningar kan samlas har skapats och tagits i drift under året. Arbetet med Etableringsservicen under 2022 har sammanställts i en redogörande rapport som biläggs i samband med verksamhetsberättelsen till styrelsen.</p>
<p> Tillsammans med kommunstyrelsen bistå nämnder och bolag i att</p>				<p>✓ 1. Tillsammans med kommunstyrelsen stötta berörda nämnder i genomförandet av</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
uppfylla näringslivspolicyns mål och aktiviteter.				<p>åtgärderna i näringslivspolicyn.</p> <p>Analys</p> <p>Rörande bolagets insatser för att stötta berörda nämnder i genomförandet av åtgärderna i näringslivspolicyn sammanfattas primärt under måltextern 2.1 "Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv". Nedan följer en analys av ett urval aktiviteter under perioden och gångna året.</p> <p>Bolaget har under perioden stöttat stadens olika berörda nämnder i arbetet med näringslivspolicyns olika åtgärder genom bl a arbetet med företagsdialoger i stadens olika stadsdelsområden samt genom etableringsservice. Bolaget har arbetat nära stadens bolag och nämnder för att öka kunskapen utifrån näringslivets perspektiv och bidragit med lotsning och facilitering av näringskontakter. Genom lotsarbetet har bolaget också bidragit till att öka kunskapen och samverkansytor mellan besöksnäringen och kulturlivet. Nya ytor för t.ex. konsertarrangörer har hittats samt möjlighet för kulturaktörer att placera konstföremål i stadsmiljö. Bolaget har även kunnat stötta upp diverse kulturaktörer med lotsning kring tillstånd för sitt genomförande.</p> <p>Bolaget har i nära samarbete med kommunstyrelsen drivit arbetet med att ta fram den fördjupade näringslivsutbildningen för stadens medarbetare. Utbildningen innehåller fakta och sakkunskap om näringslivspolicyn och dess fyra fokusområden och lanseras under Q1 2023.</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har vidare presenterat underlag som belyser besöksnäringens förutsättningar på webbplatsen Stockholm for Professionals samt spridit nyheter kring kunskapsunderlag/rapporter i bolagets kontakter med näringen, bl a via LinkedIn och webinarer. Bolaget har också säkerställt besöksnäringens perspektiv samt vikten av en hållbar besöksekonomi i flertal forum, bl a projekt Valparaiso (Frihamnen) med Stockholms Hamnar samt exploateringsnämnden och kulturnämnden med Kulturplattform Slakthusområdet. Bolaget har vidare koordinerat arbetet med Stockholm Tourism Barometer (data- och insiktsverktyg för destinationens aktörer) som tydliggör besöksnäringens nuläge och under perioden säkerställt att nya relevanta aktörer knyts till arbetet.</p> <p>Bolaget har också i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, tagit fram en strategi för hur staden ska arbeta med näringslivets kompetensförsörjningsbehov. Bolaget har vidare bidragit till framtidens kompetensförsörjning genom att erbjuda unga Stockholmare sommarjobb samt även praktiktillfällen.</p>
				<p>✔ 2. Utgöra stadens samlade funktion för näringslivsutveckling</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden bistått i arbetet med den lokala näringslivsutvecklingen bl a genom medverkan i Växla upp arbetet för Skärholmen och stadens utvecklingsarbete i Kista.</p> <p>Bolaget har haft löpande dialog med aktörer och nätverk i syfte att underlätta utmaningar och skapa rätt</p>




Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>väg in i processer och servicekedjor. Bolaget har regelbundet faciliterat möten med Tillståndsnätverket i tillståndsfrågor.</p> <p>Platsutvecklingsprojektet Position Stockholm City har fortsatt sin verksamhet 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 berörda nämnder.</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 i nära samarbete med kommunstyrelsen under året påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden. Projektets effektmål är att företagare som behöver tillstånd eller är föremål för tillsyn från Stockholms stad upplever att det är lätt att starta och driva sin verksamhet. Effekten mäts i den årliga NKI-undersökningen, både avseende nöjdheten med de digitala tjänsterna och det övergripande mätetalet för NKI.</p>
				<p>✓ 4. Samordna stadens verksamheter i att uppnå målet med fler företagsetableringar i linje med näringslivspolicyn.</p> <p>Analys</p>










Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har under året och den gångna perioden bistått i arbetet att samordna stadens verksamheter i att uppnå målet med fler företagsetableringar i Stockholm; bl a genom bolagets etableringsfunktion och beredning till stadens FC/BC Näringslivsforum.</p>
				<p>✓ 5. Ge stöd och rådgivning till stadens berörda nämnder i utvecklingen av stadens myndighetsutövning.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har i nära samarbete med kommunstyrelsen bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp under året och den gångna perioden. En djupare analys av de olika nämndernas NKI-resultat inom respektive myndighetsområden har tagits fram.</p>
<p> Tillsammans med kommunstyrelsen och exploateringsnämnden bejaka privata initiativ som syftar till att tillskapa talangbostäder som underlättar för näringslivets rekryteringar</p>				<p>✓ Bistå privata aktörer som vill skapa talangbostäder.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året haft kontakt med företag som bedriver co-living lösningar (long-stay lösningar) för främst internationella talanger, så som exempelvis Allihoop och Unity living, som expanderar både i stockholmsregionen och internationellt. Bolaget har vidare lyft dessa goda exempel bland internationella talanger när det gäller frågan kring boendemöjligheter i staden. Vidare har bolaget även haft kontakt med fastighetsutvecklare i frågan för att stimulera möjligheterna att skapa flera talangbostäder.</p>
<p> Tillsammans med stadsbyggnadsnämnden,</p>				<p>✓ Bidra till att stärka förutsättningarna för fler</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
<p>exploateringsnämnden, Spånga-Tensta stadsdelsnämnd, Rinkeby-Kista stadsdelsnämnd stärka förutsättningarna för framförallt arbetsplatser och företagande inom Järva</p>				<p>arbetsplatser på Järva.</p> <p>Analys</p> <p>Under Järvaveckandeltog Starta eget Stockholm och Stockholm Scaleup Program med en egen monter. Starta eget Stockholm erbjöd rådgivning på plats med sex rådgivare per dag och totalt sjutton rådgivare under de tre dagarna, vilka hade totalt ca trettio rådgivningar till kunder. Sex publika modererade intervjuer med entreprenörer ägde rum, för att verka som inspirationsaktiviteter. Ett estimat är att 800 besökare hade kontakt med Starta eget Stockholm under Järvaveckan. I samband med Järvaveckan annonserades i Mitti och den aktiviteten bedöms haft en räckvidd om ca 385 000 läsare i Ytter- samt innerstaden. Under hösten togs ett beslut om att rikta ytterligare insatser mot ytterstaden för att sprida budskapet om det egna företagandet. Totalt hölls sex events i samarbete med ett flertal av Starta eget Stockholms leverantörer. Insatser gjordes i Tensta, Högdalen, Kungens Kurva, Kista och Farsta. Vidare har marknadsföringskampanjer genomförts under året för att till alla stadens invånare sprida möjligheten kring nyföretagarrådgivning. Ett samarbete med nätverket Womenisa har under året inletts med syfte att nå ut med budskapet om Stockholm Scaleup Program till prioriterade målgrupper med primärt fokus på kvinnor i ytterstaden. Stockholm Scaleup Program har deltagit på medlemsträffar i Kista och samarrangerade ett större event 3 december med 120 deltagare från Womenisas nätverk.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med Stockholms Hamnar AB marknadsföra Stockholm som destination på de finländska och baltiska marknaderna				<p>✓ Utveckla och genomföra marknadsaktiviteter för att öka resandet till Stockholm</p> <p>Analys</p> <p>I syfte att öka resandet till Stockholm har bolaget bland annat etablerat forum för kunskapsutbyte inom närturism med Stockholms hamnar. Kontinuerligt insiktsutbyte har skett och nya kvalitativa insikter om färjeresenärens upplevda hinder har tagits fram. Nya insikter kopplade till barriärer att resa till Stockholm/Sverige har tagits fram för två finska målgrupper (unga och äldre skeptiker). Två fokusgrupper har resulterat i listade hinder för reseintresse och reseintention.</p> <p>Lanseringen av Finlandsprojektet ägde rum den 23 maj på det finska residenset i närvaro av den finska ambassadören, representanter från besöksnäringen, Stockholms Hamnar, Viking Line och Tallink Silja. Projektet syftar till att öka resandet mellan Sverige och Finland med fokus på att öka antalet besökare till Stockholm. Intresset från media var stort och relevanta mediekkanaler publicerade inslag som marknadsförde insatsen brett, i Sverige samt i Finland. En styrgrupp bestående av representanter från Stockholms Hamnar, Visit Stockholm, Viking line och Tallink Silja har träffats kontinuerligt under året. Inom projektet har bolaget också faciliterat samarbete mellan svenska och finska löplopp i syfte att marknadsföra varandras evenemang och därmed skapa trafik mellan Stockholm och Helsingfors/Åbo. I december genomfördes ett event på svenska</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				ambassaden i Helsingfors, tillsammans med representanter från besöksmål och gastronomi i Stockholm. Ca 25 köpare och mediarepresentanter från Helsingfors deltog och det var ett stort intresse för nya reseanledningar till Stockholm.
 Verka för införandet av ett snabbtåg mellan Stockholm och Oslo				<p>✓ 1. Verka för ökad internationell tågillgänglighet genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden lyft betydelsen av sträckan Oslo-Stockholm i sammanhang där näringsliv/kommuner träffas; bl a via ett SBA möte med olika näringslivschefer i november 2022 där VDn för projektet bjöds in. För att bistå med kunskapsunderlag har bolaget tagit fram presentationsmaterial för externt bruk samt medverkat i framtagandet av den europeiska databasen TourMIS. Utvecklingsarbetet medför att det från och med 2023 är möjligt att i TourMIS visualisera direktförbindelser mellan större destinationer i Europa, där bland annat Stockholm-Oslo kommer att skildras.</p> <p>✓ 2. Verka för ökad tillgänglighet via järnväg till Stockholmsregionen i samverkan med nationella myndigheter och andra aktörer.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året haft löpande möten och informationsutbyte med olika aktörer som exempelvis SJ, Snälltåget Visit Sweden, MTR, Oslo Stockholm 2:55 för att bistå i arbetet med ökad</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				internationell tillgänglighet via tåg.
 Verka för ökad internationell tillgänglighet till Stockholmsregionen via järnväg				<p>✓ 1. Verka för ökad internationell tågtillgänglighet genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har haft löpande möten och informationsutbyte med olika aktörer som exempelvis SJ, Snälltåget Visit Sweden, MTR, Oslo Stockholm 2:55 för att undersöka möjligheterna att bidra till ökad internationell tillgänglighet</p>
				<p>✓ 2. Verka för ökad tillgänglighet via järnväg till Stockholmsregionen i samverkan med europeiska offentliga aktörer.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året och den gångna perioden fört en dialog med flertalet europeiska offentliga aktörer; bl a inom ramen för ett europeiskt nätverk av olika destinationer delat data och kunskaper för tillsammans titta på hur man kan främja destinationsutveckling med tåg. Vidare har ett analysarbete av europeisk utbudsdata förts under året för att ge en förståelse för vilka möjligheter och utmaningar som föreligger för öka tågtillgänglighet till Stockholm. Vidare har ett visualiseringsarbete kring tågtillgängligheten mellan specifika städer i Europa inletts av City Destinations Alliance (City DNA, tidigare ECM).</p>
	 Antal företag i Stockholm Analys	203 211	192 000	
	 Arbetskraftsbrist i Stockholm (andel vakanser av antalet anställda) Analys	2	1	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>Siffran har ökat under 2022 vilket främst förklaras av en stor kompetensbrist inom ett flertal branscher i Stockholm.</p>			
	<p>  Näringslivets nöjdhet vid kontakter med staden som myndighet</p> <p>Analys</p> <p>Staden tappar tre steg i NKI jämfört med föregående år (70 jämfört föregående år 73) men resultatet är fortfarande högt. Minskningen kan relateras till pandemin och den påverkan den framförallt haft på mindre företag och inom specifika branscher.</p>	70	73	
	<p>  Tillväxt i den privata sektorn i Stockholms stad (lönesumma)</p> <p>Analys</p>	3 %	2 %	
	<p>  Ökning av antalet arbetsplatser i ytterstaden</p> <p>Analys</p>	3,4 %	2 %	
				<p>  Stockholm Business Region AB ska i samarbete med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden ta fram en handlingsplan för att Stockholms stad ska bli Sveriges bästa företagskommun senast år 2025</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har i samarbete med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden tagit fram förslag till en handlingsplan för att Stockholms stad ska bli Sveriges bästa företagskommun senast år 2025.</p>
				<p> Utveckla och genomföra stora evenemangssatsningar, så som VM i Handboll för herrar 2023 och VM i Hockey för herrar 2025, som ett viktigt verktyg för</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadens återstart.</p> <p>Analys</p> <p>För att lyfta Stockholm som en evenemangstad i världsklass har Visit Stockholm och Stockholms stad tagit fram ett nytt koncept som modell för att stärka det gemensamma och synliga värdskapet i Stockholm. "Stockholm - City of supporters" är ett kommunikationskoncept som syftar till att stärka stadens värdskap vid stora evenemang och mästerskap för att bli en än bättre och mer efterfrågad värdstad.</p> <p>Kommunikationskonceptet bidrar till att samla näringslivet, staden, idrotten och andra aktörer i Stockholm i ett gemensamt värdskap för Stockholm samtidigt som det tydligt ämnar välkomna alla de supportrar som besöker Stockholm under ett mästerskap.</p> <p>"Stockholm – City of handball supporters" handlar både om de supportrar som hejar fram lagen, men ett lyckat evenemang kräver också supportrar från näringslivet, idrotten och andra aktörer i staden. Under vecka tre och fyra 2023 kommer Handbolls-VM att synas både på stan – på storbildsskärmar och på informationstavlor – och även via arrangerade aktiviteter för hela familjen i Gallerian och i Globen Shopping. Ju fler aktörer som använder konceptet – till exempel på sina webbplatser, i sociala kanaler eller i butiker och restauranger – desto större budskapet att få. Konceptet "Stockholm – City of handball supporters" är fritt att använda för den som vill vara en del av Stockholms värdskap och en digitala toolbox, verktygslåda, är framtagna, tillgängliga för</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>alla.</p> <p>Bolaget har presenterat Mästerskapsprojektet med konceptkommunikation vid nio tillfällen under året, cirka 400 personer från runt 200-250 företag/organisationer har deltagit på träffarna.</p> <p>Under T1 och T2 togs en rad kunskapsunderlag fram avseende evenemangs betydelse och Stockholms position som evenemangsstad, utöver det som redan finns sedan tidigare. Under tertialet har fokus legat på att sprida kunskap om evenemangs betydelse internt inom bolaget men också inom staden och externt.</p> <p>I oktober lämnades den slutgiltiga ansökan om genomförandet av EM i fotboll damer 2025 in till UEFA av de nordiska förbunden. Staden har signerat relevanta avtal och bidragit till ansökan med de delar som värdstäder ansvarar för. Det har skett en löpande samordning mellan Svenska Fotbollsförbundet, Göteborg, Stockholm och arenaoperatör. Samarbetet har varit mycket bra. Efter slutgiltig ansökan har vissa kompletteringar lämnats in, särskilt avseende arenornas ekonomi. Utöver det har Mästerskapsprojektet påbörjat en analys av handlingsalternativ i samband med beskedet om tilldelning den 25 januari 2023.</p>

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 kontinuerligt verkat för att staden i sina beslutsunderlag för trafikplaneringen tar fram och tar hänsyn till näringslivets perspektiv genom s.k. näringslivskonsekvens analyser. Arbetet med att näringslivsanalyser ska ingå som en naturlig del i tidiga stadsplaneringsskeden har pågått löpande i dialog med berörda förvaltningar. Bolaget har vidare under året bistått med underlag kopplat till stadens verksamhetsområden för att stödja arbetet med att ta fram ställplatser för

godstransporter på väg.

Vidare har bolaget under året haft ett utpekat uppdrag av kommunfullmäktige att medverka i implementeringen av stadens kajstrategi. Bolaget har medverkat i planering av aktivering av Strandvägskajen i samband med evenemanget Stockholm H2O tillsammans med Stockholms Hamnar och berörda aktörer. Bolaget har i enighet med kajstrategin även medverkat till lotsning bland annat för Brilliant Minds konstverk av Ai Wei Wei utanför Nationalmuseum.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med kommunstyrelsen, exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden och kommuner i regionen ta fram trygga och effektiva ställplatser för godstransporter på väg				<p>✓ Stödja arbetet med att ta fram ställplatser för godstransporter på väg.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året bistått med underlag kopplat till stadens verksamhetsområden för att stödja arbetet med att ta fram ställplatser för godstransporter på väg.</p>
				<p> ✓ Stockholms Hamn AB ska gemensamt med trafiknämnden och i samverkan med exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden och Stockholm Business Region AB fortsätta arbetet med revidering av kajstrategin samt när den är beslutad påbörja dess implementering</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har medverkat i planering av aktivering av Strandvägskajen i samband med evenemanget Stockholm H2O tillsammans med Stockholms Hamnar och berörda aktörer. Bolaget har i enighet med kajstrategin medverkat till lotsning bland annat för Brilliant Minds konstverk av Ai Wei Wei utanför Nationalmuseum.</p>

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

-  Bolaget redovisar insatser under året och den gångna perioden utifrån nedan rubriker. Notera att vissa av dessa insatser också redovisas i *bilaga 1 Uppföljningsrapport Näringsliv*.

Bidra till arbetet med Växla Upp Stockholm genom turistattraktion, evenemang och samarbete med berörda branscher

För att stärka nattlivets aktörer och Stockholms attraktivitet och position gentemot besökare har bolaget, tillsammans med Kulturnämnden, bidragit till att implementera stadens nattlivsstrategi genom rapportsläpp av Creative Footprint Stockholm. Mätningen visar på nattlivets inverkan och påverkan på en stad och följdes upp av gemensamma dialogmöten med branschaktörer och stadens representanter.

Bolaget har under året även marknadsfört Stockholm genom uttaget "Stockholm Line Up" som visar på den mängd evenemang och aktiviteter som pågår i huvudstaden under året. Arbets sättet har samtidigt stimulerat fler aktörer att synliggöra den bredd av evenemang som genomförs under året och synliga dessa för fler genom bolagets evenemangskalender.

Kulturnämnden har under året kunnat ta fram rutiner och policy för lotsningsarbetet för kulturella och kreativa näringsidkare med hjälp av bolagets bidrag. Bolaget har deltagit i det nationella programmet för design tillsammans med Svenska Institutet, Visit Sweden, branschorganisationer och utvalda destinationer. Dessutom har ett nära samarbete skett med Stockholmsmässan kring design. Tyvärr flyttades årets upplaga av Stockholm Design Week fram till februari 2023. Däremot kunde Creative Edition genomföras i maj varigenom bolaget samarbetade med arrangören och genomförde ett antal pressbesök om hållbar design.

Bolaget har vidare medverkat i genomförandet event i samarbete med Swedish Fashion Council där rapportsläpp skedde om svenskt mode samt en digital plattform lanserades. I samband med detta kunde bolaget omhänderta ett 20 tal modeskribenter som bidragit med ett bredare destinationsperspektiv.

Stärka stadens kulturliv samt attraktions- och konkurrenskraft

Bolagets inledande arbete med platsutveckling inriktades på att ta vidare kunskaper och erfarenheter av tidigare platsaktiveringsinsatser av och med e-sporten och gaming som modell. Intresset har varit stort från stadens berörda nämnder och bolag när erfarenheterna av arbetet har förmedlats. För att stärka Stockholm som E-sport och gamingvänlig stad har bolaget arbetat vidare med att initiera e-sport som stark målgrupp för olika aktörer som tex Open House samt skapat förutsättningar för ESL (Electronic Sports League) och andra aktörer som vill arbeta mer med E-sport.


Bolaget har under året bistått i arbetet med platsutveckling för att skapa förutsättningar för kulturaktörer bl a genom aktiv medverkan i fastighetsägarforum för Söderstaden-Slakthusområdet där staden skapar förutsättningar för bred etablering av kulturverksamheter. Bolaget har under perioden också tillsammans med exploateringsnämnden följt upp kontakter med Stockholms Filmkommissionär om inspelningmöjligheter i staden.

Stockholm Line-Up har under året satt fokus på Kulturella och kreativa näringar i syfte att skapa en ökad efterfrågan och därmed förbättra de långsiktiga förutsättningarna för det lokala näringslivet. Manéret lyfter evenemang och upplevelser som den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholms hela utbud. Kommunikationen är i form av ett festivalmanér med olika festivalaffischer som lyfter Stockholms kulturutbud. Aktörer har involverats för att dels använda uttaget i egen marknadsföring men också för att bidra med innehåll till bolagets evenemangskalender i syfte att stärka attraktiviteten och samverkan i destinationen.

Särskilda insatser har gjorts för att lyfta Stockholms kulturutbud gentemot finska och estniska målgrupper. Insatserna har gjorts inom Finlandprojektet i samverkan med Tallink Silja och involverat ett drygt tjugotal mediarepresentanter (press/influencers) från Finland och Estland.


Stockholm H2O planerat, marknadsfört och genomfört

Bolaget har under året planerat, marknadsfört och genomfört Stockholm H2O i området runt Strandvägen den 26-28 augusti i syfte att göra World Water Week och SIWIS arbete mer publikt. Under dagarna kunde Stockholms innovativa arbete kopplat till vatten och hållbarhet visas upp och genomslaget var gott. Styrgruppen med deltagare från Kulturnämnden, Exploateringsnämnden, Stockholm Hamnar, och Miljö- och Hälsoskyddsnämnden har bidragit i arbetet.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med kulturnämnden bidra till arbetet med Växla Upp Stockholm genom turistattraktion, evenemang och samarbete med berörda branscher				<p>✓ 1. Bidra till att stärka de kulturella och kreativa näringarna i Stockholm</p> <p>Analys</p> <p>Kulturella och kreativa näringar (KKN) är företag som har kultur och kreativa processer som affärsidé. Det är näringar som växer i hela Sverige, som stärker regionernas och städernas utveckling och attraktionskraft och som ofta är dörröppnare till nya marknader.</p> <p>Bolaget har under året bidragit till KKN på flera olika sätt, bland annat genom att synliggöra företagare inom den kreativa techsektorn genom</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>två konferensdagar under november, Creative tech week. Syftet med dessa dagar var att synliggöra sektorn med fokus på Film, Musik, Mode, E-sport och Gaming; samt ge konferensdeltagare möjlighet att utbyta erfarenheter. Konferensen arrangerades nära i tidpunkt för SLUSH i Helsingfors och lockade till sig talare från Asien och USA samt internationella investerare. Bolaget samarbetade med lokala aktörer inom besöksnäringen, däribland Royal Djurgården som genom Kungl. Djurgårdens Intressenter är ett samarbete mellan 59 av Djurgårdens aktörer som samarbetar kring att besökare ska få den bästa möjliga upplevelse på Djurgården. Kombinationen av en kreativ samt en hållbar plats, går i linje med det arbetet som bolaget gjort under 2022 - att positionera Stockholm som the "home of Impact". Därav var även fokus på programmet under konferensdagarna just hållbarhet.</p> <p>Under 2022 har bolaget också i samverkan med kulturnämnden bidragit till att implementera stadens nattlivsstrategi genom rapportsläpp av Creative Footprint Stockholm, en mätning av nattlivets inverkan och påverkan på en stad. Pressträff och uppföljande dialogmöte med nattlivsaktörer med rapport och nattlivsstrategi som underlag har genomförts. Syftet att stärka nattlivets aktörer och Stockholms attraktivitet och position gentemot besökare.</p> <p>Bolaget har under året även marknadsfört Stockholm genom uttaget "Stockholm Line Up" som visar på den mängd evenemang och aktiviteter som pågår i huvudstaden</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>under året. Uttaget syftade också till att uppmuntra stadens aktörer inom KKN att bidra in i bolagets evenemangskalender för att visa på bredden och göra sina evenemang synliga för fler.</p> <p>Med bolagets bistånd har kulturnämnden under perioden tagit fram rutiner och policy för lotsningsarbetet för kulturella och kreativa näringsidkare.</p>
				<p>✔ 2. Genomföra marknadsaktiviteter med berörda branscher för ökad vilja att besöka Stockholm som upplevelsestad.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har tagit fram ett nytt marknadsföringsmanér där evenemang och upplevelser blir den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholms hela utbud.</p> <p>I samband med Creative Edition i maj, samarbetade bolaget med arrangören och genomförde ett antal pressbesök om hållbar design.</p> <p>Bolaget har kontinuerlig dialog med Stockholmsmässan kring Stockholm Design Week i syfte att säkerställa innehåll och genomförande. Årets mässa flyttades fram till februari 2023 och planering pågår. Bolaget har deltagit i det nationella programmet för design tillsammans med Svenska Institutet, Visit Sweden, branschorganisationer och utvalda destinationer.</p> <p>Bolaget har medverkat i genomförandet av ett event i samarbete med Swedish Fashion Council där en rapport om svenskt mode samt en digital plattform lanserades. Ett 20 tal modeskribenter deltog och bolaget bidrog med ett bredare destinationsperspektiv.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med kulturnämnden och kulturaktörer stärka stadens kulturliv samt attraktions- och konkurrenskraft				<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>Bolaget har under året agerat länk mellan staden och näringslivet för att underlätta för kontakt och relationer. Bolaget har under året bistått i arbetet med platsutveckling för att skapa förutsättningar för kulturaktörer bl a genom aktiv medverkan i fastighetsägarforum för Söderstaden-Slakterhusområdet där staden skapar förutsättningar för bred etablering av kulturverksamheter. Bolaget har under perioden också tillsammans med exploateringsnämnden följt upp kontakter med Stockholms Filmkommissionär om inspelningsmöjligheter i staden.</p> <p>Bolagets inledande arbete med platsutveckling har inriktats på att analysera och förmedla slutsatser av tidigare platsaktiveringsinsatser av och med e-sporten och gamingen som modell. Erfarenheterna av arbetet har under året förmedlats till stadens berörda nämnder och bolag.</p> <p>Bolagets marknadsuttag riktat mot besökare, Stockholm Line-Up, har under året satt fokus på KKN i syfte att skapa en ökad efterfrågan och därmed förbättra de långsiktiga förutsättningarna för det lokala näringslivet. Aktörer har involverats för att dels använda uttaget i egen marknadsföring men också för att bidra med innehåll till evenemangskalendern på visitstockholm.com i syfte att stärka attraktiviteten och samverka i destinationen.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>För att stärka Stockholm som E-sport och gamingvänlig stad har bolaget arbetat vidare med att initiera e-sport som stark målgrupp för olika aktörer som tex Open House samt skapat förutsättningar för ESL (Electronic Sports League) och andra aktörer som vill arbeta mer med E-sport framöver.</p> <p>✓ 2. Marknadsföra Stockholms kulturutbud gentemot besökare.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har tagit fram ett samverkanskoncept med verktyg och struktur för att lyfta Stockholms kulturutbud i samband med stora evenemang. En specialanpassad tematisk sida har lanserats på visitstockholm.se och visitstockholm.com för att synliggöra och lyfta utbud under speciella perioder med evenemangskalendern som bas.</p> <p>Bolaget har tagit fram ett nytt manér där evenemang och upplevelser blir den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholms hela utbud. Kommunikationen är i form av ett festivalmanér med olika festivaffischer som även lyfter Stockholms kulturutbud. Under hösten/vintern togs nya kommunikationsenheter fram för att uppmärksamma utbudet under helger, höstlov och inför jul. Dessa har förutom i sociala medieinlägg och annonser även synts på Kulturtavlorna runt om i Stockholm samt på stora digitalskärmar på köpcenter över hela Sverige.</p> <p>Inom Finlandprojektet har bolaget i samarbete med Tallink Silja haft ett tjugotal mediarepresentanter (press/influencers) från Finland och Estland på besök med syfte att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>marknadsföra Stockholms kulturutbud gentemot finska och estniska målgrupper.</p> <p>✓ 3. Positionera Stockholm utifrån Stockholms DNA.</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget lyft Stockholms DNA kontinuerligt i digitala kanaler genom en rad evenemang och initiativ samt intensifierat arbetet med Stockholm som ett Home of Impact.</p> <p>Press och Media: Under 2022 har bolaget tagit emot 226 mediarepresentanter, varav 87 var influencers. Bland annat filmade ett TV-team från tyska ARD i 10 dagar till ett reseprogram. Även ett holländskt och ett franskt TV team gjorde reseprogram, med vinter-, respektive vikingatema. Tyska Die Zeit gjorde ett reportage om Stockholm med 10 trender där mat och hållbarhet var i fokus. Hållbarhet har varit ett genomgående tema för flera journalister, både inom mat, transporter, mode och design. The Times, Sunday Times, BBC radio och The Telegraph har varit här från England och bland annat gjort ett fint reportage om familjesemester i Skärgården. Inom Finlandsprojektet kom för första gången en grupp med finska Tiktokers med syfte att nå en yngre målgrupp.</p> <p>Under sommaren genomförde bolaget ett samarbete med en svensk matskribent och hade ett antal så kallade foodies (skribenter/influencers med stor räckvidd i sociala medier) på besök som skrev om mat kopplat till hållbarhet. Swedish Fashion Council arrangerade ett event där ett 20-tal modeskribenter från tongivande modemagasin deltog. Här</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				bidrog bolaget med destinationsperspektivet.
				 Stockholm Business Region AB ska tillsammans med Stockholms Hamn AB, kulturnämnden och miljö- och hälsoskyddsnämnden genomföra en vattenfestival i Stockholm med fokus på hållbarhet och innovation i samband med World Water Week 2022 Analys Bolaget har under året planerat, marknadsfört och genomfört Stockholm H2O. Styrgruppen med deltagare från kulturnämnden, exploateringsnämnden, Stockholm hamnar, och miljö- och hälsoskyddsnämnden har bidragit i arbetet. Stockholm H2O genomfördes i området runt Strandvägen den 26-28 augusti i syfte att göra World Water Week och SIWIS arbete mer publikt genom att visa upp Stockholms innovativa arbete kopplat till vatten och hållbarhet. Arbetet har slutförts och en rapport har sammanställts som kunskapsunderlag.

2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö

- Med utgångspunkt i SBRs miljö- och klimathandlingsplan bidrar bolaget till att göra Stockholm till en attraktiv stad med ett dynamiskt näringsliv som kombinerar hög och hållbar tillväxt, goda livsmiljöer och minimerad miljöpåverkan. Bolagets verksamhet drivs i allt väsentligt utifrån ett hållbarhetsperspektiv och de insatser som gjorts under året för att bidra till Stockholm som en hållbar stad med en god livsmiljö har beskrivits under tidigare verksamhetsområdesmål.








Stadens miljöprogram stipulerar att bolaget, liksom övriga nämnder och bolag, ska ansvara för att genomföra aktiviteter som syftar till att nå etappmålen 2.2 Effektiv energianvändning, 4.1 Minskad resursanvändning och klokare konsumtion, 4.2 Ökad recirkulation av materiella resurser, 5.3 Ökad andel livsmedel och varor i stadens inköp som gynnar biologisk mångfald samt 7.1 Minskade nivåer av skadliga ämnen i varor och kemiska produkter. SBR har under året verkat för att genomföra aktiviteter för att nå de olika etappmålen; bl a har bolaget i samband med flytten till temporära lokaler i Tekniska Nämndhuset (års-skiftet 2021/2022) använt stadens interna återbrukscentrum, Stocket, i samband med införskaffandet av möbler och inventarier. Bolaget har också arbetat systematiskt med att förebygga uppkomst av avfall, däribland engångsprodukter i plast och verkat för att verksamheten ges bästa förutsättningar för att sortera ut matavfall samt övriga avfallsfraktioner. Vidare i samband med upphandlingar har bolaget ställt ändamålsenliga miljö- och hållbarhetskrav i enlighet med stadens miljöprogram. Inför verksamhetsåret 2023 har bolaget tydligare definierat vilka insatser som görs inom respektive etappmål.

Vad rör energiförbrukningen inom bolagets verksamhetslokaler har bolaget särskilt under den gångna perioden verkat för ska den hållas låg genom att lampor, värmeelement etc. inte används i onödan. Noterbart är emellertid att bolagets verksamhet bedrivs i evakueringslokaler där elförbrukning ingår i hyran varför bolaget saknar möjligheter att mäta och rapportera elförbrukningen.

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 bl.a. tillvarata digitaliseringens möjligheter för att effektivt tillhandahålla tjänster av hög kvalitet till såväl näringslivet som till samarbetspartners och stockholmare.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	  Andel administrations- och indirekta kostnader Analys	12,2 %	17 %	
	  Avvikelse investeringsbudget, % Analys	0 %	1 mnkr	
	  Resultat efter finansnetto(mnkr) Analys Koncernen har under året både i den ordinarie verksamheten och i flera av projekten med särskild finansiering haft fokus på återstarten av Stockholm efter pandemin vilket har varit ett prioriterat område under året. Även en omstruktureringskostnad inför kommande verksamhetsår ryms inom resultatet.	-0,9	0	
				 Tillvarata och utveckla det interna samarbetet och arbetet inom HR i samband med att kontoret flyttar till Tekniska Nämndhuset Analys Koncernen har tagit fram enhetliga och tydliga HR-processer, skapat forum för erfarenhetsutbyte och utveckling för koncernens chefer samt utvärderat och utvecklat det nya arbetssättet som implementerats i och med flytten till Tekniska Nämndhuset.


3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna








- Notera att vissa av dessa insatser också redovisas i *bilaga 1 Uppföljningsrapport Näringsliv*.

SBR har under året fortsatt arbetet med uppföljning utifrån resultaten i medarbetarenkäten - med fokus på utveckling och förbättring. 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.

Bolaget har under året i nära samarbete med kommunstyrelsen påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden. Projektets effektmål är att företagare som behöver tillstånd eller är föremål för tillsyn från Stockholms stad upplever att det är lätt att starta och driva sin verksamhet. Effekten mäts i den årliga NKI-undersökningen, både avseende nöjdheten med de digitala tjänsterna och det övergripande mätetalet för NKI.

Bolaget har vidare i nära samarbete med kommunstyrelsen bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp under perioden. Bolaget har löpande följt upp NKI-resultatet och vid behov bistått nämnderna med fördjupade analysunderlag.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Delta i gemensamma utvecklingsprocesser med övriga nämnder för att öka stadens totala NKI, fortsätta att utveckla samverkan av "rätt väg in" avseende e-tjänster, digitala möten med staden och samverkan inom tillståndsansökningar för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfarande				<p>✓ 1. Delta i och bidra till utvecklingen av det digitala mötet mellan staden och näringslivet, bl a genom uppfyllandet av EU direktivet Single Digital Gateway</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året i nära samarbete med kommunstyrelsen påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden. Projektets effektmål är att företagare som behöver tillstånd eller är föremål för tillsyn från Stockholms stad upplever att det är lätt att starta och driva sin verksamhet. Effekten mäts i den årliga NKI-undersökningen, både avseende nöjdheten med de digitala tjänsterna och det övergripande mätetalet för NKI.</p>
				<p>✓ 2. Delta i och bidra till utvecklingen av gemensamma samverkansytor och processer, utifrån fastställda riktlinjer i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				ägardirektivet, med berörda nämnder för att öka stadens totala NKI resultat. Analys Bolaget har i nära samarbete med kommunstyrelsen bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp under perioden. Bolaget har löpande följt upp NKI-resultatet och vid behov bistått nämnderna med fördjupade analysunderlag.
	 Aktivt Medskapandeindex Analys Jämfört med föregående år har AMI ökat från 76 till 78. Koncernen har arbetat med föregående års resultat på koncern-, bolags- och avdelningsnivå och flera insatser har gett ett positivt resultat. Årets AMI visar på ett fortsatt behov av insatser kopplat till vissa områden. Arbetet har genomförts på olika nivåer, utifrån varje bolag och avdelnings enskilda resultat.	78	83	
	 Andel upphandlade avtal där kontinuerlig uppföljning genomförts Analys	100 %	100 %	
	 Andel upphandlingar där marknadsdiallog har genomförts Analys	100 %	100 %	
	 Index Bra arbetsgivare Analys	84	84	
	 Sjukfrånvaro Analys	3 %	3 %	
	 Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	1,11 %	2 %	
				

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>✓ Periodisk genomgång av behörigheter i ekonomisystemet har genomförts</p> <p>Analys</p> <p>Upplägg och avslutande av behörigheter sker löpande. En genomgång av samtliga behörigheter görs under arbetet med varje tertialbokslut.</p>

UPPFÖLJNINGSRAPPORT NÄRINGSLIV

För att nå resultat och sammanhållet kunna kommunicera hur arbetet med att stötta näringslivet fortskrider kommer stadsledningskontoret samlat följa arbetet. I samband med stadens tertialrapporter och verksamhetsberättelse ska en särskild näringslivsrapport tas fram som beskriver rådande läge i stadens näringslivsarbete med näringslivspolicyns fyra fokusområden som grund. Underlaget för den uppföljningen utgör ett komplement till ordinarie rapportering i ILS och omfattar uppdrag, direktiv och aktiviteter i budget 2022 som bedöms vara av vikt för att samlat ge en bild av pågående näringslivsarbete.

Nämnd/Bolagsstyrelse
Stockholm Business Region AB
Kontaktperson för eventuella frågor
Hans Aspgren
Telefon
08-508 280 25
E-post
Hans.aspgren@stockholm.se

Uppföljning av direktiv och aktiviteter med näringslivskoppling i budget 2022

Beskrivning

Detta underlag utgör ett komplement till ordinarie uppföljningen i ILS. Syftet är att få utförliga svar om pågående uppdrag, aktiviteter och processer samt vad dessa syftar till. Rubrikerna är satta utifrån näringslivspolicyns fyra fokusområden som bedöms vara aktuella för respektive nämnd och bolagsstyrelse. Besvara följande frågor nedan i textrutorna (klicka här för att ange text).

1. Stimulera tillväxt och företagsamhet

Stimulera tillväxt och företagsamhet

SBR arbetar aktivt med att främja nyföretagande och entreprenörskap i syfte att bidra till ökad tillväxt och ett inkluderande och hållbart samhälle. Arbetet har bland annat skett via Starta eget Stockholm som är en rådgivningstjänst för alla stockholmare över 18 år som är folkbokförda i Stockholms stad och är intresserade av att starta eget företag. Därutöver har kommunfullmäktige pekat ut ett antal prioriterade målgrupper där bolaget har riktat extra

insatser för att öka kännedomen om vilka tjänster som staden erbjuder. De prioriterade målgrupperna är kvinnor, utrikesfödda samt boende i ytterstaden.

I juni deltog Starta eget Stockholm på Järvaveckan med primärt syfte att adressera målgrupperna boende i ytterstaden och utrikesfödda. I samband med Järvaveckan annonserades också i Mitti och den aktiviteten bedöms haft en räckvidd om ca 385 000 läsare i Ytter- samt innerstaden. Kommunikation genomfördes även i sociala medier. Vidare har sex events riktade mot ytterstaden genomförts under året. Aktiviteterna genomfördes tillsammans med rådgivare inom Starta eget Stockholm i Tensta, Högdalen, Kungens Kurva, Kista och Farsta och i samverkan med respektive stadsdelsförvaltning.

Bolaget har vidare under året samverkat med Feminvest, genomfört pitchevent med kvinnliga grundare med fokus på hållbarhet. I samband med alla events har Scaleup och Starta eget Stockholm presenterats för att öka kännedomen om de program som drivs av staden. Under tertialet noteras 54% andel kvinnor som registrerade i tjänsten Starta eget Stockholm, vilket är över årsmålet.

Även dialog har inletts med UngFöretagsamhet samt utbildningsnämnden, där syftet är att bättre nå ut till målgruppen gymnasieelever i ett tidigt skede samt att arbeta med attitydpåverkande åtgärder och nå ut med Starta eget Stockholms erbjudande även till denna målgrupp.

Vidare har ett stort arbete med att stärka de digitala förutsättningarna för systemet utförts och en ny bokningstjänst har lanserats under året.

Arbetet med Stockholm Scaleup Program för att få fler personer från prioriterade målgrupper att växla upp sina företag har fortsatt under året i samarbete med elva aktörer och hubbar. Inom ramen för programmet har också satsningar skett på kvinnors entreprenörskap i samverkan med Norrsken och Feminvest vilket syftar till att visa upp bolag inom hållbarhet som drivs av kvinnor samt för att presentera vilket stöd staden erbjuder. Under året har fem grupper inom Stockholm Scaleup Program startat med totalt fyrtiotvå företag. Vidare har även initiativet A Woman's place har lyfts samt ett samarbete med Position 99 skapats, vilket har resulterat i en lista på 99 företag i Stockholm grundade av kvinnor som söker kapital för expansion. Även ett event kallat "A Woman's Place Scaleup Day" har arrangerats med fokus på kvinnliga entreprenörer som syftar till ökad möjlighet för kapital till dessa företag.

Utifrån bolagets engagemang att samarbeta med hubbar inom startup ekosystemet har under året Impact tech ekosystemet kartlagts för att särskilja de olika vertikalerna inom tech. Stockholm har en av de snabbast växande startup-scenerna i världen, som inte bara producerar startups utan även föder upp så kallade "unicorns". Stockholm utmärker sig för sin entreprenörsanda och levande kultur av tvärvetenskapligt samarbete, vilket bolaget har arbetat för att stärka, bland annat utifrån samverkan för att, utifrån startupsens utmaningar, bidra till ökad tillgång till kapital och kompetens.

Arbetet med ökad kännedom om Stockholm som en Impactstad har intensifierats under året tillsammans i och med arbetet att positionera om Startupscenen från "The Impact Unicorn" till "The home of Impact". Bolaget har genomfört och deltagit i flera evenemang under året. Några exempel är Impact week, Fintech Week, Norrsken talent impact meetups, Big meet

och lanseringen av Impact rapporten. Under Almedalen samarbetade bolaget vidare med Impact HUB för att öka kännedomen av stadens arbete inom impact-området. Tydligt fokus har varit att bidra till arbetet i näringslivet och inom startupscenen mot en mer hållbar framtid. Arbetet har skett i nära samverkan med näringslivet.

Bolaget har under perioden arbetat vidare internationellt utifrån Stockholm – the Home of Impact som släpptes av Finansborgarrådet i samband med +50 konferensen och medverkat på ett antal aktiviteter såsom; Nordisk samlingsmonter under BIO i USA, Datacloud Global Congress med syftet av att skapa fler kontakter och fördjupa samarbetet med redan existerande kontakter samt stöttat vid förfrågningar kring datacenter som ser ut att kunna leda till en större etablering i Stockholmsregionen. Bolaget har vidare under året tillsammans med akademien genomfört Impact Cup (KI, Södertörn och Stockholms Universitet) för att involvera studenter i att anta utmaningen om att hitta hållbara lösningar inom Impact. Vidare har pitchevent tillsammans med Norrskan för att lyfta fram kvinnliga grundare inom Impact genomförts. Bolaget har också varit involverade i +50 konferensen genom att bland annat ha bistått vid internationella besök samt anordnat en meetup på Norrskan House.

Kartläggning och lansering av en rapport inom PropTech skett under året. Vidare har bolaget fortsatt arbetet med att stärka Stockholms roll som plats för huvudkontor samt som finanscentrum.

Det har under året också påbörjats ett arbete med Social Impact Academy som kommer fortsätta även under kommande år. Inledningen har skett via en förstudie utifrån att allt fler entreprenörer vill kombinera affärsnytta med att ta samhällsansvar. Dagens samhällsutmaningar, såsom växande andel äldre, ökande segregation, hög arbetslöshet, klimathot och ökad psykisk ohälsa blir alltmer komplexa då de också påverkas av varandra. Syftet med förstudien har varit att undersöka behovet av affärsutvecklingsstöd för samhällsnyttiga aktörer i Stockholmsregionen och se om det finns intresse och behov av nya affärs- respektive finansieringsmodeller för ett mer hållbart entreprenörskap. Förstudien ska visa om det finns nya modeller som kan möjliggöra en högre nivå av innovation för samhällsnytta som kan bidra till att små och medelstora företag snabbt kommer ut på marknaden och kan skala upp sin verksamhet.

Bolaget har vidare under året arbetat aktivt med omvärldsbevakning kopplat till tillväxt och entreprenörskap och har påbörjat ett arbete med att definiera nyckeltal kring hur utvecklingen av näringslivet i Stockholm bäst kan mätas. Ett arbete med att skapa forum tillsammans med branschföreningar gällande analys, statistik och omvärldsbevakning har påbörjats. Vidare har bolaget tillsammans med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden bistått i arbetet med att ta fram tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser för att stödja berörda nämnder i sitt näringslivsarbete. Regelbunden dialog har förts med både branschföreningar och företag för att på bästa möjliga sätt fånga upp företagets synpunkter och behov. Planering har inletts för att på ett systematiskt sätt kunna identifiera tillväxthinder i ett antal prioriterade branscher för att ytterligare kunna bidra med kunskapsunderlag i stadens förbättringsarbete. Därutöver har bolaget bland annat samarbetat med DI Gasell för att möta och föra dialog med Stockholmsföretag i stark tillväxt.

Bolaget har kontinuerligt jobbat med att stärka och marknadsföra Stockholms roll för företag som arbetar med innovationer, miljöteknik och hållbarhet. För att öka etableringarna av fler innovativa och miljösmarta företag i Stockholm har bolaget bland annat fortsatt verka för att främja fler etableringar och tillväxtföretag via Stockholm Green Innovation District samt via samarbetsavtal med privata aktörer som arbetar för ökad hållbarhet och bidragit till att stärka

företagens möjligheter inom området.

Bolaget har under året fortsatt 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. Positioneringsarbetet har utförts kontinuerligt under året i digitala kanaler samt på mässor och events. Ett större positioneringsarbete för att öka kännedomen om Stockholm som en hub för impact investeringar, entreprenörer och företag har drivit och ett flertal kommunikationsinsatser har genomförts i relation till det arbetet. Bolagets uppdrag att bedriva varumärkesarbete för Stockholm som besöksdestination har under året fokuserats på att implementera strategi och lansera verktyglåda för det marknadsstrategiska arbetet internt och externt i besöksdestinationen. Arbetet har resulterat i en utvecklad marknadsstrategi med tillhörande innehållsstrategi och en verktyglåda med konkreta byggstenar och material för intressenter med syfte att gemensamt stärka Stockholms position och enhetliga kommunikation i pågående projekt och insatser. Arbetet har medfört att en gemensam riktning och arbetssätt för besöksdestinationen utarbetats och implementerats i det gemensamma arbetet.

Det regionala samarbetet inom näringslivsfrågor har fortsatt inom Stockholm Business Alliance med syftet att stärka Stockholmsregionens konkurrenskraft och bidra till fler internationella investeringar. Bolaget har vidare under den gångna perioden inlett arbete med att stödja och bidra stadens referensarbete kopplat till uppdateringen av den regionala utvecklingsplanen för Stockholmsregionen (RUF5) – ett arbete som kommer intensifieras under 2023. Bolaget har också tillsammans med Region Stockholm genomfört analys av behov och förutsättningarna för ett regionalt samverkansforum. Besöksnäringen är ett utpekat styrkeområde i RUF52050 och det är av största vikt att Region Stockholm inkluderar besöksnäringen i det regionala utvecklingsarbetet framåt. Bolaget har deltagit med representant i arbetsgrupp liksom styrgrupp för Region Stockholm nya projekt "Besökskraft Stockholmsregionen". Projektet som startade i augusti ska undersöka behov och förutsättningar för en regional struktur/arena som ska stärka och främja en hållbar utveckling av besöksnäringen i Stockholms län. Projektet genomförs i nära dialog och samverkan med länets kommuner, företagsfrämjare och besöksnäringens aktörer och pågår till och med den 31 oktober 2023.

Bolagets dialog med besöksnäringens aktörer och företag har stärkts under året och den gångna perioden. Bland annat anordnade bolaget ett Executivesamtal för VD:ar i besöksnäringen med fokus på destinationens utmaningar och behov inför 2023. Utöver detta har återkommande samtal och dialogmöten skett inom olika ämnesområden, såsom dialogmöten för marknadschefer och evenemangsarrangörer skett. Bolaget har även initierat och genomfört ett antal Evenemangsforum som har lett till ökad dialog, erfarenhetsutbyte och samverkan mellan deltagarna och mellan deltagarna och Stockholms stad. En kompetensutvecklingsinsats med inriktning på Hållbara evenemang har genomförts. Bolaget har vidare särskilt riktat insatser för att stärka Stockholms prestation i Global Destination Sustainability Index 2022 som årligen utvärderar, jämför och rankar hållbara destinationer i världen. Arbetet resulterade i att Stockholms placering förbättrades från 22:a till 7:e plats.

Bolaget har under perioden fortsatt skapat förutsättningar för företagens omställningsbehov och destinationens återstart utifrån pandemins och Ukrainakrigets effekter på besöksnäringen genom framtagande och spridning av kunskapsunderlag så som insikter, nulägesanalyser och framtidsbedömningar för besöksdestinationen Stockholm. I syfte att rusta företag i besöksdestinationen Stockholm för nya förutsättningar drivna av kundernas ändrade krav och förväntningar har projekt Omställning Stockholm med finansiering från EU och Tillväxtverket fortsatt tillhandahålla utbildnings- och erfarenhetsutbytestillfällen,

Samverkansarenor och ny digital plattform. Insatserna i projektet har utvärderats löpande och visat mycket goda resultat. Bolaget har publicerat samtliga kunskapsunderlag från projektet på bolagets webb samt kommunicerat insikter och resultat i digitala kanaler till företag i besöksnäringen bland annat på LinkedIn. Analys av förestående lågkonjunktur, ränteökningar och ökande energi- och råvarupriser har under året skett fortlöpande då dessa faktorer så tydligt och tidigt slår mot besöksnäringens förutsättningar.

Bolaget har under året medverkat till en visningsresa tillsammans med Sustainable meet Stockholm, ett nätverk bestående av aktörer i besöksnäringen som vill positionera Stockholm som hållbar mötesdestination. Tolv mötesarrangörer/agenter från Köpenhamn, Benelux, Storbritannien, USA och Tyskland deltog. För deltagande fanns krav på visat stort intresse av att paketera hållbara resor. Bland annat lyftes de nya direktlinjerna med tåg till Köpenhamn, Berlin och Hamburg.

Vidare har dialogen med stadens förvaltningar och bolag fördjupats under året för att bidra med kunskap i besöksnäringens frågor. Bolaget har genomfört utbildningsinsatser för bland annat exploateringsnämnden i syfte att öka kunskapen om besöksnäringens betydelse och förutsättningar. I syfte att bidra till Citys återstart genom stärkt platsutveckling och samverkan har bolaget medverkat i projekt Position Stockholm City (PSC) tillsammans med besöksnäringen, fastighetsägare och handel.

Bolaget har under året tagit fram ett nytt manér där evenemang och upplevelser blir den samlande kraften och det bärande budskapet för att locka fler besökare till Stockholm. Evenemangen är reseanledningar som bidrar starkt till turistekonomiska effekter i form av hotellbokningar, musei- och restaurangbesök, shopping och inte minst känslan av en levande stad. Kommunikationskonceptet är ett festivalmanér med olika affischer som tydliggör Stockholms stora utbud. Bolaget har under året utvecklat och implementerat ny marknadsföringsinsats, Stockholm Line Up i sociala media och på skyltar i drygt 60 svenska städer samt i Finland. Arbetet har skett i samverkan med besöksnäringens aktörer. Marknadsföringsinsatsen ger bolaget och aktörerna möjlighet att marknadsföra Stockholms breda utbud av evenemang och konserter i gemensamma och egna kanaler gentemot nationell målgrupp och närmarknader. Besöksnäringens aktörer har använt marknadsföringsmaterialet i sina egna kanaler. Under den gångna perioden arbetade bolaget vidare med tematiska Line-Ups som marknadsfördes inför Höstlovet och inför vintersäsongen. Löpande bearbetning av media i Sverige och internationella har genomförts. Intresset för Stockholm som besöksdestination är mycket stort och efterfrågan av pressresor ökar. Bolaget har under året tagit emot 226 mediarepresentanter varav 87 influencers. Bland annat filmade tyska ARD i 10 dagar till ett reseprogram, ett holländsk filmteam och franskt TV har gjort reseprogram med vinter respektive vikingatema som teman. Bolaget har även utvecklat en innovativ tjänst för att främja hemester, ett mer hållbart resande. Tjänsten, utvecklat i samarbete med Viewbound, matchar bilder från Stockholm med bilder på liknande populära miljöer från övriga städer i världen för att visa på alternativ i Stockholm till att resenären.

Bolaget har under året genomfört bearbetning av närmarknader, däribland den finska marknaden, i samarbete med besöksnäringen. Lanseringen av Finlandsprojektet ägde rum den 23 maj på det finska residenset i närvaro av den finska ambassadören, representanter från besöksnäringen, Stockholms Hamnar, Viking Line och Tallink Silja. Projektet syftar till att öka resandet mellan Sverige och Finland med fokus på att öka antalet besökare till Stockholm. Intresset från media har under året varit stort och relevanta mediekanaler har publicerat inlägg som marknadsfört insatsen brett, i Sverige samt i Finland. En styrgrupp bestående av representanter från Stockholms Hamnar, Visit Stockholm, Viking line och Tallink Silja har träffats kontinuerligt under året. Flera insatser har gjorts under året; bl a har

bolaget i samarbete med Tallink Silja haft ett tjugotal mediarepresentanter (press/influencers) från Finland och Estland på besök med syfte att marknadsföra Stockholms kulturutbud gentemot finska och estniska målgrupper. I december genomfördes ett event på svenska ambassaden i Helsingfors, tillsammans med representanter från besöksnäringslivet och gastronomi i Stockholm. Cirka 25 köpare och mediarepresentanter från Helsingfors deltog och det var ett stort intresse för nya reseanledningar till Stockholm.

Inom uppdraget servicekedjor (sedan 2022 benämnt "Etableringsservice") har under perioden arbetet i enlighet med uppdragets handlingsplan fortskridit. Handlingsplanens syfte har varit att utveckla etableringsservicen inom staden och säkerställa att kontaktvägar för etablering är tydliga och effektiva. Bolaget har under året haft löpande kontakter med näringslivet och tillsammans med exploateringsnämnden haft en särskild roll som samordnare för etableringsservicen. Etableringsservicen har under året stärkts inom staden, med fler gemensamma forum samt möten för att sprida information om uppdraget. Gemensamma presentationsunderlag och visualiseringar av servicekedjor för internt och externt bruk har under perioden tagits fram. Den externa kommunikationen har byggts upp på webben "Etablera ditt företag i Stockholm" och gemensamma FAQ har tagits fram och delas med Kontaktcenter "företagslotsen" som därför bättre kan besvara frågor om etableringar. En stadengemensam samverkansyta där information, underlag, ärenden och anteckningar kan samlas har också skapats och tagits i drift under året. 26 etableringsförfrågningar har inkommit av dessa är fyra färdiga etableringar, 16 är fortsatt pågående och övriga är avslutade. Redogörelse för etableringslotsfunktionen och samordning av Etableringsservicen under 2022 har sammanställts i en årsrapport.

Bolaget har under året färdigställt budskapsplattform för positionering av besöksdestinationen Stockholm som Good Food City. Arbetet har resulterat i en Good Food Guide 1.0 där Stockholmsambassadörer delar med sig av personliga tips på hållbara måltidsupplevelser och lokalproducerad mat och dryck. Konceptet har implementerats och kommunicerats i bolagets kanaler samt med hjälp av ambassadörerna. Innehållet i Guiden används även som inspiration och underlag till press och media. Bolagets turistinformatörer slussar vidare matfrågor till guiden som finns publicerad med intervjufilmer på webplattformen visitstockholm.com.

Bolaget har tillsammans med Stockholmsmässan arbetat med att attrahera stora möten och kongresser. Bl a kan nämnas att Stockholm i september var värd för en av Europas största hybrid kongresser, EASD (European Association for the Study of Diabetes) med cirka 11 000 deltagare. Under året har bolaget genomfört 14 ansökningar för framtida möten till Stockholm. Bland annat kommer den globala organisationen Global Sustainable Tourism Council (GSTC) som initierades av bland annat FN, att arrangera en världskongress i Sverige och Stockholm den 23-25 april 2024. Bolaget har vidare fortsatt arbetet med att stärka Stockholm som attraktivstad för internationella akademiska möten i samverkan med företag, akademi och Stockholms Science City med flera. Bolaget har under året bl a bidragit till det allra första "World Academic Forum" i syfte att stärka arbetet där Stockholms 18 lärosäten tillsammans verkat för att lyfta Stockholm som kunskapsstad i världen. Arbetet har skett inom bolagets projekt Attraktion Stockholm som bidragit till att skapa nya samverkansstrukturer och strategiska nätverk för att stärka Stockholms position som innovativ och hållbar destination.

Bolaget har vidare under året och den gångna perioden fortsatt lyft in näringslivsperspektivet i stadens stadsutvecklingsprojekt genom medverkan dels i stadsinterna samordningsgrupper såsom styrgruppen för Fokus Skärholmen samt externt genom fastighetsägarforum i bl a stadsutvecklingsområdet Söderstaden-Slakthusområdet. Flera mötesserier med ett urval fastighetsbolag har förts under året och den gångna perioden under bolagets ledning och i

samarbete med Fastighetsägarna Stockholm samt stadsbyggnadsnämnden och exploateringsnämnden för att diskutera planerade arbetsplatser i förhållande till bedömd arbetsplatspotential i Stockholm; bl a i Älvsjö och Västberga.

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. Bolaget har också fortsatt föra en dialog med Kista Limitless, 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 vidare under året och den gångna perioden medverkat i och både genom en stadsintern arbetsgrupp liksom representation i styrgruppen för Skärholmens "Växla upp" arbete drivit flera åtgärdsplaner.

Bolaget har under året och den gångna perioden bidragit i arbetet med utveckling av tillväxt- och arbetsmarknadsanalyser i nära samarbete med kommunstyrelsen och arbetsmarknadsnämnden. Under ledning av kommunstyrelsen har arbetet bedrivits genom en arbetsgrupp där representanter för kommunstyrelsen, berörda nämnder och bolaget har ingått. Uppdraget syftar till att ta fram ett kunskapsunderlag som bidrar till att ge stadens nämnder och bolagsstyrelser bättre förutsättningar att tillsammans göra mest nytta och ge störst positiva effekt för företagandet i staden där stadsdelsområdenas geografi utgör utgångspunkten. Uppdraget innehåller också en del som ska beskriva en modell och metod för stadens "växla-upp" arbete på stadsdelsområdesnivå. Bolaget har vidare under året och den gångna perioden fört ett aktivt samarbete genom kontinuerliga nätverksmöten med stadsdelsförvaltningarnas näringslivskontakter.

Bolaget har aktivt medverkat till att öka transportörers intresse av att etablera flyg och tåglinjer till Stockholm. Verksamheten har fortsatt sitt arbete för att stärka Stockholm som tågdestination genom att fördjupa kunskapen om tågillgängligheten och de hinder som finns för ökad trafik. Bolaget har vidare samverkat med tågoperatörerna för att genom deras aktiviteter öka intresset av att besöka Stockholm. För att råda bot på den bristande tågstatistiken och för att öka kunskapen om tågillgängligheten och dess möjliga utveckling har bolaget under året aktivt bidragit i utvecklingen av en europeiska databasen TourMIS med målsättning att förbättra tågstatistiken. För att ytterligare stärka den internationella tillgängligheten har bolaget, via samarbetet med Connect Sweden, arbetat vidare med att marknadsföra och utveckla flyglinjerna till Stockholm. Bolaget har i samarbete med bland andra Visit Sweden, Nordiska Ministerrådet och internationella resebyråer genomfört ett antal sälj- och marknadsföringsinsatser, digitala kampanjer och PR-aktiviteter för Finnairs direktlinjer till Stockholm från New York, Los Angeles och Miami. Bolaget har även medverkat i marknadsföringen av SAS nya direktlinje från Toronto till Stockholm. Bolaget har vidare under året i löpande dialog med Swedavia och Skavsta Flygplats bidragit med marknadsföringsmaterial om Stockholm för att tillmötesgå efterfrågan från bland annat flygoperatörer inom Connect Sweden samt utöver det även Wizz Air, Ryan Air och Eurowings. Vidare har insatser gjorts för att öka kunskapen om flygets klimatomställning samt hur organisationer och konsumenterna kan bidra till denna utveckling.

Tillsammans med Stockholms Hamnar AB och exploateringsnämnden har bolaget verkat för att utveckla Frihamnspiren för kryssningsfartyg, företagande och innovation. Bolaget har under året och den gångna perioden bevakat och följt upp Stockholms Hamnars strategiarbete för att utveckla Frihamnspiren bl a genom deltagande vid workshop/strategidagar. För att stärka Stockholms värdskap har bolaget bidragit med kunskap kring värdskap och bemötande i hamnens nya terminaler med bland annat tryckt kommunikation som hänvisar besökare till visitstockholm.com och bolagets digitala

besöksservice. I syfte att öka resandet till Stockholm har bolaget också bland annat etablerat forum för kunskapsutbyte inom närturism med Stockholms Hamnar. Kontinuerligt insiktsutbyte har skett och nya kvalitativa insikter om färjeresenärens upplevda hinder har tagits fram.

I syfte att positionera Stockholm och säkerställa att kryssningar i Östersjön inte ska mista sin attraktionskraft deltog bolaget på kryssningsnätverket Cruise Baltics möte i Kotka. Vikten av detta arbete har accentuerats av det pågående kriget i Ukraina då St Petersburgs uteslutits i många rederiers utbud. Genom Cruise Baltic deltar bolaget tillsammans med Stockholms Hamnar även i det arbete som resulterat i "manifestet" som tagits fram där 29 destinationer och ett antal rederier samarbetar för att öka medvetenheten om hållbarhetsfrågorna inom kryssningsbranschen globalt. Manifestet kompletteras med nytt online-verktyg, "Sustainable Cruise Indicator", där rederier och passagerarna kan mäta hur hållbara de olika regionerna är.

Under året har insatser genomförts i samverkansprojektet Stockholm Archipelago tillsammans med skärgårdskommunerna och Skärgårdsstiftelsen. Fokus har varit att ta fram bokningsbara, hållbara paket för att marknadsföra skärgårdens reseanledningar och utbud riktat till besökare som är intresserade av naturupplevelser under framförallt perioden augusti-oktober. Insatser för att tillgängliggöra skärgården digitalt har genomförts i samarbete med Google Street View. Ett nytt projekt Stockholm Archipelago Trails gör det möjligt att utveckla produkter och marknadsföra en vandringsled som består av 10 etapper längs med Nord-Sydlinjen. Även ett samarbete med Film Stockholm har under den gångna perioden inletts med syfte att attrahera filmproduktioner till skärgården "off season".

2. Förbättra service, tillgänglighet och myndighetsutövning

Inom fokusområdet har bolaget arbetat aktivt med kommunikation till det lokala näringslivet genom att löpande drivit arbetet med nyhetsbrev och konjunkturrapporter. Bolaget har under året bedrivit auktoriserad digital besöksservice med bemanning 363 dagar om året. Bolaget har genomfört riktade insatser för att öka spridningen av värds-kapsmaterial genom nyhetsbrev, riktade mail till receptionschefer och inlägg i bolagets digitala kanaler i syfte att stimulera och stärka Stockholms värds-kap. Bolaget har också tillgängliggjort kunskapsunderlag på engelska via websidan Stockholm for Professionals för att nå ut till den ökade andelen engelsktalande personal i besöksnäringen.

Konceptet för mötesplats och dialog med det lokala näringslivet har under året vidareutvecklats inom ramen för företagsdialog i stadens stadsdelsområden. Bolaget har under året i samarbete med berörda nämnder i staden berett, planerat samt genomfört företagsdialoger i stadens stadsdelsområden. Under den gångna perioden har dialogmöten förts i Spånga-Tensta, Bromma, Kungsholmen och Hägersten Älvsjö. I det sistnämnda stadsdelsområdet genomfördes ett specialprogram i samarbete med stadsdelsförvaltningen och Företagsgrupperna i Stockholm med prisutdelning av Årets lokala företag och mingelutställning.

Partnerskapet SBA syftar till att förbättra näringslivsservicen i hela regionen samt vässa regionen i NKI (nöjd kund-index) och NUI (nöjd upphandlings-index) frågor. Dialoger och föredragningar har under året genomförts med ett flertal SBA-kommuner gällande deras NKI och NUI. Vidare har möten genomförts i SBAs Företagsklimatråd liksom i SBAs NUI-referensgrupp med upphandlingschefer samt en SBA-konferens på temat Företagsklimat. Även en dialog med SKR har under året förts kring utveckling av Insiktmätning generellt samt vad gäller extraordinära makroanalyser.

Bolaget har i nära samarbete med kommunstyrelsen också bistått ledningen av stadens näringslivsgrupp under perioden. En djupare analys av de olika förvaltningarnas NKI-resultat inom respektive myndighetsområden har tagits fram.

Bolaget har vidare i nära samarbete med kommunstyrelsen under året påbörjat projektet Digital service för företagare. Projektet är en fortsättning på det så kallade målbildsprojektet och syftar till att uppfylla EU direktivet Single Digital Gateway samt utveckla e-tjänster och digitala möten med företagare för att förenkla och effektivisera företagans ansökningsförfaranden. Projektets effektmål är att företagare som behöver tillstånd eller är föremål för tillsyn från Stockholms stad upplever att det är lätt att starta och driva sin verksamhet. Effekten mäts i den årliga NKI-undersökningen, både avseende nöjdheten med de digitala tjänsterna och det övergripande mätetalet för NKI.

3. Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet

Bolaget har under perioden fortsatt sitt löpande arbete med att bistå med näringslivsperspektivet i stadens trygghetsarbete. Arbetet har fokuserats i både Järva och Skärholmen. Genom regelbundna möten med stadsdelsnämndernas näringslivskontaktpersoner har bolaget haft en dialog om olika insatser som görs och planeras i respektive stadsdel för att öka tryggheten för näringslivet och medborgare.

För att synliggöra stadens värdskap och bidra till tryggare miljöer har bolaget under året, i samarbete med trafiknämnden, genomfört ett pilotprojekt där hänvisningsskyltar till utvalda besöksmål kompletterades med QR-koder för att förstärka den digitala turistservicen. QRkoderna har även synliggjorts i fysiskt kartor och i andra miljöer där besökare förväntas söka information. Arbetet har löpande utvärderats för att följa besöksmönster och nyttjandegrad.

Bolaget har under året och den gångna perioden bevakat de verksamhetsområden som ska vara fortsatt renodlade i enlighet med översiktsplanen. Arbetet med en ny analys för fortsatt planering och utveckling av stadens verksamhetsområden har under perioden bedrivits bl a kopplat till historisk utveckling, områdenas attraktivitet och dynamik och beskrivning av fastighetsbeståndet. För verksamhetsområdet Årsta partihallar har det stadeninterna arbete fortgått med att följa upp slutrapport kring utredningar för att se hur staden och fastighetsägare samt verksamheterna i området kan verka för ett scenario där verksamhetsområdet blir ett inhägnat/bevakat område.

Under året har bolaget i samverkan med kulturnämnden bidragit till att implementera stadens

nattlivsstrategi genom rapportsläpp av Creative Footprint Stockholm, en mätning av nattlivets inverkan och påverkan på en stad. Bolaget har arbetat nära stadens bolag och nämnder för att öka kunskapen utifrån kulturlivets perspektiv och bidragit med lotsning och facilitering av näringskontakter. Genom lotsarbetet har bolaget också bidragit till att öka kunskapen och samverkansytor mellan besöksnäringen och kulturlivet. Bolaget har även kunnat stötta upp diverse kulturaktörer med lotsning kring tillstånd för sitt genomförande.

4. Kompetensförsörjning

Bolaget har fortsatt drivit arbetet med att implementera insatserna i den Talangrapport som togs fram 2020, bland annat med ett stärkt samarbete med den lokala start-up scenen, hubbar och co-working spaces, samt via publicering av information och artiklar i digitala kanaler för att möta både svenskägda och internationella bolags behov. Därtill har arbete utförts för att ta fram en digital "praktisk guide" som arbetsgivare som rekryterar internationella talanger kan använda i sin marknadsföring av Stockholm. Detta för att underlätta för internationella talangers etablering i staden.

Ett antal talent meetups har genomförts under året där pitchande bolag och investerarpåneler har deltagit. Verksamheten har genomförts löpande under hela året och förutom via meetups också via Impact Job fair som är en jobbmässa inom hållbarhetsområdet som lockade många internationella talanger. Vidare har också en talanglunch under Creative Tech Week genomförts samt att bolaget har deltagit på Sime 2022 samt på Holiday Talent Meetup. Syftet med talangträffarna har främst varit att bidra med aktiviteter som får talangerna att bottna i staden och därmed får talangerna att stanna längre i staden för att kunna ta högkvalificerat arbete på arbetsmarknaden, ofta i roller där det saknas kompetens, och att i förlängningen bidra till ökade skatteintäkter och bidra till Sveriges innovationskraft.

Under året, med färdigställande under den gångna perioden, har bolaget i samverkan med arbetsmarknadsnämnden och i samråd med kommunstyrelsen tagit fram en strategi som visar hur staden på ett samlat sätt ska arbeta med kompetensförsörjningsfrågor riktat till stadens näringsliv. Strategin visar på vägledande strategiska prioriteringar för att gemensamt möta näringslivets kompetensförsörjningsbehov.

Den snabba återhämtningen av antalet besökare till destinationen har skapat en stor arbetskraftsbrist, utöver den tidigare kompetensbrist som besöksnäringen haft. Bolaget för dialog med flertalet aktörer för att säkerställa att stadens insatser faller väl ut och omhändertar den akuta situationen. Bolaget har bidragit till framtidens kompetensförsörjning i samarbete med besöksnäringen genom att erbjuda unga sommarjobb samt även praktiktillfällen. Vidare har bolaget vad gäller ferieplatser erbjudit hundra platser riktade till ungdomar som är intresserade av entreprenörskap. Möjligheten till att lära sig mer om nyföretagande har mottagits väl och ett 30-tal ungdomar från detta år har intresse av att vidareutveckla sina idéer till företag. En dialog om hur bolaget kan stötta dem vidare har påbörjats liksom aktiviteter för att ytterligare fortsätta jobba med feriejobb under kommande år.

Bolaget har under året regelbundet deltagit i samarbets- och dialogforum inom ramen för kompetensförsörjning, kompetensutveckling och talangattraktion så som exempelvis med Region Stockholm, Stockholm IT Region och branschorganisationer. Bolaget har även haft

löpande dialog och bidragit med kontakter till arbetet inom Integrationspakten samt spridit information om rekryteringsevent för att säkerställa besöksnäringens framtida kompetensförsörjningsbehov.

Bilaga Rapport av utfall vid evenemang. Bokslut 2022	Utbetalt stöd	Antal publik	Antal internationellt ackrediterade journalister	Antal internationella TV kanaler som sänt
Stockholm Furniture & Light Fair 2021 *****	500 000	0	24	0
Gotland Runt 2021	600 000	> 1000*	0**	1
Stockholm International Horse Show 2021	450 000	85 058	16	2
Stockholm Pride Summer 2021	350 000	ca 4000 ***	0***	webbdistribuerat
Fashion Week (feb) 2022	250 000	540***	14	0
Swim Open Stockholm 2022****	500 000	1 020	13	37
Stockholm Craetive Edition 2022	200 000	7 000	11	0
Elitloppet 2022	300 000	35 951	154	17*****
Stockholm Pride 2022	600 000	*****	39	0
Stockholm International Team Race Regatta 2022	75 000	10 000	0	0
Stockholm Football Cup 2022	100 000	4 000	0	0
Stockholm Fashion Week aug 2022 (SS23)	250 000	4 030	33	0
Longines Global Champions Tour 2022	500 000	18 000	10	10
Lidingöloppet 2023	300 000	45 000	4	1
Gotland Runt 2022	1 000 000	40 000	11	2
Swedish Padel Open 2022	400 000	21 000	5	11
ÖTILLÖ 2023	300 000	300	11	8
Bauhaus Galan 2022	750 000	10 000	72	190
Stockholm Open 2022	500 000	29 855	7	132
Stockholm Marathon 2022	500 000	*****	15	13

* Avser antal deltagare, ingen publik maa Covid 19.

** Inga internationellt ackrediterade journalister närvarande maa Covid 19.

*** Restriktioner maa pandemin

**** Publikantal och antal aktiva reducerat med 50% maa risk för fortsatt spridning av Covid 19

***** Avser antal länder evenemanget sänts i.

***** 43 100 besökare Pride House, Pride Park. Pride Parad ca 45 000 deltagare och 500 000 åskådare.

***** Uppskattningsvis 200 000 åskådare, 13 618 anmälda löpare och 10 169 startande.

***** Mässan inställd maa pandemin. Internationell presskonferens och internationellt seminarieprogram genomfördes digitalt