

Utfallsrapport Tertiäl 2 2024

Stockholm Business Region AB

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	3
Analys av ekonomisk utveckling	5
Resultatsammanställning, investeringar & övrigt	5
Analys.....	6
1. Ett Stockholm som håller samman med en stark och jämlik välfärd i hela staden	6
1.1 Alla barn och ungdomar ska ges möjlighet till jämlika uppväxtvillkor och trygghet samt en rik fritid.....	6
1.2 Alla barn ska ges likvärdig möjlighet till utveckling och lärande i förskolan och skolan	6
1.3 Stockholms stad ska ge stöd och omsorg där behoven är som störst	6
1.4 Stockholm ska vara en bra stad att åldras i - med god omsorg och stor trygghet.....	6
1.5 Alla stockholmare ska ha tillgång till ett rikt kultur-, idrotts- och föreningsliv	6
2. Ett grönt och fossilfritt Stockholm som leder en rättvis klimatomställning	12
2.1 Stockholm ska bli klimatpositivt – genom minskade utsläpp och ökad koldioxidlagring	12
2.2 Stockholm ska vara en stad där den biologiska mångfalden ökar	14
2.3 Stockholm ska vara en stad där framkomligheten ökar och utsläppen minskar	14
2.4 Stockholmarens hälsa ska främjas genom ren luft, rent vatten och giftfria miljöer.....	24
3. Ett Stockholm med en stabil och hållbar ekonomi med utbildning, jobb och bostäder för alla	24
3.1 Stockholms ekonomi är stark, hållbar och lägger grunden för en jämlik välfärd	24
3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb.....	25
3.3 I Stockholm ska alla ha rätt till ett bra boende som de har råd med.....	56
3.4 Medarbetare i Stockholm ska ges goda förutsättningar att göra ett bra jobb.....	58
3.5 Hög beredskap och stark rådighet ska råda i alla verksamhetsområden	59
3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser	60
3.7 Stockholm ska vara en öppen, jämställd och demokratisk stad som samarbetar internationellt	61

Sammanfattande kommentar

Stockholms Business Region arbetar målmedvetet för att positionera Stockholm som Europas ledande hållbara tillväxtregion och en av de tio främsta besöksdestinationerna i Europa. Genom att främja innovation, hållbarhet och stärka samarbeten med näringslivet skapar bolaget långsiktiga förutsättningar för ett dynamiskt och resilient Stockholm.

Under perioden har bolaget särskilt fokuserat på insatser som stärker det lokala näringslivets förutsättningar och främjat tillväxten av hållbara företag. Bolagets verksamhet har bidragit till att stärka Stockholms varumärke både lokalt och internationellt, genom att positionera staden som en företagsvänlig plats och en attraktiv destination för investeringar och besök. Stockholms internationella konkurrenskraft och attraktivitet genererar fler företagsetableringar och skapar förutsättningar för socialt och ekonomiskt hållbara miljöer.

Genom att främja en ökad internationell intresse och investeringsvilja, stärker bolaget Stockholm som global aktör med fokus på att fortsatt vara en ledande hållbar tillväxtregion. Bolagets insatser bidrar därmed till att göra Stockholm till en tryggare och mer attraktiv stad, både för boende och besökare, vilket är avgörande för att uppnå stadens långsiktiga mål om hållbar tillväxt och utveckling.

Ekonomisk utveckling och näringslivets utmaningar under perioden

De första åtta månaderna av 2024 präglades av en fortsatt svag konjunkturutveckling i Stockholm, med ökande arbetslöshet (7,2%), fler konkurser och en minskning i nyföretagandet (-6%) jämfört med föregående år. Trots en något mindre negativ utveckling i juni och juli, förblir den ekonomiska konjunkturen utmanande på årsbasis. Trots detta förväntas den svenska ekonomin visa en svagt positiv BNP-tillväxt om cirka 1% under 2024, enligt samstämmiga prognoser från olika institut.

Samtidigt har hushållens ekonomiska framtidstro stärkts något i och med Riksbankens räntesänkning till 3,5% i augusti. Detta förväntas leda till en ökning i konsumtionsintention, även om konsumtionen, särskilt inom tjänstesektorn, fortfarande ligger på låga nivåer. Inom näringslivet noteras en försiktig optimism, särskilt inom byggindustrin där byggstarter och försäljningar av bostäder förväntas öka under tredje kvartalet.

Besöksnäringens utveckling under perioden

Stockholms besöksnäring visade en svagt positiv utveckling under årets sju första månader. Antalet besökare på museer och attraktioner var ungefär lika många jämfört med samma period 2023 men med en relativt stor variation per månad. Kommersiella gästnätter ökade svagt (+0,8% i länet och +1,7% i staden) och Stockholms län behåller sin marknadsandel på 20% av totalt antal gästnätter i landet. Bolaget arbetar med insatser för att stödja besöksnäringen som fortsatt är drabbade av kostnadsökningar och uppskjutna skatteskulder från pandemiåren, vilket har påverkat lönsamheten negativt, särskilt inom restaurang- och nattlivsbranschen.

Strategiskt näringslivsarbete

Bolaget verkar för fler och hållbart växande företag vilket resulterar i fler arbetstillfällen och fler stockholmare i egen försörjning via eget företagande. Det är viktigt att nya företag är hållbara från start samt att tillgängligheten av företagsstödande tjänster för prioriterade målgrupper ökar.

Under perioden har bolaget utvecklat och implementerat ett nytt arbetssätt för ökad dialog med det lokala näringslivet. Närmare 100 företagsbesök har genomförts i Järva och Kista i samarbete med Järva stadsdelsförvaltning, Arbetsmarknadsförvaltningen och Kista Science City. Ett pilotprojekt som även omfattat utveckling av nya insiktsunderlag kring näringslivets utmaningar och förutsättningar för berörda stadsdelar och förvaltningar. Arbetet ligger till grund för stadens strategiska näringslivsutvecklingsarbete och för fördjupade företagsbesök. Bolaget har även genomfört ett antal näringslivsdialoger, bland annat Finansborgarrådets näringslivslunch tillsammans med ett urval av organisationen Företagarna Stockholms

medlemmar.

Bolaget har framgångsrikt marknadsfört och tillgängliggjort erbjudanden inom Starta eget Stockholm och Stockholm Scale Up-program i ytterstadsområden, bl a i Järva, i syfte att bredda rekryteringen inom prioriterade grupper.

Genom insatser och samarbete i partnerskapsprojektet Stockholm Business Alliance stärker bolaget Stockholm som huvudstad och som tillväxtregion. Under perioden har bolaget aktivt arbetat för att attrahera internationella investeringar inom prioriterade områden som t ex Sustaintech, PropTech, Bygg och Infrastruktur samt Life Science. Bolaget har positionerat och marknadsfört Stockholm mot relevanta marknader och branscher genom medverkan på internationella evenemang och mässor. Detta har resulterat i ett flertal nya förfrågningar vilket bygger en solid grund för fler internationella etableringar i Stockholmsregionen.

Bolaget har fortsatt stärka det digitala arbetet genom ett datadrivet arbetssätt och med utveckling av digitala tjänster och verktyg, bland annat genom att utveckla evenemangsdatan och bolagets evenemangskalender. Detta har lett till positiva resultat med en markant ökning av trafik till visitstockholm.com och visitstockholm.se. Båda kanalerna når numera cirka 360 000 besökare per månad och antalet besök på webbplatsen visitstockholm.se har ökat med cirka 58 procent under perioden jämfört med föregående år och på webbplatsen visitstockholm.com med 38 procent. Arbetet stärker även Stockholms förmåga att positionera staden internationellt. Implementering av CRM-system och tidigare lanserade nya tjänster har optimerats och utvecklats löpande för ökad effektivitet i arbetet.

Initiativ och evenemang

Bolaget har inlett ett samarbete med Ericsson och Post- och Telestyrelsen med starten av "Stockholm Cybersecurity Dialogue 2024" (SCSD). Ett initiativ av hög strategisk relevans för Stockholmsregionen och dess positionering som relevant spelare inom global cybersäkerhet. Målsättningen är att mötet ska bli årligt återkommande i Stockholm och dialog med Ericsson gällande SCSD 2025 har initierats. Detta samarbete genererar positiv effekt för Kista som företagsplats.

Bolaget leder och driver Mästerskapsprojektet i bred samverkan med berörda förvaltningar och bolag för att stärka Stockholms förmåga att, som evenemangsstad, attrahera och genomföra stora evenemang samt för att utveckla stadens kärnverksamheter. Bolaget har under perioden fortsatt arbeta med att strategiskt kartlägga evenemang för värvning under perioden 2025-2030. Utvecklingen av konceptet Stockholm City of Supporters som syftar till att, i samarbete med berörda aktörer och stadens näringsliv, stärka Stockholms gemensamma värdskap och utvecklingsinsatser vid stora evenemang och mästerskap, har fortsatt. Under perioden har bolaget även genomfört förberedande insatser inför Ishockey-VM för herrar 2025. En intresseanmälan för EM i Fotboll för damer 2029 har inlämnats till Svenska fotbollförbundet.

I juli lämnade bolaget, i samarbete med Svenska Basketbollförbundet, in en ansökan om ett EM-gruppspel för damer 2027, besked kommer i november 2024. I paketeringen av EM har staden (genom stadsledningskontoret, SBR och idrottsförvaltningen) tillsammans med Svenska Basketbollförbundet enats om en treårig satsning på samverkans- och trygghetsinsatser med basket som gemensam nämnare i utvalda stadsdelar under 2025-2027.

Under perioden har särskilt fokus lagts på att stärka bilden av Stockholm i samband med flertalet internationella relevanta mässor och kongresser. Understödjande sociala mediekampanjer har framgångsrikt lanserats lokalt vid dessa för att nå relevanta målgrupper. Arbetet utvecklas nu för kommande satsningar för att öka kännedomen om Stockholm internationellt.

Bolaget har tillsammans med Svensk Form fortsatt arbetet med att ta fram förslag och riktlinjer för en eventuell Stockholmsutställning 2030.

Bolaget har under perioden producerat nio nya anbud för framtida kongressaffärer, till ett uppskattat turistekonomiskt värde på ca 425-475 miljoner kronor. Det är fler förfrågningar än på många år och bolaget

ser en uppåtgående trend gällande förfrågningar till Stockholm.

Under perioden har bolaget förstärkt arbetet med kommunikationsinsatser och utvecklat ett nytt arbetssätt för att marknadsföra och positionera Stockholm. Det gemensamma marknadsföringsarbetet, som bolaget genomförde tillsammans med besöksnäringen i samband med Taylor Swifts konserter, fick ett otroligt stort genomslag bland sommarens stora utbud av musikevenemang. Bolaget arrangerade egna marknadsföringsaktiveringar och samarbetade med det lokala näringslivet för att tillsammans stärka värdskapet och öka kännedomen om Stockholm.

Resultatet visar bland annat att Taylor Swifts tre konserter genererade 848 miljoner kronor i turismekonomisk effekt, baserat på konsumtion och boende (exklusive biljettförsäljning) och att 131 100 besökare från hela världen, varav 67 000 utländska besökare från 130 länder kom till Stockholm. Bolaget har i samarbete med Stockholm Live, Solna stad och Fabege även genomfört en lyckomätning, i samarbete med Handelshögskolans Center for Wellbeing, Welfare och Happiness. Mätningen visade att stockholmarnas lycka ökade både före och efter konserterna och stärkte känslan av gemenskap i staden. Skillnaden var också större veckan efter evenemanget, vilket visar på en stark evenemangseffekt.

Analys av ekonomisk utveckling

Resultatsammanställning, investeringar & övrigt

Resultatsammanställning

Nyckeltal	Utfall	Budget	Prognos
Omsättning	114 728	146 010	150 186
Rörelsekostnader	-53 940	-76 880	-79 096
Avskrivningar	-317	-550	-550
Nedskrivningar och Utrangeringar			
Personalkostnader	-44 719	-70 380	-70 940
Övriga kostnader	-90		
Finansnetto	1 944	1 800	2 200
Resultat efter finansnetto	17 606		1 800

Investeringar

Nyckeltal	Utfall	Budget	Prognos
Nyproduktion			
Strategiska investeringar (Ombyggnad)			258
Ersättningsinvesteringar	259	2 000	258
Summa investeringar	259	2 000	258

Övrigt

Nyckeltal	Utfall
Antal anställda	67
Balansomslutning	117 893

Analys

Budgeterat resultat och årsprognos

Bolagets resultat på helår är budgeterat till 0 mnkr, och prognosen visar på ett överskott om 1,8 mnkr huvudsakligen med anledning den tillfälliga ändringen i bolagets ledningsstruktur under året.

Intäkterna för året prognostiseras till 150,2 mnkr.

Kostnaderna för året prognostiseras till 150,6 mnkr.

De finansiella kostnaderna och intäkterna för året prognostiseras till en intäkt på 2,2 mnkr.

Ekonomiskt utfall tertial 2 2024

Intäkterna uppgår till 114,7 mnkr för perioden vilket är 17,4 mnkr högre än budget för perioden. De ökade intäkterna är hänförliga till enskilda projekt med särskild finansiering och överförda intäkter från föregående år för flerårsprojekten, däribland SBA och Ishockey-VM.

Bolaget har i år fortsatt arbetet med flera enskilda projekt med särskild finansiering, däribland förberedelserna för Ishockey-VM 2025, Finlandprojektet tillsammans med Stockholms Hamnar för att öka antalet besökare från Finland och Baltikum, projektet för utveckling av en regional vandringsled i skärgården i samarbete med flera skärgårdskommuner och ett Interreg-projekt tillsammans med andra aktörer i Östersjöregionen för att öka antalet besökare i skärgården under lågsäsong.

Bolaget har under perioden arbetat effektivt och genomfört de aktiviteter som planerats för perioden med goda resultat. Bolaget har dels verksamhet som bedrivs löpande dels ett antal insatser som fördelas kopplat till resursåtgång under olika tertial.

Kostnaderna uppgår till 99,1 mnkr för perioden vilket är 0,5 mnkr högre än budget för perioden.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna uppgår till en intäkt om 1,9 mnkr vilket är 0,7 mnkr högre än budget för perioden.

Koncernens resultat efter finansnetto tertial 2 uppgår till 17,6 mnkr

1. Ett Stockholm som håller samman med en stark och jämlik välfärd i hela staden



1.1 Alla barn och ungdomar ska ges möjlighet till jämlika uppväxtvillkor och trygghet samt en rik fritid



1.2 Alla barn ska ges likvärdig möjlighet till utveckling och lärande i förskolan och skolan



1.3 Stockholms stad ska ge stöd och omsorg där behoven är som störst




1.4 Stockholm ska vara en bra stad att åldras i - med god omsorg och stor trygghet



1.5 Alla stockholmare ska ha tillgång till ett rikt kultur-, idrotts- och föreningsliv





Bolaget redovisar ägardirektiv "Främja Stockholms position som en av Europas mest öppna, hållbara och kreativa städer" under verksamhetsområdesmål 3.7 (enligt SBR Verksamhetsplan 2024).

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Främja Stockholms position som en av Europas mest öppna, hållbara och kreativa städer				<p>🕒 Positionera och marknadsföra Stockholm som en öppen, hållbar och kreativ stad utifrån varumärkesplattform och analys</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets datadrivna arbetssätt och pågående utvecklingsarbete av budskap och varumärkesplattform för stärkt kommunikation och marknadsföring riktad till samtliga målgrupper har gett resultat under perioden. Antal besök på bolagets webbplats visitstockholm.se har ökat med cirka 58 procent under perioden jämfört med föregående år och på webbplatsen visitstockholm.com var ökningen 38 procent. Bolaget noterar även att antalet besök till startsidan för Evenemangskalendern ökade med 123 procent respektive 39 procent. Antalet besök av målgruppen talanger ökade med 32 procent. Bolaget har även producerat och uppdaterat cirka 35 digitala guider på visitstockholm.com och bedrivit ett löpande arbete med att förbättra sökoptimeringen vilket har bidragit till antalet ökade besök på webbplatserna. Antalet följare och interaktivitet i bolagets sociala mediekkanaler har ökat och total räckvidd för Instagram och Facebook beräknas uppgå till cirka 2,8 miljoner.</p> <p>Genomslaget i media för Stockholm har varit exceptionellt stort hittills under året. Bolaget har arbetat strategiskt och fokuserat med pressmeddelanden och pressbearbetning vilket resulterat i drygt 70</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>genomslag internationellt, nationellt och lokalt. Bland annat så gjorde en av Tysklands största tidningar, Frankfurter Allgemeine Zeitung, reportage om matkultur och upplevelser i de nordiska städerna. Det brittiska magasinet Lodestars Anthology har skrivit om Djurgården och är i Skärgården, The Sun och The Times har gjort reportage om "budget friendly Stockholm". Bolaget har även arbetat med inkommande förfrågningar från internationell press, mottagande av journalister och influencers (cirka 180 utländska journalister hittills i år), genomförande av pressresor samt deltagit vid stora evenemang som t ex Taylor Swift-konserterna i maj. Taylor Swift-konserterna i Stockholm ledde till att det publicerades över 19 100 artiklar och inlägg i nyhetsmedier och på sociala medier. I annonsvärde motsvarar det drygt 200 miljoner kronor. Den potentiella räckvidden, som fortsätter att öka, är nu uppe i cirka 12,3 miljarder.</p> <p>I samband med Taylor Swift genomförde bolaget en turistekonomisk mätning och också en lyckomätning för att påvisa positiva effekter av stora evenemang på en stads välbefinnande, mående och upplevda gemenskap. Resultatet visar bland annat att konserterna genererade 848 miljoner kronor i turismekonomisk effekt, baserat på konsumtion och boende (exklusive biljettförsäljning) och att 131 100 besökare, varav 67 000 utländska besökare, kom till Stockholm. Lyckomätningen visade</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>att Stockholmarnas lycka ökade både före och efter konserterna och stärkte känslan av gemenskap i staden. Skillnaden var också större veckan efter evenemanget, vilket visar på en stark eventeffekt. En månad efter konserterna var invånarnas känslolägen fortfarande förhöjda jämfört med en månad innan konserterna. Bolaget kommunicerade de viktigaste resultaten i juni och finansborgarrådet intervjuades i flera medier. Resultaten och rapporten i sin helhet kommer att presenteras på ett event som bolaget arrangerar den 2 september.</p>
				<p>▶ Samla aktörerna och skapa förutsättningar för dem att stärka Stockholms position</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortsatt arbetet med att identifiera Stockholms identitet tillsammans med näringslivet och andra aktörer för att gemensamt stärka bilden av Stockholm inom prioriterade områden med syfte att attrahera investerare, företag, talanger och besökare. Bolaget har i dialog och samverkan med näringslivet och aktörer fortsatt utveckla marknads- och kommunikationssatsningar samt arbetet med att implementera konceptet Stockholm - City of Supporters för att tillsammans stärka Stockholms värdskap vid stora evenemang och positionera Stockholm som evenemangsstad. Under perioden genomfördes bland annat ett antal marknadsföringsinsatser och platsaktiveringar i samband med Taylor</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Swifts tre konserter i maj som har gett mycket goda resultat. Det publicerades över 19 100 artiklar och inlägg i nyhetsmedier och på sociala medier i relation till konserterna i Stockholm. I annonsvärde motsvarar det drygt 200 miljoner kronor och en potentiell räckvidd på över 5 miljarder. Den potentiella räckvidden mättes under sju dagar i samband med konserterna och fortsätter ännu att spridas, vid mitten av augusti var den potentiella räckvidden uppe i 12,3 miljarder.</p>
				<p> Stärka bolagets digitala arbete för att säkerställa datadrivet arbetssätt</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortsatt stärka det digitala arbetet genom ett datadrivet arbetssätt och utveckling av digitala tjänster och verktyg.</p> <p>Bolagets tidigare förstärkning av arbetet med extern kommunikation med fokus på press och PR genom bland annat implementering av nytt pressrum och mediabevakning har gett resultat. Utvecklingen av evenemangsdatan och bolagets evenemangskalender har lett till positiva resultat med ökad trafik till visitstockholm.com och visitstockholm.se.</p> <p>Bolaget har under perioden utvecklat samverkan med bland annat Visita Stockholm, Region Stockholm och Stockholms Handelskammare gällande strukturerat analys- och omvärldsarbete genom att bland annat utbyta data, dela insikter och erfarenheter.</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har fortsatt delta i insatser inom det europeiska initiativet "AI Opener for destinations" som ökar kunskap och förståelse om hur AI kommer att påverka destinationer och destinationsbolag.</p>
				<p> Stockholm Business Region ska i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, trafiknämnden och utbildningsnämnden samt i samråd med kommunstyrelsen och stadens styrgrupp för stora evenemang samordna stadens planering, genomförande och utvärdering av ishockey-VM år 2025</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget leder och driver Mästerskapsprojektet och har under perioden genomfört förberedande insatser inför Ishockey-VM för herrar 2025 utifrån framtagna projektplan. I bred samverkan med berörda förvaltningar och bolag stärker bolaget Stockholms förmåga som evenemangsstad och genom att använda mästerskapet, Ishockey-VM för damer 2025, som verktyg, bidra till att utveckla stadens kärnverksamheter. Under perioden har bolaget arbetat fram en projektplan som syftar till att välja ut insatser som kan leverera störst effekt kopplat till stadens olika kärnuppdrag. Ishockey-VM ger vidare en möjlighet för destinationen att kraftsamla kring samhällsutmaningar och utveckla stadens legacy-arbete – det vill säga arbete med långsiktiga och bestående positiva</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och hållbara effekter för staden och för destinationen. Ett utkast till projektplan för detta legacy-arbetet har under perioden tagits fram.</p> <p>Under perioden har utvecklingen fortsatt av konceptet Stockholm City of Supporters som syftar till att, i samarbete med berörda aktörer och stadens näringsliv, stärka Stockholms gemensamma värdskap och utvecklingsinsatser vid stora evenemang och mästerskap där Ishockey-VM naturligt är högprioriterat.</p> <p>Bolaget har under perioden intensifierat samarbetet med Svenska Ishockeyförbundets VM-bolag och har bl a genomfört ett studiebesök under VM i Prag i maj för att inhämta inspiration och erfarenheter inför mästerskapet i Stockholm. Bolaget har vidare under perioden deltagit i VM-bolagets styrelsearbete.</p> <p>Bolaget har under perioden också säkerställt att mästerskapet aktiveras och synliggörs i olika sammanhang bl a i Kungsträdgården, under stadens platsaktiveringsinsats "Bilfria helger på Sveavägen" samt under invigning av den nya ishallen i Mälarhöjden.</p>

2. Ett grönt och fossilfritt Stockholm som leder en rättvis klimatomställning

2.1 Stockholm ska bli klimatpositivt – genom minskade utsläpp och ökad koldioxidlagring

Stockholm ska vara klimatpositivt 2030, helt fossilfritt 2040 och en av världens ledande städer inom hållbarhet och klimatomställning. Bolagets verksamhet bidrar till detta bland annat genom att stimulera företagande inom innovation och miljöteknik samt med riktade insatser så att företag och deras affärsmodeller är hållbara redan från start. Genom att förstärka uppföljning, analys och kunskapsspridning om näringslivets betydelse och behov bidrar bolaget till att öka takten i klimatomställningen.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				 <p>  Stockholm Business Region AB ska i dialog med aktörer från branschen verka för etablering av återbruksverksamheter i Järva </p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden varit i dialog med SVOA för att kartlägga vad som redan finns utifrån deras rådighet samt även inlett en dialog med Skärholmens stadsdelsförvaltning i syfte att utröna om satsningen Fritidsbanken är relevant för Järva. Under perioden har även ett möte med Stena Recycling genomförts som visat intresse att etablera verksamhet i Järva.</p>
				 <p>  Stockholm Business Region AB ska verka för att fler företag blir medlemmar i Miljö- och klimatpakten </p> <p>Analys</p> <p>Bolaget verkar löpande för att fler företag ska bli medlemmar i Miljö- och klimatpakten. Under perioden har bolaget i dialog med Miljöförvaltningen undersökt möjligheter och samverkansformer för gemensamma insatser riktade till restaurang- och hotellbranschen med fokus på energianvändning och att stärka företagens förmåga till hållbar tillväxt. Arbetet fortsätter med bland annat ett seminarium under kommande tertiäl.</p>

2.2 Stockholm ska vara en stad där den biologiska mångfalden ökar

2.3 Stockholm ska vara en stad där framkomligheten ökar och utsläppen minskar

Under perioden har bolaget genomfört marknadsaktiviteter och samarbeten för att stärka Stockholms position som en internationellt tillgänglig och hållbar destination. Bolaget har arbetat aktivt för att öka kännedomen om Stockholm internationellt, med särskilt fokus på att främja hållbara transportsätt, locka fler internationella besökare och attrahera hållbara investeringar.



Bolaget har genom marknadsaktiviteter, samarbeten med tågoperatörer och kunskapsutbyten bidragit till att främja hållbara transportsätt och att stärka Stockholm som attraktiv tågdestination. Bolaget har även aktivt lyft arbetet inom Oslo 2.55 med Oslos näringsliv och andra relevanta aktörer i syfte att driva på fortsatt utveckling av en snabbare tågförbindelse.

För att främja tågbasead turism och hållbar tillgänglighet har bolaget arbetat aktivt med att marknadsföra Stockholms tågillgänglighet både i Sverige och internationellt. Bland annat har information om internationella tåglinjer och Stockholms hållbarhetsprofil uppdaterats på bolagets webbplatser och använts i samband med stora evenemang.

Bolaget har under perioden genomfört flera riktade kommunikationsinsatser med syfte att marknadsföra Stockholm som en attraktiv destination för investeringar och talanger. Bland annat har Stockholms styrkor inom innovation och hållbarhet lyfts fram genom artiklar och kampanjer på bolagets digitala plattformar. Till exempel kampanjen "Welcome to a region of opportunities - Live and Work in Stockholm," som lanserades under mötesplatsen Collision i Toronto. Kampanjen fokuserade på att attrahera internationella talanger och att positionera Stockholm som en ledande hållbar tillväxtregion, med gott resultat.


För att ytterligare befästa Stockholms position som en hållbar destination arrangerade bolaget, i samarbete med Stockholms Hamnar, Cruise Europes årliga möte i maj. Detta möte samlade cirka 180 deltagare, inklusive representanter från internationella rederier och branschmedia. Hållbarhet stod i fokus under mötet, där bolaget tillsammans med lokala aktörer marknadsförde Stockholms erbjudanden till den internationella kryssningsindustrin. Detta var särskilt viktigt då antalet kryssningsanlöp till Stockholm har minskat kraftigt de senaste åren med anledning av pågående krig i Ukraina, vilket påverkar efterfrågan på kryssningar i Östersjön..

Bolaget har under perioden varit en aktiv partner i planeringen av TechArena Zero, en internationell konferens om innovation och hållbarhet, som äger rum i Nacka Strand den 23 oktober och samlar runt 700 internationella och lokala beslutsfattare. Under evenemanget kommer stadens klimatarbete och klimatomställningsarenor att lyftas fram för att stärka Stockholms position som ledande hållbar tillväxtregion och för att tillsammans accelerera den gröna omställningen.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Bidra till och arbeta för att öka den internationella tillgängligheten till Stockholm genom bland annat hållbara transportmedel				 Bidra till ökad internationell tillgänglighet genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag som främjar hållbara transportsätt Analys Under perioden har

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bolaget genomfört marknadsaktiviteter samt ökat kännedomen och kunskapen om destinationen i syfte att öka den internationella tillgängligheten och antalet kommersiella gästnätter. Bland annat i samband med lansering av Air Canadas två nya direktlinjer från Arlanda till Montreal och Toronto riktat till reseagenter och turoperatörer från Kanada.</p> <p>I samband med att festivalen Stockholm Pride arrangerades genomförde bolaget i samarbete med nätverket Stockholm LGBT och företag i besöksnäringen en visningsresa för internationell media och internationellt reseled inom LGBTQ+ segmentet. SBR är partner i projektet och stod bland annat värd för ett antal programpunkter i syfte att marknadsföra destinationen. Totalt deltog 20 internationella medierepresentanter och resesäljare från främst Kanada, USA, Storbritannien och även från Tyskland och Spanien. Detta resulterade i flera reportage och artiklar om Stockholm - den öppna staden.</p>
				<p>🔍 Positionera Stockholm som en hållbar destination med god tillgänglighet i samverkan med destinationens aktörer och transportörer.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget arbetar med olika aktiviteter för att positionera Stockholm som en hållbar destination med god tillgänglighet. I maj stod bolaget tillsammans med</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Stockholms hamnar värd för Cruise Europes årliga möte. Cruise Europe är ett nätverk för Europas hamnar och andra verksamma inom kryssningsindustrin. Mötet samlade ca 180 personer varav ca 30 personer från branschpress/media och internationella rederier. Resterande kom från hamnar i Europa. Hållbarhet var i fokus och tillsammans med lokala aktörer inom kryssning och besöksnäring marknadsfördes Stockholms erbjudande mot de internationella rederierna. Stockholm har tappat många anslöp pga kriget i Ukraina, därav denna viktiga satsning och vi ser ett växande intresse igen för kommande år.</p> <p>I samband med att Pride arrangerades i Stockholm genomförde nätverket Stockholm LGBT, en visningsresa för internationell media och köpare inom internationellt reseled inom LGBTQ+ segmentet. Stockholm LGBT är ett nätverk som samlar aktörer inom besöksnäringen som aktivt jobbar gentemot detta segment. Bolaget är partner i projektet och stod värd för ett antal programpunkter i syfte att lyfta destinationen. Totalt deltog 20 internationella medierepresentanter och resesäljare från främst Canada, US, UK men även Tyskland och Spanien. För deltagarna från Canada och USA medverkade Air Canada för att marknadsföra sin nya direktlinje mellan Stockholm och Toronto och Montreal. Det här resulterade i flera artiklar om Stockholm och den</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>öppna staden.</p> <p>I syfte att marknadsföra stockholmsregionen som en attraktiv destination för investeringar och turism genomförde bolaget ett event i form av ett panelsamtal tillsammans med föreningen för utländska diplomater stationerade i Stockholm, Association for Diplomats Stockholm (ADS). Deltog gjorde 40 personer från 23 ambassader.</p> <p>Bolaget har inlett ett samarbete med Ericsson och Post och Telestyrelsen gällande starten av "Stockholm Cybersecurity Dialogue 2024" (SCSD). Detta initiativ är av hög strategisk relevans för stockholmsregionen och dess positionering som relevant spelare inom global cybersäkerhet. Denna gång deltog 80 delegater varav majoriteten var från offentlig sektor från 19 länder. Ambitionen är att detta möte ska bli årligt återkommande i Stockholm och då även attrahera näringsliv. Dialog med Ericsson gällande SCSD2025 har initierats.</p>
 Inom ramen för stadens miljö- och klimatarbete positionera och marknadsföra Stockholm samt attrahera investeringar, etableringar och kompetens för att åstadkomma en snabbare klimatomställning.				<p>🔗 Bidra med kunskap om samt verka för att skapa förutsättningar för investeringar, etableringar och kompetens med fokus på stadens klimatomställningsarenor Stockholm Green Innovation District, Norra Djurgårdsstaden, Kista/Järva, Skärholmen samt Innerstaden.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden fortsatt medverkat i samarbetsplattformen Stockholm Green</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Innovation District, Stockholms tillväxtområde för innovation och hållbarhet, ett område från Årsta till Sickla med Tvärbanan som sammanbindande led. Bolaget bidrar bland annat med kunskap om det investeringsfrämjande arbetet inom Stockholm Business Alliance samt deltar i styrelsearbetet.</p> <p>Vidare för att stärka kunskapen om Stockholms ambitiösa klimatmål har bolaget i sina digitala kanaler lyft vikten av klimatrobest byggande och hur Stockholm växer, samt Stockholms ambitiösa klimatmål kopplat till det. Ett konkret exempel är en film som gjordes under bygg- och fastighetsmässan Nordbygg om vikten av och trender inom hållbart byggande, som hittills fått cirka 70 000 visningar i sociala kanaler.</p> <p>Under perioden har bolaget också inlett planeringen inför TechArena Zero som äger rum i oktober. Under evenemanget kommer stadens klimatarbete och klimatomställningsarenor lyftas fram. Bolaget är med som samarbetspartner för att både bidra till att positionera Stockholm som en ledande hållbar tillväxtregion och för att möta det växande behovet av kunskapsdelning om hållbarhet och innovation lokalt. Evenemanget samlar 700 internationella och lokala beslutsfattare i Stockholm, där företag, entreprenörer, investerare, akademi och offentlig sektor möts</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>för att diskutera, dela kunskap och presentera de senaste lösningarna för en mer hållbar framtid. Bland övriga partners finns Svenska Institutet och Teknikföretagen.</p>
				<p>🕒 Bidra med näringslivsperspektiv i stadens arbete med Klimatkontrakt 2030 och Klimathandlingsplan</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden bidragit med ett näringslivsperspektiv i framtagandet av stadens remissversion av klimathandlingsplan.</p> <p>Bolaget främjar löpande ett hållbart växande näringsliv och hållbara investeringar, under perioden bl a inom Sustaintech. I maj deltog bolaget på The Nordic Edge Conference i Stavanger, en konferens med fokus på nätverkande mellan investerare och företag. Syftet med vår medverkan på konferensen var att marknadsföra Stockholm gentemot investerare och etablerare, för att hitta nya leads inom sustaintech/proptech. SBR inledde den delen av programmet som riktade sig till internationella investerare. Evenemanget gav 4 opportunities, varav 1 där beslut om etablering tagits.</p> <p>Bolaget har marknadsfört Miljö- och klimatpaktens verksamhet som en del av det viktiga arbete som krävs för att stärka näringslivets förmåga till hållbar tillväxt och grön omställning.</p>
				<p>🕒 Positionera och marknadsföra Stockholm</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>som ledande hållbar tillväxtregion i Europa där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortsatt arbetet med att stärka Stockholm som hållbar och innovativ tillväxtregion med syfte att attrahera investeringar, etableringar och kompetens.</p> <p>Under perioden har bolaget genomfört ett flertal riktade kommunikationsinsatser mot internationella investerare, etablerare och talanger. Bland annat har en kampanjfilm "Welcome to a region of opportunities- Live and Work in Stockholm" producerats och lanserats i samband med mötesplatsen Collision i Toronto. Fokus för kampanjen var att positionera och marknadsföra Stockholm internationellt bland internationella talanger vilket resulterade i ett ökat intresse från studenter.</p> <p>Bolaget har genomfört ett delegationsbesök från Colorado, USA, där guvernören tillsammans med företagare besökte Stockholm i juni och bland annat träffade Finansborgarrådet. Syftet var att stärka affärsrelationer med företag och den amerikanska ambassaden.</p> <p>Bolaget har arbetat med att organisera guidade turer och visning av Nobelmuseet och Slussen i samband med Stockholm Junior World Water Prize.</p> <p>Bolaget har genomfört</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>flera möten kopplat till Nätverket för Evenemangsarrangörer med tema hållbarhet, bl a i samarbete med internationella friidrottsförbundet, Miljöförvaltningen och Stadsledningskontoret.</p>
<p> Marknadsföra fler nischade besöksmål, kulturella sevärdheter och naturområden i ytterstaden</p>				<p> Utvärdera och utifrån datadrivna insikter utveckla marknadsföringsinsatser kopplade till besöksmål, sevärdheter och naturområden i ytterstaden</p> <p>Analys</p> <p>Stockholm Business Region analyserar datadrivna insikter för att löpande kunna förbättra och finslipa marknadsföringsinsatser och skapa så mycket effekt som möjligt utifrån målgruppernas behov. I ambitionen att lyfta besöksmål i ytterstaden samarbetar bolaget regelbundet med aktörer och lokala profiler inom de utpekade frågorna som bidrar för att skapa legitimitet och representation och bolaget har sett ett öka intresse. Cirka 20 procent av allt innehåll på de digitala kanalerna visitstockholm.com och visitstockholm.se visar ytterstaden och naturområden kopplade till ytterstaden. Flertalet guider är uppdaterade på visitstockholm.com och visitstockholm.se som inkluderar områden i ytterstaden. Särskilt fokus har lagts på guider som inkluderar sevärdheter och naturområden i Järva och Farsta.</p> <p>Bolaget har regelbundet lyft fram en effektiv kollektivtrafik. Infrastrukturen i Stockholm uppmanas till</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ett mer hållbart resande. Det påtalas genom att visa upp Stockholms tunnelbana och konst i den. Jämfört med föregående år har besöken till den digitala guiden om Stockholms tunnelbana ökat med nära 34 procent på visitstockholm.com. Detta har bidragit till att väcka nyfikenhet för Stockholms kollektivtrafik hos utländska besökare.</p> <p>En följd av förändrade beteenden för resor och aktiviteter gör att intresset för områden utanför city-kärnan ökar, något som är synligt i sökhistoriken. Ett arbete har inletts under t2 för att skapa fler insikter på stadsdelsnivå likaväl som intresset för kranskommuner i länet i val av övernattnig. En första test av data visar att Stockholm ligger under index 2019 för gästnätter. Medan kommuner som Haninge, Lidingö, Norrtälje, Värmdö och Nacka ligger en bra bit över index 2019. Dataunderlaget är inte statistiskt säkerställt, men kan visa på ett trendbrott i att söka sig utanför/bort från city.</p>
 Marknadsföra Stockholm som en destination för tågbasead turism internationellt				<p> Stärka kännedomen om Stockholm som hållbar och tillgänglig internationell tågdestination</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har arbetat aktivt med att synliggöra tågtillgängligheten genom uppdaterat presentationsmaterial och kartor som bl.a. används vid näringslivsträffar, möten med aktörer, studenter och andra tillfällen där vi trycker på vikten av ökade internationella</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tågförbindelser och hållbar tillgänglighet. Bolaget har utvecklat informationen om tågtillgänglighet på våra webbplatser och särskilt lyft fram det under stora evenemang, exempelvis när vi hade 150 000 Taylor Swift-fans på besök.</p> <p>Bolaget förser löpande tågoperatörer med reseanledningar för att stärka deras arbete med att kommunicera Stockholm som internationell tågdestination. Fortsatt bearbetning av internationell press med fokus på möjligheterna att resa till Stockholm med nattågslinjer från Tyskland, samt positionera Stockholm som hållbar tågdestination.</p>
 Verka för införandet av ett snabbtåg mellan Stockholm-Oslo				<p> Stimulera förutsättningar för ökad tågtillgänglighet mellan Stockholm och Oslo genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets tf VD har deltagit på möten med viktiga aktörer inom Oslos näringsliv och de offentliga organisationerna Visit Oslo, Innovation Norway och Oslo Innovation i syfte att främja tågförbindelsen Oslo-Stockholm 2.55.</p> <p>Bolaget har fortsatt planeringen av marknadsaktiviteter i Oslo i samarbete med bland andra Norsk-Svenska Handelskammaren, Oslo Innovation, Svenska Ambassaden i Oslo och Oslo Business Region med syfte att stimulera tågresandet mellan Oslo och Stockholm.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>▶ Utveckla samverkan med aktörer som verkar för Stockholm-Oslo, bl a 2.55 AB</p> <p>Analys</p> <p>VD deltog på möte i Oslo, både med viktiga aktörer inom Oslos näringsliv, Visit Oslo och Innovation Norway i syfte att främja Oslo-Stockholm 2.55</p> <p>Bolaget har även undersökt intresse kring potentiellt nedslag av marknadsaktivitet i Oslo, Norge hösten 2024 i samarbete med svensk norska handelskammaren. Även haft möten med Oslo Innovation, Svenska Ambassaden i Oslo, Oslo Business region mfl.</p>


2.4 Stockholmarnas hälsa ska främjas genom ren luft, rent vatten och giftfria miljöer



3. Ett Stockholm med en stabil och hållbar ekonomi med utbildning, jobb och bostäder för alla

3.1 Stockholms ekonomi är stark, hållbar och lägger grunden för en jämlik välfärd

Bolaget strävar kontinuerligt efter att följa upp mål och ekonomi för att säkerställa måluppfyllelse och en stabil prognossäkerhet. Genom att kontinuerligt se över möjligheterna att effektivisera processer identifierar bolaget förbättringar och revideringar som bidrar till att bolaget bättre ska kunna möta förändringar och förväntningar från omvärlden.

Bolaget arbetar med att följa upp Revisionskontorets rekommendation från 2023 års granskning genom att informationsklassa alla mindre informationstillgångar.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 <p>Andel administrations- och indirekta kostnader</p> <p>Analys</p>		16 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Avvikelse investeringsbudget, % Analys	0 %	1 mnkr	
	 Resultat efter finansnetto(mnkr) Analys	14	0	

3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb

Bolaget arbetar vidare med att öka den internationella konkurrenskraften för att få fler att investera i, flytta till och besöka Stockholm. Som ett led i detta har bolaget fortsatt positionera Stockholm internationellt som en ledande hållbar tillväxtregion där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas. Bolaget har genomfört flera riktade kommunikationsinsatser mot internationella investerare, etablerare och talanger. I den externa kommunikationen har Stockholms styrkor och ambitioner marknadsförts genom artiklar och berättelser om företag, initiativ och projekt. Genom bolagets kanal stockholmbusinessregion.com genomsyras allt innehåll av Stockholms styrkor inom innovation och hållbarhet, och den mest lästa artikeln under perioden har varit just "Why stockholm is a world leading tech and innovation hub". I sociala kanaler har flera initiativ, projekt och innovationer marknadsförts, t ex inom hållbart byggande, grön omställning, elektrifiering, varav en av de mest engagerande inläggen rörde impact-startups, Norrskan House och varför Stockholm är en stark hub för innovationer, tech och impact-investeringar.

Bolagets och SBA:s arbete med att positionera Stockholm inom Life Science har bland annat resulterat i att bolaget lyft Life Science-klustret specifikt i samband med kommande BIO-Europe, Europas viktigaste mötesplats för investeringar inom biotech och pharma, på Stockholmsmäsan i november. Intresset har varit stort och inläggen om till exempel techbolaget Cellcolabs har hittills genererat 45 000 visningar och Advanced Therapy Medicinal Products har 46 000 visningar.

Bolaget har en central roll i att främja Stockholm som en ledande etablerings- och besöksdestination. Genom strategisk platsattraktion och samarbete med näringslivet och staden, bidrar bolaget till stadens sociala hållbarhet och internationella konkurrenskraft. Genom program som Starta eget Stockholm och Stockholm Scaleup Program stöttar bolaget entreprenörskap och innovation, vilket är avgörande för stadens tillväxt och attraktionskraft. Bolagets arbete i att utveckla Kista Science City som ett modernt innovationsdistrikt och att förbättra företagsklimatet genom samarbeten som Stockholm Business Alliance är ytterligare bidrag för att främja hållbar tillväxt och kompetensförsörjning i Stockholm.

Stadens näringslivspolicy är vägledande i arbetet och dess fyra fokusområden utgör prioriterade områden där insatser bedöms göra störst nytta, få bäst effekt och där utveckling är väsentlig för att företagsklimatet ska förbättras. Stockholms stads företagsklimat utvärderas till största del av vad som faktiskt sker i staden, hur många företag som startas, etableras och utvecklas, vilka investeringar som görs och hur sysselsättningen och arbetslösheten utvecklas, om företag anställer eller inte. Bolaget har under perioden bidragit med analyser och underlag för stadens gemensamma arbete med revidering av nuvarande Näringslivspolicy samt i framtagandet av en Etableringsstrategi.

I nära samarbete med kommunstyrelsen har bolaget en viktig roll att som stadens näringslivsbolag bidra i nämnders och bolags arbete med att uppfylla näringslivspolicyns mål och aktiviteter. I detta sammanhang är

samordningen av stadens kommunikation mot målgruppen det lokala näringslivet viktig. Bolaget har under perioden medverkat i arbetet med att utveckla kommunikationen riktat mot det lokala näringslivet genom löpande dialog och avstämningsmöten med stadsledningskontoret gällande till exempel marknadsföring av tjänster och erbjudanden inom Starta eget Stockholm och Stockholm Scale Up Program. Bolaget har vidare publicerat nyheter och delat kunskapsunderlag riktat till den lokala besöksnäringen.

Nedan följer en redovisning av bolagets insatser och arbete under perioden indelat i näringslivspolicyns fyra fokusområden. Bolaget har även säkerställt att besöksnäringens perspektiv beaktats i uppfyllandet av näringslivspolicyns mål och aktiviteter.

Stimulera tillväxt och företagsamhet

Under perioden har bolaget stärkt det uppsökande proaktiva näringslivsarbetet och arbetat fram ett nytt arbetssätt gällande företagsbesök. Under perioden genomförde bolaget närmare 100 förbokade företagsbesök i Järva, i samarbete med stadsdelsförvaltningen. Flera besök genomfördes tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen och Kista Science City. Arbetet har resulterat i både en ny modell för hur bolaget genomför företagsbesök och även framtagande av ett digitalt arbetssätt med systemstöd för inhämtande och registrering av företagens frågor och kontaktuppgifter. Företagsbesöken gav bolaget en ökad förståelse och kunskap för företagens behov och förutsättningar samt om Järva stadsdelsområde. Företagen fick information om bolaget och stadens erbjudande och tjänster och efter besöken har dialog fortsatt i flera fall. Erfarenheter och insikter ligger till grund för fortsatt näringslivsutvecklingsarbete och kommer att delas med övriga förvaltningar och bolag.

Bolaget bidrar med näringslivsperspektiv och kunskap om branscher och företagens behov till stadens förvaltningar och bolag med syfte att uppfylla målen i näringslivspolicyn. Bolaget har under perioden bland annat genomfört dialogmöten så som Finansborgarrådets näringslivslunch och nätverksträffar med till exempel restaurangbranschen, evenemangsbranschen, fastighetsbolag och besöksnäringen.

Bolaget bedriver arbetet med tillväxtuppdraget i hela staden, inklusive att säkerställa att information om Starta eget och Stockholm Scaleup når ut till hela staden. Särskilda insatser har gjorts under perioden för att öka synligheten och närvaron i ytterstadsområden och för särskilda branscher. För att tillgängliggöra rådgivningen till potentiella nyföretagare har bolaget deltagit vid och organiserat flera aktiviteter såsom AI-seminarie med Drivhuset, fokus på kulturella och kreativa branscher med Subtopia samt som utställare i stadens tält under Järvaveckan. Genom att delta som utställare under Järvaveckan i stadens tält kunde nya kontakter med aktörer som verkar lokalt knytas och rådgivning på plats erbjudas till besökare. Bolaget har även, genom Starta eget Stockholm, funnits på plats i jobbtorg Skärholmen, Medborgarkontoret Husby och i Kista för att erbjuda drop-in rådgivning.

Bolaget har fortsatt driva och förvalta bokningstjänsten Starta eget Stockholm för att tillgängliggöra kunskap och kunnande om eget företagande till stockholmarna med fokus på kvinnor, unga vuxna och ytterstaden, utlandsfödda samt individer med funktionsnedsättning. Starta Egets bokningstjänst har över 7000 registrerade användare och 10 000 bokningar har genomförts sedan tjänsten lanserades. Snittbetyget för kundernas omdömen av rådgivningen är fortsatt på en mycket hög nivå.

Ett stort antal insatser har gjorts för att identifiera utmaningar och utvecklingsmöjligheter relaterat till det lokala näringslivet i med särskilt fokus på Järva och Söderort. Insikterna har legat till grund för ytterligare insatser för att stärka lokala näringslivet samt förutsättningar för kommande investeringar och etableringar. Under tertialet har bolaget riktat insatser i Kista och Järva genomframförallt genomförandet av 100 lokala företagsbesök, något som även har kommunicerats och uppmärksammats i nyhetsbrev och sociala kanaler. Vid företagsbesöken lades fokus på att skapa bra relationer och fånga upp företagens inspel, samt på att informera, tillgängliggöra stadens tjänster och kontaktvägar och material delades med företagen.

Bolaget bedriver vidare inom ramen för stadens etableringsservice ett proaktivt arbete för att driva och lotsa etablerings- och expanderingsförfrågningar i syfte att stärka näringslivets tillväxt och utvecklingen i staden. Under perioden har bland annat samverkan med större privata fastighetsbolag skett i syfte att stärka

förmedlingen av lediga lokaler i Kista företagsområde, Kista Science City.

Inom ramen för Stockholm Business Alliance (SBA) driver bolaget det regionala samarbetet med 55 medlemskommuner i nio län för att möta den internationella konkurrensen och öka tillväxten.

Verksamheten har under perioden stärkt kunskapen mellan parterna inom arbetet med investeringar, särskilt inriktat på strategiska investeringar som omfattas av kommande lagstiftning på området, genom konferenser och dialoger. Syftet har varit att stärka förmågan att agera proaktivt och strategiskt i kommande insatser.

Bolaget har under perioden marknadsfört staden och regionen internationellt genom insatser på mässor och konferenser, bl.a. The Nordic Edge Conference i Stavanger, techmässan Sushi Tech i Tokyo och Collision techmässan i Toronto. Insatserna har bidragit till Stockholms positionering, genererat stärkta och nya relationer samt även ett par konkreta etableringsförfrågningar. Bolaget skapar förutsättningar för att kunna attrahera utländska investeringar och etableringar av såväl små som stora företag liksom bistå befintliga utlandsägda företag att bibehålla och utveckla sin konkurrenskraft. Intresset för Stockholmsregionen är stort, även om det för närvarande är lågkonjunktur. Bolaget noterar att det under dessa omständigheter är extra viktigt att nå ut med marknadsföring av Stockholmsregionen och skapa intresse hos investerare.

Bolaget har under perioden medverkat på Almedalsveckan där bl.a. ett SBA-event med ca 120 deltagare genomfördes med tema stads- och näringslivsutveckling. Medverkan bidrog till dialog och relationsbyggande inom SBAs fastighetspartnernätverket med fokus på att stärka framtida stads- och näringslivsutveckling samt framtida möjligheter för näringsliv och offentlig sektor tack vare Sveriges medlemskap i försvarsalliansen Nato. Bolaget genomförde även ett proptechevent för internationella investerare tillsammans med PropTech Sweden. Två av de största proptechinvesterarna i världen deltog och förhandlingar om investering i bolag i Stockholmsregionen pågår.

Bolaget har medverkat i arbetet inför undertecknande av avsiktsförklaring mellan Region Stockholm och Region Uppsala för den gemensamma satsningen på Life Science med målet att Stockholm-Uppsalaregionen ska bli en av världens ledande Life-scienceregioner. Signeringen i juni var startskottet för ett långsiktigt arbete där regionerna gemensamt bjuder in till ett samarbete med universitet, företag och kommuner för att stärka klustret för Life science.

Under perioden har bolaget vidare producerat nio anbud för framtida kongressaffärer, till ett uppskattat turistekonomiskt värde på 425-475 miljoner kronor. Samtliga anbud är kopplade till bolagets prioriterade områden inom Life Science och Tech (Sustaintech).

Bolaget har under perioden gått med som samverkanspartner i Vinnova -projektet ACT - Advanced Chip Technology som leds av Lunds universitet och pågår fram till december 2028 med 15 partners och samlar halvledaraktörer i Sverige med målet att utveckla avancerad chipteknologi för framtida behov. Projektet syftar till att vara en attraktiv partner inom European Chips Act och att öka produktvärdet i deltagande små och medelstora företag. Inom ramen för bolagets deltagande i det EU-finansierade projektet "BSG-GO!" har arbetet fortsatt med att öka hållbara investeringar i små - och medelstora bolag och främja hållbar tillväxt inom spelbranschen. Bolaget har även gått med som partner i projektet "Cirkulär transformation hos SMF", ett EU-finansierat projekt som leds av Coompanion. I projektet deltar även Södertörns Högskola och Huddinge kommun. Projektet syftar till att ge små och medelstora företag (SMF) i Stockholmsregionen verktyg och kunskaper för att integrera innovativa cirkulära processer i deras verksamhet.

Bolaget har, under sommaren, erbjudit cirka 100 feriejobb i entreprenörskap. Under vecka 29 -31 har ungdomar fått lära sig att utveckla och validera affärsidéer samt praktisk kunskap om att starta och driva företag.

Förbättrad service, tillgänglighet och myndighetsutövning

Bolagets arbete inom SBA-samarbetet löper på och under perioden har årets mätning av SBA-kommunernas företagsklimat genomförts, NKI (myndighetsutövning) och NUI (upphandling). Resultaten visar på god utveckling för SBA-kommunerna och i samband med SBA:s företagsklimatkonferens med närvaro av

Finansborgarrådet Karin Wanngård och Stadsdirektör Fredrik Jurdell har erfarenheter kommunerna mellan lyfts. Resultaten inom NKI har utvecklats till höga nivåer för samtliga kommuner inom SBA och bolaget inriktar därför de största ansträngningarna och stöttning av kommuner inom specifikt NUI, där resultaten är jämförelsevis låga.

Bolaget har vidare under perioden bidragit i det arbete som kommunstyrelsen leder kring utveckling av stadens digitala tjänster för det lokala näringslivet.

Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet

Bolaget har under perioden genomfört en omstrukturering av verksamheten och i samband med detta förstärkt arbetet med platsattraktion. Särskild insats under perioden gjordes bland annat i samband med att bolaget säkerställde och genomförde flertalet aktiviteter kopplade till Taylor Swifts besök i maj.

Bolaget har under perioden fortsatt arbeta med att strategiskt kartlägga evenemang för värvning under perioden 2025-2030 som stärker stadens attraktionskraft. I samtal med både nya och återkommande evenemangsarrangörer har bolaget verkat för att förlägga evenemang och olika aktiveringar på prioriterade platser i staden. Samtalen stimulerar en bredare etablering och gynnar Stockholms tillväxt, ökade attraktivitet samt bidrar till att stärka ytterstadsområden.

Bolaget har under perioden bidragit aktivt med kunskap i ett flertal forum och plattformar i syfte att stärka förutsättningar för stadens attraktionskraft - bl a kopplat till platsaktivering i Fastighetsägarforum i Slakthusområdet, Platsaktivering och analyser i Pilotprojekt Söder Mälarstrand samt i forumet "Skärholmsbornas närmiljö".

Bolaget bidrar även till attraktivare miljöer genom insatser riktade för att skapa förutsättningar för nya investeringar och etableringar för att på så sätt bidra till ökad tillväxt. Bolaget verkar för att främja både småföretagare och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt i prioriterade områden samt verka för fler etableringar utifrån både social och ekonomisk hållbarhet för att bidra till ett inkluderande samhälle. Stort fokus har varit på bolagets bidrag till arbetet inom Fokus Järva samt stadsdelsområdet Kista genom bolagets arbete med att positionera och marknadsföra Kista Science City.

Genom omvärldsanalys och samverkan med berörda nämnder bidrar bolaget till att säkerställa att alla företag får långsiktiga förutsättningar för att kunna driva sin verksamhet.

Bolagets arbete med att stärka stadens kultur- och nattliv samt attraktions- och konkurrenskraft har under perioden fokuserat på att synliggöra Stockholm som musikhuvudstad samt att utveckla etableringsservicen inom staden för att bidra till ett företagsklimat som är anpassat till de kulturella och kreativa näringarnas behov. I syfte att stimulera efterfrågan har Stockholms breda kulturutbud lyfts fram genom utvecklandet av bolagets evenemangsdaten som samlar de evenemang som sker i Stockholm. Utbudet kan därigenom än mer synliggöras till de som besöker, bor och verkar i staden.

Ökad tillgång till arbetskraft med relevant kompetens

NOT. Som tidigare noterat har bolaget valt att under detta verksamhetsområdesmål hänvisa till ägardirektivet "I samarbete med arbetsmarknadsnämnden genomföra insatser för fler stockholmare i arbete."

Under perioden har bolaget fokuserat arbetet med internationell talangattraktion på processer och aktiviteter för både attraktion, mottagande och att behålla kompetens i Stockholm för att öka matchningen på arbetsmarknaden och underlätta näringslivets kompetensförsörjningsbehov.



Bolaget har under perioden arbetat löpande med International House i Stockholm, som vid etablering skulle stärka stadens mottagarkapacitet och hjälpa arbetskraftsinvandrare, utländska studenter och entreprenörer i sin etablering och integration i det svenska samhället. Bolaget har även deltagit vid och arrangerat ett antal publika möten för att sprida kunskap om internationell arbetskraft, bland annat tillsammans med Stockholms Akademiska Forum och The Local Europe. Vidare har bolaget genomfört en sk. "Talent Meetup", ett initiativ tillsammans med andra aktörer i Stockholms ekosystem som skapar en miljö där

besöksnäring, näringsliv och internationella talanger samverkar och utvecklas, vilket gynnar alla inblandade och stärker Stockholms position som en ledande världsstad.



Inom samverkansprojektet Stockholm Business Alliance har bolaget under perioden också arbetat med frågor som rör kompetensförsörjning och talangattraktion. Arbetet har resulterat i en kampanjfilm "Welcome to a region of opportunities- Live and Work in Stockholm" som lanserades i samband med mötesplatsen Collision i Toronto. Syftet med kampanjen var att positionera och marknadsföra Stockholm och Stockholmsregionen som den ledande hållbara tillväxtregionen där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas, riktat till internationella talanger. Bolaget har under perioden också medverkat i att utveckla det nationella nya regeringsuppdraget med fokus på att attrahera och behålla internationell efterfrågad kompetens i Sverige

Bolaget har även deltagit vid och arrangerat ett antal publika möten för att sprida kunskap om internationell arbetskraft, bland annat tillsammans med Stockholms Akademiska Forum och The Local Europé. Stockholm Talent Meetup har genomförts i samarbete med Karolinska Institutet riktat mot talanger inom life-science. Inom samverkansprojektet Stockholm Business Alliance arbetar bolaget också med frågor som rör kompetensförsörjning och talangattraktion. Arbetet har resulterat i en kampanjfilm "Welcome to a region of opportunities - Live and Work in Stockholm" som lanserades i samband med mötesplatsen Collision i Toronto. Syftet med kampanjen var att positionera och marknadsföra Stockholm och Stockholmsregionen som den ledande hållbara tillväxtregionen där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas, riktat till internationella talanger.

Bolaget har, under sommaren, erbjudit cirka 100 feriejobb i entreprenörskap i flera stadsdelar i Stockholms stad. Ungdomar har jobbat på den innovativa mötesplatsen Epicenter under handledning av UngDrive, för att lära sig utveckla och validera affärsidéer samt få praktisk kunskap om att starta och driva företag. Bolaget har också erbjudit ett trettiotal feriejobb inriktade på besöksnäringen genom flera arbetsplatser såsom Moderna Museet, Skansen, Gröna Lund och Strömma Turism.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Attrahera kompetens utifrån näringslivets behov i samråd med arbetsmarknadsnämnden				<p> Driva arbetet med internationell talangattraktion utifrån näringslivets behov och därtill mottagande och behållande av internationell kompetens i samråd med arbetsmarknadsförvaltningen</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget fokuserat arbetet med internationell talangattraktion på processer och aktiviteter för både <i>attraktion</i>, <i>mottagande</i> och att <i>behålla</i> kompetens i Stockholm för att öka matchningen på arbetsmarknaden och underlätta näringslivets kompetensförsörjningsbehov.</p> <p>Bolaget arbetar löpande med International House i Stockholm, som vid etablering skulle stärka stadens mottagarkapacitet och hjälpa arbetskraftsinvandrare, utländska studenter och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>entreprenörer i sin etablering och integration till det svenska samhället. Bolaget har även deltagit vid och arrangerat ett antal publika möten för att sprida kunskap om internationell arbetskraft, bland annat tillsammans med Stockholms Akademiska Forum och The Local Europé. En till Stockholm Talent Meetup har genomförts i samarbete med Karolinska Institutet riktat mot talanger inom life-science. Nätverksmötet genomfördes på Forskaren i Hagastaden. Genom att samarbeta kring initiativ som Stockholm Talent Meetups tillsammans med andra aktörer i Stockholms ekosystem, skapas en miljö där besöksnäring, näringsliv och internationella talanger samverkar och utvecklas, vilket gynnar alla inblandade och stärker Stockholms position som en ledande världsstad.</p> <p>Bolaget har utvecklat ny rapportering kring talangattraktion utifrån befintlig statistik och datakällor. Vidare har en sammanställning gjorts av arbetstillstånd från Migrationsverket per yrkesområde, yrkesgrupp och medborgarskap, inresande studenter, internationellt rekryterade forskare per lärosäte och utveckling över tid i syfte att öka kunskapen inom området.</p> <p>Inom samverkansprojektet Stockholm Business Alliance arbetar bolaget också med frågor som rör kompetensförsörjning och talangattraktion. Arbetet har resulterat i en kampanjfilm "Welcome to a region of opportunities- Live and Work in Stockholm" som lanserades i samband med mötesplatsen Collision i Toronto. Syftet med kampanjen var att positionera och marknadsföra Stockholm och Stockholmsregionen som</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>den ledande hållbara tillväxtregionen där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas, riktat till internationella talanger.</p> <p>Bolaget har bland annat medverkat i att utveckla det nationella nya regeringsuppdraget med fokus på att attrahera och behålla internationell efterfrågad kompetens i Sverige. Regeringsuppdraget tilldelades ett antal nationella myndigheter och Tillväxtverket har en samordnande roll. Under perioden har bolaget etablerat en tätare kontakt med Tillväxtverket för att belysa Stockholms och Stockholm Business Alliance roll och betydelse i den nationella kontexten.</p>
<p> Fokusera på att attrahera besökare, investeringar och etableringar i stadens samtliga stadsdelsområden med särskilt fokus på prioriterade områden.</p>				<p> Arbeta investeringsfrämjande för att stärka befintliga och attrahera nya internationella investeringar inom prioriterade områden</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden medverkat på ett flertal mässor och mötesplatser för att främja investeringar till Stockholmsregionen. I maj deltog bolaget på The Nordic Edge Conference i Stavanger, en konferens med fokus på nätverkande mellan investerare och företag. Syftet var att marknadsföra Stockholm gentemot investerare och etablerare, för att hitta nya leads inom sustaintech/proptech. SBR inledde programpunkten som riktade sig till internationella investerare. Evenemanget gav 4 opportunities, varav 1 där beslut om etablering tagits. Leads är den första kontakten med nya företag som visat ett första, mer generellt intresse kring att investera. Opportunity innebär en konkret förfrågan kring en möjlig investering.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget deltog även på techmässan Sushi Tech i Tokyo med organisationen NAVA (nätverk för att främja leads från Asien) i syfte att träffa japanska/asiatiska företag och marknadsföra SBA-regionen som investeringsdestination. Bolaget gjorde ett scenframträdande med syfte att berätta om möjligheterna i Stockholmsregionen och genomförde ett möte med Tokyos handelskammare där en första dialog inför framtida delegationsbesök från Stockholm inleddes. Resultat: 15 nya leads varav 4 opportunities.</p> <p>Inom bygg och infrastruktur arbetar bolaget just nu med 32 aktiva opportunities där beslut om etablering tagits i fyra fall. 16 av dessa opportunities kontaktades för första gången på mässorna Budma i Polen och Nordbygg i Stockholm tidigare i år. Det finns en god förhoppning om att fler etableringar sker under året.</p> <p>På Collision techmässan i Toronto fanns bolaget med tillsammans med organisationen Choose Europe, ett nätverk av europeiska städer som gemensamt marknadsför de investeringsmöjligheter som finns i Europa. Syftet med medverkan var att möta kanadensiska/amerikanska företag och marknadsföra Stockholm/SBA-regionen som investeringsdestination. Resultat: 26 nya leads varav 6 opportunities.</p> <p>Under Almedalsveckan genomförde bolaget ett proptechevent för internationella investerare tillsammans med PropTech Sweden. Två av de största proptechinvesterarna i världen deltog och i två fall pågår förhandlingar om investering i bolag i stockholmsregionen. I samband med Almedalsveckan publicerades en ny proptechrapport som riktar</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>sig till internationella investerare och bolag. Rapporten har tagits fram av PropTech Sweden på uppdrag av SBR och Invest in Skåne. Proptech är en förkortning av Property Technologies och innebär en digitalisering av flera delar av fastighetsägarens affär</p> <p>Inom Life Science har bolaget under perioden besvarat tre större "Request for Information" inom Läkemedelsproduktion: Project Sweetcorn, project Goya och ett annat anonymt inom expansion. Bolaget har även tagit fram nytt marknadsföringsmaterial inom Life Science till den gemensamma montern "Join Sweden" under Bio Europe mötet som äger rum i november. Arbete med att få in nyckeltalare från Stockholm i programmet under konferensen har också genomförts tex Anna Martling, Mathias Uhlen, ledande politiker i Stockholm med flera. Inför Bio Europe har bolaget tagit fram program för tre olika studiebesök - Hagastaden Life Science kluster, Nobelmuseet, Testa Center i Uppsala i syfte att visa upp Stockholmsregionens styrkor för investerare. Fyra filmer för sociala media har producerats inför BioEurope för sociala media.</p> <p>Bolaget och också tagit fram program för ambassaderna för forskningspresentationer i Hagastaden med Ambassadernas Life Scienceföretag som målgrupp.</p> <p>Bolaget har medverkat i förberedelserna inför undertecknande av avsiktsförklaring mellan Region Stockholm och Region Uppsala för den gemensamma satsningen på Life Science med målet att Stockholm-Uppsalaregionen ska bli en av världens ledande life-science regioner. Signeringen i juni var startskottet för ett arbete där</p>






Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				regionerna gemensamt bjuder in till ett samarbete med universitet, företag och kommuner för att stärka klustret för life science. Den 10 oktober följs högnivåmötet upp med en life science-konferens i Stockholm.
				<p>▶ Främja företag och entreprenörskap för att bidra till att öka Stockholms attraktionskraft, besöksanledningar så som evenemang och fler arbetstillfällen</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden drivit ett nätverk för arrangörer av årligen återkommande evenemang i syfte att tillsammans med företagen utveckla Stockholm som evenemangsstad med hållbara evenemang och därigenom skapande av fler arbetstillfällen.</p> <p>Vidare i syfte att marknadsföra Stockholmsregionen som en attraktiv destination för investeringar och turism genomförde bolaget under perioden ett event i form av ett panelsamtal med fokus kvinnligt entreprenörskap i Stockholmsregionen, tillsammans med föreningen för utländska diplomater stationerade i Stockholm, Association for Diplomats Stockholm (ADS).</p>
				<p>▶ Genom partnerskapsprojektet Stockholm Business Alliance stärka Stockholm som tillväxtregion</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden genomfört insatser i partnerskapsprojektet Stockholm Business Alliance (SBA) med syfte att stärka tillväxten i Stockholmsregionen tillsammans med 55 kommuner inklusive Stockholms stad.</p>




Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Nulägesanalyser och konjunkturanalyser har publicerats och tillgängliggjorts till cirka 800 kommuntjänstemän inom SBA-regionen. Arbetet har kontinuerligt utvärderats och utvecklats för att tillgodose målgruppens behov samt strategiska nyttjande av materialet.</p> <p>Bolaget har påbörjat analyser i syfte att öka kunskapen om SBA-medlemmarnas styrkor, utmaningar och möjligheter såväl som internt utvecklingsarbete för att stärka bolagets förmåga att föra en fördjupad och relevant dialog med alla SBA-kommunernas samt fånga deras behov inför både ny verksamhetsplan och nytt avtal fr om 2026.</p> <p>Planeringsarbetet inför en heldagskonferens i höst inom Stockholm Business Alliance, med fokus på investeringsfrämjande och kompetensförsörjning, har påbörjats.</p> <p>Bolaget har under perioden medverkat på ett flertal mässor och mötesplatser för att främja investeringar till Stockholmsregionen. I maj deltog bolaget på The Nordic Edge Conference i Stavanger, en konferens med fokus på nätverkande mellan investerare och företag. Syftet med vår medverkan på konferensen var att marknadsföra Stockholm gentemot investerare och etablerare, för att hitta nya leads inom sustaintech/proptech. SBR inledde programpunkten som riktade sig till internationella investerare. Evenemanget gav 4 opportunities, varav 1 där beslut om etablering tagits. Leads är den första kontakten med nya företag som visat ett första, mer generellt intresse kring att investera. Opportunity innebär en konkret förfrågan kring en möjlig investering. Bolaget deltog även på techmässan Sushi Tech i Tokyo med organisationen</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>NAVA (nätverk för att främja leads från Asien) i syfte att träffa japanska/asiatiska företag och marknadsföra SBA-regionen som investeringsdestination. Bolaget gjorde ett scenframträdande med syfte att berätta om möjligheterna i Stockholmsregionen och genomförde ett möte med Tokyos handelskammare där en första dialog inför framtida delegationsbesök från Stockholm inleddes. Resultat: 15 nya leads varav 4 opportunities.</p> <p>Under Almedalsveckan genomfördes ett SBA-event med tema stads- och näringslivsutveckling. Ett event för dialog och relationsbyggande inom SBA-fastighetspartner-nätverket med fokus på att stärka framtida stads- och näringslivsutveckling. med panelsamtal och nätverksmöte med fokus på nystart inom stadsutveckling samt framtida möjligheter som inträdet i försvarsalliansen NATO kan ge offentlig sektor och näringsliv. Ungefär 120 deltagare inom SBA deltog. Bolaget genomförde även ett proptechevent för internationella investerare tillsammans med PropTech Sweden. Två av de största proptechinvesterarna i världen deltog och i två fall pågår förhandlingar om investering i bolag i stockholmsregionen. I samband med Almedalsveckan publicerades en ny proptechrapport som riktar sig till internationella investerare och bolag. Rapporten har tagits fram av PropTech Sweden på uppdrag av SBR och Invest in Skåne. Proptech är en förkortning av Property Technologies och innebär en digitalisering av flera delar av fastighetsägarens affär. Inom Life Science har bolaget under perioden besvarat tre större "Request</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>for Information" inom Läkemedelsproduktion: Project Sweetcorn, project Goya och ett annat anonymt inom expansion. Bolaget har även tagit fram nytt marknadsföringsmaterial inom Life Science till den gemensamma monter "Join Sweden" under Bio Europe mötet som äger rum i november. Arbeta med att få in nyckeltalare från Stockholm i programmet under konferensen har också genomförts tex Anna Martling, Mathias Uhlen, ledande politiker i Stockholm med flera. Inför Bio Europe har bolaget tagit fram program för tre olika studiebesök - Hagastaden Life Science kluster, Nobelmuseet, Testa Center i Uppsala i syfte att visa upp Stockholmsregionens styrkor för investerare. Fyra filmer för sociala media har producerats inför BioEurope för sociala media.</p> <p>Inom bygg och infrastruktur arbetar bolaget just nu med 32 aktiva opportunitites där beslut om etablering tagits i fyra fall. 16 av dessa opportunitites kontaktades för första gången på mässorna Budma i Polen och Nordbygg i Stockholm tidigare i år. Det finns en god förhoppning om att fler etableringar sker under året.</p> <p>På Collision techmässan i Toronto fanns bolaget med tillsammans med organisationen Choose Europe, ett nätverk av europeiska städer som gemensamt marknadsför de investeringsmöjligheter som finns i Europa. Syftet med medverkan var att möta kanadensiska/amerikanska företag och marknadsföra Stockholm/SBA-regionen som investeringsdestination. Resultat: 26 nya leads varav 6 opportunitites.</p> <p>I slutet av augusti kom beskedet att AstraZeneca gör en stor tilläggsinvestering om 135 miljoner dollar (ca 1 475 miljoner kronor) i i sin</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>anläggning för biologiska läkemedel i Södertälje till år 2027. Bolaget har i samarbete med Södertälje kommun, Business Sweden och AstraZeneca bidragit till investeringen. Den planerade utbyggnaden skapar nya jobb möjligheter och understryker AstraZenecas engagemang för ekonomisk tillväxt och skapande av arbetstillfällen i Stockholmsregionen. Bolaget har även i samarbete med Frans Schartau Handelsinstitut verkat för en ny yrkesutbildning inom området.</p>
				<p>🔍 Lotsa etablerings- och expanderingsförfrågningar samt systematiskt attrahera evenemang och internationella möten inom prioriterade områden</p> <p>Analys</p> <p>Etableringsservice har under perioden arbetat vidare med att få en bättre bild av aktörernas lediga lokaler, i första hand i Järva området och bistå företag som söker lokaler att få en snabbare matchning. En inventering av stadens egna lokaler har påbörjats för att få fram en aktuell nulägesbild av vad som finns ledigt med syfte att uppnå en snabbare hantering av förfrågningar kring lokaler. Även en sammanställning över privata fastighetsägare har tagits fram på stadsdelsnivå med uppgifter om ansvarig områdesstrateg, vilket leder till snabbare svarstid kopplat till förfrågningar om lokaler eller mark.</p> <p>Under perioden har bolaget producerat nio nya biddar (anbud) för framtida kongressaffärer, till ett uppskattat totalt turistekonomiskt värde på ca 425-475 miljoner kronor. Samtliga är kopplade till våra prioriterade områden inom Life Science, Tech (Sustaintech). Bland annat EACTS (Cardiothoracic) -</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>2027 med 5000 delegater, ISPOR (Healthcare economics) - 2028 med 6000 delegater och EANS (Neurosurgery) - 2029 med 4000 delegater.</p> <p>Det är fler förfrågningar än på många år och bolaget ser en uppåtgående trend gällande förfrågningar till Stockholm. Gällande förfrågningar för 2030 och framåt så kan anbud ej lämnas på grund av osäkerheten gällande Stockholmsmässans framtida kapacitet.</p> <p>Bolaget har även tagit emot fem delegationer från olika kongressarrangörer på site inspections, som sker sent i beslutsprocessen inför valet av destination med syfte att gå igenom i detalj hur mötet kan genomföras i Stockholm.</p> <p>Under perioden har också ett antal kongresser genomförts i Stockholm och bolaget har lotsat arrangörer för att säkra ett gott genomförande och påbörjat dialog om att förlägga framtida möten till Stockholm. I samband med ett möte, inom njurmedicin, lotsade bolaget arrangören att göra ett publikt event på Norrmalmstorg, där allmänheten kunde testa blodtryck och få information om njurvänlig kost.</p>
 Främja och stödja nyföretagande och entreprenörskap genom Starta eget Stockholm och Scale up program, samt genom att främja befintliga och verka för fler lokala innovationsmiljöer i ytterstaden.	  Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är boende i ytterstaden med fokus på utsatta områden samt utrikes födda Analys Andelen användare i ytterstaden ligger nu på 53%. En rimlig siffra då ca 60% av stadens invånare befinner sig i delar som kategoriseras ytterstaden.	53 %	10 %	
	  Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning	54 %	50 %	


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>och är kvinnor</p> <p>Analys</p> <p>Andelen kvinnor som tar del av nyföretagarrådgivningen fortsätter ligga strax över årsmålet.</p>			
	<p>  Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är ungdomar/unga vuxna mellan 18-25 år</p> <p>Analys</p> <p>Insatser inom nyföretagarrådgivning pågår löpande. Årsmålet bedöms ej uppnås. Översyn av årsmålet pågår inför verksamhetsåret 2025.</p>	9 %	15 %	
				<p> Främja entreprenörskap och innovation för att bidra till utvecklingen av lokala innovationsmiljöer i ytterstaden</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget haft möte med Hemsö gällande utvecklingen i Tensta och intresse av att skapa en lokal hub och innovationsmiljö i anslutning till Järva gymnasium. Samtalet kommer fortsätta under tredje tertialet. Planering har även fortsatt inför höstens insatser för att främja entreprenörskap, lokala aktörer och innovation i ytterstaden. I Bredäng kommer "The Bizznizz" genomföras tillsammans med Värmeverket och i Kista kommer "Startup Day" genomföras tillsammans med Kista Science City.</p> <p>Inför arbetet med att staden tar fram en etableringsstrategi har bolaget bistått i att ta fram relevanta underlag. Underlag som beskriver strategier från svenska städer och utländska huvudstäder som Stockholm konkurrerar med om etableringar.</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>▶ Främja entreprenörskap och innovation tillsammans med startupekosystemet och övriga företagsfrämjare</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har deltagit som partner i projektet "Cirkulär transformation hos SMF", ett EU-finansierat projekt som leds av Companion. I projektet deltar även Södertörns Högskola och Huddinge kommun. Projektet syftar till att ge små och medelstora företag (SMF) i Stockholmsregionen verktyg och kunskaper för att integrera innovativa cirkulära processer i deras verksamhet. Trots ökad medvetenhet om cirkulär ekonomi hos SMF är det brist på praktiska verktyg för att underlätta omställningen. Målet med projektet är att utvärdera, testa och introducera nya cirkulära processer hos SMF inom bygg-/livsmedelssektorn.</p> <p>Under perioden har bolaget arbetat med planering inför TechArena Zero som äger rum den 23 oktober. Bolaget är samarbetspartner för att både bidra till att positionera Stockholm som en ledande hållbar tillväxtregion och för att möta det växande behovet av kunskapsdelning om hållbarhet och innovation lokalt. Konferensen samlar cirka 700 internationella och nationella beslutsfattare i Stockholm, där företag, entreprenörer, investerare, akademi och offentlig sektor möts för att diskutera, dela kunskap och presentera de senaste lösningarna för en mer hållbar framtid. Bland övriga partners finns Svenska Institutet och Teknikföretagen.</p> <p>Bolaget har, under sommaren, erbjudit cirka 100 feriejobb i entreprenörskap i flera stadsdelar i Stockholms stad. Under vecka 29-31 har ungdomar jobbat på den innovativa mötesplatsen Epicenter under handledning</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>av UngDrive, för att lära sig utveckla och validera affärsidéer samt få praktisk kunskap om att starta och driva företag. UngDrive nominerar varje år ungdomar från olika kommuner till UngDrive Masters - en SM helg i Gnosjö i september. I år har 12 ungdomar från bolagets satsning nominerats, en rejäl ökning jämfört med föregående år.</p>
				<p>▶ Främja och stödja nyföretagande och entreprenörskap för fler Stockholmare i arbete genom att tillhandahålla nyföretagarrådgivning via Starta eget Stockholm</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget fortsatt driva och förvalta bokningstjänsten Starta eget Stockholm för att tillgängliggöra kunskap och kunnande om eget företagande till Stockholmarna med fokus på kvinnor, unga vuxna och ytterstaden, utlandsfödda och individer med funktionsnedsättning. Bokningstjänsten har nu över 7000 registrerade användare, över 10 000 bokningar har genomförts totalt sedan tjänsten lanserades och över 2700 bokningar har genomförts under 2024 fram till juli. Snittbetyget för kundernas omdömen av rådgivningen fortsätter på en hög nivå och är nu 4,64 av 5.</p> <p>Ett gott samarbete har genomförts med stadsdelsförvaltningen i Järva som har hjälpt till med att kommunicera aktiviteter i sina kanaler. Under tercialet har bolaget genom Starta eget Stockholm även funnits på plats i jobbtorg Skärholmen, Medborgarkontoret Husby och i Kista för att erbjuda rådgivning på plats, så kallad drop-in rådgivning. Pilotprojektet har avslutats under perioden för</p>


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>utvärdering.</p> <p>För att tillgängliggöra rådgivningen till potentiella nyföretagare har bolaget deltagit vid och organiserat flera aktiviteter såsom AI-seminarie med Drivhuset, fokus på kulturella och kreativa branscher med Subtopia samt som utställare i stadens tält under Järvaveckan. Genom att delta som utställare under Järvaveckan i stadens tält kunde nya kontakter med aktörer som verkar lokalt knytas och rådgivning på plats erbjudas till besökare. Under en rådgivningskväll i Rinkeby i juni genomförde bolaget genom Starta eget Stockholm tillsammans med Miljöförvaltningen en träff om livsmedelskontroll och starta eget information för de som funderar på att starta företag i branschen. På plats fanns livsmedelsinspektörer som berättade om vilka krav som ställs och varför livsmedelskontrollen finns. På plats fanns även etableringsservice, Coompanion och Almi.</p> <p>Bolaget informerar regelbundet, vid exempelvis publika möten gentemot talangmålgruppen, om stadens stödprogram som främjar entreprenörskap och eget företagande: Starta eget Stockholm och Stockholm Scaleup Program, för att uppmåna flera att starta och driva företag. I samband med Ishockey-VM 2025 har dialog initierats mellan Starta Eget Stockholm och Matmarknaden för att skapa arbetstillfällen för att stödja nyföretagande för engagemang under mästerskapet och för fortsatt samarbete 2025 ut.</p>
				<p>🔍 Främja tillväxt i företag grundade av underrepresenterade entreprenörer genom Stockholm Scale up program</p> <p>Analys</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>I samarbete med aktörer på Stockholms startupscen leder och driver bolaget Stockholm Scaleup Program, ett kostnadsfritt tillväxtprogram som vänder sig till företag i Stockholm som grundats av underrepresenterade entreprenörer oberoende av vilken bransch företaget verkar inom. Ansökningarna till Stockholm Scaleup Program har varit färre än tidigare år. Bolaget har höjt tröskeln till att ansöka till programmet genom att utöka formuläret på hemsidan, som tidigare var mer av en inledande intresseanmälan till en helhetlig ansökan till programmet. Avsikten med förändringen var att reducera antalet okvalificerade anmälningar vilket har gett önskat utfall. Andelen ansökningar med tidiga idéer som ännu inte lanserats, eller intressanta företag med tillväxtpotential men som är verksamma i andra kommuner i Stockholms län och i övriga Sverige har minskat drastiskt. Antalet ansökningar som inkommit till årets gruppstarter har hittills varit 70 st i jämförelse med ca 400 tidigare år. Av de ansökningar som kommit in har vi under maj månad intervjuat och antagit 14 företag till första gruppen av programmet som startade i juni. Fler gruppstarter kommer ske under september.</p>
 I samverkan med berörda nämnder positionera och marknadsföra Kista Science City som ett modernt innovationsdistrikt med ett levande och konkurrenskraftigt näringsliv och goda förutsättningar för teknik och innovation				<p> Främja innovativa företag och stärka tillväxtförutsättningar i Kista Science City för att säkerställa dess position som ledande innovations- och ICT kluster</p> <p>Analys</p> <p>Ett arbete har initierats för att samla aktörer med intresse att utveckla Kista Science City och en workshop har under perioden anordnats med bolaget, kommunen, fastighetsägarna och Kista</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Science City för att identifiera utvecklingsområden, möjliga insatser och samarbeten. Kartläggningen har påbörjats kring affärsområden, målgrupper och möjliga kommunikationsinsatser för att fortsätta arbetet med att lyfta fram Kista mot relevanta målgrupper. Kartläggning pågår kring identifiering av viktiga ambassadörer, aktiviteter för att positionera Kista.</p> <p>Under tertialet genomfördes 100 lokala företagsbesök i Kista och Järva, något som även har kommunicerats och uppmärksammats i nyhetsbrev och sociala kanaler. Vid företagsbesöken lades fokus på att skapa bra relationer och fånga upp företagets inspel, samt på att informera, tillgängliggöra stadens tjänster och kontaktvägar och material delades med företagen. Företagsbesöken gav en fördjupad bild över hur företagen som verkar i Kista upplever området och har lett till flera uppföljande kontakter och processer. Under perioden har även bolaget sammanställt näringslivsinformation om Järva generellt och Kista specifikt.</p> <p>Bolaget har via Starta eget Stockholm i samarbete med Kista science city erbjudit nyföretagarrådgivning i pilotform på plats så kallad drop-in rådgivning. Inom ramen för framtagandet av stadens handlingsplan för Kista företagsområde, Kista Science City, har bolaget även bidragit med förslag på aktiviteter som främjar innovativa företag och stärker tillväxtförutsättningar i Kista Science City.</p>
				<p> Positionera Kista Science City som ett ledande innovations- och ICT kluster</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget, i samarbete med Järva</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadsdelsförvaltning, genomfört cirka 100 företagsbesök i Järva varav cirka 50 i Kista. Ett antal av besöken genomfördes tillsammans med representanter från Järva stadsdelsförvaltning, Arbetsmarknadsförvaltningen och Kista Science City. Företagsbesöken syftade till att skapa goda relationer och få ökad kunskap om det lokala näringslivets förutsättningar och utmaningar genom att lyssna in företagets behov och berätta om stadens tjänster, erbjudanden och kontaktvägar. Besöken resulterade i nya kontakter med innovativa företag och insikter om hur företagen upplever området.</p> <p>Bolaget har påbörjat ett arbete med att samla aktörer med intresse av att utveckla Kista Science City, bland annat har en workshop genomförts med staden, fastighetsägarna och Kista Science City för att identifiera utvecklingsområden, möjliga insatser och samarbeten. Kartläggning av affärsområden, målgrupper, ambassadörer och möjliga kommunikationsinsatser för arbetet med att positionera Kista har påbörjats.</p>
				<p> Verka för att stärka etableringsförutsättningar i Kista Science Center i samverkan med berörda förvaltningar och fastighetsägare</p> <p>Analys</p> <p>Ett arbete har initierats för att samla aktörer med intresse att utveckla Kista Science City och en workshop har anordnats med representanter från Kista Science City, stadsledningskontoret och fastighetsägare för att identifiera utvecklingsområden, möjliga insatser och samarbeten samt förslag på aktiviteter som stärker</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>etableringsförutsättningar i Kista Science City. Kartläggningen har påbörjats kring affärsområden, målgrupper och möjliga kommunikationsinsatser för att fortsätta arbetet med att lyfta fram Kista mot relevanta målgrupper. Kartläggning pågår kring identifiering av viktiga ambassadörer, aktiviteter för att positionera Kista.</p> <p>Under perioden genomfördes vidare 100 lokala företagsbesök i Kista och Järva, något som även har kommunicerats och uppmärksammats i nyhetsbrev och sociala kanaler. Vid företagsbesöken lades fokus på att skapa bra relationer och fånga upp företagets inspel, samt på att informera, tillgängliggöra stadens tjänster och kontaktvägar och material delades med företagen.</p> <p>En kartläggning har under perioden påbörjats för att inventera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler och kontor i Kista. En förfrågan kommer att skickas till större fastighetsägare i fokusområde i Kista för att identifiera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler mm som kan främja utveckling och tillväxt. Det innebär en bättre förmedling av lokaler till företag som är i kontakt med etableringsservice.</p>
 I ökad utsträckning tillgängliggöra arbetsplatser genom sociala krav i stadens upphandlingar				<p> Bidra till att fler arbetstillfällen skapas genom sociala krav i relevanta upphandlingar.</p> <p>Analys</p> <p>Analys har genomförts för aktuella upphandlingar där ingen av dessa möter kriterierna för att ställa sociala krav.</p>
 Ingå i den samordning som kommunstyrelsen leder				<p> Inom ramen för stadsledningskontorets stadsinterna samordning av etableringsfrågor bidra med kunskap om samt identifiera,</p>






Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
gällande etableringar.				<p>driva och medverka i platsutvecklingsinsatser för att skapa förutsättningar för fler etableringar.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden bidragit i stadsledningskontorets utveckling av ny etableringsstrategi för staden. Underlagen bygger på en kortfattad analys och sammanställning av olika svenska städers etableringsstrategier samt fem utländska huvudstäder. Vidare under perioden har insikter kring näringslivets behov i Järva särskilt belysts utifrån genomförda företagsbesök inom bolagets regi.</p>
				<p>▶ Utgöra stadens primära ingång för etableringar inom ramen för bolagets uppdrag att verka för ökad tillväxt i stadens alla delar.</p> <p>Analys</p> <p>Arbete med att ytterligare stärka och vidga samordning och samarbete inom staden fortgår. Detta genom nya nätverkskonstellationer internt för lokal respektive markförfrågningar.</p> <p>Arbetet med att utveckla platser för att stärka företagandet och öka attraktiviteten i prioriterade områden pågår i samarbete med bland annat Fastighetsägarna Stockholm och stadens förvaltningar och bolag.</p> <p>Under perioden har även ett uppföljningsmöte hållits som handlar om dagligvaruhandelns plats i tidig planering av stadsbyggnadsprojekt för att få de rätta förutsättningarna för etableringar.</p>
 Proaktivt arbeta med etableringar för att undvika tomställda lokaler och otrygga områden				<p>▶ Medverka i platsutvecklingsinsatser för att skapa förutsättningar för nya etableringar samt bibehållandet av befintliga företag i områden där lokaler</p>







Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>riskerar att tomställas och att otrygghet skapas.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden bidragit aktivt med kunskap kopplat till näringen in i ett flertal forum och plattformar i syfte att stärka förutsättningar för att lokaler inte tomställs - bl a kopplat till platsaktivering i Fastighetsägarforum i Slakthusområdet, Platsaktivering och analyser i Pilotprojekt Söder Mälarstrand samt i forumet "Skärholmsbornas närmiljö".</p>
<p> Tillsammans med kommunstyrelsen och stadsdelsnämnderna arbeta uppsökande mot lokalt näringsliv utifrån stadens fokusområden och i city.</p>				<p> Skapa förutsättningar för hållbar tillväxt och lokal näringslivsutveckling genom uppsökande företags- och branschstödjande åtgärder, dialogarbete samt platsutvecklingsinsatser.</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget stärkt det uppsökande proaktiva näringslivsutvecklingsarbetet genom att ta fram en modell och ett nytt arbetssätt för företagsbesök. Bolaget genomförde vid två tillfällen närmare 100 förbokade företagsbesök i Järva, i samarbete med Järva Stadsdelsförvaltning. Flera av besöken genomfördes tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen och Kista Science City. Insatsen resulterade bland annat i ökad förståelse och kunskap om företagens behov och förutsättningar samt en ökad kunskap om Järva. Företagen fick information om bolaget och stadens erbjudande och tjänster och efter besöken har dialog fortsatt i flera fall. Bolaget deltog som partner vid DI Gasells frukostmöte i Stockholm i maj på Sergel Hub. Engagemanget gav bolaget tillfälle att träffa cirka 150 deltagare från olika företag och organisationer. Samarbetet har lett till att</p>







Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bolaget etablerat nya kontakter som ger möjlighet till dialog med flera av de mest snabbväxande företagen i Stockholm.</p> <p>Bolaget har under perioden gått med som samverkanspartner i Vinnova-projektet ACT - Advanced Chip Technology (Lunds universitet, november 2023 - december 2028) med 15 partners som samlar halvledaraktorer i Sverige med målet att utveckla avancerad chipteknologi för framtida behov. Projektet syftar till att vara en attraktiv partner inom European Chips Act och att öka produktvärdet i deltagande små och medelstora företag.</p> <p>Inom ramen för bolagets deltagande i det EU-finansierade projektet "BSG-GO!" fortsatte arbetet med att öka hållbara investeringar i små- och medelstora bolag och främja hållbar tillväxt inom spelbranschen. Inom investeringsspåret har en så kallad "Ambassadörsgrupp" bildats, med ledande experter inom spelinvesteringar.</p> <p>Bolaget har under perioden inlett samarbete med Almi för att tillsammans arrangera en Finansieringsdag, en mötesplats där entreprenörer kan nätverka och träffa investerare och banker samt lära sig mer om olika finansieringslösningar på marknaden. Finansieringsdagen kommer att arrangeras sista kvartalet 2024.</p> <p>Bolaget har upphandlat 9 olika leverantörer för att erbjuda feriejobb inom besöksnäringen åt ca 30 ungdomar. Feriejobben i detta pilotprojekt är specifikt inriktade på besöksnäringen då de är stark motor för jobb och integration i Stockholm. Målet är att ge unga värdefull arbetslivserfarenhet och öka kunskapen om besöksnäringen. Feriejobben</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bidrar till att stärka Stockholms varumärke som en gästvänlig destination och ökar turisternas nöjdhet.</p> <p>Bolaget har bistått med kunskap och material till Gamla Stans Företagarförening inför deras pilotprojekt med en turistinformation i Gamla stan under sommaren.</p> <p>Bolaget har genomfört ett flertal företagsbesök i besöksnäringen för att utbilda och bistå i värdskapet inför sommarsäsongen.</p>
				<p>▶ Stimulera strategisk platsattraktion med fokus på prioriterade områden genom bland annat evenemang</p> <p>Analys</p> <p>För att Stockholm ska fortsätta vara en internationellt konkurrenskraftig och företagsvänlig plats har bolaget stärkt arbetet med långsiktig och strategisk platsattraktion. Ökad internationell kännedom om Stockholm och stadens företagsklimat i kombination med utbudet av företag, tjänster, innovationer och arbetstillfällen, påverkar Stockholms förmåga att attrahera besökare, företag, investeringar och talanger. Stadens prioriterade områden ges ett ökat fokus där bolagets evenemangsarbete utgör ett viktigt verktyg.</p> <p>I samband med Taylor Swifts konserter i Stockholm 17-19 maj genomförde bolaget en rad näringslivsfrämjande insatser. Stadens näringslivsaktörer bjöds in till nätverksträff i syfte att stärka Stockholms gemensamma värdskap och utvecklingsinsatser kopplat till evenemanget. Aktörerna gavs möjlighet att ta del av ett gemensamt kommunikativt toolkit och utbyta idéer initiativ för hur verksamheter kan välkomna besökarna på olika sätt.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har vidare haft dialog och möten med nya och återkommande evenemangsarrangörer för att hitta nya prioriterade platser att förlägga och aktivera evenemang i Stockholm.</p> <p>Bolaget har under perioden också deltagit i ett nystartat nätverk, "Placemaking Sweden", i syfte att utveckla och förvalta levande platser utifrån placemaking som metod baserad på samskapande mellan olika aktörer.</p>
 Tillsammans med kommunstyrelsen utreda förutsättningar att återta nyföretagarrådgivningen i egen regi.				<p> Tillsammans med kommunstyrelsen utreda förutsättningar att återta nyföretagarrådgivningen i egen regi</p> <p>Analys</p> <p>Analysarbetet pågår och avslutas under tertial 3.</p>
 Tillsammans med kulturnämnden, Kulturhuset Stadsteatern AB och kulturaktörer stärka stadens kultur- och nattliv				<p> Bidra till att stärka de kulturella och kreativa branscherna i Stockholm</p> <p>Analys</p> <p>För att stärka nyföretagandet inom de kulturella och kreativa branscherna genomförde bolaget genom Starta eget Stockholm ett drop-in event i samarbete med Subtopia, som är en del av det kommunala bolaget Upplev Botkyrka och en produktionsplats för konstnärliga, kreativa och sociala näringar, i maj. Syftet var att presentera nyföretagarrådgivningen och att ge potentiella nyföretagare kunskap om entreprenörskap, verktyg och finansiering. Det är viktigt att genomföra riktade insatser med inspiration och information kring entreprenörskapet som möjlig väg för att våga verka som egen företagare inom de kulturella och kreativa branscherna.</p> <p>Bolaget har genomfört regelbundna möten med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				kultur- och evenemangslotsen för att stärka aktörer i de kulturella och kreativa branscherna. Bolaget har även identifierat och fört dialog med ett antal internationella kulturevenemang/rättigheter och lokala kulturinstitutioner med syfte att få nya kulturevenemang till Stockholm.
	 Antal företag i Stockholm Analys 208 144 registrerade företag per den 31 augusti 2024.		210 500	
	 Antal tillhandahållna platser för feriejobb Analys	130	130 st	
	 Antal tillhandahållna platser för Stockholmsjobb Analys	0	0 st	
	 Arbetskraftsbrist i Stockholm (andel vakanser av antalet anställda) Analys Utfall avser Kvartal 1 2024.	1,1	1,25	
	 Näringslivets nöjdhet vid kontakter med staden som myndighet Analys Nöjd kund index (NKI) för Stockholms stad minskar något jämfört med föregående år men är fortfarande högt (över 70). Resultatet påverkas av lågt betyg inom området bygglov (51). Markupplåtelse (69) och upphandling (62) har betyg godkänt. Brandkontroll (87) har mycket högt betyg och	72	73	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>områdena Miljö- och hälsoskydd (76), Livsmedelskontroll (78) och Serveringstillstånd (76) har högt betyg. NKI för samtliga myndighetsområden inom Stockholm Business Alliance (55 kommuner) är lika högt betyg som föregående år (76).</p>			
	<p>  Tillväxt i den privata sektorn i Stockholms stad (lönesumma) Analys</p>	4 %	4 %	
	<p>  Ökning av antalet arbetsplatser i ytterstaden Analys</p> <p>Antal arbetsplatser i ytterstaden baserat på den förvärvsarbetande dagbefolkningen minskade med -1,54 % under kvartal 3, jämfört med samma period föregående år. Antalet arbetsplatser ökade i Farsta men minskade i Bromma, Hässelby-Vällingby, Järva och Skärholmen. Antalet arbetsplatser var oförändrat i Enskede-Årsta-Vantör och Hägersten-Ålvsjö.</p>	-1,54 %	2 %	
				<p>  Kommunstyrelsen ska i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, exploateringsnämnden, kulturnämnden, miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden, utbildningsnämnden och Stockholm Business Region AB se över och revidera stadens näringslivspolicy samt ta fram en bilaga till näringslivspolicyn med en etableringsstrategi för Stockholm</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Bolaget har bidragit i Stadsledningskontorets framtagande av ny etableringsstrategi. Under perioden har insikter kring näringslivets behov och förutsättningar i Järva särskilt lyfts fram utifrån genomförda företagsbesök.</p>
				<p>  Kommunstyrelsen ska i samarbete med Stockholm Business Region och stadsdelsnämnderna arbeta uppsökande mot lokalt näringsliv utifrån stadens fokusområden och i city</p> <p>Analys</p>
				<p>  Stockholm Business Region ska i samråd med kommunstyrelsen utveckla redovisning av effekter på genomförda aktiviteter och medlemskap i Stockholm Business Alliance</p> <p>Analys</p> <p>Analys av SBA-samarbetet genomfördes under perioden med hjälp av Sweco. Arbetet bidrar till fortsatt utveckling av redovisningen av effekter på genomförda aktiviteter och medlemskap i Stockholm Business Alliance. Redovisningen av SBAs verksamhet och effekter av den sker löpande genom dialog med Stadsledningskontoret, SBA:s styrgrupp samt genom SBR:s verksamhetsredovisning.</p>
				<p>  Stockholm Business Region ska utreda möjligheten att i högre grad stötta befintliga småföretag i särskilt konjunkturkänsliga branscher, exempelvis genom att utveckla ett Stay up-program</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Bolaget har tagit fram analys och kunskapsunderlag om det lokala näringslivets behov och förutsättningar i samband med genomförandet av företagsbesök i Järva.</p>

3.3 I Stockholm ska alla ha rätt till ett bra boende som de har råd med



För att utveckla näringslivet i Järva krävs flera satsningar från staden. Det är nödvändigt att både attrahera nya företag och skapa goda förutsättningar för de befintliga företagen. Bolagets samarbete med berörda förvaltningar, särskilt stadsledningskontoret och Järvas stadsdelsförvaltning är centralt för stadsdelsområdets näringslivsutveckling. Bolaget har under perioden också deltagit i de operativa styrgruppsmötena för Fokus Järva. Under perioden genomfördes samtal om fokus Järva med stadsdelsdirektören i Järva, vd Svenska Bostäder och vd Kulturförvaltningen.

Under perioden har bolaget stärkt det uppsökande proaktiva näringslivsarbetet och arbetat fram ett nytt arbetssätt gällande företagsbesök. Den 28 maj och 3 juni genomförde bolagets medarbetare närmare 100 förbokade företagsbesök i Järva stadsdelsområde. Många besök genomfördes tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen och vissa med Kista Science City. Besöken följde en enhetlig struktur både innan, under och efter och samtliga medarbetare på bolaget aktiverades. Arbetet har resulterat i en ny modell för hur bolaget genomför företagsbesök och framtagande av ett digitalt arbetssätt baserat på CRM för inhämtande och registrering av företagens frågor och kontaktuppgifter. Genomförda företagsbesök gav bolaget en ökad förståelse och kunskap för företagens frågor och situation samt om Järva stadsdelsområde och dess förutsättningar. Besökta företag fick ökad förståelse och kunskap om bolaget och staden samt vilken service vi kan bistå med. Efter företagsbesöken har kontakten i flera fall fortsatt. Inför besöken togs en rapport fram med näringslivskunskap för stadsdelsområdet ner på stadsdelsnivå.

Kista Science City som innovations- och ICT kluster är ett av landets och den större Stockholmregionens viktigaste arbetsplatsområden där stadens satsningar för att driva fortsatt stadsutveckling – inte minst inom ramen för Fokus Järva – är centrala. Bolaget har i samverkan med kommunstyrelsen och berörda nämnder, näringsliv- samt forskningsaktörer under perioden fortsatt drivit arbetet med att utveckla Kista Science City till ett modernt innovationsdistrikt med ett levande och konkurrenskraftigt näringsliv och goda förutsättningar för teknik och innovation. Uppdraget handlar om att såväl attrahera nya etableringar som att stärka befintligt näringsliv och företagsstödjande aktörer liksom att positionera Kista Science City som ett ledande innovations- och ICT kluster. Kommunstyrelsen leder arbetet med att ta fram en handlingsplan med utgångsläge från Kista Science City strategin 2030 där bolaget under perioden bidragit med förslag på aktivitetsområden. Bolaget ledde under perioden bl a en workshop i samverkan med Kista Science City, stadsledningskontoret samt Vasakronan (som utgör en av de större fastighetsägarna i Kista) med fokus på aktiviteter och verksamheter som bidrar till att öka den globala attraktionskraften i Kista samt som kan genomföras och ge resultat kommande 1-2 år.



Inom ramen för bolagets etableringsservice har också en kartläggning under perioden påbörjats för att inventera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler och kontor i Järva. En förfrågan kommer att skickas till större fastighetsägare för att identifiera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler mm som kan främja utveckling och tillväxt. Det innebär en bättre förmedling av lokaler till företag som är i kontakt med etableringsservice.

SBR kommer särskilt inom stadens arbete med Fokus Järva verka för att främja både småföretagare och entreprenörskap för att bidra till ökad tillväxt i området samt verka för fler etableringar utifrån både social och ekonomisk hållbarhet för att bidra till ett inkluderande samhälle. Bolaget kommer också inom stadens arbete med Fokus Järva särskilt verka för att främja etablering av återbruksverksamheter i dialog med aktörer från branschen. Bolaget kommer vidare rikta insatser för att öka synligheten av reseanledningar och attraktioner i Järva samt bidra till enhetlig och effektiv kommunikation kopplad till stadens arbete med Fokus Järva i samverkan med berörda delar av staden.

Bolaget har under perioden särskilt prioriterat insatser som främjar ett hållbart växande näringsliv och insatser som stärker förutsättningarna för det lokala näringslivet, särskilt inom Järva. Genom insatserna stärks förutsättningarna för fler arbetstillfällen, fler stockholmare i egen försörjning via eget företagande samt att tillgängligheten av företagsstödande tjänster för prioriterade målgrupper ökar. Under tertialet har bolaget genom Starta eget Stockholm även funnits på plats på medborgarkontoret Husby och i Kista för att erbjuda rådgivning på plats, så kallad drop-in rådgivning. Vidare har bolaget fortsatt med planeringen av en Kista "Start up Day" som äger rum kommande tertial.

Under en rådgivningskväll i Rinkeby i juni genomförde också bolaget genom Starta eget Stockholm tillsammans med Miljöförvaltningen en träff om livsmedelskontroll och starta eget information för de som funderar på att starta företag i branschen. På plats fanns livsmedelsinspektörer som berättade om vilka krav som ställs och varför livsmedelskontrollen finns. Även Coompanion och Almi medverkade på träffen.

Bolaget har vidare bidragit till stadens kommunikationsarbete med Fokus Järva och genomfört kommunikationsinsatser under perioden. Bolaget har ökat synligheten av attraktioner i Järva och andra relevanta ytterstadsområden i det marknadsstrategiska arbetet genom synliggörande av en Järvaguide på visitstockholm.se som beskriver olika budget- och familjeaktiviteter samt restaurangtips i Järva. Vidare har evenemang i Järva så som till exempel Järva Open X Tynni, Europas största discgolfturnering, publicerats i bolagets evenemangskalender på visitstockholm.se för ökad synlighet.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Samverka kring arbetet för en enhetlig och effektiv kommunikation som aktivt bidrar till stadens arbete med Fokus Järva				<p> Bidra till enhetlig och effektiv kommunikation kopplad till stadens arbete med Fokus Järva</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genomfört kommunikationsinsatser bland annat om fysisk nyföretagande-rådgivning på plats i Järva samt om stadens arbete med att positionera Kista som ett ledande innovations- och ICT kluster, både lokalt och internationellt i samarbete med näringslivet och övriga bolag och förvaltningar. Bolaget har även marknadsfört feriejobb i besöksnäringen till ytterstadsområden vilket resulterade i att 23 ungdomar från Järva erbjöds feriejobb.</p>

3.4 Medarbetare i Stockholm ska ges goda förutsättningar att göra ett bra jobb

Stadens liksom SBRs mål är en god arbetsmiljö som främjar hälsa och säkerhet. En god arbetsmiljö bidrar både till väl fungerande verksamheter och ett långsiktigt hållbart arbetsliv för medarbetarna. Både chefer och medarbetare har ett ansvar för att åstadkomma en god arbetsmiljö. Bolaget främjar en god social och organisatorisk arbetsmiljö med ett öppet arbetsklimat där medarbetarna känner delaktighet, engagemang och trivsel på sin arbetsplats.





Bolaget har i början av året genomfört en verksamhetsövergång där dotterbolagens verksamhet har övergått till Stockholm Business Region och i samband med det har en ny organisation implementerats där alla medarbetare och all verksamhet är samlad i ett bolag. Processen med att genomföra övergången och bygga grunden för det nya Stockholm Business Region sker i tät dialog med alla medarbetare och chefer. En tydlig och transparent process har lagt grunden för det nya tvärspektoriella arbetssättet som syftar till att tillvarata kompetenser och skapa en samverkansorganisation för att bättre möta mål, förväntningar och behov från de målgrupper SBR driver verksamheten för.



Bolaget har under början av året anställt en HR-ansvarig i syfte att stärka HR-funktionen och förstärka bolagets förmåga att skapa en god arbetsmiljö. En ny arbetsmiljökommitté har bildats och nya rutiner för arbetsmiljöarbetet har tagits fram. Den nya organisationen har gett bättre möjligheter att följa upp årets medarbetarenkät på ett mer transparent och tydligt sätt, arbetet pågår och utvärdering kommer att ske under hösten.

Den värdegrundsgrupp bestående av medarbetare från alla avdelningar på bolaget som bildades i samband med implementeringen av den nya värdegrunden 2023 har fortsatt sitt arbete och bl.a. varit ett stöd i processen med verksamhetsövergången och omorganisationen i år.

Bolagets nya organisation där alla chefer sitter med i ledningsgruppen säkerställer att det finns ett forum för att diskutera aktuella frågor som berör arbetsplatsen och säkerställa en god arbetsmiljö.

Flytten till nya lokaler i Tekniska Nämndhuset har gett en bättre arbetsmiljö och bättre förutsättningar för verksamheten. Det nya CRM-systemet skapar också en gemensam grund och ett förbättrat arbetssätt.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	  Aktivt Medskapandeindex Analys Bolagets AMI har ökat från 76 till 79, en stark förbättring och ett bra betyg till den sammanslagning av verksamheten som har genomförts i år. Arbetet med att ta tillvara resultaten från medarbetarenkäten pågår för att hitta förbättringar och utvecklingsmöjligheter i den nya organisationen.	79	83	
	  Sjukfrånvaro Analys	2,6 %	3 %	




Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	0,5 %	2 %	
				 Periodisk genomgång av behörigheter i ekonomisystemet har genomförts Analys Genomgång av behörigheter i ekonomisystemet genomförs inför varje tertialbokslut, och har genomförts under sommaren.


3.5 Hög beredskap och stark rådighet ska råda i alla verksamhetsområden



Bolaget deltar i arbetet inom stadens sektorsorganisation för civil beredskap genom att stå till sektorsorganisationens förfogande vid behov samt genom kontinuerlig utveckling av bolagets egen kris- och krigsorganisation. I samband med den omorganisation som bolaget har genomfört i början av 2024 har en ny krisledningsorganisation tagits fram och en krisledningsövning har genomförts i maj.

Ledningens genomgång inom informationssäkerhet har genomförts. Arbetet med kvalitetshöjande åtgärder inom informationssäkerhet fortgår där fokus har varit att tillhandahålla effektiva arbetsredskap med stöd av gällande regelverk.






Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Delta i arbetet inom stadens sektorsorganisation för civil beredskap.				 Stå till sektorsorganisationens förfogande vid behov samt utveckla bolagets egen kris- och krigsorganisation. Analys Bolaget har etablerat en ny krisledningsorganisation efter genomförd verksamhetsövergång och omorganisation. Krisledningsövning med den nya krisledningsorganisationen har genomförts i maj.
	 Andel		100 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	upphandlade avtal där kontinuerlig uppföljning genomförts Analys			
	 Genomförda åtgärder inom risk- och sårbarhetsanalys Analys		100 %	

3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser



Bolaget har sett över informationen kring inköp och avtal samt planerar åtgärder för att förbättra informationen och få bättre kontroll över avtalsportföljen, med syfte att stärka bolagets förmåga i arbetet mot välfärdsbrottslighet. Insatserna kommer även att stärka bolagets förmåga till uppföljning.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Arbeta för att stadens medarbetare inte utsätts för hot, rasism eller otillbörlig påverkan				<p> Säkerställa att policys och program avseende hot, rasism eller otillbörlig påverkan är uppdaterade. Analys</p> <p>Genomgång av policys och program är påbörjad och kommer att slutföras under tertial 3.</p>
 Kraftsamla för att motverka välfärdsbrottslighet - i arbetet ingår att se över rutiner, säkerställa kontrollmekanismer, minska antalet underleverantörer samt upprätta egen kapacitet och rådighet				<p> Bidra med kunskapsunderlag samt stödja Kommunstyrelsen i dialogen med relevanta aktörer Analys</p> <p>Bolaget bidrar löpande med analyser och kunskapsunderlag internt inom staden samt till externa aktörer.</p>
				<p> Bidra till att motverka välfärdsbrottslighet genom översyn av rutiner samt kontrollfunktioner för att öka bolagets egen kapacitet och rådighet.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Analys</p> <p>Bolaget har stärkt sin kompetens inom inköp och upphandling där en rekrytering har genomförts och den tjänsten är nu bemannad sedan mitten av augusti.</p>

3.7 Stockholm ska vara en öppen, jämställd och demokratisk stad som samarbetar internationellt

Under perioden har bolaget utvecklat och marknadsfört Stockholm som en ledande besöks- och etableringsdestination, både internationellt och nationellt. Genom att positionera Stockholm som en öppen, hållbar och kreativ stad, med varumärkesplattformen *Stockholm – The Capital of Scandinavia*, har bolaget fortsatt att stärka stadens internationella konkurrenskraft och öka kännedomen om Stockholm som en världsstad.

Genom samverkan med relevanta aktörer stärker bolaget innovation och hållbar utveckling i besöksnäringen samt ökar kännedomen om Stockholm som en hållbar destination. Genom att locka fler internationella och nationella evenemang till Stockholm och genom att följa upp marknadsföringsinsatser inom evenemangsområdet, bidrar bolaget till att evenemang kan nyttjas som ett viktigt verktyg för destinationsutveckling och utveckling av Stockholms attraktionskraft. Besöksnäringen i Stockholm visar en svagt positiv utveckling under årets sju första månader. Summerat januari till juli noteras ca 5% fler besökare på stadens museer och attraktioner vilket är positivt med tanke på att kommersiella gästnätter inte ökar i samma omfattning. Antalet kommersiella gästnätter i Stockholms län är på årsbasis hittills (jan-jul) 0,8% fler än föregående år (+1,7% i Stockholms stad). Tillväxten i landet totalt sett 0% (marginellt negativ). Stockholms läns marknadsandel uppgår under de första sju månaderna till 20 procent, oförändrad jämfört med föregående år. Fortsatt råder stora utmaningar för företag inom besöksnäringen till följd av kostnadsökningar och återbetalningar av skatteskulder från pandemiperioden, vilket leder till minskad lönsamhet i en näring med redan låga marginaler.

Bolaget har under perioden synliggjort stadens arbete med innovation och hållbar utveckling i en rad externa sammanhang; genom b.l.a. flera näringslivsträffar, styrelse- och styrgruppsarbeten, workshops, seminarier och studiebesök. Bolaget har t.ex. deltagit i styr- och projektgruppsmöten inom projekt Besökskraft Stockholmsregionen, arrangerat näringslivslunch med finansborgarrådet, medverkat i styrelsearbetet för City i Samverkan och Kungliga Djurgårdens Intressenter (KDI), Svenskt Näringslivs forum för länets näringslivschefer, det nya årliga toppmötet ”Unleashed” som arrangerades av Stockholms Handelskammare. Bolaget har under perioden vidare medverkat i flera olika stadsinterna operativa styrgrupper för att lyfta in ett näringslivsperspektiv för stadens utveckling.

Bolagets datadrivna arbetssätt och pågående utvecklingsarbete av budskap och varumärkesplattform för stärkt kommunikation och marknadsföring, riktat till samtliga målgrupper, har gett resultat under perioden. I syfte att positionera Stockholm som ledande besöksdestination nyttjar bolaget bland annat kanalen visitstockholm.com och .se med omkring 360 000 besökare per månad. Antal besök på bolagets webbplats visitstockholm.se har ökat med cirka 58 procent under perioden jämfört med föregående år och på webbplatsen visitstockholm.com var ökningen 38 procent. Denna kanal riktar sig även till potentiella talanger, en målgrupp som under perioden ökat besöken i kanalen med 32 procent jämfört med föregående år. Bolaget noterar även att antalet besök till startsidan för Evenemangskalendern ökade med 123 procent

respektive 39 procent. Bolaget har vidare särskilt säkerställt att digitala besöks guider, kopplade till hållbar utveckling och innovation, har uppdaterats under perioden. Antalet följare och interaktivitet i bolagets sociala mediekkanaler har ökat och total räckvidd för Instagram och Facebook beräknas uppgå till cirka 2,8 miljoner.

Genomslaget i media för Stockholm har varit exceptionellt stort hittills i år. Bolaget har arbetat strategiskt och fokuserat med pressmeddelanden och pressbearbetning vilket resulterat i drygt 70 genomslag internationellt, nationellt och lokalt. Bolaget har även arbetat med inkommande förfrågningar från internationell press, mottagande av journalister och influencers (cirka 180 utländska journalister), genomförande av pressresor samt deltagit vid stora evenemang som t ex Taylor Swift-konserterna i maj. Taylor Swift-konserterna i Stockholm resulterade i att det publicerades över 19 100 artiklar och inlägg i nyhetsmedier och på sociala medier. I annonsvärde motsvarar det drygt 200 miljoner kronor och den potentiella räckvidden, som fortsätter öka, är nu uppe i cirka 12,3 miljarder.

Bolaget har under perioden fortsatt utveckla stadens förmåga att, i samverkan med andra aktörer, så som näringslivet, attrahera evenemang och genomföra dessa. Bolaget har under perioden fortsatt arbeta med att strategiskt kartlägga evenemang som stärker stadens attraktionskraft för perioden 2025-2030. Bolaget har b.la. genomfört en förstudie tillsammans med Svenska Basketbollförbundet och stadsledningskontoret med syfte att undersöka möjligheterna för att söka ett EM- gruppspel för damer 2027. I juli lämnade bolaget in en ansökan i samarbete med Svenska Basketbollförbundet, besked kommer i november 2024. I paketeringen av EM har staden (genom stadsledningskontoret, SBR och idrottsförvaltningen) tillsammans med Svenska Basketbollförbundet enats om en treårig satsning i utvalda stadsdelar med basket i fokus, insatser som ska bidra till ökad samverkan och trygghet i Stockholm under 2025–2027.

Bolaget har fört dialog löpande med ett flertal evenemangsarrangörer, idrottsförbund, kulturinstitutioner och flera kommersiella internationella rättigheter i syfte att värva nya evenemang till Stockholm. Bolaget har vidare genomfört flera möten med och lotsat arrangörer att genomföra evenemang i staden. Bolaget har också genomfört nätverksträffar för arrangörer av stora återkommande evenemang.

Bolaget har bidragit till stadens hållbarhetsarbete kopplat till kunskapsspridning av stadens Guide för hållbara evenemang. Arbetet med att revidera guiden har påbörjats under tertialet.

En grundförutsättning för utveckling av destinationen Stockholm är en löpande dialog med aktörerna kring behov, förutsättningar och insatser. Bolaget har därför förstärkt dialogen genom att utveckla och fördjupa samverkan med olika nätverk inom besöksnäringen. Bolaget har b.la. haft löpande dialog och samordnat möten med stadens tillståndsnätverk, bistått med kunskap och material till Gamla stans Företagarförening inför deras pilotprojekt med en turistinformation, Visit Gamla stan, under sommaren samt genomfört ett flertal företagsbesök i besöksnäringen för att utbilda och stärka värdskapet inför sommarsäsongen. Bolaget har också anordnat träffar för restaurangnätverket och evenemangsarrangörsnätverket i syfte att stärka innovation och hållbar utveckling för besöksdestinationen med fokus på gastronomi och evenemang.

Under perioden har informationsflödet till det lokala näringslivet utvecklats och breddats genom fortsatt implementering av bolagets CRM-verktyg samt genom ett antal fysiska dialogmöten. Insatserna ger en ökade insikter om det lokala näringslivets behov och förutsättningar med syfte att stärka Stockholms attraktionskraft tillsammans.

Bolaget har genomfört kampanjer regionalt, nationellt och globalt med internationella och lokala aktörer inom olika områden, till exempel om hur Musikåret 2024 stärker Stockholms position som kreativ musikhub och besöksdestination. Under perioden har bolaget i samarbete med aktörer i näringslivet tagit fram en rapport kopplat till musikevenemangens betydelse för Stockholm. Rapporten lyfter fram hur stora evenemang stärker Stockholms internationella status, driver turism och skapar positiva sociala effekter, såsom ökad lycka och gemenskap bland stockholmarna. Rapporten visar Stockholm som en världsledande evenemangsstad, inte minst Taylor Swifts konserter som lockade hundratusentals fans och skapade en enorm ekonomisk och social påverkan. Stadens förmåga att genomföra evenemang av denna magnitud visar




på en framgångsrik samverkan mellan näringslivet, kulturinstitutioner och stockholmare.


Bolaget har genomfört kommunikationsinsatser riktade till frontdesk-personal, guidenätverk och övriga besöksnäringens aktörer för att stärka destinationens värdskap. I samband med ett antal kongresser i Stockholm har bolaget tillhandahållit mobil turistinformation i syfte att genom värdskapet stärka den lokala besöksnäringen. Bolaget har vidare genomfört företagsbesök på hotell och vandrarhem för att stärka värdskapet och öka kunskapen om Stockholm som besöks- och evenemangsdestination. Bolaget har under perioden också genomfört en värdskaup utbildning med flera evenemangsarrangörer som t.ex. BAUHAUS-galan i syfte att stärka arrangörers värdskap. Bolaget har också stärkt upp med material och information till evenemangsarrangörer så att de kan utveckla sitt eget arbete med värdskap.

Under perioden har bolaget fortsatt lett och drivit det regionala samverkansprojektet Stockholm Archipelago (StA) tillsammans med skärgårdskommunerna, Region Stockholm, Länsstyrelsen Stockholm och Skärgårdsstiftelsen, i syfte att skapa förutsättningar för en starkare besöksnäring i Stockholms skärgård året runt samt en utveckling av besöksdestinationen Stockholm. StA innefattar också projektet ”Stockholm Archipelago Trail (SAT)”, med finansiering av Tillväxtverket, investeringsstöd för att utveckla infrastrukturen för rekreation och turism i landsbygder. Projektet syftar till att anlägga en vandringsled på öarna längs båtlinjen Nord-Sydlinjens sträckning genom Stockholms skärgård som förlänger säsongen för besöksnäringen på öarna och skapar samverkan i närområdet. Arbetet med att anlägga leden har under perioden fortsatt enligt plan. Även projektet ”Light in the dark season” ingår i StA där ett flertal partnermöten tillsammans med skärgårdar och kustlandskap i Åland, Finland, Estland, Lettland och Litauen har genomförts under perioden. Projektet pågår fram till den 31 december 2026 och syftar till att utveckla hållbar landsbygds- och kustturism i norra Östersjöregionen året runt och att öka attraktiviteten att besöka området under lågsäsong.

Bolaget har i samarbete med Stockholms Hamnar genomfört insatser riktat till den finska och baltiska marknaden. Marknadsföringen av Stockholm har under perioden främst fokuserat på en ny kampanjperiod av konceptet ”Fall in Love with Stockholm...again” med fokus på musikåret och sommarens stora utbud av festivaler och konserter.

Under perioden har bolaget handlagt ett antal ansökningar från evenemangsarrangörer gällande marknadsföringsinsatser i evenemang. Bolaget har drivit ett fortsatt utvecklingsarbete och förbättrat rutiner för mottagande, handläggning och uppföljning av marknadsföringsinsatser inom evenemang. Bolaget har vidare utvecklat dialogen med berörda evenemangsarrangörer gällande att använda bolagets marknadsföringsmaterial som välkomnar besökare till Stockholm i syfte att förbättra värdskap och information om Stockholm före, under och efter evenemanget i syfte att besökarna ska stanna längre och uppleva mer av Stockholm.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Bidra till att utveckla Stockholm som turist- och besöksdestination internationellt, nationellt och regionalt	  Gästnätter Analys Årsmålet 15,6 miljoner kommersiella gästnätter bedöms ej uppnås utifrån utfall för perioden januari-juli då tillväxttakten har varit lägre än prognostiserat. Antalet gästnätter i Stockholms län har ökat med 0,8 procent		15,6 miljoner	


Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>jämfört med samma period 2023 och årets tillväxttakt bedöms uppgå till 0-1 procent jämfört med tidigare prognos (3 procent). Ackumulerat noteras att svenska gästnätter minskar (-3%) medan internationella gästnätter ökar (+ca 9%). Gästnätterna i Stockholms stad utgör ca två tredjedelar av totalen i länet och har en något högre tillväxttakt för perioden med 1,7 procent. Stockholms län behåller sin marknadsandel av totalt antal gästnätter i Sverige, 20 procent, för perioden januari-juli.</p>			
				<p> Genom samverkansprojektet Stockholm Archipelago utveckla Stockholm som besöksdestination</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget leder och driver det regionala samverkansprojektet Stockholm Archipelago (StA) tillsammans med skärgårdskommunerna (Norrtälje, Vaxholm, Österåker, Värmdö, Nacka, Haninge och Nynäshamn), Region Stockholm, Länsstyrelsen Stockholm och Skärgårdsstiftelsen, i syfte att skapa förutsättningar för en starkare besöksnäring i Stockholms skärgård året runt samt en utveckling av besöksdestinationen Stockholm.</p> <p>Bolaget har genomfört ett styrgruppsmöte och ett beredningsgruppsmöte. StA har vidare besökt ett 15-tal företag i skärgården under perioden. StA har vidare deltagit på flera sammankomster som Region Stockholm samordnat kring besöksnäring i skärgården: Regionala Skärgårdsrådet, arbetsmöte för handlingsplan kring säsongsförlängning av skärgården på Sandhamn, enskilda möten kring utveckling av Stockholmsregionens</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>turism och besöksnäring, landsbygdsutveckling, möten med Trafikförvaltningen samt samordnat möten med Naturturismföretagen och Region Stockholm.</p> <p>StA har löpande under perioden i samarbete med Skärgårdsstiftelsen arbetat med en tvåårig satsning på en samredaktion kring SoMe och Explore Archipelago. Under tertialet har den så kallade "The Magic Season" påbörjats, dvs en säsong som StA marknadsför för press, media och researrangörer. Flertalet visningsresor med utländska journalister har genomförts under perioden. Marknadsaktiviteterna bidrar till ökad kännedom för att det internationella reseledet att paketera/inkludera/addera skärgården i deras Stockholmsutbud och därmed förlänga besöket (fler antal gästnätter) till Stockholm och säsongförlängning för skärgården.</p> <p>Bolaget har vidare i maj genomfört den årliga visningsresan för frontdesk-personalen på ett urval av Stockholms hotell. Detta var det fjärde året och det har gett resultat i form av närmare samarbete mellan stadens hotell och skärgårdens utbud. Genom visningsresorna säkerställs ökad kunskap om skärgården och det lokala näringslivet. Detta skapar ett positivt intryck av staden som en välkommande destination och stärker värdskapet gentemot besökarna. 10 st hotell hade representanter med på resan och temat var naturaktiviteter i skärgården.</p> <p>StA deltog också på Almedalsveckan på Gotland med Skärgårdsstiftelsen. Framst fokuserade StA på sjöfarten i östersjön, hållbarhet och arbetsmöten med Skärgårdsstiftelsen. Ett nätverk kring Östersjöns hållbarhet har vidare haft flera dialogmöten under perioden.</p> <p>Stockholm Archipelago Trail</p> <p>StA driver projektet Stockholm Archipelago Trail (SAT), med finansiering av Tillväxtverket, investeringsstöd för att utveckla infrastrukturen för rekreation och turism i landsbygder. Projektet syftar till att anlägga en vandringsled på öarna längs</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>båtlinjen Nord-Sydlinjens sträckning genom Stockholms skärgård som förlänger säsongen för besöksnäringen på öarna och skapar samverkan i närområdet. Leden skapar en stark samverkan som ger hållbara förutsättningar för att kunna förlänga säsongen för naturintresserade besökare. Under perioden har arbetet med investeringen där medel kommer från Tillväxtverket fortlöpt i enlighet med plan. Även den digitala infrastrukturen har arbetats fram där bland annat webbplatsen stockholmarchipelagotrail.com har lanserats och uppdateras löpande med färdiga etapper.</p> <p>Light in The Dark Season</p> <p>Under perioden har StA deltagit i flertal partnernöten i Interreg Central Baltic projektet "Light in the dark season", tillsammans med skärgårdar och kustlandskap i Åland, Finland, Estland, Lettland och Litauen. Projektet pågår fram till den 31 december 2026 och syftar till att utveckla hållbar landsbygds- och kustturism i norra Östersjöregionen och höja attraktiviteten för att besöka området under de mörka årstiderna. Projektgruppen med projektledare, processledare, konceptutvecklare och digital affärsutvecklare från SBR/StA har under perioden haft löpande avstämningar.</p>
				<p>🔍 Löpande utföra uppföljning samt utveckling av bolagets marknadsföringsinsatser inom evenemang där även hållbarhetsperspektivet beaktas.</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget handlagt ett antal ansökningar från evenemangsarrangörer gällande marknadsföringsinsatser i evenemang. Bolaget har drivit ett fortsatt arbete, utveckling och förbättring av ny organisation för mottagande, handläggning och uppföljning av marknadsföringsinsatser inom evenemang.</p> <p>Bolaget har vidare utvecklat dialogen med berörda evenemangsarrangörer gällande att använda SBRs marknadsföringsmaterial som välkomnar besökare till Stockholm i</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>syfte att förbättra värdskap och information om Stockholm före, under och efter evenemanget i syfte att besökarna ska stanna längre och uppleva mer av Stockholm.</p>
				<p>▶ Stärka innovation och hållbar utveckling för besöksdestinationen i samverkan med relevanta lokala och regionala aktörer</p> <p>Analys</p> <p>I syfte att utveckla bolagets förmåga att bidra till en hållbar utveckling av besöksdestinationen har bolaget bidragit i Tillväxtverkets och Visits Swedens program "Utforska framtidsscenarioer för turism och besöksnäring". Arbetet syftade till att utveckla framtidsscenarioer som verktyg för långsiktig strategisk planering och kommer nyttjas av medverkade, däribland SBR, i kommande omvärldsanalyser och gemensamma analyser. Övriga deltagare var bl.a. från andra svenska DMOs, Strawberry, Tillväxtanalys, Swedavia, Visita, Ving och SJ.</p> <p>Bolaget har synliggjort stadens arbete med innovation och hållbar utveckling i en rad externa sammanhang bland annat i styrelsen för Kungliga Djurgårdens Intressenter (KDI) där även ett samverkansavtal har tecknats mellan bolaget och KDI avseende hållbar utveckling av Stockholm som besöksdestination, i styrelsen för City i samverkan och styrgruppsmöten för utveckling av Stockholm som juldestination.</p> <p>Under perioden har ett antal studiebesök genomförts bland annat av KD:s gruppleddare och press- och borgarrådssekreterare, Stadshusets veteranförening med före detta stadsfullmäktigeledamöter och kommunfullmäktiges ordförande, Nackas kommunledning, näringslivschefer från Huddinge, Nacka och Sollentuna kommun med fokus på det gemensamma SBA-arbetet inom Stockholmsregionen,</p> <p>Bolaget har deltagit i styrgruppsmöten kring pilotprojekt/förstudie Söder Mälarstrand, i de operativa styrgruppsmötena för Fokus Järva inklusive samtal om Fokus Järva</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>med stadsdelsdirektören i Järva, vd Svenska Bostäder och vd Kulturförvaltningen. Bolaget deltog även på möte med Clara Lindblom, bostads- och fastighetsborgarråd tillsammans med bostadsbolagets VD:ar om utvecklingen av lokala centrum.</p> <p>Bolaget har vidare medverkat i den stadsinterna samverkansgruppen Skogskyrkogården som leds av kyrkogårdsförvaltningen och Stadsmuseet med syfte att utveckla hållbara besök, bland annat har kontakt med Visitors Center på Skogskyrkogården etablerats angående värdskap och destinationskunskap.</p> <p>Under perioden har bolaget deltagit på Svenskt Näringslivs träffar för Stockholms läns näringslivschefer samt på Region Stockholms nätverksträffar för näringslivschefer. Bolaget har även deltagit i Regionala skärgårdsrådet som leds av Klimat-, infrastruktur & skärgårdsregionrådet Gustav Hemming samt i styr- och projektgruppsmöten inom projekt Besökskraft Stockholmsregionen som leds av Tillväxtenheten, Region Stockholm t.om 2026. Bland annat har projektplan fastställts och struktur samt förberedelser inför uppstart av strategiskt nätverk med tjänstepersoner i september, med syfte att utveckla hållbar turism och besöksnäring tillsammans med kommunerna i Stockholmsregionen, genomförts.</p> <p>I maj stod bolaget tillsammans med Stockholms hamnar värd för Cruise Europes årliga möte. Cruise Europe är ett nätverk för Europas hamnar och andra verksamma inom kryssningsindustrin. Mötet samlade ca 180 personer varav ca 30 personer från branschpress/media och internationella rederier. Resterande kom från hamnar i Europa. Stor del av konferensen ägnades åt att prata hållbarhet inom kryssningssegmentet. Lokala aktörer inom kryssning hade möjlighet att närvara på konferensen för att lära sig mer om framtida behov och utmaningar.</p> <p>Kopplat till auktorisation av turistguider har bolaget genomfört ett avstämningsmöte med Travel Education Center (TEC) i syfte att utvärdera guideutbildningen 2023-</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>2024 samt att följa upp kursplanen inför guideutbildningen 2024-2025 som startade i augusti 2024.</p> <p>Bolaget deltog på det nya årliga nordiska toppmötet "Unleashed" som arrangerades av Stockholms Handelskammare med partners i slutet av augusti. Mötet är skapat för att sammanföra de främsta beslutsfattarna från näringslivet, politiken och det civila samhället i Norden med fokus på dagens utmaningar, från geopolitik, framväxten av ett nytt Norden, den gröna omställningen, ny teknik och vår framtida livskvalitet.</p> <p>Bolaget har under perioden medverkat i det stadsinterna arbetet med att etablera ett strategiskt arbete kring hållbara evenemang och möten under ledning av stadsledningskontoret. Bolaget har även medverkat i det stadsinterna nätverket för hållbarhet vid evenemang och möten samt i den arbetsgrupp som bildats för revidering av Guiden för hållbara evenemang. Arbetet pågår fram till årsskiftet och en publicering av ny digital webb-baserad guide planeras under 2025.</p> <p>Bolaget har under perioden anordnat träffar för restaurangnätverket och evenemangsarrangörnätverket i syfte att stärka innovation och hållbar utveckling för besöksdestinationen kopplat till gastronomi och evenemang.</p> <p>Bolaget har under perioden haft löpande dialog och samordnat möten med stadens tillståndsnätverk. Bolaget har även bistått med kunskap och material till Gamla stans Företagarförening, Visit Gamla stan, inför deras pilotprojekt med en turistinformation under sommaren. Bolaget har också genomfört ett flertal företagsbesök i besöksnäringen för att utbilda och bistå i värdskapet inför sommarsäsongen.</p>
				<p> Stärka Stockholms position som besöksdestination och evenemangsstad</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under perioden ökat samverkan med destinationens aktörer som valt att samarbeta inom analysverktyget Stockholm Visitors</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Insight. Ett utbildningstillfälle har genomförts för att öka nyttjandet av plattformens insikter för de olika verksamheternas interna analyser och benchmarking i syfte att stärka deras förmåga att utveckla verksamhet, utbud och produkter.</p> <p>Bolaget har under perioden fortsatt arbeta med att strategiskt kartlägga evenemang för värvning under perioden 2025-2030 som stärker stadens attraktionskraft. Möten och lotsningar har under tertialet genomförts med både nya och återkommande arrangörer. Bolaget har löpande fört dialog med ett flertal evenemangsarrangörer, idrottsförbund, kulturinstitutioner och flera kommersiella internationella rättigheter i syfte att värva nya evenemang till Stockholm. Bolaget har också genomfört nätverksträffar för arrangörer av stora återkommande evenemang i Stockholm.</p> <p>Under perioden har bolaget arbetat med inkomna ansökningar och beslutat om marknadsföringsstöd till evenemang som stärker Stockholms position som besöksdestination och evenemangsstad.</p> <p>Bolaget har genomfört en förstudie tillsammans med Svenska Basketbollförbundet och stadsledningskontoret med syfte att undersöka möjligheterna för att söka ett EM- gruppspel för damer 2027. I juli lämnade bolaget in en ansökan i samarbete med Svenska Basketbollförbundet, besked kommer i november 2024. I paketeringen av EM har staden (genom stadsledningskontoret, SBR och idrottsförvaltningen) tillsammans med Svenska Basketbollförbundet enats om en treårig satsning på samverkans- och trygghetsinsatser i utvalda stadsdelar. En ny satsning med basket i fokus ska bidra till samverkan och trygghet i Stockholm under 2025–2027.</p> <p>Ett första möte i arbetet med en ny evenemangssäkerhetsutbildning som stadsledningskontoret driver har genomförts under perioden. Stockholm ska bli en ännu bättre evenemangsstad och det ska fortsatt vara en trygg och säker destination för stora och små evenemang. Dagens samhälle har</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>förändrats rejält och trots det vill vi att Stockholm fortsätter leverera säkra och trygga evenemang inom idrott, musik och kultur, mässor, möten och kongresser samt att vi fortsatt värnar om det öppna och demokratiska samhället.</p> <p>Bolaget har medverkat vid ett antal externa evenemang i syfte att stärka Stockholms position som besöksdestination och evenemangsstad. Bland annat i samband med Danmarks kungapar, DD.MM. Konung Frederik X och Drottning Marys statsbesök till Sverige, utdelning av Polarpriset 2024 och på Choose Europe´s årsmöte i Oslo, ett medlemsnätverk med 14 europeiska städer med syfte att attrahera investeringar, etableringar och talanger till Europa. SBR var också en av talarna på Oslo Business Region Conference.</p> <p>Bolaget har medverkat på olika mötesplatser och studiebesök i syfte att positionera Stockholm och att inhämta kunskap och information om evenemang bland annat Ishockey VM i Prag, UEFA U17 dam EM fotboll i Malmö, STCC e-bils race i Göteborg, EM 2024 för friidrottare med intellektuell funktionsnedsättning i Uppsala, hopptävlingen Longines Global Champions Tour Stockholm på Stadion.</p> <p>Bolaget har under perioden medverkat på flera nationella mötesplatser kopplat till evenemang och destinationsutveckling bland annat Swedish Network of Event Destinations (SNED) vårmöte i maj.</p> <p>Under perioden har bolaget även i samarbete med aktörer i näringslivet tagit fram en rapport kopplat till musikåret 2024 och musikevenemangens betydelse för Stockholm. Delar av insikter från rapporten kommunicerades under Almedalsveckan.</p> <p>B2B kommunikation har skett löpande i SoMe kanaler genom inlägg där bolaget lyfter Stockholm som evenemangsstad.</p> <p>Bolaget har vidare under perioden hållit kontinuerlig kontakt med internationellt reseled och branschmedia genom ett Nyhetsbrev (som skickas ut fyra gånger om året), med fokus på nyheter, inspiration, evenemang</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och transportörer.</p> <p>🔍 Stärka Stockholms värdskap genom att utveckla befintliga strukturer för att tillgängliggöra kunskap till lokalt näringsliv och stadens medborgare.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortsatt genomföra kommunikationsinsatser riktade regionalt, nationellt och globalt med internationella och lokala aktörer inom olika områden samt implementerat nya strukturer för att tillgängliggöra kunskap till lokalt näringsliv i syfte att stärka Stockholms position som kreativ musik hub och besöksdestination. Insatserna har resulterat i att besöken på bolagets webbplatser för evenemang har ökat med 103 procent på visitstockholm.com och 175 procent på visiststockholm.se jämfört med föregående år.</p> <p>I maj välkomnade Stockholm Taylor Swifts "The Eras Tour" med tre konserter på Friends Arena (numera Strawberry Arena). Bolaget arrangerade egna marknadsföringsaktiveringar och samarbetade med det lokala näringslivet för att tillsammans stärka värdskapet och öka kännedomen om Stockholm.</p> <p>Inför Taylor Swift-besöket tog bolaget fram marknadsföringsmaterial och bjöd in företag och aktörer till en föreläsning i syfte att dela kunskaper om målgruppen, Swifties, samt inspirera aktörerna till egna aktiveringar i digitala kanaler för att stärka värdskapet i Stockholm. Flera aktörer skapade sedan egna aktiveringar med stöd av den framtagna verktygslådan, bland annat Gallerian som senare vittnade om en 30 procentig ökad försäljning under Swift-helgen. Courtyard by Marriott ordnade workshop i lobbyn där swifties kunde tillverka och byta vänskapsarmband med varandra vilket ledde till stor uppmärksamhet och många besök. Bolaget aktiverade och marknadsförde ett par strategiskt utvalda platser där swifties var välkomna att byta vänskapsarmband, cirka 800 armband delades ut med texten "Welcome to Swiftholm".</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget upprättade en kampanjsida och utvecklade ett kommunikativt begrepp "Welcome to Swiftholm". Resultaten var enormt positiva, där många Swifties spred budskap i sociala medier om hur välkomna de hade känt sig av Stockholm, kallat för #Swiftholm. Det skrevs över 19000 nyhetsartiklar och inlägg i sociala medier med positiva budskap, som i annonsvärde överstiger 20 miljoner dollar. Drönarfilmen "Welcome to Swiftholm" hade en total visningstid på över 800 timmar, och fick en räckvidd på nästan 700 000 de första dagarna.</p> <p>I samband med Taylor Swifts konserter genomförde bolaget en turistekonomisk mätning och också en lyckomätning för att påvisa positiva effekter av stora evenemang på en stads välbefinnande, mående och upplevda gemenskap. Resultatet visar bland annat att konserterna genererade 848 miljoner kronor i turismekonomisk effekt, baserat på konsumtion och boende (exklusive biljettförsäljning) och att 131 100 besökare från hela världen, varav 67 000 utländska besökare kom till Stockholm. Lyckomätningen visade dessutom att stockholmarnas lycka ökade både före och efter konserterna och stärkte känslan av gemenskap i staden. Skillnaden var också större veckan efter evenemanget, vilket visar på en stark evenemangseffekt. En månad efter konserterna var invånarnas känslolägen fortfarande förhöjda jämfört med en månad innan konserterna. Undersökningen visar att Stockholm ses som en välkomnande och öppen stad med en ren och vacker stadsmiljö. Den visar också att 85 procent av stockholmarna tycker att det är viktigt att stora publika evenemang likt Taylor Swifts konserter arrangeras i Stockholm. Bolaget kommunicerade de viktigaste resultaten i juni och finansborgarrådet intervjuades i flera medier. Resultaten och undersökningarna kommer att presenteras mer utförligt i samband med ett event som bolaget arrangerar den 2 september.</p> <p>Bolagets nyhetsmail (What's On) riktat till frontdesk-personal i Stockholm har under perioden</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>skickats ut vid fyra tillfällen i syfte att höja destinationskunskaper hos aktörer med många gäster/besökare. Cirka 850 mottagare/tillfälle inom bland annat logi, restaurang och besöksmål med tips om Stockholm och destinationens utbud.</p> <p>Bolaget har tillhandahållit mobil turistinformationsplats på tre större kongresser/konferenser/evenemang (ERA, Marathon, Bauhaus, IUFRO) i syfte att genom stärkt värdskap främja företagen i Stockholms besöksnäring.</p> <p>Bolaget har genomfört närmare 50 besök hos aktörer som tar emot många besökare i syfte att informera om bolagets stödmaterial för gästkommunikation, stärka värdskapet och öka kunskapen om Stockholm som evenemangsdestination samt för att förstå aktörernas behov för fortsatt utveckling av kunskapsmaterial framåt. Ytterligare cirka 200 platser/företag nåddes med postala utskick.</p> <p>I samarbete med trafikkontoret har bolaget uppdaterat samt kompletterat skyltar som leder till digital turistservice (grönt i och QR kod) på nya platser, främst i Gamla Stan och City, i syfte att tillgängliggöra digital besökservice i den fysiska miljön på platser med många besökare.</p> <p>Bolaget har genomfört värdskaputbildning med flera evenemangsarrangörer bl a BAUHAUS-galan i syfte att stärka arrangörers värdskap. Bolaget har också stärkt upp med material och information till evenemangsarrangörer om hur de kan utveckla sitt eget arbete med värdskap.</p> <p>Bolaget har även bistått med kunskap och material till Gamla stans företagarförening inför deras pilotprojekt med en auktoriserad turistinformation, Visit Gamla stan, under sommaren. Bolaget har även genomfört ett antal företagsbesök i Stockholms besöksnäring för att utbilda och stärka värdskapet inför den intensiva sommarsäsongen.</p>
 Genom kontroll och uppföljning säkerställa att ekonomiska bidrag				 Säkerställa och följa upp rutiner för att den demokratiska rättsstatens principer, de mänskliga rättigheterna och jämställdhet

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
<p>eller tillgång till lokaler inte ges till någon aktör som inte står bakom den demokratiska rättsstatens principer, de mänskliga rättigheterna och jämställdhet mellan kvinnor och män</p>				<p>mellan kvinnor och män följs i samband med ekonomiska insatser samt tillgång till lokaler som bolaget råder över.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har enbart rådighet över de egna kontorslokalerna och därmed ingen rådighet över lokaler som kan disponeras av andra.</p> <p>Bolaget har under perioden säkerställt att den demokratiska rättsstatens principer, de mänskliga rättigheterna och jämställdhet mellan kvinnor och män följs upp i samband med ekonomiska insatser samt tillgång till lokaler som bolaget råder över</p>
<p> Involvera stockholmare i beslut som påverkar deras vardag genom exempelvis medborgardialoger och medborgarbudgetar</p>				<p> Utveckla metoder och arbetssätt som involverar stockholmare i relevanta beslut som påverkar deras vardag</p> <p>Analys</p> <p>Under perioden har bolaget påbörjat arbete för genomförande av medborgarpanel i syfte att öka kunskapen om stockholmarnas syn på besöksnäringen, dess påverkan på deras förutsättningar, deras syn på besökare samt destinationens utveckling. Analysen kompletterar tidigare genomförd analys under pandemin. Arbete fortgår att implementera insikter från tidigare genomförd kunskapsstudie DMOcracy Nao där gemensam kunskap utvecklades kring medborgarinvolvring.</p>
<p> Stockholms Hamnar ska tillsammans med Stockholm Business Region AB marknadsföra Stockholm som destination på de finländska och baltiska marknaderna</p>				<p> Marknadsföra besöksdestinationen Stockholm gentemot de finska och baltiska marknaderna tillsammans med Stockholms hamnar, destinationens aktörer och rederier</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har i samarbete med Stockholms Hamnar genomfört insatser riktat till den finska och baltiska marknaden. Marknadsföringen av Stockholm har under perioden främst fokuserat på en ny kampanjperiod av konceptet "Fall in Love with Stockholm...again" med fokus på musikåret och sommarens stora utbud av festivaler och konserter. Två stora hjärtan har placerats i färjeterminalerna, och fungerar</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>både som en välkomsthälsning och som en fond för fotografering av passagerare för publicering i sociala mediekkanaler.</p> <p>Under perioden har bolaget genomfört ett flertal pressresor med 23 journalister och influencers. Fokus har varit på design, invigning av nya Scandic Södra Kajen och besök på Fjäderholmarna. Financial Times skrev inlägg om exklusiva boenden i Stockholms, Ålands och Finlands skärgårdar samt om Grand Hôtel.</p> <p>I samband med att Taylor Swift spelade i Stockholm var den finska målgruppen viktig. Enligt arrangören var det ca 10 000 finska besökare som kom till Stockholm för att gå på konserterna.</p>