

Utfallsrapport VB 2024

Stockholm Business Region AB

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	4
Analys av ekonomisk utveckling	7
Resultatsammanställning, investeringar & övrigt	7
Analys.....	7
Bedömning av bolagets interna kontroll	8
1. Ett Stockholm som håller samman med en stark och jämlik välfärd i hela staden	8
1.1 Alla barn och ungdomar ska ges möjlighet till jämlika uppväxtvillkor och trygghet samt en rik fritid.....	8
1.2 Alla barn ska ges likvärdig möjlighet till utveckling och lärande i förskolan och skolan	8
1.3 Stockholms stad ska ge stöd och omsorg där behoven är som störst	8
1.4 Stockholm ska vara en bra stad att åldras i - med god omsorg och stor trygghet.....	8
1.5 Alla stockholmare ska ha tillgång till ett rikt kultur-, idrotts- och föreningsliv	8
2. Ett grönt och fossilfritt Stockholm som leder en rättvis klimatomställning	15
2.1 Stockholm ska bli klimatpositivt – genom minskade utsläpp och ökad koldioxidlagring	15
2.2 Stockholm ska vara en stad där den biologiska mångfalden ökar	17
2.3 Stockholm ska vara en stad där framkomligheten ökar och utsläppen minskar	17
2.4 Stockholmarens hälsa ska främjas genom ren luft, rent vatten och giftfria miljöer.....	30
3. Ett Stockholm med en stabil och hållbar ekonomi med utbildning, jobb och bostäder för alla	30
3.1 Stockholms ekonomi är stark, hållbar och lägger grunden för en jämlik välfärd	30
3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb.....	31
3.3 I Stockholm ska alla ha rätt till ett bra boende som de har råd med.....	68
3.4 Medarbetare i Stockholm ska ges goda förutsättningar att göra ett bra jobb.....	69
3.5 Hög beredskap och stark rådighet ska råda i alla verksamhetsområden	71
3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser	72
3.7 Stockholm ska vara en öppen, jämställd och demokratisk stad som samarbetar internationellt	73

Bilagor

Bilaga 1: Innovationssatsningar_bolag

Bilaga 2: Rapport_utfall_vid_evenemang_2024

Bilaga 3: Årsberättelse SBA 2024

Bilaga 4: Koncernen SBR Personalredovisningsblankett 2024

Bilaga 5: SBR GDPR Årsrapport 2024

Sammanfattande kommentar

Stockholm Business Region (SBR) har under året genomfört en omfattande omorganisation och utveckling av arbetssätt i samband med att dotterbolagen Invest Stockholm och Visit Stockholm, med verksamheter, slogs samman i moderbolaget Stockholm Business Region. Organiseringen har gett bolaget förutsättningar att anpassa verksamheten snabbare utifrån uppdrag och omvärldsförändringar samt att nyttja synergier mellan det lokala näringslivsutvecklingsarbetet och arbetet med att positionera Stockholm internationellt. Bolaget har därmed effektivt kunnat utveckla och positionera Stockholm mot investerare, företag, besökare och talanger, både lokalt och globalt. Bolaget har marknadsfört Stockholm, i nära samarbete med relevanta aktörer, utifrån Stockholms varumärke och varumärkesplattform och lyft fram det kreativa, öppna, hållbara och jämställda Stockholm.

Ett år präglat av långsam ekonomisk återhämtning och utmaningar för näringslivet

Sveriges och Stockholms ekonomi har utvecklats relativt svagt under 2024. Främst är det hushållens konsumtion som inte återkommit till tidigare nivåer, efter år med inflation och höjda räntor. Det har satt sin prägel på flera viktiga ekonomiska indikatorer för Stockholm där varslen ökat med 19 procent jämfört med 2023 under årets första 11 månader samtidigt som arbetslösheten i Stockholms stad har legat över 7 procent sedan juni, en historiskt sett relativt hög arbetslöshet. Konkurserna i Stockholms län ökade med 32 procent under perioden januari – november 2024 jämfört med samma period föregående år.

Trots detta förväntas den svenska ekonomin visa en låg BNP-tillväxt om cirka 1 procent för helåret. I slutet av 2024 stärktes hushållens framtidstro något i och med Riksbankens räntesänkningar. Den genomsnittliga prognosen visar på ett starkare 2025 där ekonomin förväntas växa med 2 procent.

Lågkonjunktur och turbulent omvärld lämnade tydliga avtryck på besöksnäringen i Stockholm 2024. De kommersiella gästnätterna i länet visade en svag positiv utveckling och ökade med 1,1 procent under årets första elva månader. Bedömningen är att tillväxten på helåret landar på +1,5 procent, vilket motsvarar 15,3 miljoner gästnätter i Stockholms län. Ur ett historiskt perspektiv är det att betrakta som svagt då den genomsnittliga årliga tillväxten för antalet gästnätter sedan 2010 har varit 4,5 procent (pandemiåren 2020 – 2022 ej inräknade). Stockholms län behåller dock sin marknadsandel på cirka 20 procent av det totala antalet gästnätter i riket och 2024 blev året då antalet gästnätter tangerar nivån från rekordåret 2019.

Några ljusglimtar under året var att antalet museibesökare i staden ökat med 4 procent jämfört med 2023, bland annat nya rekordsiffror för Vasamuseet och Historiska museet. Gröna Lund, som står för närmare 40 procent av alla attraktionsbesök, hade en positiv sommarsäsong jämfört med föregående år och slog nytt besöksrekord under Halloween i oktober-november.

Stärka besöksnäringens förutsättningar

Ett av årets fokusområden har varit att stärka Stockholm som en hållbar och inkluderande destination i nära samverkan med besöksnäringens aktörer. Satsningar på internationella evenemang, marknadsföring och införsäljning samt strategisk utveckling av bolagets arbete med digitala kanaler har bidragit till en positiv utveckling av antalet kommersiella gästnätter. Digital innovation har varit ett centralt inslag i arbetet. Utvecklingen av en ny evenemangsdatabas och optimering av digitala kanaler har förbättrat kommunikationen med målgrupper och underlättat paketering av besöksupplevelser.

Bolaget leder samverkansprojektet Stockholm Archipelago tillsammans med skärgårdskommunerna, Region Stockholm och andra aktörer i syfte att utveckla Stockholms skärgård som en besöksdestination året runt. Under året invigdes den nya vandringsleden Stockholm Archipelago Trail som rönt enormt stor uppmärksamhet internationellt i samband med att naturmagasinet National Geographic utsåg leden till en av världens 25 bästa destinationer att besöka 2025. Stockholm Archipelago bidrar till att öka kännedomen om Stockholm internationellt.

Stockholm som en attraktiv plats för talanger och etableringar

Genom riktade marknadsföringsinsatser har bolaget även kunnat locka 16 stora investeringar till den större Stockholmsregionen, där AstraZenecas expansion i Södertälje och Victor Energys etablering i Ludvika är bland de mest framstående. Dessa investeringar stärker inte bara regionens ekonomi och innovationsförmåga, utan också dess status som förebild inom hållbarhet.

Bolaget har fortsatt att positionera Stockholm som en attraktiv plats för talang och etablering. Genom kampanjer som "Welcome to a region of opportunities – Live and Work in Stockholm" har bolaget nått ut till internationella målgrupper och förbättrat regionens matchning mellan företag och kompetens.

Vidare har bolaget genomfört insatser för att skapa goda förutsättningar för företag att växa hållbart genom att bland annat stärka stadens attraktionskraft som ett globalt center för hållbara startups och företag. Arbetet har omfattat både riktade insatser till företag och strategiska satsningar på hållbarhet och innovation. Bland annat har främjandet av hållbart företagande skett genom initiativ som EU-projektet "Cirkulär transformation hos små och medelstora företag (SME)", i samverkan med bland andra Coompanion Stockholm, där små och medelstora företag får praktiska verktyg för att integrera cirkulära och hållbara affärsmodeller i sina verksamheter. Vid TechArena Zero i Nacka Strand lyftes Stockholms arbete med klimatomställning och cirkulära initiativ fram. Bolagets riktade marknadsföringsinsatser mot företag inom bygg, mat och transport har resulterat i att medlemsantalet i Miljö- och klimatpakten ökat. I samarbete med Miljöförvaltningen har seminarier och webinarier för hotell- och restaurangbranschen arrangerats för att stödja energieffektivisering och hållbarhet.

Bolaget har arbetat aktivt för att främja nyföretagande, fler startups och entreprenörer genom initiativ som Stockholm Scaleup Program och Starta Eget Stockholm. Dessa program har erbjudit affärsutveckling och ledarskapscoaching till entreprenörer med tillväxtpotential och har särskilt riktat sig till underrepresenterade entreprenörer. Evenemang som The Biznizz och Startup Day har inspirerat unga entreprenörer och skapat plattformar för nätverkande och idéutveckling, i Kista, övriga Järva och Bredäng.

Stockholms internationella position som en hub för hållbarhet och innovation

För att stärka Stockholms internationella position som en hub för hållbarhet och innovation har bolaget deltagit i mässor och konferenser så som bland annat Smart City Expo och BIO-Europe. Dessa satsningar har lyft fram stadens styrkor inom områden som ICT och Life Science, i samarbete med aktörer som Stockholm Science City och Kista Science City. Genom marknadsföring, investeringsfrämjande arbete och etableringsservice har bolaget dessutom attraherat hållbara investeringar. Bolaget har löpande samverkat med aktörer i Kista för gemensamma strategier kring insatser och samarbeten för positionering av Kista Science City som ledande innovationskluster. Bolaget har vidare löpande kommunicerat Kista som modernt innovationsdistrikt i digitala kanaler, bland annat med Open House Stockholm, världens första AI-väggmålning, kommande satsningar för att göra Jan Stenbecks torg till en mer levande och trygg plats samt Kistas styrkor som ledande ICT-kluster, lokalt och internationellt.

Stockholms internationella tillgänglighet är en av grundpelarna för Stockholms tillväxt och en förutsättning för näringslivet och dess export. Bolaget har under året i samarbete med transportörer och operatörer av hamnar skapat förutsättningar för dem att marknadsföra Stockholm i syfte att öka efterfrågan av resor till Stockholm. Stort fokus har lagts på att främja hållbara transportlösningar och stimulera medvetna val av transportslag.

Rörligheten inom Sverige och mellan de nordiska länderna är av central betydelse för fortsatt tillväxt i Sverige och Stockholm, särskilt när konkurrensen om både industriprojekt och kompetens blir allt hårdare i Europa. Fehmarn Bält-tunneln mellan Danmark och Tyskland kommer dramatiskt att korta restiden till kontinenten och förändra resmönster och godsflöden i hela Skandinavien. Det behövs stärkta kopplingar och kortare restid med tåg till kontinenten och Norge (Oslo). Oslo är dessutom den huvudstad som ligger närmast Stockholm, vilket gör det rimligt för pendlare, affärsresenärer och privatpersoner att kunna förlita sig på en smidig förbindelse. Det nya säkerhetsläget har under hösten fått Finland och Sverige att inse vikten av att förbättrade trafikförbindelser och ett svensk-finskt samarbete inom en rad områden, bland

annat för att stärka konkurrenskraften på nationell och EU-nivå, att attrahera högkvalificerad internationell arbetskraft och ett fortsatt arbete med samarbete inom kultur och internationell turism. Bolaget har under året arbetat med att lyfta behoven av hållbara transportlösningar samt skapa förutsättningar för operatörer att etablera sig i Stockholm.

Evenemang som verktyg för samhällsutveckling

Evenemang och kultur har spelat en central roll i att stärka stadens attraktionskraft. Firandet av ABBAs 50 års-jubileum i april och kampanjen "Welcome to Swiftholm" i samband med Taylor Swifts tre konserter på Strawberry Arena i maj skapade mycket stor internationell uppmärksamhet och stärkte Stockholms varumärke och värdskap. Resultatet av det gemensamma marknadsföringsarbetet, som bolaget genomförde tillsammans med besöksnäring, fastighetsägare och handel i samband med Taylor Swifts konserter, 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 från 130 länder kom till Stockholm. Bolaget och Handelshögskolan i Stockholm genomförde även en lyckomätning i samarbete med Stockholm Live, Solna stad och Fabege som visar 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 mycket stark evenemangseffekt.

Initiativet "Stockholm – City of Supporters" har ytterligare utvecklats under året och främjar samverkan och gemensamma insatser vid stora evenemang. Bolaget har fortsatt planeringen av genomförandet av Ishockey-VM för herrar 2025 samt arbetat med att värva nya evenemang, såsom EM-gruppsspel för damer i basket 2027, och har även engagerat sig i ansökningar för att vara värdstad för EM i fotboll för damer 2029. Under året har bolaget också deltagit i flera internationella evenemang för att positionera Stockholm och samla kunskap.

Stärkt arbete med strategisk näringslivsutveckling och lokal dialog

Under året har Stockholm Business Region stärkt det lokala näringslivsarbetet för att fördjupa dialogen med företag och skapa gynnsamma förutsättningar för tillväxt i hela staden. Genom ett strukturerat upplägg med företagsbesök i områden som Järva, Farsta och Hässelby-Vällingby har över 200 företag deltagit i samtal om behov, tillväxthinder och möjligheter. Bolagets näringslivsdialoger har utvecklats till en central plattform för samverkan, där företag, kommunala aktörer och andra intressenter möts för att diskutera gemensamma utmaningar och lösningar. Bland annat har initiativ som fokusområden för energieffektivisering, stöd till entreprenörer, förbättrat värdskap inför stora evenemang och trygghetsfrågor varit framträdande teman. Genom kontinuerlig uppföljning och nära kontakt med näringslivet har arbetet bidragit till en starkare relation mellan staden och företagen, samtidigt som det främjar ett hållbart och inkluderande näringslivsklimat.

Bolaget har lagt särskild tonvikt på Järva och Kista i arbetet med att stärka det lokala näringslivet, där insatser för att cirkulär ekonomi och lokal talangmatchning har intensifierats. Genom pilotprojekt, kunskapsunderlag och riktade marknadsföringsinsatser har bolaget stärkt samverkan med både fastighetsägare och företag, vilket har lett till nya etableringar och förbättrade förutsättningar för företag att växa.

SBR har främjat teknologisk innovation genom projekt som en digital tvilling i Kista och deltagande i nationella AI-initiativ. Genom samarbeten med akademi, näringsliv och deltagande i projekt som t.ex. ScaleCities, Light in the Dark Season (Interreg Baltic Sea) och ACT - Advanced Chip Technologies (Vinnova) har Stockholm bidragit till att utveckla hållbara och innovativa lösningar för framtiden.

Bolagets arbete har präglats av ett datadrivet arbetssätt och nära samarbeten med lokala, nationella och internationella aktörer. Genom att stärka Stockholms varumärke och öka regionens synlighet har bolaget lagt en stabil grund för fortsatt tillväxt och innovation.

Stockholm Business Alliance stärker Stockholms erbjudande internationellt

Stockholm Business Alliance (SBA) har under året genomfört en rad insatser för att stärka samarbetet mellan medlemskommunerna och förbättra förutsättningarna för näringslivet i regionen. Fokus har legat på att attrahera investeringar samt stödja medlemskommunernas arbete med företagsklimatarbetet.

SBR genomför inom SBA-samarbetet regelbundna möten med utländska ambassader, multipliers och Business Sweden för att främja kunskap om den större Stockholmsregionens investeringsmöjligheter. Genom en uppdaterad handlingsplan för investeringsfrämjande arbete har SBA stärkt sin förmåga att attrahera investeringar inom prioriterade sektorer. Bolaget har inom samarbetet i Stockholms stad lagt särskilt fokus på att marknadsföra lediga lokaler och fastigheter i områden som Järva, Skärholmen och Farsta för att underlätta etableringar och omlokaliseringar. Samarbetet har bidragit till att Stockholm kunnat erbjuda en betydligt större portfölj av investeringsmöjligheter och ett bredare etableringsområde på den internationella marknaden. Detta har gynnat Stockholm och regionen samtidigt som samarbetet har stärkt arbetet med kommunernas företagsklimat, som i sin tur bidragit till att stärka Stockholms erbjudande.

Analys av ekonomisk utveckling

Resultatsammanställning, investeringar & övrigt

Resultatsammanställning

Nyckeltal	Utfall	Budget	Prognos
Omsättning	159 989	146 010	150 186
Rörelsekostnader	-86 142	-76 880	-79 096
Avskrivningar	-481	-550	-550
Nedskrivningar och Utrangeringar			
Personalkostnader	-70 454	-70 380	-70 940
Övriga kostnader	-113		
Finansnetto	2 591	1 800	2 200
Resultat efter finansnetto	5 390		1 800

Investeringar

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

Övrigt

Nyckeltal	Utfall
Antal anställda	67
Balansomslutning	216 247

Analys

Årets resultat uppgår till 5,4 mnkr vilket är ett högre resultat än det budgeterade resultatet om +-0 mnkr. Avvikelsen mot tidigare prognosticerat överskott om 1,8 mnkr är huvudsakligen hänförligt projekt som flyttats fram i tiden och kommer att genomföras 2025.

Intäkterna uppgår till 160,0 mnkr vilket är 14,0 mnkr högre än budget för året. De ökade intäkterna är huvudsakligen hänförliga till enskilda projekt med särskild finansiering och överförda intäkter från föregående år för flerårsprojekten, däribland SBA och Ishockey-VM.

Projektet Stockholm Archipelago Trail som utvecklat en regional vandringsled i skärgården, finansierat av Tillväxtverket och i samarbete med flertalet skärgårdskommuner har avslutats och vandringsleden invigdes i november. Interreg-projektet tillsammans med flertalet Östersjöregioner för att öka antalet besökare i skärgården under lågsäsong har fortsatt.

Bolaget har fortsatt arbetet med förberedelserna för Ishockey-VM 2025. Finlandsprojektet tillsammans med Stockholms Hamnar för att öka antalet besökare från Finland och Baltikum har avslutat innevarande projektperiod.

Kostnaderna uppgår till 157,2 mnkr vilket är 9,4 mnkr högre än budget för året.

Kostnader för personal ingår med 70,5 mnkr vilket är 0,1 mnkr högre än budget för året. I personalkostnaderna är lönekostnaderna lägre med anledning av vakanser medan pensionskostnaderna är högre än budgeterat med anledning av lägre rabatter för de förmånsbaserade pensionerna

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna summerar till en finansiell intäkt på 2,6 mnkr för året vilket är 0,8 mnkr högre än budget för året.

Bedömning av bolagets interna kontroll

Bolaget bedömer att den interna kontrollen under år 2024 varit tillräcklig.

Grunden för bolagets bedömning är att genomförda kontrollaktiviteter i verksamheten utifrån risk- och väsentlighetsanalysen har varit tillräckligt omfattande och frekventa för att kunna identifiera eventuella risker eller oönskade händelser.

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>Bolaget har arbetat strategiskt för att marknadsföra Stockholm som en kreativ, hållbar och öppen stad. Vi har både arbetat digitalt med våra kanaler och webbar, men även arbetat fokuserat med PR och press-initiativ, till exempel genomfördes en stor kommunikationskampanj "Welcome to Swiftholm" i samband med Taylor Swifts konserter i Stockholm under maj.</p> <p>Bolaget har genomfört flera större satsningar för att ta tillvara på stora evenemang i staden och marknadsföra Stockholm internationellt. Stockholm har stått värd för över 90 stora internationella och nationella musikevenemang under 2024. Bland annat genomfördes ett fysiskt lokalt event i City och en digital internationell kampanj i samband med firandet av Waterloo 50 år och ABBAs vinst i Eurovision Song Contest 1974. Ett annat exempel är kommunikations- och marknadsföringskonceptet "Welcome to Swiftholm" som bolaget tog fram och lanserade, i nära samarbete med det lokala näringslivet, i samband med Taylor Swifts tre konserter på Strawberry Arena den 17 till 19 maj 2024 med syfte att skapa ett gemensamt värdskap och välkomna besökarna till Stockholm. Resultatet visar att stora evenemang stärker Stockholms position internationellt, driver turism och skapar positiva sociala effekter, såsom ökad lycka och gemenskap bland stockholmarna.</p> <p>Bolaget har, i nära samarbete med dataspelsbranschen, fortsatt positionera Stockholm som en av världens viktigaste</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>städer för e-sport och spelutveckling. Bland annat genomförde bolaget kommunikationsinsatser i samband med att DreamHack Stockholm 2024, världens största gamingfestival, som för första gången genomfördes i Stockholm och slog nytt europeiskt besöksrekord med över 52 000 personer från 59 olika länder.</p> <p>Medieintresset för Stockholm har varit mycket stort under 2024 och bolaget har tagit emot och arrangerat program för över 250 journalister och 55 influencers. Pressbesöken har gett genomslag i flera stora dagstidningar, resemagasin och TV-kanaler i exempelvis Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Finland och USA. Den nya vandringsleden Stockholm Archipelago Trail, som invigdes den 7 november, fick enormt stor uppmärksamhet i samband med att naturmagasinet National Geographic utsåg leden till en av världens 25 bästa destinationer att besöka 2025.</p> <p>Utöver det har bolaget arbetat strategiskt med pressbearbetning och pressmeddelanden kring olika projekt och det har resulterat i närmare 100 genomslag i internationell, nationell och lokal press och rörlig media..</p> <p>Bolagets datadrivna arbetssätt och utvecklingsarbete av budskap och varumärkesplattform för stärkt kommunikation och marknadsföring, riktat till samtliga målgrupper, har gett mycket gott resultat. Antalet besök på bolagets webbplats visitstockholm.se har ökat med cirka 48 procent under januari-november, jämfört med föregående år, och på webbplatsen visitstockholm.com var ökningen 27 procent. Denna kanal riktar sig även till potentiella talanger, en målgrupp som under perioden ökat besöken i kanalen med 33 procent jämfört med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>samma period förgående år.</p> <p>Under året har även evenemangskalendern utvecklats och bland annat uppdaterats med 90 digitala guider i syfte att förbättra användarvänligheten för målgrupperna.</p> <p>Webbplatsen stockholmbusinessregion.com, som riktar sig till internationella businessmålgrupper, har utvecklats under året vilket har gett ett gott resultat med fler förfrågningar gällande investeringar, företagsetableringar, kongresser och möten, evenemang och media.</p>
				<p>✔ Samla aktörerna och skapa förutsättningar för dem att stärka Stockholms position</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har fortsatt det strategiska marknadsföringsarbetet med att positionera Stockholm som en internationell världsstad och att stärka värdskapet i nära samarbete med näringslivet. Bolaget har även fortsatt arbetet med att identifierat 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.</p> <p>Konceptet Stockholm - City of supporters samlar näringsliv och övriga aktörer i samband med stora evenemang och skapar förutsättningar för gemensam aktivering av kampanjer och kommunikationsinsatser. Bolaget har producerat marknadsföringsmaterial och genomfört informationsmöten med syfte att stärka kännedomen om Stockholms som världstad och generera fler evenemang. Under året genomförde bolaget marknadsföringsinsatser och platsaktiveringar i samband med bland annat firandet av</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ABBA 50 år i Kungsträdgården i april, Taylor Swifts tre konserter i maj samt inför Ishockey VM för herrar 2025.</p> <p>Under året har bolaget genomfört utbildningar och möten riktat till akademi, besöksnäring, staden, rederier och transportörer gällande bland annat arbetet med att attrahera stora internationella kongresser och stärka mottagandet av kryssningspassagerare till Stockholm.</p>
				<p> Stärka bolagets digitala arbete för att säkerställa datadrivet arbetssätt</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året stärkt det digitala arbetet genom ett datadrivet arbetssätt samt utveckling av verktyg och nya digitala tjänster.</p> <p>Bolaget har deltagit i arbetet med att utveckla ett nationellt API för svensk besöksnäring för att säkerställa ett fritt flöde av öppna data på nationell, regional och kommunal nivå. Arbetet leds av Visit Sweden i samarbete med regioner och storstäder samt större aktörer inom turismsektorn. Initiativet ska bidra till att Sverige och svensk turismnäring internationellt kan inta en ledande position som ett av de första länderna i världen med ett nationellt API för hela turistsektorn, byggt på strukturerad och öppen data. Bolagets arbete säkerställer så att Stockholmsregionens utbud synliggörs i marknadsföringen av resmålet Sverige internationellt.</p> <p>Bolaget har deltagit i det europeiska projektet "AI Opener for destinations", med närmare 70 deltagande organisationer från Europa, USA och Kanada, med syfte att öka kunskap och förståelse om hur AI kommer att påverka destinationer och destinationsbolag. Projektet fortsätter under 2025. Bolaget har också ingått i arbetet som leds av stadsledningskontoret</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>med syfte att ta fram riktlinjer för AI och AI-assistenter inom Stockholms stad.</p> <p>Bolaget har implementerat ett nytt CRM-verktyg som bland annat har använts för att sammanställa resultaten av alla de företagsbesök som genomförts under året. Bolaget har även fått tillgång till det CRM-verktyg som Business Sweden använder för att hantera relationer med internationella företag som vill investera eller expandera i Sverige.</p> <p>Intresset för evenemang i Stockholm är stort och arbetet med att utveckla evenemangsdatabas och evenemangskalender har lett till ökad trafik till bolagets webbplatser visitstockholm.com och visitstockholm.se. Utvecklingsarbetet och databasen kommer även att kunna användas för stockholmbusinessregion.com och den nya digitala tjänst, riktat till lokalt näringsliv, som är under framtagande med lansering våren 2025.</p> <p>Bolaget har arbetat löpande med att utveckla sökoptimering med syfte att hjälpa målgrupperna att hitta till bolagets webbplatser och generera fler besök.</p> <p>Bolaget har utvecklat ett strukturerat analys- och omvärldsarbete i samarbete med bland andra Stockholms Handelskammare, Visita och Region Stockholm. Bolaget har drivit ett analysnätverk med medlemskommunerna inom SBA-samarbetet i syfte att dela kunskap och erfarenheter.</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,</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>genomförande och utvärdering av ishockey-VM år 2025</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget leder och driver Mästerskapsprojektet och har under året genomfört en rad 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 använder också mästerskapet som verktyg till att utveckla stadens kärnverksamheter. Under året har ett stort urval av insatser prioriterats som kan leverera störst effekter kopplat till stadens olika kärnuppdrag. Exempel på insatser inför och under mästerskapet är t ex; entreprenörer som verktyg kopplat till Starta eget för integration, fler projektanställningsmöjligheter, aktiviteter på stadens isytor, Kulturskolan uppträder på idrottsevenemang och vid den officiella Stadshusmottagningen, programpunkter på stadens bibliotek samt aktiviteter inom ramen för stadens projekt "Meningsfull fritid". Bolaget har även arbetat med en aktivitetsplan för Medborgarplatsen som särskilt kommer att aktiveras under mästerskapet.</p> <p>Ishockey-VM ger vidare en möjlighet för destinationen att kraftsamla kring samhällsutmaningar och att utveckla stadens legacy-arbete – dvs. arbete med långsiktiga och bestående positiva och hållbara effekter för staden och destinationen. En projektplan har tagits fram för projekten "Fler på is" och "Fler på läktaren" som en del av Svenska Ishockeyförbundet och stadens nya hållbarhetsinitiativ för att främja fysisk aktivitet bland barn och unga, samt skapa en mer inkluderande evenemangskultur för personer med funktionsnedsättningar och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>NPF-diagnoser. Projekten har lanserats inför Ishockey-VM:et 2025 och är en del av en långsiktig satsning tillsammans med en rad samhällsbärande partners.</p> <p>Under året 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. Bolaget har haft löpande kontakt med stadens näringsliv och arrangerat två stora näringslivsträffar för att uppmuntra till samverkan samt stärka värdskapet inför och under evenemangets genomförande.</p> <p>Bolaget har haft ett kontinuerligt och nära samarbete med Svenska Ishockeyförbundets VM-bolag och bl.a. genomfört ett studiebesök under Ishockey-VM för herrar 2024 i Prag för att inhämta inspiration och erfarenheter inför mästerskapet i Stockholm. Bolaget har även deltagit i VM-bolagets styrelsearbete.</p> <p>Bolaget har under året säkerställt att mästerskapet aktiveras och synliggörs i olika sammanhang bl.a. i Kungsträdgården, under stadens platsaktiveringsinsats "Bilfria helger på Sveavägen" samt vid invigning av isytor i staden som t.ex. ishallen i Mälarhöjden och skridskobanan på Campus Tensta.</p>





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

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

Under året har bolaget sammanställt insikter om näringslivet i Järva genom en rapport och 100 företagsbesök. I dialog med SVOA och branschaktörer har bolaget arbetat för att främja etablering av

återbruksverksamheter i området. Ett samtal har också inletts med en återbruksaktör som visat intresse för att etablera verksamhet i Järva, och ärendet har vidareförts genom bolagets etableringsservice.

Bolaget arbetar kontinuerligt för att öka antalet medlemmar i Miljö- och klimatpakten. Genom riktade marknadsföringsinsatser mot företag inom bygg, mat och transport har bolaget främjat paktens prioriterade områden. Bolaget deltog också i medlemsmöten för att presentera sina tjänster och stödja företagens hållbarhetsarbete, vilket stärker deras förmåga att möta framtida utmaningar och driva hållbar tillväxt.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				  Stockholm Business Region AB ska i dialog med aktörer från branschen verka för etablering av återbruksverksamheter i Järva Analys Under året har fördjupade insikter om förutsättningarna för näringslivet i Järva sammanställts både i en rapport om näringslivsstrukturen och genom 100 företagsbesök i området. Bolaget har varit i dialog med SVOA och branschaktörer för att verka för etablering av återbruksverksamheter i stadsdelsområdet. Under året har även samtal inletts med en återbruksaktör som visat intresse att etablera verksamhet i Järva. Ärendet har tagits vidare via bolagets etableringsservice.
				  Stockholm Business Region AB ska verka för att fler företag blir medlemmar i Miljö- och klimatpakten Analys Bolaget verkar löpande för att fler företag ska bli medlemmar i Miljö- och klimatpakten. Under året har bolaget genomfört riktade marknadsföringsinsatser mot prioriterade målgrupper inom bygg,

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				mat och transportsektorn. Dessa insatser ligger i linje med paktens prioriterade områden. Bolaget deltog också i medlemsmöten både den 22 april och 28 november för att träffa medlemsbolagen och presentera bolagets tjänsteerbjudanden. Genom att satsa på att utveckla näringslivets kompetens inom hållbarhet kan företag bygga en verksamhet som är rustad för att möta framtida utmaningar och driva hållbar tillväxt.

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

För att öka Stockholms internationella tillgänglighet arbetar bolaget med dialog och samarbeten med aktörer som SJ, Snälltåget, Oslo Stockholm 2:55, Swedavia och flygbolag som Air Canada, SAS, Finnair och ANA. Fokus ligger på hållbarhet och nya transportmöjligheter, exempelvis ANA:s direktlinje Tokyo-Arlanda från januari 2025 och Air Canadas rutter från Montreal och Toronto.

Under året genomfördes flera visningsresor för internationellt reseled, vilket resulterade i cirka 280 leads och 300 nya kontakter. Marknadsaktiviteter riktade mot USA, Kanada och Europa, i samarbete med exempelvis Sustainable Meet Stockholm och Stockholm LGBT, har lyft fram Stockholm som en hållbar och inkluderande destination. Under festivalen Pride Stockholm arrangerades en visningsresa för internationell media och reseförsäljare inom LGBTQ+-segmentet.

Bolaget deltog även i Nordic Roadshow tillsammans med SJ och andra aktörer, vilket genererade ett antal betydande förfrågningar.

Under året har bolaget arbetat aktivt för att positionera och marknadsföra Stockholm som en ledande hållbar tillväxtregion. Genom internationella evenemang, strategiska samarbeten och omfattande kommunikationsinsatser har fokus legat på att attrahera investeringar, etableringar och talanger med innovation och hållbarhet i centrum.

Bolaget har deltagit på flera framstående mässor och konferenser, såsom MIPIM, Smart City Expo, TechArena Zero och BIO-Europe, för att stärka bilden av Stockholmsregionen som en hub för hållbarhet och innovation. På Smart City Expo arrangerades panelsamtal och scenprogram om grönt byggande, klimatomställning och innovation, vilket belyste Stockholms framstående arbete inom dessa områden. Samarbeten med Oslo och Helsingfors inom ramen för en gemensam Nordic Capital-monter har ytterligare förstärkt arbetet, tillsammans med insatser riktade till startups med fokus på FN:s globala hållbarhetsmål.

Kommunikationsinsatser har varit en central del av årets arbete. Via digitala plattformar som

visitstockholm.com och sociala medier har Stockholms klimatmål, innovationer och hållbara projekt lyfts fram. Exempelvis har inlägg om SL:s elektrifierade pendelbåt och hållbara byggprojekt genererat stor räckvidd och engagemang, vilket lett till ökad trafik och nya följare på sociala medier.


Satsningarna har också resulterat i konkreta investeringar. Under året har 16 nya investeringar attraherats till SBA-regionen, där AstraZenecas expansion i Södertälje på 1,475 miljarder kronor och Victor Energys etablering i Ludvika är de mest framträdande. Dessa investeringar stärker inte bara Stockholm som en ekonomisk och innovativ knutpunkt utan också som en förebild inom hållbarhet.

Sammanfattningsvis har bolagets arbete under året bidragit till att ytterligare positionera Stockholm som en internationellt erkänd tillväxthub där hållbara innovationer och klimatinitiativ driver en snabbare omställning och långsiktig hållbar utveckling.



Bolaget har under året arbetat för att stärka kännedomen om Stockholm som en hållbar och tillgänglig internationell tågdestination. Detta har skett genom uppdatering av webbar, presentationsmaterial och kartor, vilka använts vid möten, näringslivsträffar och andra evenemang för att betona vikten av utökade internationella tågförbindelser. Tågoperatörer har kontinuerligt försetts med material för att underlätta marknadsföring av Stockholm som destination.

Bolaget har haft dialog med aktörer som Norsk Svenska Handelskammaren, Business Sweden i Oslo, Svenska Ambassaden och Oslo Innovation, samt deltagit i projektet Oslo-Stockholm 2:55. VD deltog i möten i Oslo för att stärka samarbetet och främja sträckan. Dessutom har internationell press bearbetats, vilket resulterat i uppmärksamhet från bland annat The Guardian om tåg till Stockholm.

Vid stora evenemang som Taylor Swift-konserterna, där 27 % av besökarna reste med tåg, har bolaget lyft tågtillgängligheten via evenemangsspecifika informationssidor. Bolaget har fortsatt arbetet med att positionera Stockholm som en ledande tågdestination i Norden och Europa.

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				<p>✔ Bidra till ökad internationell tillgänglighet genom marknadsaktiviteter och kunskapsunderlag som främjar hållbara transportsätt</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har genomfört marknadsaktiviteter samt ökat kännedomen och kunskapen om destinationen i syfte att öka den internationella tillgängligheten och antalet kommersiella gästanter i Stockholmsregionen. Bland annat i samband med lansering av Air Canadas två nya direktlinjer från Montreal och Toronto riktat till reseagenter och turoperatörer från Kanada.</p> <p>Under året har bolaget genomfört ett antal visningsresor för internationell media och internationellt reseled, bland annat i samband med festivalen Stockholm Pride, i syfte att marknadsföra Stockholm som</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>en hållbar destination. Detta har resulterat i flera reportage och artiklar om Stockholm - den öppna staden.</p> <p>För att främja hållbara transportsätt har bolaget haft löpande dialog och samverkan med företag och aktörer inom besöksdestinationen samt med nationella transportörer så som SJ, Snälltåget och Swedavia.</p> <p>Bolaget har producerat och spridit kunskaps- och marknadsföringsmaterial om hållbara transportsätt till och inom Stockholm.</p> <p>Marknadsaktiviteter har riktats till bland annat internationella researrangörer, press och media samt svenska ambassader i Norge och Spanien.</p>
				<p>▶ Positionera Stockholm som en hållbar destination med god tillgänglighet i samverkan med destinationens aktörer och transportörer.</p> <p>Analys</p> <p>För att öka den internationella tillgängligheten har bolaget löpande dialog och kunskapsutbyte med aktörer som SJ, Snälltåget och Oslo Stockholm 2:55. Ett möte med Swedavia och Stockholm Business Region genomfördes i början av året med fokus på tillgänglighet och hållbarhet.</p> <p>Under året har flera visningsresor för internationellt reseled genomförts, vilket resulterat i cirka 280 leads och ytterligare 300 kontakter.</p> <p>SBR genomförde marknadsaktiviteter i anslutning till Air Canadas lansering av nya direktlinjer från Montreal och Toronto till Stockholm. Fler marknadsaktiviteter t.ex. i samarbete med SAS och Finnair och tillsammans med aktörer i Stockholm, som Sustainable Meet Stockholm har genomförts under året för att öka kännedom om Stockholm och attrahera internationella gäster från</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>framförallt USA, Kanada och Europa.</p> <p>Under Pride genomfördes i samarbete med Stockholm LGBT en visningsresa för internationell media och köpare inom LGBTQ+ segmentet för att visa upp Stockholm som den öppna staden. Deltog gjorde internationella medierepresentanter och resesäljare från främst Canada, US, UK men även Tyskland och Spanien.</p> <p>Tillsammans med SJ och ett antal andra aktörer i Stockholm och Sverige deltog bolaget på Nordic Roadshow som bidrog med ett stort antal leads.</p> <p>Bolaget har löpande dialog och samverkan för att stärka nya och befintliga relationer för fortsatt arbete med att främja tillgängligheten till Stockholm.</p>
<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>				<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 året medverkat i samarbetsplattformen Stockholm Green Innovation District där bolaget primärt har till uppgift att främja investeringar samt delta i styrelsearbetet.</p> <p>I oktober deltog bolaget som samarbetspartner vid TechArena Zero. Under evenemanget lyftes stadens klimatarbete och klimatomställningsarenor både i monter och i rundabordssamtal. Syftet var att bidra till att positionera Stockholm som en ledande hållbar tillväxtregion och för att möta det växande behovet av kunskapsdelning om hållbarhet och innovation</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>lokalt. Evenemanget samlade 700 internationella och lokala beslutsfattare i Stockholm, där företag, entreprenörer, investerare, akademi och offentlig sektor möttes för att diskutera, dela kunskap och presentera de senaste lösningarna för en mer hållbar framtid. Bland övriga partners fanns Svenska Institutet och Teknikföretagen.</p> <p>Projektledning av projektet "Nya entreprenörer" som drivs tillsammans med bostadsbolagen inom Stockholms stad och SISAB koncentrerade sig under våren på att bygga stadens deltagande på byggmässan Nordbygg. Syftet var att lyfta fram kommande byggprojekt inom staden som t.ex. Stockholmshuset och positionera byggherrar i staden som attraktiva beställare för internationella byggaktörer.</p> <p>I maj deltog bolaget på The Nordic Edge Conference i Stavanger, en konferens med fokus på nätverkande mellan investerare och företag. Syftet med bolagets medverkan på konferensen var att marknadsföra Stockholm gentemot investerare och etablerare, för att hitta nya så kallade leads inom sustaintech/proptech. Evenemanget gav 4 så kallade opportunities, varav 1 där etableringsbeslut fattats.</p> <p>På Smart City Expo World Congress, en av världens största internationella mässor inom stadsutveckling, den 10-13 november deltog bolaget i samarbete med stadsledningskontoret, exploateringskontoret, trafikkontoret, miljöförvaltningen, Stokab och Sthlm Exergi. Vid årets mässa samarbetade Stockholms stad med huvudstäderna Oslo och Helsingfors i en gemensam Nordic Capital monter. Vidare genomförde bolaget scenprogram, panelsamtal och investeringsaktiviteter tillsammans med samarbetspartners som</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>PropTechSweden, Invest in Skåne och NordicEdge.</p> <p>Bolaget deltog också i panelsamtal och programpunkter b.la. Driving the Future of Green Construction and Digital Real Estate, Nordic Proptech Innovation and Funding including pitching session samt i efterföljande paneldiskussioner med möjlighet att lyfta fram Stockholms position inom innovation, venture capital och impactinvesteringar. Vidare bidrog bolaget i modererande roll vid panelsamtal på temat The Role of Municipal Energy Companies in Reaching Emissions targets in the Nordics. På mässan lanserade även bolaget rapporten "Pionering Proptech and Sustainable Innovation in Sweden" tillsammans med samarbetspartners PropTechSweden och Invest in Skåne.</p> <p>Kommunikativt har bolaget i digitala kanaler lyft vikten av klimatrobust byggande och hur Stockholm växer, samt Stockholms ambitiösa klimatmål kopplat till det. Bolaget publicerade bland annat en film om trender inom hållbart byggande, som fått cirka 70 000 visningar i sociala kanaler. Bolaget har vidare lyft Norra Djurgårdsstaden ett flertal gånger, miljözon 3, stadsmiljözonen i Gamla stan samt SL:s nya elektrifierade pendelbåt Candela i en video som publicerats i bolagets digitala kanaler.</p>
				<p>🔍 Bidra med näringslivsperspektiv i stadens arbete med Klimatkontrakt 2030 och Klimathandlingsplan</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året bidragit med ett näringslivsperspektiv i stadens arbete med Klimatkontrakt 2030 och i framtagandet av stadens klimathandlingsplan.</p>
				<p>🔍 Positionera och marknadsföra Stockholm som</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ledande hållbar tillväxtregion i Europa där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas</p> <p>Analys</p> <p>För att positionera Stockholm som en fortsatt ledande hållbar tillväxtregion i Europa har bolaget deltagit på ett antal mässor och mötesplatser i syfte att hitta nya investerare och möjligheter inom olika sektorer samt genomfört kommunikationsinsatser riktade mot internationella investerare, etablerare och talanger där vi har lyft Stockholm som en tillväxthub för hållbara innovationer och initiativ. Vi har i den externa kommunikationen marknadsfört Stockholms styrkor och ambitioner genom artiklar och filmer om bolag, initiativ och projekt. Några exempel under året:</p> <p>Deltagande på fastighets- och investerarmässan MIPIM genomfördes den 12-15 mars där Stockholm Business Region hade en egen monter för att representera och positionera Stockholmsregionen inklusive Stockholm Business Alliance (SBA). Syftet med att delta på mässan är att visa upp regionens attraktionskraft för målgruppen internationella investerare och investeringsrådgivare. För 2024 års deltagande togs det fram ett nytt monterkoncept baserat på återbrukat material, cirkulärt byggande, innovation och hållbarhet. Konceptet var nyskapande och en testpilot framtagen med syfte att visualisera, skapa möjlig ingång till affärsdialoger för att visa upp Stockholmsregionens ledande position inom innovation, cirkulärt byggande och hållbarhet samt inspirera företag, organisationer och utställare att agera hållbart och cirkulärt. Konceptet fick stor uppmärksamhet på plats och i media. I anslutning till mässan lanserade bolaget en</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>rapport om investeringspotentialen gällande "impact investments" i Stockholmsregionen som bland annat resulterade i ett 20-tal artiklar både nationellt och internationellt, framför allt i branschpress riktad till bygg- och fastighetsbranschen.</p> <p>I april genomförde Global Sustainable Tourism Council (GSTC) sin globala kongress GSTC2024 för första gången i Sverige och Visit Sweden stod som värdar för kongressen tillsammans med Tillväxtverket, och i nära samverkan med bolaget och Kungliga Djurgårdens Intressenter.. Kongressen gick av stapeln i Stockholm på Kungliga Djurgården. Inför och under kongressen genomförde bolaget ett antal pressbesök tillsammans med Visit Sweden och internationella journalister med fokus på hållbar turism och medvetet resande.</p> <p>Under våren genomfördes Nordbygg för första gången i ett samarbete mellan flera förvaltningar och bolag där Stockholm hade en egen monter. Gemensamt uttag med seminarier etc riktad till lokal och internationell målgrupp med fokus på hållbart byggande och samverkan.</p> <p>På fastighetsmässan Expo Real under hösten deltog vi tillsammans med Skåne och Göteborg, där vi marknadsförde respektive regions styrkor och investeringsbara projekt under gemensamt Sverige-manér. I samband med det gjordes bland annat riktad social medieannonsering som resulterade i 30 000 visningar inom prioriterad målgrupp.</p> <p>I november ägde BIO-Europe rum i Stockholm. De valde Stockholm just för vår position kopplat till innovation, hållbarhet och jämställdhet. Detta möte är, enligt många, det allra viktigaste mötet för att träffa investerare inom Life Science. Närmare 6000 beslutsfattare deltog och över</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>30 000 möten genomfördes. Med syftet att dra nytta av den värdefulla målgrupp som besökte Stockholm, arrangerade bolaget ett antal besökssturer för att visa upp Stockholm och Uppsala. För att öka kännedomen om Stockholm som en Life Science-hub producerade bolaget ett antal filmer från BIO-Europe som fick mycket bra spridning i digitala kanaler. Det fortsatta arbetet med att positionera Life Science-klustret specifikt har under perioden primärt skett genom webbplatsen stockholmbusinessregion.com, via utskick till branschpress och sociala media t.ex. för techbolaget Cellcolabs som genererade 45 000 visningar och om Advanced Therapy Medicinal Products (ATMPs) med 46 000 visningar. BIO-Europe och Stockholm har florerat i media i stor omfattning, 1 600 omnämningen har registrerats med en potentiell räckvidd om 2, 76 miljarder på globala mediaplattformar.</p> <p>I oktober deltog bolaget som samarbetspartner vid TechArena Zero i Nacka Strand. Under evenemanget lyftes stadens klimatarbete och klimatomställningsarenor både i monter och under rundabordssamtal. Syftet med deltagandet var att 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 samlade 700 internationella och lokala beslutsfattare i Stockholm, där företag, entreprenörer, investerare, akademi och offentlig sektor möttes för att diskutera, dela kunskap och presentera de senaste lösningarna för en mer hållbar framtid. Bland övriga partners fanns Svenska Institutet och Teknikföretagen. I samband med Techarenan Zero lyfte bolaget bland annat flera klimatomställningsinitiativ i staden såsom miljözon 3 och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadsmiljözonen i gamla stan.</p> <p>Under året har ett nordiskt samarbete inom Impact påbörjats och genomförts då Oslo, Helsingfors och Stockholm utvecklat ett mer systematiskt samarbete. Samarbetet har fokuserat på att stödja startups med innovationer som adresserar FN:s globala hållbarhetsmål (SDG), med fokus på Impact-startups och tillhörande ekosystem. Gemensamma aktiviteter såsom paneldiskussioner om finansiering och ekosystem byggdes under <i>Techarenan (20-21 februari)</i>, <i>Oslo Innovation Week i september</i> och <i>Slush (19-21 November) i Helsingfors</i>.</p> <p>Bolaget har även deltagit i ScaleCities, ett europeiskt nätverk som syftar till att skapa bättre förutsättningar för startups och scaleups att expandera till andra europeiska marknader. Under året genomfördes ett gemensamt seminarium i samband med Bits & Pretzels innovations- och startupmässa i München.</p> <p>BSG-GO! är ett Interreg Baltic Sea-projekt med 14 projektpartners från 7 olika länder runt Östersjön. Projektet syftar till att öka spelbranschens resiliens och bolaget har under året fokuserat på att brygga gapet mellan investerare och spelbolag, samt att bygga ett ekosystem kring hållbarhet inom spelbranschen.</p> <p>Samarbeten med DI Gasell & Tech Arena Zero har genomförts under året. Respektive webbsida har integrerats med visitstockholm.com på sina plattformar med synlighet på både eventsidan med SBR:s logotyp och i partnerpresentationen. Syftet är att stärka upplevelsen och värdskapet genom att lyfta fram besöksinformation som inspirerar och guidar inbjudna gäster att upptäcka mer av Stockholm. Genom</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>samarbetet har bolaget fått tillgång till framgångsrika och snabbast växande företag att lyfta fram i marknadsföringen av Stockholm som företagsplats.</p> <p>Det har varit ett stort hållbarhetsfokus på våra webbar, där vi på visitstockholm.com och .se med omkring 360 000 besökare per månad har uppdaterat våra digitala besöks guider kopplade till hållbar utveckling och innovation. På 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"</p> <p>I sociala kanaler har flera initiativ, projekt och innovationer marknadsförts t.ex. inom hållbart byggande, grön omställning, elektrifiering och impact-startups. Årets mest visade inlägg på bolagets LinkedIn-kanal var nyheten om SL:s nya elektrifierade snabbpendelarbåt. Inlägget publicerades även i digitala kanaler riktat till besökare som målgrupp vilket genererade över 600 nya följare på bolagets Instagramkonto.</p> <p>Arenor för klimatomställning såsom hållbarhetsdistrikt för mode samt tunnelbanans tillgänglighet har regelbundet lyfts i bolagets digitala kanaler under året. Ett flertal digitala guider inom området har uppdaterats vilket har lett till fler besök och därmed ökat medvetande om Stockholms styrkor inom klimatomställningen. T.ex. så har besöken till den digitala guiden om Stockholms tunnelbana ökat med 14 % på visitstockholm.com och med 86 % på visitstockholm.se.</p>
 Marknadsföra fler nischade besöksmål, kulturella sevärdheter och naturområden i				 Utvärdera och utifrån datadrivna insikter utveckla marknadsföringsinsatser kopplade till besöksmål, sevärdheter och naturområden

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
ytterstaden				<p>i ytterstaden</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget arbetar strategiskt kring marknadsföringsinsatser och utvärderar löpande utifrån datadrivna insikter kring behov, intresse och möjligheter hos besökarna. I det arbetet lyfter vi stadens olika besöksmål och har under året sett stort intresse kring ytterstaden. Vi har involverat aktörer från ytterstaden som profilerar sig inom frågorna vi vill lyfta fram, till exempel producerades och sampublicerades en film om Värmeverket i Bredäng. Cirka 20 procent av allt innehåll på de digitala kanalerna visitstockholm.com och .se visar ytterstaden och naturområden kopplade till ytterstaden. Vi har uppdaterat guiderna och lagt särskilt fokus på guider som inkluderar sevärdheter och naturområden i Järva och Farsta. Vikten av hållbart resande och tillgängligheten inom Stockholm, samt konsten i tunnelbanan har lyfts fram för att profilera och jämfört med föregående år har besöken till den digitala guiden om tunnelbanan ökat med 86 procent på visitstockholm.se och 14 procent på visitstockholm.com. Detta har sannolikt bidragit till att väcka nyfikenhet för Stockholms kollektivtrafik hos utländska besökare och vi har också kunnat se ett större intresse i sökhistoriken för områden utanför city-kärnan.</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 stärka kännedomen om Stockholm som hållbar och tillgänglig tågdestination genom bolagets webbplatser, presentationsmaterial och kartor. Material har visats vid näringslivsträffar, möten med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>aktörer, studenter och andra tillfällen där vi trycker på vikten av ökade internationella tågförbindelser och hållbar tillgänglighet. Bolaget har under året försett tågoperatörer med reseanledningar och marknadsföringsmaterial för att stärka deras arbete med att kommunicera Stockholm som internationell tågdestination. I kommunikation och presentationer riktade till internationellt reseled lyfter bolaget alltid tåg som färdsätt mellan Stockholm och de nordiska länderna samt till och från Europa.</p> <p>Under året har bolaget fortsatt bearbetning av internationell press med fokus på möjligheterna att resa till Stockholm via de nattågslinjer som etablerats från Tyskland, samt positionera Stockholm inom hållbarhet. Bland annat så gjorde The Guardian ett reportage om att åka tåg till Stockholm.</p> <p>I samband med stora evenemang har bolaget marknadsfört Stockholm som tågdestination bland annat genom specialframtagna evenemangssidor, till exempel i samband med Taylor Swifts tre konserter på Strawberry Arena i maj. En rapport visar att 27 procent av antalet besökare reste till Stockholm med tåg.</p> <p>Bolaget har haft löpande dialog och kunskapsutbyte under året med projektet Oslo Stockholm 2:55, Norsk Svenska Handelskammaren, Business Sweden i Oslo, Svenska Ambassaden i Oslo, Oslo Business Region m.fl. med syfte att främja en effektiv resväg mellan Stockholm och Osl. Ett av de mest angelägna och startklara projekten är snabbtågsförbindelsen mellan Stockholm och Oslo, även kallat Oslo-Stockholm 2.55.</p>
 Verka för införandet av ett snabbtåg mellan				 Stimulera förutsättningar för ökad tågillgänglighet mellan Stockholm och Oslo genom marknadsaktiviteter

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
Stockholm-Oslo				<p>och kunskapsunderlag</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har haft löpande dialog och genomfört möten med projektet Oslo Stockholm 2:55, Norsk Svenska Handelskammaren, Business Sweden i Oslo, Svenska Ambassaden i Oslo, Visit Oslo, Oslo Business Region m.fl. med syfte att främja en effektiv resväg mellan Stockholm och Oslo. Ett av de mest angelägna och startklara projekten är snabbtågsförbindelsen mellan Stockholm och Oslo, även kallat Oslo-Stockholm 2.55.</p>
				<p>🔍 Utveckla samverkan med aktörer som verkar för Stockholm-Oslo, bl a 2.55 AB</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har haft löpande dialog och genomfört möten med projektet Oslo Stockholm 2:55, Norsk Svenska Handelskammaren, Business Sweden i Oslo, Svenska Ambassaden i Oslo, Visit Oslo, Oslo Business Region m.fl. med syfte att främja en effektiv resväg mellan Stockholm och Oslo. Ett av de mest angelägna och startklara projekten är snabbtågsförbindelsen mellan Stockholm och Oslo, även kallat Oslo-Stockholm 2.55.</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 satta mål för att säkerställa måluppfyllelse, och 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.

Under året har bolaget genomfört verksamhetsövergången från tidigare dotterbolagen och samlat verksamheten i en ny organisation i moderbolaget. Processen har medfört en genomlysning av arbetsprocesser och skapat möjligheter till förbättringar och förenklingar.

Bolaget har under året arbetat med att kvalitetssäkra processer inom informationssäkerhet däribland att informationsklassa alla mindre informationstillgångar i enlighet med Revisionskontorets rekommendation från 2023 års granskning och rekommendationerna från Revisionskontoret är därmed åtgärdade. Bolaget har också arbetat med att tillvarata möjligheterna till utökad digitalisering i samband med den nya bokföringslagen som trädde i kraft den 1 juli 2024.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Andel administrations- och indirekta kostnader Analys	14,25 %	16 %	
	 Avvikelse investeringsbudget, % Analys	0 %	1 mnkr	
	 Resultat efter finansnetto(mnkr) Analys	5,4	0	

3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb

 Bolaget har under året utvecklat ett uppsökande arbetssätt tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen, berörda stadsdelsförvaltningar samt andra relevanta aktörer och genomfört drygt 200 företagsbesök i Järva, Farsta och Hässelby-Vällingby. Syftet var att identifiera företagets tillväxthinder, stärka kompetensförsörjningen samt skapa långsiktig dialog och stärkta relationer. Besöken har gett en ökad kunskap om det lokala näringslivets behov och utmaningar samt för stadsdelsområdenas olika förutsättningar.

Bolaget har under året gjort insatser för att attrahera, ta emot och behålla internationell kompetens för att möta näringslivets behov och stärka matchningen på arbetsmarknaden. Bland annat har en kampanjfilm med budskapet "Welcome to a region of opportunities – Live and Work in Stockholm" producerats och marknadsförts vid internationella branschmässor, riktad mot talanger inom prioriterade områden som Life Science och Tech. Bolagets webbplats har under året utvecklats för att erbjuda både praktisk och inspirerande information till internationella talanger, med syfte att förenkla deras etablering i Stockholm. Ett arbete med att utveckla digitala kanaler för talangattraktion har påbörjats och kommer att fortsätta under 2025.

Samarbeten med näringsliv, akademi och offentliga aktörer har varit avgörande för att driva talangattraktion och investeringar. Genom framtagna kunskapsunderlag och rapportering, har bolaget stärkt förståelsen för Stockholmsregionens kompetensbehov och kunnat delge den till relevanta aktörer. Tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen har bolaget bidragit till en kommande etablering av International House i

syfte att skapa en plattform som underlättar mottagande och integration av internationell arbetskraft och studenter.

Bolaget har under året attraherat 16 investeringar till SBA-regionen, varav 9 i Stockholms stad. Bland de mest betydande investeringarna märks AstraZenecas expansion i Södertälje på 1,475 miljarder kronor och Victor Energys etablering i Ludvika med 500 nya arbetstillfällen. Dessa satsningar stärker Stockholmsregionens position som ett ledande kluster för Life Science och hållbar teknologi.

Bolaget har marknadsfört Stockholm internationellt som en investeringsdestination genom deltagande på mötesplatser som BIO-Europe i Stockholm och Barcelona. Samarbeten med organisationer som Stockholm Science City och Kista Science City har ytterligare lyft stadens attraktionskraft.

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 året stärkt kunskapen mellan parterna inom arbetet med investeringar, särskilt inriktat på strategiska investeringar. Syftet har varit att stärka förmågan att agera proaktivt och strategiskt i kommande insatser. Inom samarbetet har kvartalsvisa konjunkturrapporter och analyser av företag i prioriterade sektorer använts för att utforma datadrivna marknadsföringsstrategier. Två företagsklimatkonferenser har genomförts i syfte att stärka medlemskommunernas arbete med att förbättra företagsklimatet samt utbyta kunskaper och erfarenheter med varandra. En utvärdering av SBA-samarbetet för att förbättra samarbetet inför nästa avtalsperiod har genomförts.

Evenemang och platsattraktion har varit en central del av bolagets arbete under året. Bland höjdpunkterna finns firandet av ABBA:s 50-årsjubileum av Waterloo i Kungsträdgården, VM i GeoGuessr i Stadshuset och DreamHack på Stockholmsmässan. Genom aktiv dialog med evenemangsarrangörer har Stockholm positionerats som en ledande musik- och evenemangsstad. Ett arbete har genomförts tillsammans med Stockholmsmässan för att marknadsföra Stockholm som kongressstad och locka fler stora möten. Samtidigt har bolaget utvecklat ett nytt forum för att följa trender och skapa mötesplatser för de som verkar för att attrahera internationella kongresser. Bolagets arbete har resulterat i att antalet internationella akademiska möten, kongressanbud och förfrågningar har ökat.

Bolaget har arbetat med att värva nya evenemang, såsom EM-gruppsspel för damer i basket 2027, och har även engagerat sig i ansökningar för att vara värd för EM i fotboll för damer 2029. Under året har bolaget också deltagit i flera internationella evenemang för att positionera Stockholm och samla kunskap.

Under året har insatser gjorts för att främja entreprenörskap och nyföretagande. Verksamheterna Starta Eget Stockholm och Scaleup-program har fortsatt att växa och evenemang som t.ex. The Biznizz, Female Founders Startup Talk och Startup Day har inspirerat unga entreprenörer och bidragit till ett livskraftigt innovationsklimat. Under 2024 registrerades över 8000 användare i Starta Eget Stockholms bokningstjänst, och 4296 rådgivningar genomfördes.


Genom deltagande i EU-projekt som "Cirkulär transformation hos SMF" och aktiviteter som t.ex. TechArena Zero har bolaget riktat insatser till små och medelstora företag i deras gröna omställning. Bolaget har under året även verkat för att stärka Kista Science City som ett ledande innovationsdistrikt.



Etableringsservice har under året arbetat med att förbättra kännedom om lediga lokaler i Järva, Skärholmen och Farsta, genom att samarbeta med stadens och privata fastighetsbolag. Syftet är att underlätta företagsetableringar och omlokaliseringar i Stockholm, särskilt i prioriterade områden.

I syfte att utveckla arbetet med levande och attraktiva platser har bolaget etablerat en arbetsgrupp med nyckelaktörer för platsaktivering samt bjudit in stadens bolag och förvaltningar för gemensamma träffar samt medverkat vid "Placemaking Sweden".


Bolaget har kontinuerligt utvecklat evenemangsdatan för att främja platsaktivering och stärka stadens attraktionskraft. Företagsbesök inom besöksnäringen har genomförts för att utbilda och bistå i värdskapet inför högsäsong.

Vidare har bolaget fört dialog med internationella kulturevenemang och lokala kulturinstitutioner för att attrahera nya evenemang till staden. Etableringsservice har haft regelbundna möten med kultur- och evenemangslotsen och deltagit i "Starta Eget"-möten i Rinkeby.

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 året har bolaget i arbetet med nationell och internationell talangattraktion fokuserat på processer och aktiviteter för attraktion, mottagande och att behålla kompetens i Stockholm för att öka matchningen på arbetsmarknaden och underlätta näringslivets kompetensförsörjningsbehov. Kompetensbristen är ett av det största tillväxthindren för företag i Stockholm och i Sverige.</p> <p>För att positionera Stockholm som en attraktiv plats för kvalificerad kompetens har bolaget genomfört flera insatser. Bland annat har en kampanjfilm producerats med budskapet "Welcome to a region of opportunities- Live and Work in Stockholm" som för att nå intressenter och yrkesverksamma inom specifika branscher och områden.</p> <p>Bolaget har under året påbörjat utvecklingen av en ny process för att ytterligare uppmärksamma talanger i digitala kanaler (webb, mediabank och sociala mediekkanaler).</p> <p>Bolaget samverkar löpande med näringslivet, talanger, akademi och andra delar av ekosystemet. Bolaget har bidragit med kunskap inom talangattraktion i lokala, regionala, nationella och internationella sammanhang. Bolaget har också deltagit i flera evenemang för att möta talangmålgruppen med syfte att marknadsföra Stockholm som en attraktiv plats att bo</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>och arbeta.</p> <p>Bolaget har löpande arbetat med etableringen av International House tillsammans med Arbetsmarknadsförvaltningen för att stärka stadens kapacitet att ta emot och integrera internationell arbetskraft, utländska studenter och entreprenörer. Under året har bolaget deltagit på ett möte med myndigheterna från det nationella regeringsuppdraget <i>Work In Sweden</i> som samordnas av Tillväxtverket. Bolaget har även initierat ett samverkansforum med relevanta externa aktörer som jobbar med att attrahera och behålla internationella talanger (arbetskraftsinvandrare, studenter, forskare och medföljande).</p> <p>Bolaget har arrangerat och deltagit i flera publika möten och evenemang för att belysa betydelsen av internationell arbetskraft för Stockholms näringsliv. Bland annat ett seminarium tillsammans med Stockholms Handelskammare och Stockholm International School, Stockholms Akademiska Forum och The Local Europe samt med Digital Futures.</p> <p>Bolaget har utvecklat en ny rapportering kring talangattraktion utifrån befintlig statistik och datakällor. Vidare har en sammanställning gjorts av arbetstillstånd från Migrationsverket per yrkesområde, yrkesgrupp och medborgarskap, och inresande studenter och internationellt rekryterade forskare per lärosäte och utveckling över tid i syfte att öka kunskapen inom området.</p>
 Fokusera på att attrahera besökare, investeringar och etableringar i stadens				<p> Arbeta investeringsfrämjande för att stärka befintliga och attrahera nya internationella investeringar inom</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
<p> samtliga stadsdelsområden med särskilt fokus på prioriterade områden.</p>				<p>prioriterade områden</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har attraherat 16 investeringar till Stockholmsregionen, varav 9 stycken i Stockholms stad. Den största var expansionsinvesteringen med AstraZeneca på cirka 1 475 miljoner kr på biologiska läkemedel i Södertälje. En annan större investering var Victor Energy med 500 anställda och 100 miljoner i kapital, som landade i Ludvika kommun. Övriga investeringar har skett i Linköping, Nyköping, Västerås, Flen och Huddinge.</p> <p>För att marknadsföra Stockholmsregionen inom prioriterade sektorer som t ex Cleantech, Tech, Sustaintech och PropTech har bolaget deltagit på ett antal utvalda internationella mötesplatser och mässor. På MIPIM i Cannes, världens största mässa inom fastighet och samhällsbyggnad, hade bolaget en egen monter för att attrahera internationella investerare till den större Stockholmsregionen tillsammans med medlemskommuner och fastighetspartners från Stockholm Business Alliance (SBA).</p> <p>En av årets höjdpunkter var konferensen BIO-Europe, Europas viktigaste mötesplats för företag inom life science-sektorn som firade 30 år och arrangerades för första gången i Sverige, på Stockholmsmässan, i början av november. Eventet är en central plattform för att främja innovation och samarbete inom bioteknik och läkemedelsutveckling, och samlar investerare, beslutsfattare och innovatörer från hela världen. Sverige tog tillfället i akt att marknadsföra svenska styrkor och erbjudanden inom Life Science med ett</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>gemensamt budskap – "Join Swedish Life Science – Innovations for Life" och bolaget deltog i den svenska paviljongen tillsammans med Business Sweden, Business Region Göteborg, Invest in Skåne, Region Stockholm, Vinnova med flera. Närmare 6000 beslutsfattare från mer än 60 länder deltog och över 30 000 möten genomfördes. Bolaget producerade sex olika filmer samt arrangerade ett antal studiebesök för att marknadsföra Stockholm-Uppsala som life science region.</p> <p>Under året har vi haft olika dialoger både med Stockholm Science City såväl som Kista Science City för att spetsa Stockholms erbjudande.</p> <p>Bolaget har haft kontinuerliga möten med Business Sweden och utländska ambassader i Stockholm för att de ska känna till vilken investeringspotential som finns i Stockholm.</p>
				<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>I syfte att marknadsföra Stockholmsregionen som en attraktiv destination för investeringar och turism genomförde bolaget ett event med fokus på kvinnligt entreprenörskap 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 under perioden drivit ett nätverk för arrangörer av årligen återkommande evenemang - "Nätverket för evenemangsarrangörer" - i syfte att tillsammans med företagen utveckla</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Stockholm som evenemangsstad med hållbara evenemang och därigenom skapande av fler arbetstillfällen.</p> <p>Bolaget har också lett samarbetet med Techarenan och Techarenan Zero som bland annat syftar till att göra Stockholm attraktivt för internationella investeringar inom hållbarhet och stärka Stockholms position som en ledande hållbar tillväxtregion och startupscen.</p>
				<p>▶ Genom partnerskapsprojektet Stockholm Business Alliance stärka Stockholm som tillväxtregion</p> <p>Analys</p> <p>Till den större Stockholmsregionen, SBA-regionen, har bolaget under året attraherat 16 investeringar, varav 9 stycken i Stockholms stad. Den största var expansionsinvesteringen med AstraZeneca på 135 miljoner dollar, ca 1 475 miljoner kr på biologiska läkemedel i Södertälje. En annat större investering var Victor Energy med 500 anställda och 100 miljoner i kapital, som har landat i Ludvika kommun. Övriga investeringar har skett i Västerås, Flen, Nyköping, Linköping och Huddinge.</p> <p>För att marknadsföra Stockholmsregionen internationellt inom prioriterade sektorer och för att hitta potentiella investeringar deltar bolaget kontinuerligt på ett antal utvalda mötesplatser och mässor i samarbete med nordiska, nationella, regionala och lokala aktörer. Under 2024 deltog bolaget bland annat på Expo Real - Europas största fastighetsmässa i München, Smart City Expo - världskongress för städer och stadsinnovation i Barcelona, Web Summit i</p>








Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Lissabon och Slush - Europas största startupevent i Helsingfors.</p> <p>Den mest tongivande aktiviteten under året var BIO-Europe som genomfördes på Stockholmsmässan i november. Bolaget fanns med i <i>Join Sweden</i>-montern och bidrog med nyckeltalare från Stockholm till Konferensprogrammet. Bolaget genomförde ett antal studiebesök i Hagastaden, Nobelmuseet och Testa Center samt marknadsförde Stockholmsregionens styrkor inom Life Science inför, under och efter konferensen. Ett antal filmer producerades och marknadsfördes i sociala medier vilket fick mycket bra räckvidd och skapade ett högt engagemang.</p> <p>Under året har två stora konferenser inom Företagsklimat genomförts som syftar till att ytterligare förbättra kommunernas arbete med en effektiv, snabb och rättssäker myndighetsutövning för de lokala företagen. Flera råd inom områdena Kompetens, Etablering och Analys har genomförts för informationsöverföring och skapande av gemensamma strategier och handlingskraft inom kommunsamarbetet. Två heldagskonferenser har genomförts med ämnesområdena Kompetensattraktion och Etablering.</p> <p>I samband med Business Arena Stockholm, Nordens ledande mötesplats förfastighets- och samhällsbyggnadssektorn, genomförde bolaget en samling för att låta medlemskommunerna presentera sina kommande satsningar inom etableringsområdet för relevanta fastighetparterns. Sammankomsten leddes av SBRs VD och bland programpunkterna återfanns reflektion av ekonomiska läget tillsammans med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Exploateringskontorets direktör Tomas Andersson.</p> <p>Bolaget har arbetat med att utveckla talangattraktionsarbetet inom Stockholm Business Alliance (SBA). Bolaget har genomfört digitala talangattraktionskampanjer under internationella branschmässor för att positionera SBA-regionen som en attraktiv region för kvalificerad kompetens.</p> <p>Bolaget har också koordinerat frågor rörande kompetensförsörjning och talangattraktion för de kommuner inom SBA-samarbetet som önskat stöd, samt tagit emot studiebesök från bland annat Karlstad och Uppsala kommun. För att stärka samarbetet mellan kommunerna inom SBA, har bolaget utvecklat ett kompetensråd med deltagande från cirka 20 kommuner, med fokus på dialog, erfarenhetsutbyte och insatser kring talangattraktion och internationell marknadsföring. Under året har bolaget genomfört två halvdagskonferenser för SBA-kommunerna, med fokus på kompetensförsörjning och talangattraktion.</p> <p>Bolaget har under året bidragit till SBA-samarbetet genom kontinuerlig kunskapsproduktion i form av kvartalsvisa konjunkturrapporter och fördjupningar. Rapporterna ger en nulägesbild av den ekonomiska utvecklingen i SBA-regionen.</p> <p>Vidare har löpande underlag producerats som visar bolag inom prioriterade sektorer och med potential att etablera sig i Stockholm eller den större Stockholmsregionen. Detta för att säkerställa datadrivna arbetssätt i bolagets marknadsföring och träffsäkerhet inom bolagets investeringsfrämjande arbete.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bolaget har genomfört en utvärdering av SBA-samarbetet i syfte att skapa underlag för analys av medlemskommunernas uppfattning och nöjdhet av SBA-samarbetet samt få underlag för utveckling av arbetet inför kommande avtalsperiod 2026-2030.</p> <p>Se även bilaga SBA Verksamhetsberättelse 2024.</p>
				<p>🔍 Lotsa etablerings- och expanderingsförfrågningar samt systematiskt attrahera evenemang och internationella möten inom prioriterade områden</p> <p>Analys</p> <p>Etableringsservice har under året arbetat med att få en bättre bild av lediga lokaler i Järva området samt stadens fokusområden Skärholmen och Farsta. Möten har genomförts med stadens fastighetsbolag och kommersiella bolag. Allt för att underlätta snabbare hantering av förfrågningar kring lokaler.</p> <p>Etableringsservicearbetet syftar till att bistå företag som vill etablera eller omlokalisera sig i Stockholm så att företag får kännedom om var i staden lediga och lämpliga lokaler är tillgängliga. Genom att föreslå för företagen att titta på lediga lokaler i våra prioriterade områden ökar vi möjligheterna att få fler företag intresserade av att etablera sin verksamhet där. Detta arbete har pågått under året med framförallt kontakterna bolaget har med privata fastighetsbolag i områdena. Det har lett till flera möjligheter för både hyresgäster och fastighetsbolag att hitta rätt.</p> <p>En form av investeringar bolaget arbetar med är att värva relevanta internationella akademiska möten för att främja Stockholms styrkor inom</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>olika områden, som t ex Life Science. Positiva vindar blåser gällande Stockholm som kongresstad. 2024 ser ut att bli ett av de bästa åren (om inte till och med det bästa året) sedan 2010.</p> <p>Under året har Stockholm Business Region producerat totalt 24 biddar (anbud) för framtida kongressaffärer, vilket också är betydligt fler än på många år och vi kan just nu se en uppåtgående trend kring förfrågningar till Stockholm.</p> <p>Tillsammans med Stockholmsmässan genomfördes under våren en stor aktivitet då 15 av Europas största kongressarrangörer var här för att lära känna Stockholm som kongresstad bättre. Bl a visade vi upp Hagastaden och fick höra om det spännande som pågår inom Life Science i Stockholm. Denna aktivitet ledde konkret till två skarpa förfrågningar, för möten med 8000 respektive 2200 delegater för kommande år.</p> <p>SBR hade ansvaret för Sveriges deltagande i den nordiska monter på IMEX USA, en mässa gentemot den amerikanska MICE-marknaden.</p> <p>Svenska deltagare (förutom vi): Stockholmsmässan, Stockholm Waterfront; House of People, Grand Hôtel, DMC Nordic, OK Travel, Nordic Ways, Strawberry.</p> <p>För att säkerställa en bra affär för hotellen under stora kongresser har bolaget börja samla de större aktörerna i samband med att vi gör stora biddar för kongresser. Vi bjöd in till ett möte med Interplan, en tysk mötesarrangör, inför den stora kongressen EHA (Hematologi) i juni 2026. Där fick Interplan möjlighet att berättade hur de jobbar med hotellbokningar för stora kongresser och mer specifikt gör EHA denna gång. Deltagarna fick möjlighet att ställa frågor.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Mötet föll väl ut och vi tänker att detta är ngt vi kan göra om vid behov.</p> <p>Bolaget har startat igång ett nytt forum med näringen som är kopplade till Internationella kongresser & Stora möten. Mötet planeras att genomföras 2 ggr per år – vi erbjuder en plattform för nätverkande och omvärldsbevakning för respr. Från stadens större mötesanläggningar samt PCO:er.</p> <p>Bolaget för löpande dialog med de olika lärosätena för att skapa medvetenhet kring bolagets funktion när man vill ta hem ett möte till Stockholm och för att lyfta "Stockholm Congress Guide" som finns att ta till hjälp.</p> <p>Kopplat till de publika evenemangen har bolaget arbetat med att kartlägga och föra dialog med ett flertal evenemangsarrangörer, idrottsförbund, kulturinstitutioner och flera kommersiella internationella rättigheter i syfte att värva nya evenemang till Stockholm.</p> <p>Bolaget har medverkat på olika mötesplatser och studiebesök i syfte att positionera Stockholm och att inhämta kunskap och information t ex 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 samt flertalet större återkommande evenemang i Stockholm såsom Bauhausgalan, Pride, BNP Paribas Nordic Open, Stockholms Filmfestival, DreamHack, Sweden International Horse Show Stockholm Marathon m.fl.</p> <p>Bolaget har under året tillsammans med Svenska Basketbollförbundet arbetat fram en ansökan för EM-gruppsspel för damer 2027. I paketeringen av mästerskapet har staden</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>(genom SBR, stadsledningskontoret och idrottsförvaltningen) tillsammans med Svenska Basketbollförbundet också 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. I november höll bolaget tillsammans med basketbollförbundet en slutpresentation för internationella basketbollförbundet, FIBA, i Istanbul och erhöll det positiva beskedet att Stockholm valts ut som värdstad för mästerskapet 2027.</p> <p>Under den gångna perioden har bolaget intensifierat arbetet med förstudier för en möjlig värdsökan om EM i fotboll för damer 2029 i Sverige och Danmark, där Stockholm är tillfrågat som en av åtta värdstäder. Bolaget har inom ramen för uppdraget att i samverkan med stadsledningskontoret medverka i Svenska Fotbollförbundets arbete med ansökan stärkt projektorganisationen med en projektanställning.</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	56 %	10 %	
	  Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är kvinnor Analys	55 %	50 %	
	  Andel kunder som tar del av nyföretagarrådgivning och är ungdomar/unga vuxna mellan 18-25 år Analys Under året var andelen unga vuxna 9 %, vilket är under	9 %	15 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>Årsmålet om 15 % för målgruppen och under 2023 var andelen 10 %. Under större delen av 2024 har det dock varit en stigande trend i antal individer men som avtagit mot slutet. I absoluta tal har tillskottet av nya individer ökat .</p> <p>Genomsnittsåldern för eget företagande är högre i Sverige än i andra länder. Exempelvis är genomsnittsåldern på användarna i Starta eget Stockholm ungefär 40 år. Ett insiktsarbete genomfördes av en upphandlad leverantör där fem personer intervjuades för att få större kunskap om målgruppen och användarupplevelsen i tjänsten genomfördes under året.</p>			
				<p>✔ Främja entreprenörskap och innovation för att bidra till utvecklingen av lokala innovationsmiljöer i ytterstaden</p> <p>Analys</p> <p>I oktober arrangerade bolaget The Biznizz i samarbete med Värmeverket. Syfte med eventet var att inspirera unga vuxna att starta företag, primärt inom kulturella- och kreativa branscher. Programmet erbjöd kunskap och inspiration från etablerade kreatörer/entreprenörer samt drop-in rådgivning från Starta eget Stockholm. Ca 120 personer deltog. I november arrangerade bolaget Startup Day i Kista i samarbete med Kista Science City, Changers hub, Drivhuset Stockholm, KTH och Stockholms Universitet. Syftet var att inspirera fler till att starta företag och att bidra till en livskraftig innovationsmiljö i Kista med aktörer som är verksamma och aktiva där och ca 150 personer deltog. Programmet erbjöd kunskap och inspiration från etablerade entreprenörer samt drop-in rådgivning från</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Starta eget Stockholm. Almi var även på plats och informerade om sin rådgivning och finansieringsmöjligheter.</p>
				<p>▶ Främja entreprenörskap och innovation tillsammans med startupekosystemet och övriga företagsfrämjare</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året medverkat som partner i projektet "Cirkulär transformation hos SMF" ett EU-finansierat projekt som leds av Coompanion för att främja innovation i små och medelstora företag. Utöver Coompanion och bolaget deltar även Södertörns Högskola och Huddinge kommun. Projektet strävar efter att ge små och medelstora företag (SMF) i Stockholmsregionen verktyg och kunskaper för att integrera cirkulära processer i deras verksamheter. 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- och livsmedelssektorerna.</p> <p>I oktober deltog bolaget som samarbetspartner vid TechArena Zero i Nacka Strand. Under evenemanget lyftes stadens klimatarbete och klimatomställningsarenor både i monter och under rundabordssamtal. Syftet med deltagandet var att 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 samlade 700 internationella och lokala beslutsfattare i Stockholm, där företag, entreprenörer, investerare, akademi och offentlig sektor möttes för att diskutera, dela kunskap och presentera de</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>senaste lösningarna för en mer hållbar framtid. Bland övriga partners fanns Svenska Institutet och Teknikföretagen</p> <p>Under året har flera entreprenörskapsinsatser genomförts i samarbete med andra företagsfrämjande aktörer för att främja entreprenörskap, nyföretagande och tillväxt. I mars arrangerades Female Founder & Investor Meetup och Female Founders Startup Talk i Studion på Kulturhuset i samarbete med Almi. Följande nätverk och aktörer bjöds in som partners till eventen och inbjudan spreds till deras medlemmar/deltagare: WiB (Women in Business), Feminvest, FemTech Sweden, Företagarnas nätverk W och Connect. Syfte med entreprenörsinsatsen var att stimulera fler kvinnor till att starta och växa företag i Stockholm. Under Female Founder & Investor Meetup på förmiddagen deltog 33 entreprenörer och 8 investerare. Female Founders Startup Talk på eftermiddagen lockade ca 300 kvinnliga idébärare, nyblivna entreprenörer och etablerade entreprenörer i Stockholm.</p> <p>Under sommarveckorna 29-31 erbjöds 100 arbetstillfällen till ungdomar inom entreprenörskap. Ungdomarna fick sommarjobba på co-working spacet Epicenter under handledning av UngDrive, där de har fick lära sig att utveckla och validera affärsidéer, samt praktisk kunskap inför att starta och driva företag.</p> <p>I december arrangerade bolaget Funding Day tillsammans med Almi. Syftet med entreprenörskapsinsatsen var att förmedla kunskap om olika sätt att finansiera företagets expansion samt skapa en mötesplats där</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>entreprenörer kunde nätverka med investerare, banker och andra typer av finansieringslösningar. Intresset var stort och aktiviteten blev fullbokad med 200 deltagande företag.</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 året 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 över 8000 registrerade användare. Över 11 000 bokningar har genomförts totalt sedan tjänsten lanserades och 4296 rådgivningar har genomförts under 2024 fram till november. Snittbetyget för rådgivarnas omdömen från kunder är 4,62 på en skala av 1-5</p> <p>Under första halvåret erbjöd Starta eget Stockholm i samarbete med jobbtorg Skärholmen, Husby medborgarkontor och Kista science city rådgivning i pilotform på plats så kallad drop-in rådgivning men avslutades till sommaren på grund av lågt deltagarantal. Tjänsten har sedan lansering kontinuerligt utvecklats till ca 30 auktoriserade leverantörer och ca 70 rådgivare. 55 % av kunderna under året har varit kvinnor, 9 % unga vuxna och andelen kunder i ytterstaden 56 %. Totalt har erbjudandet exponerats på 15 aktiviteter och events under året med exempel som Järvaveckan,</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Bazaren, Startup day i Kista samt the Biznizz i Bredäng.</p> <p>Kommunfullmäktiges beslut om budgeten för Stockholms stad 2025 innebär förändringar för företagsrådgivningen. Av budgeten framgår att ansvaret för företagsrådgivningen inom Starta Eget ska flyttas från Stockholm Business Region till Arbetsmarknadsnämnden från och med 2025. Som en konsekvens av kommunfullmäktiges beslut har Stockholm Business Region AB den 28 november 2024 beslutat att inte längre tillhandahålla kundval inom företagsrådgivning.</p> <p>Företagsrådgivning kommer från 2025 erbjudas av Arbetsmarknadsnämnden. I samband med verksamhetsövergången läggs Starta eget Stockholm i dess nuvarande form med kundvalssystem och framtagna bokningstjänster ner.</p> <p>Arbetsmarknadsnämnden kommer återkomma kring formerna för rådgivningen.</p>
				<p>▶ Främja tillväxt i företag grundade av underrepresenterade entreprenörer genom Stockholm Scale up program</p> <p>Analys</p> <p>Stockholm Scaleup Program är ett kostnadsfritt tillväxtprogram som vänder sig till företag i Stockholm som grundats av minst en underrepresenterad entreprenör (kvinnor, icke-binära, män med utländsk bakgrund, unga vuxna 18-23 år och personer med funktionsnedsättning). Programmet är öppet för företag oberoende av bransch. I Sverige är andelen företag som drivs av kvinnor ca 32%. Skillnader mellan kvinnor och män är desto större när det kommer till tillväxtföretagande, ca 25% av alla aktiebolag drivs av</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>kvinnor, knappt 19% av alla exporterande företag drivs av kvinnor och andelen tillväxtföretag som drivs av kvinnor är ca 12%. Trots entreprenörernas höga ambitioner att växa och undersökningar som visar att investera i företag med mångfald är en bra affär/ger högre avkastning, är underrepresenterade entreprenörer underfinansierade. Endast 0,7-1 % av alla företag som lyckas skaffa kapital från riskkapitalbolag grundas av kvinnor eller etniska minoriteter enligt State of European Tech. En undersökning från 2022/2023 visar att kvinnor betalar högre ränta än män vid företagslån.</p> <p>Många underrepresenterade entreprenörer deltar inte heller i företagsfrämjande insatser. En bidragande orsak kan vara att många driver företag i branscher utanför startup ekosystemet (som främst riktar sig mot tech, impact, life science). Det är därför som Stockholm Scaleup Program inte begränsar programmet till någon specifik bransch. Sedan start 2021 har programmet stöttat företag i många olika branscher som hälsa/vård, skönhet, handel, företagstjänster, mat, tech, impact m.fl.</p> <p>Under året har bolaget bedrivit kampanj på Sociala media (Linkedin, Facebook och Instagram), annonserat i tunnelbanan samt annonserat på stadens egna informationstavlur. Ett nytt sätt att möta intressenter har även testats i form av ett event: Scaleup Secrets. Eventet erbjöd information om Stockholm Scaleup Program, ett företag som deltagit i programmet berättade om hur programmet stöttat dem och om deras tillväxtresa efter deltagandet. Eventets deltagare fick sedan ett smakprov av programmet</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>genom att de fick testa en mini version av en övning vi arbetar med i programmet steg 1. Formatet var mycket framgångsrikt, deltagarna var mycket nöjda och intresserade att söka till programmet.</p> <p>Under året har programmet stöttat företag med tillväxtpotential med affärsutveckling och ledarskapscoaching i två steg. Till programmet 2024 antogs 32 st i Steg 1 och 24 st i Steg 2. Året avslutades med att årets deltagande företag samt alumniföretagen bjöds in till en nätverksträff & workshop med fokus på ledarskap.</p> <p>Kommunfullmäktiges beslut om budgeten för Stockholms stad 2025 innebär förändringar för Stockholms Scaleup program. Av budgeten framgår att ansvaret för Stockholm Scaleup program ska flyttas från Stockholm Business Region till Arbetsmarknadsnämnden från och med 2025.</p>
<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>				<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>Bolaget har inom ramen för framtagandet av stadens handlingsplan för Kista företagsområde, Kista Science City, bidragit med förslag på aktiviteter som främjar innovativa företag och stärker tillväxtförutsättningar i Kista. Bolaget samverkar löpande med aktörer i Kista för gemensamma strategier kring insatser och samarbeten för positionering av Kista Science City som ledande innovationskluster. Via bolagets digitala kanaler har bolaget lyft Kista som innovationskluster, bland</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>annat olika initiativ som Open House Stockholm, världens första AI-väggmålning och satsningarna på Jan Stenbecks torg.</p> <p>Under perioden har även bolaget sammanställt näringslivsinformation om Järva generellt och Kista specifikt. Bolaget har även tagit fram material för att tillgängliggöra stadens tjänster och kontaktvägar. Därtill genomfördes 50 av de 100 företagsbesöken i Järva i just Kista. Företagsbesöken gav en fördjupad bild över hur företagen som verkar i Kista upplever området och har lett till flera uppföljande kontakter och processer.</p> <p>I november arrangerade bolaget Startup Day i Kista i samarbete med Kista Science City, Changers hub, Drivhuset Stockholm, KTH och Stockholms Universitet. Syftet var att inspirera fler till att starta företag och växa i tidiga skeden. Programmet erbjöd kunskap och inspiration från etablerade entreprenörer samt drop-in rådgivning från Starta eget Stockholm. Almi var även på plats och informerade om sin rådgivning och finansieringsmöjligheter för de 150 personer som deltog.</p> <p>Bolaget har därtill via Starta eget Stockholm i samarbete med Kista science city erbjudit rådgivning i pilotform på plats, så kallad drop-in rådgivning.</p>
				<p>▶ Positionera Kista Science City som ett ledande innovations- och ICT kluster</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget samverkar med aktörer i Kista för framtagandet av gemensamma strategier kring insatser och samarbeten för positionering av Kista Science City som ledande innovationskluster.</p> <p>Under året har bolaget tagit fram näringslivskunskap för</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Järva generellt och Kista specifikt. Bolaget genomförde även 50 företagsbesök i Kista, vissa tillsammans med Kista Science City. Under besöken framkom bland annat hur företagen upplever Kista samt medförde nya kontakter med innovativa företag i området och vi fick möjlighet att informera om stadens tjänster och kontaktvägar. Ett viktigt tillfälle att lyfta fram möjligheter, problem och samverkan. Det här har följts upp med andra nätverksevents och med insatser i sociala medier.</p> <p>Via våra digitala kanaler lyfter vi löpande Kista som innovationskluster, bland annat initiativ som Open House Stockholm, världens första AI-väggmålning, satsningarna på Jan Stenbecks torg, och usp:ar om Kista som ICT-kluster.</p>
				<p>🔍 Verka för att stärka etableringsförutsättningar i Kista Science Center i samverkan med berörda förvaltningar och fastighetsägare</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har inom ramen för framtagandet av stadens handlingsplan för Kista företagsområde, Kista Science City bidragit med förslag på aktiviteter som stärker etableringsförutsättningar i Kista Science City.</p> <p>Under året har en kartläggning gjorts för att inventera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler och kontor i Kista. Bolaget har träffat större fastighetsägare i fokusområdet Kista för att bättre förmedla lokaler till företag som är i kontakt med etableringsservice. Genom ökade personliga kontakter med dom som arbetar med uthyrning av kommersiella ytor på de privata fastighetsbolagen har</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>bolaget även hjälpt till att slussa in bolagen till att medverka vid större event och förmedla kontakter till stadens förvaltningar och bolag.</p> <p>Ett användbart fakta underlag för stadsdelsområdet Järva togs fram under året som bidragit till att höja kunskapen inom SBR och även staden kring näringsliv och kommersiella lokaler i Kista. Bolaget har även fört dialog med Kista Science City och planerat för talangaktivering för att öka matchningen mellan lokala näringslivet i Kista och kvalificerade talanger, kommer att implementeras under 2025.</p> <p>Under året har olika initiativ lyfts för att bidra till effektiv kommunikation om Fokus Järva. I våra digitala kanaler har vi löpande lyft Kista som innovationskluster, bland annat med Open House Stockholm, världens första AI-väggmålning, satsningarna på Jan Stenbecks torg, och usp:ar om Kista som ICT-kluster.</p> <p>I samband med det riktade initiativet där SBR besökte 100 företag under två dagar kommunicerade bolaget i nyhetsbrevet Fokus Järva. Utöver pilotprojektet med uppsökande verksamhet hos företag i Järva, handlar kommunikationen också om ett pilotprojekt med fysisk nyföretagande-rådgivning på plats i Husby och Kista, lotsningen av Tekniska museets nya etablering i Tensta samt Kista start up day. Budskapet handlade också om hur SBR arbetar med att positionera Kista som ett ledande innovations- och ICT kluster både här hemma och internationellt i samarbete med näringslivet och andra bolag och förvaltningar. Inför och under företagsbesöken tog bolaget fram tagit fram riktad information till företagen om stadens olika tjänster för att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>skapa ökad långsiktig dialog. Arbetet för att lyckas säkerställa att ungdomar får feriearbete har pågått under en längre tid. Under första tertialet kommunicerades möjligheten till sommarjobb i besöksnäringen till ytterstaden. Bolaget lyckas rekrytera 23 ungdomar från Järva.</p> <p>Bolaget har vidare deltagit i ett stadenövergripande projekt om behovet av en digital tvilling. Kista har använts som ett pilotområde för att se hur en digital tvilling bland annat kan bidra till att aktivera platser och byggnader med temporära evenemang.</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 av de tre större upphandlingarna som påbörjats under året har gjorts och ingen av dem möter kriteriet om fem heltidsanställda (upphandlad resurs) för att ställa sociala krav.</p>
 Ingå i den samordning som kommunstyrelsen leder gällande etableringar.				<p>🔵 Inom ramen för stadsledningskontorets stadsinterna samordning av etableringsfrågor bidra med kunskap om samt identifiera, 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. I samband med att näringslivsfakta kring alla stadsdelsområden och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>stadsdelar tagits fram under året har även kartläggning av kommersiella fastighetsbolag, ytor, kvm priser och vakanser gjorts. Denna har visat hur mycket ledig yta som finns i olika områden och hur priserna på olika typer av lokaler; lager, kontor och butiker varierar. Denna del av rapporterna har gett bolaget en bra grund för att bistå aktörer/företag som vill etablera sig i våra fokusområden.</p> <p>Vidare under året har insikter kring näringslivets behov i Järva särskilt belysts utifrån genomförda företagsbesök inom bolagets regi. Stadsdelsområdesspecifika kunskapsunderlag har tagits fram för att utveckla kunskapen om de lokala företagens förutsättningar i syfte att öka bolagets och stadsdelsförvaltningarnas kunskaper.</p> <p>Bolaget har under perioden också bidragit aktivt med kunskap kopplat till näringslivet in i ett flertal forum och plattformar i syfte att stärka förutsättningar för fler etableringar - bl a kopplat till platsaktivering i Fastighetsägarforum i Slakthusområdet, platsaktivering och analyser i Pilotprojekt Söder Mälarstrand m.m.</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>Under året har en kartläggning gjorts för att inventera lediga industrilokaler, tillverkningslokaler och kontor i Kista. SBR har träffat större fastighetsägare i fokusområdet Kista för att bättre förmedla lokaler till företag som är i kontakt med etableringsservice. Genom ökade personliga kontakter med dem som arbetar med</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>uthyrning av kommersiella ytor på de privata fastighetsbolagen har bolaget även hjälpt till att slussa in bolagen till att medverka vid större event och förmedla kontakter till stadens förvaltningar och bolag.</p>
<p> Proaktivt arbeta med etableringar för att undvika tomställda lokaler och otrygga områden</p>				<p> Medverka i platsutvecklingsinsatser för att skapa förutsättningar för nya etableringar samt bibehållandet av befintliga företag i områden där lokaler riskerar att tomställas och att otrygghet skapas.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året bidragit 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 året genomfördes två stora omgångar av strukturerade företagsbesök där hela bolaget deltog. Under våren och försommaren gjorde bolaget närmare 100 företagsbesök i stadsdelsområdet Järva varav en halvdags besök gjordes i Kista och en halvdags besök i övriga Järva. På senhösten genomfördes en likadan insats i Farsta stadsdelsområde där närmare 100 företag besöktes. Genom besöken får företagen möjlighet att</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>berätta om sin verksamhet, vardag, behov och tillväxthinder, de får kontaktväg till information och service och möjlighet till långsiktig dialog. Insatsen har även gett alla som är med från bolaget bra och relevanta kunskaper om hur det är att driva mindre, större, innovations-, tillverknings-, tjänste- eller vård företag i området. Utöver de 200 besöken i Järva och Farsta gjordes en liknande fast mindre insats i stadsdelsområdet Hässelby-Vällingby med 7 besök.</p> <p>Vid de strukturerade besöken ställde bolaget frågor enligt en mall, detta material sammanställs och frågor kan slussas vidare inom staden till rätt personer och därefter återkopplas till företagen. Vår utvärdering visar att företagen uppskattar att staden tar sig tid och att de får en möjlighet att framföra sina synpunkter - vad som fungerar och det som inte fungerar lika bra och att de vet vart de ska vända sig vid behov. Företagsbesöken har genomförts i samarbete med Stadsdelsförvaltningarna, Arbetsmarknadsförvaltningen och i Kista även Kista Science City och detta gör att vi förs närmare varandra och t ex starkt bidrar till AMFs måluppfyllnad då vi slussar företag som har behov av arbetskraft vidare till dem. Planering för liknande insatser under 2025 pågår.</p> <p>Bolaget har under året varit aktivt delaktig i det EU-finansierade TAAS-projektet som leds av Miljöförvaltningen, med fokus på den gröna omställningen inom Stockholms besöksnäring. I november genomfördes en workshop för besöksnäringen med temat "Vad kan vi göra tillsammans för att accelerera den gröna omställningen inom besöksnäringen i Stockholm?". Workshopen resulterade i identifierade prioriteringar som kommer att</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tas vidare i det fortsatta arbetet, projektet pågår till 2028.</p> <p>GDS-indexet (Global Destination Sustainability Index) är ett benchmarkingverktyg som används för att mäta och jämföra hållbarheten i olika destinationer världen över. Bolaget ansvarar för Stockholms deltagande i indexet sedan 2016, vilket inkluderar att sammanställa data från både Miljöförvaltningen och SVOA under perioden mitten av maj till mitten av juli samt deltagande av GDS-index konferensen i Brugge i oktober.</p> <p>Under året har bolaget arbetat aktivt för att stärka hållbar utveckling, innovation och internationalisering i Stockholms näringsliv. Genom vårt arbete har vi skapat möjligheter för företag att växa och ta en aktiv roll i den gröna omställningen. Bolaget har under året samarbetat med Energi och Klimat-enheten på Miljöförvaltningen för att främja energieffektivisering. Ett seminarium för hotell- och restaurangbranschen arrangerades i september för att ge företag vägledning kring hur de kan minska sin miljöpåverkan genom energieffektivisering. Bolaget ansvarade för att bjuda in deltagare och hantera praktiska aspekter som lokalbokning, catering och anmälningar. Ett webinarium "sänk elräkningen" riktat mot restauranger och caféer genomfördes i november för att ge konkreta råd om hur elförbrukningen kan minskas. Bolaget hjälpte till med spridning och marknadsföring av evenemanget.</p> <p>TechArenan är en plattform för innovation och entreprenörskap och organiserar flera evenemang årligen med fokus på innovation, teknik,</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>entreprenörskap och hållbarhet. Bolaget medverkade i TechArenan på Friends Arena mellan 20-21 februari genom en monter och två sidoevents. Den första inriktades på den internationella marknaden med fokus på SpaceTech, medan den andra fokuserade på nordiskt samarbete kring Impact-investeringar och Impact-startups. TechArena Zero, ett evenemang skapat för att möta det växande behovet av hållbarhet och innovation, samlade 700 internationella och lokala beslutsfattare i Stockholm. Bolaget var samarbetspartner till TechArena Zero 2024 tillsammans med bland andra Svenska Institutet och Teknikföretagen och arrangerade två sidoevent: ett scenprogram och ett rundabordssamtal samt hade en dedikerad monterplats.</p> <p>Bolaget har fortsatt deltagit i ScaleCities, ett europeiskt nätverk som syftar till att skapa bättre förutsättningar för startups och scaleups att expandera till andra europeiska marknader. Under 2024 genomfördes ett gemensamt seminarium i samband med Bits & Pretzels innovations- och startupmessa i München.</p> <p>Bolaget har deltagit i EU-finansierade projekt som t.ex. projektet ACT (Advanced Chips Technologies)-Competence Center där syftet är att utveckla ACT för framtida behörighetskrav. Bolaget medverkar som in-kind partner fram till 2028/12/31. Projektet FOCUSE 2024-2026 undersöker hur cirkulära matsystem kan utvecklas i städer runtom i Europa. Projektet fokuserar på att hantera de utmaningar som uppstår vid övergången till mer hållbar, effektiv och motståndskraftig matproduktion och konsumtion i urbana miljöer. BSG-GO! är ett EU-</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>finansierat projekt inom den baltiska regionen med 14 projektpartners från 7 olika länder som syftar till att öka spelbranschens resiliens. Bolaget har fokuserat sina insatser på att brygga gapet mellan investerare och spelbolag, samt att bygga ett ekosystem kring hållbarhet inom spelbranschen. Under 2024 rekryterades fem ambassadörer från spelbranschen och två workshops genomfördes för att utveckla en modell för deras medverkan i projektet. Bolaget har även genomfört Sustainability Nexus Hybrid Conference, ett evenemang som syftar till att ena spelindustrin för en hållbar framtid.</p>
				<p>▶ Stimulera strategisk platsattraktion med fokus på prioriterade områden genom bland annat evenemang</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget säkerställde och genomförde flertalet aktiviteter kopplat till ABBAs firande av Waterloo 50 år den 6e april genom arrangemang av en hyllnings- och sing-alongkonsert i Kungsträdgården, musikprogram vid slottet, musik vid övergångsställen m.m. Bolaget aktiverade med olika medel stora delar av näringslivsaktörssystemet i staden att uppmärksamma hyllningen.</p> <p>I samtal med både nya och återkommande evenemangsarrangörer har bolaget under året fört flera diskussioner och utränt möjligheter till att förlägga evenemang och olika aktiveringar på prioriterade platser i staden.</p> <p>I samband med Taylor Swifts spelning i Stockholm 17-19 maj så gjorde bolaget en rad näringslivsfrämjande insatser, bla delades toolbox med färdig kommunikation, spellistor och kunskap om</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>fansen. Näringslivet bjöds in till träff och vi erbjöd löpande dialog med intressenter om hur de skulle kunna använda sig av bolagets arbetssätt City of supporters i syfte att ge ett gott värdskap i syfte att positionera Stockholm som en musikstad med möjlighet att ta emot stora evenemang under flera dagar.</p> <p>Inom gaming och esport har bolaget genomfört flera aktiveringar kopplat till främst VM i GeoGuessr i Stadshuset i september och DreamHack på Stockholmsmässan i november. Dels genom facilitering av dialog och möten i gamingaktörsystemet som bl a resulterat i pressvisningar och kommunikationsinsatser, genom studiebesök för olika evenemangs- och destinationsnätverk i samband med DreamHack samt genom platsaktiveringar på Stockholmsmässan och GameTown i Fatburen (i fastigheten och i området på Södermalm huserar världsledande gamingbolag och där tusentals människor arbetar med spelutveckling). Under stora delar av november månad utförde bolaget särskilda kommunikationsinsatser för att belysa Stockholms position som ledande Gaming-hub genom uttagen "Welcome to the city with a love for games" och "Boost your gaming energy".</p> <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 året identifierat ett antal nyckelaktörer kopplat till platsaktivering och plats utveckling och har startat en arbetsgrupp med dessa aktörer i syfte att samverka kring små och stora</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>evenemang i staden för att stärka Stockholms attraktionskraft</p> <p>Bolaget har även bjudit in kollegor i staden som har uppdrag kring platsaktivering till gemensamma inspirationsträffar i syfte att dela kunskap och att hitta samverkan.</p> <p>Bolaget har under året också deltagit i ett nystartat nätverk "Placemaking Sweden" i syfte att skapa, utveckla och förvalta levande platser utifrån placemaking som metod.</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>Uppdraget med nyföretagarrådgivningen i egen regi avslutades den 31 december 2024. Verksamheten övergår till Arbetsmarknadsförvaltningen från och med 2025.</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>Bolaget har under året arbetat kontinuerligt i Etableringsservice tillsammans med stadsledningskontoret, fastighetskontoret m.fl med att skapa etableringsförutsättningar som är anpassade till de kulturella och kreativa branschernas behov. Bland annat genom att stärka förutsättningar för film- och tv-produktion i Stockholm och arbete i enlighet med Stockholms stads strategi för nattklubbar och livescener som är en del i ett långsiktigt arbete för att göra Stockholm till en mer nattklubbs- och livescensvänlig stad.</p> <p>Bolaget har under året också kontinuerligt och proaktivt utvecklat</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>evenemangsdatan som samlar de evenemang som sker i Stockholm och kommuniceras till de som besöker, bor och verkar i staden.</p> <p>Evenemangsdatan har som syfte att främja platsaktivering för näring och att stärka Stockholms attraktionskraft. Bolaget har därtill gjort flertalet företagsbesök i besöksnäringen för att utbilda och bistå i värdskapet inför högsäsong.</p> <p>Bolaget har under året också identifierat och fört dialog med fler internationella kulturevenemang/rättigheter och lokala kulturinstitutioner med syfte att få nya kulturevenemang till Stockholm. Under året har etableringsservice haft regelbundna möten med kultur- och evenemangslötsen som stärker de kreativa och kulturella näringarna samt deltagit i "Starta Eget" möte i Rinkeby.</p> <p>I oktober arrangerade bolaget entreprenörskapsinsatsen The Biznizz i samarbete med Värmeverket. Syftet med eventet var att inspirera unga vuxna att starta företag inom främst kulturella och kreativa branscher. Programmet erbjöd kunskap och inspiration från etablerade kreatörer/entreprenörer samt drop-in rådgivning från Starta eget Stockholm. Ca 120 personer deltog.</p>
	<p> Antal företag i Stockholm</p> <p>Analys</p> <p>Vid utgången av 2024 fanns 208 665 registrerade bolag i Stockholms stad. Den generellt svaga ekonomin har minskat takten i antal nystartade bolag relativt omfattande under året. Årsmålet 210 500 nåddes därför ej.</p>	208 665	210 500	
	<p> Antal tillhandahållna</p>	130	130 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>platser för feriejobb</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget, i samarbete med arbetsmarknadsförvaltningen, genomfört en pilot där ett antal platser för feriejobb hos aktörer i besöksnäringen upphandlades. Syftet var att erbjuda feriejobb inom besöksnäringen som efter avslutad arbetsperiod kunde leda till fortsatt anställning som timanställd under studietiden eller till mer omfattande anställningar.</p> <p>Feriearbete erbjuder ungdomar deras första sommarjobb och ger en viktig introduktion till arbetslivet. Genom denna satsning fick ungdomar möjlighet att prova olika arbetsplatser samt hitta konkreta vägar in i en framtida karriär inom besöksnäringen. Initiativet, som omfattar upphandlingar för åren 2024 och 2025, har visat på god potential att både stärka besöksnäringen och bredda ungdomars arbetslivserfarenheter.</p>			
	<p>  Antal tillhandahållna platser för Stockholmsjobb</p> <p>Analys</p>	0	0 st	
	<p>  Arbetskraftsbrist i Stockholm (andel vakanser av antalet anställda)</p> <p>Analys</p> <p>Sedan kvartal 2 2024 ersätter SCB "Konjunkturstatistik över vakanser (KV)", som indikatorn har baserats på med "Lediga jobb och rekryteringsbehov". Det påverkar möjligheten till historiska jämförelser. SCB skriver:</p> <p><i>"Det föreligger stora skillnader mellan undersökningsdesignen i LOR och den som användes i KV...Skillnaderna bedöms vara så stora att försiktighet bör iakttas vid jämförelser över tid"</i></p>	1,1	1,25	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	<p>För 2024 finns således endast statistik för kvartal: 1,1. Utifrån detta blir en analys av helåret 2024 omöjlig. Konjunkturen har försvagats, vilket minskat efterfrågan på arbetskraft generellt. Samtidigt uppger många arbetsgivare att det är svårt att hitta rätt kompetens.</p>			
	<p>  Näringslivets nöjdhet vid kontakter med staden som myndighet</p> <p>Analys</p> <p>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 områdena Miljö- och hälsoskydd (76), Livsmedelskontroll (78) och Serveringstillstånd (76) har högt betyg.</p> <p>NKI för samtliga myndighetsområden inom Stockholm Business Alliance (55 kommuner) är lika högt betyg som föregående år (76).</p>	72	73	
	<p>  Tillväxt i den privata sektorn i Stockholms stad (lönesumma)</p> <p>Analys</p> <p>Vid rapporteringstillfället fanns data tillgänglig fram till och med Q3 2024. Då hade lönesumman i löpande priser ökat med 3,2%, jämfört med samma period året innan. En bedömning är därför att lönesumman för helåret 2024 kommer landa under målet på 4%.</p> <p>Lönesumman är beroende av hur många som är i arbete och lönenivån. Arbetslösheten har under året ökat och löneförhöjningarna har generellt inte ökat i takt med</p>	3,2 %	4 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	t.ex. inflationen. En naturlig följd är att lönesumman ökar mindre än det historiska genomsnittet.			
	 Ökning av antalet arbetsplatser i ytterstaden Analys Antal arbetsplatser i ytterstaden baserat på den förvärvsarbetande dagbefolkningen minskade med -1,5% 2024, jämfört med föregående år. Den svaga konjunkturutvecklingen har minskat sysselsättningen i Sverige och Stockholm generellt, detta drabbar även ytterstaden. Antalet arbetsplatser ökar i Farsta men minskar i övriga stadsdelar i ytterstaden.	-1,5 %	2 %	
				  Kommunstyrelsen ska i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, exploateringsnämnden, kulturnämnden, miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafikinämnden, utbildningsnämnden och Stockholm Business Region AB se över och revidera stadens näringslivspolicy samt ta fram en bilaga till näringslivspolicyn med en etableringsstrategi för Stockholm Analys 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.
				  Kommunstyrelsen ska i samarbete med Stockholm

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				Business Region och stadsdelsnämnderna arbeta uppsökande mot lokalt näringsliv utifrån stadens fokusområden och i city Analys
				 Stockholm Business Region ska i samråd med kommunstyrelsen utveckla redovisning av effekter på genomförda aktiviteter och medlemskap i Stockholm Business Alliance Analys En analys av SBA-samarbetet har genomförts under under året. 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.
				 Stockholm Business Region ska utreda möjligheten att i högre grad stötta befintliga småföretag i särskilt konjunktur känsliga branscher, exempelvis genom att utveckla ett Stay up-program Analys Bolaget samverkar löpande med Almi Stockholm som ger kostnadsfri rådgivning till alla företag med upp till 250 anställda i Stockholm. Under året har bolaget haft dialog med Almi för att säkerställa att befintliga småföretag får det stöd de behöver, inte minst företag i konjunktur känsliga branscher i behov av ekonomisk rådgivning. Utöver Almis erbjudande om gratis rådgivning till små- och medelstora företag i

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				Stockholm har de därtill genomfört öppna workshopserier inom området inom bland annat ekonomisk planering. Bolaget har även genomfört en större insats tillsammans med Almi för att tillgängliggöra och informera om olika typer av finansiering. Funding day lockade 200 företag och gav information och kontakter för de företag i behov av kortsiktig och långsiktig finansiering.



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

Under året har bolaget arbetat för att effektivisera kommunikationen kring Fokus Järva genom olika initiativ. I digitala kanaler har Kista lyfts fram som innovationskluster, med fokus på exempelvis Open House Stockholm och världens första AI-väggmålning. Bolaget har också kommunicerat satsningar på Jan Stenbecks torg och Kista som ett ledande ICT-kluster.

I samband med företagsbesök i Järva kommunicerade bolaget via nyhetsbrevet Fokus Järva och informerade om pilotprojekt för nyföretagarrådgivning i Husby och Kista samt Tekniska museets etablering i Tensta. Bolaget har också arbetat med att positionera Kista internationellt i samarbete med näringslivet och andra aktörer.

Arbetet med att säkerställa feriejobb för ungdomar i Järva har resulterat i att 23 ungdomar rekryterats till sommarjobb inom besöksnäringen.

Bolaget har deltagit i de operativa styrgruppsmötena för Fokus Järva samt genomfört insatser tillsammans med bland andra Järva stadsdelsförvaltning, Kista Science City, Vasakronan, Svenska Bostäder och Kulturförvaltningen med fokus på aktiviteter och verksamhet som bidrar till att öka den globala attraktionskraften i Kista. Bolaget har också deltagit i ett stadsinternt pilotprojekt kring digitala tvillingar med Kista som testområde för utvecklad platsaktivering.

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>Under året har flera initiativ lyfts för att bidra till effektiv och stärkt kommunikation om Järva. Bolaget har löpande kommunicerat Kista som modernt</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>innovationsdistrikt i digitala kanaler, bland annat med Open House Stockholm, världens första AI-väggmålning, kommande satsningar för att göra Jan Stenbecks torg till en mer levande och trygg plats samt Kistas styrkor som ledande ICT-kluster, lokalt och internationellt.</p> <p>I samband med de närmare 100 företagsbesöken i området kommunicerade bolaget i nyhetsbrevet Fokus Järva. Till företagsbesöken informerade bolaget om stadens olika tjänster och erbjudanden. Vidare har ett pilotprojekt med fysisk nyföretaganderådgivning på plats i Husby och Kista, lotsningen av Tekniska museets nya etablering i Tensta, samt Kista start up day kommunicerats.</p> <p>Arbetet för att erbjuda feriejobb har pågått under året och bolaget har marknadsfört och erbjudit platser riktat till ytterstadsområden, i samarbete med upphandlade aktörer från besöksnäringen, vilket bland annat resulterade i att 23 ungdomar från Järva erbjöds platser.</p> <p>Bolaget har även deltagit i ett stadsinternt projekt om att använda Kista som ett pilotområde för en digital tvilling som bland annat kan bidra till att aktivera platser och byggnader med temporära evenemang.</p>

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







Stadens liksom bolagets 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. 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 dotterbolagets 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. Flytten till nya lokaler i Tekniska Nämndhuset har gett en bättre arbetsmiljö och bättre förutsättningar för verksamheten.

Arbetet med att genomföra övergången och bygga grunden för det nya Stockholm Business Region har skett i tät dialog med alla medarbetare och chefer. En samverkansorganisation med ett tvärsektorieellt arbetssätt tar vara på resurser och kompetenser och skapar förutsättningar för bolaget att ännu bättre möta förväntningar och krav från verksamhetens prioriterade målgrupper.

Bolaget har under början av året anställt en HR-ansvarig i syfte att stärka bolagets förmåga att skapa en god arbetsmiljö. Bolaget är nu ett arbetsställe med över femtio arbetstagare regelbundet sysselsatta och har därför bildat en ny arbetsmiljögrupp. Gruppen träffas för att diskutera och förbättra arbetsmiljön och består av representanter från varje avdelning. Uppgiften är att delta och planera i arbetsmiljöarbetet. Arbetsmiljölagen fastslår vilka frågor en arbetsmiljögrupp ska hantera.

Som stöd för det systematiska arbetsmiljöarbetet har bolaget beslutat att påbörja en implementering av ett systemstöd under 2025.

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	2,8 %	3 %	
	 Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	0,8 %	2 %	
				 Periodisk genomgång av behörigheter i ekonomisystemet har







Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				genomförts Analys Genomgång av behörigheter i ekonomisystemet genomförs inför bokslutet, och har genomförts under hösten.

3.5 Hög beredskap och stark rådighet ska råda i alla verksamhetsområden



Bolaget har deltagit 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 året har en ny krisledningsorganisation tagits fram och en krisledningsövning har genomförts under våren.



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 står till sektorsorganisationens förfogande samt har genomfört en årlig översyn av krigsorganisation. Krisledningsövningen är genomförd samt så har bolaget utvecklat digitala hjälpmedel för att säkerställa att medarbetarna är i säkerhet vid större händelser.
	  Andel upphandlade avtal där kontinuerlig uppföljning genomförts Analys	100 %	100 %	
	  Genomförda åtgärder inom risk- och	100 %	100 %	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	sårbarhetsanalys Analys			

3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser

Bolaget har sett över informationen kring inköp och avtal samt genomfört åtgärder för att förbättra informationen och förtydligat avtalsprocessen, med syfte att stärka bolagets förmåga till uppföljning. Förbättrad förmåga till uppföljning är en central del i arbetet med att förebygga välfärdsbrottslighet, arbetet kommer även fortsätta under nästkommande år.

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.</p> <p>Analys</p> <p>Bolagets policys och program ses kontinuerligt över och vid behov genomförs uppdateringar. En uppdatering av policy för mutor och jäv har initierats och kommer vara klar under nästkommande år.</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</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har bidragit med kunskapsunderlag till flertalet både interna och externa aktörer samt stödjer kommunstyrelsen i dialogen med relevanta 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
				Analys Förtydligandet av ansvar kopplat till avtalsuppföljning bidrar till att stärka uppföljningen och stävja välfärdsbrottslighet kopplat till externa leverantörer. Automatisk kontroll sker vid leveransupplägg.

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

Under året 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 stärkt stadens internationella konkurrenskraft och ökat kännedomen om Stockholm som en etablerad världsstad.

Bolaget har även bidragit till den nya strategin för varumärket Sverige som leds av Svenska Institutet. Bolagets vice VD deltar i en mindre, rådgivande och beslutsfattande grupp – ett nationellt råd för varumärket Sverige – som ansvarar för den långsiktiga förvaltningen och de strategiska vägvalen. Strategin lanseras i mars 2025 och ska fungera som ett verktyg för alla som arbetar med att kommunicera Sverige i utlandet.

Stockholm arbetar strategiskt för att stärka sin position som internationell världsstad genom samverkan och gemensamma satsningar. Initiativet "Stockholm - City of Supporters" främjar aktiveringskultur och gemensamt värdskap vid stora evenemang, med stöd av material och utbildning. Exempelvis aktiverades lokala aktörer inför Taylor Swifts konserter genom föreläsningar och kommunikationsverktyg. Arbetet inkluderar utveckling av Stockholms identitet och varumärke via behovsanalys, workshops och dialog i nätverk. Utbildningar riktade till besöksnäringen och akademien stärker kompetensen kring kongresser och stora möten.

Medieintresset för Stockholm har varit mycket stort under 2024 och bolaget har tagit emot och arrangerat program för över 250 journalister och 55 influencers. Pressbesöken har gett genoslag i flera stora dagstidningar, resemagasin och Tv-kanaler i t.ex. Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Finland och USA. Den nya vandringsleden Stockholm Archipelago Trail, som invigdes den 8 november, fick enormt stor uppmärksamhet i samband med att naturmagasinet National Geographic utsåg leden till en av världens 25 bästa destinationer att besöka 2025. Bolaget har även arbetat strategiskt med pressbearbetning och pressmeddelanden vilket har resulterat i närmare 100 genomslag i internationell, nationell och lokal press samt rörlig media.

Bolaget har genomfört flera större satsningar för att ta tillvara på stora evenemang i staden och marknadsföra Stockholm internationellt. Stockholm har stått värd för över 90 stora internationella och nationella musikevenemang under 2024. Bland annat genomfördes ett fysiskt event i City och en digital internationell kampanj i samband med firandet av Waterloo 50 år och ABBAs vinst i Eurovision Song Contest 1974. Ett annat exempel var kommunikations- och marknadsföringskonceptet "Welcome to Swiftholm" som bolaget tog fram och lanserade, i nära samarbete med det lokala näringslivet, i samband

med Taylor Swifts tre konserter på Strawberry Arena i maj 2024, med syfte att skapa ett gemensamt värdskap och välkomna besökarna till Stockholm.

Det resulterade i tusentals nyhetsartiklar och inlägg i sociala medier om Stockholm till ett uppskattat annonsvärde om cirka 200 miljoner kronor, bara under turné-veckan, inlägg från Taylor Swift där hon hyllade Stockholm, samt fantastiska turistekonomiska effekter. Mätningar visade att lyckan hos medborgarna höjdes i samband med att Stockholm var en världsstad. Sammantaget visar detta att stora evenemang stärker Stockholms internationella status, driver turism och skapar positiva sociala effekter, såsom ökad lycka och gemenskap bland stockholmarna

Bolagets datadrivna arbetssätt och utvecklingsarbete av budskap och varumärkesplattform för stärkt kommunikation och marknadsföring, riktat till samtliga målgrupper, har gett mycket gott resultat. Antalet besök på bolagets webbplats visitstockholm.se har ökat med cirka 48 procent under januari-november, jämfört med föregående år, och på webbplatsen visitstockholm.com var ökningen 23 procent. Denna kanal riktar sig även till potentiella talanger, en målgrupp som under perioden ökade med 33 procent jämfört med samma period föregående år.

Webboptimering och evenemangsdatabas har utvecklats för att bättre möta målgruppers behov och underlätta paketering och merförsäljning via öppna API:er. Bolaget ingår bland annat i ett nationellt projekt som leds av Visit Sweden i samarbete med ett antal regioner och destinationer.

Bolaget har stärkt sitt analys- och omvärldsarbete genom att bland annat använda framtidsscenarios som verktyg för en långsiktig strategisk planering och utveckling av besöksdestinationen Stockholm. Arbetet har genomförts i nära samarbete med Tillväxtverket och Visit Sweden tillsammans med ett antal destinationsorganisationer och aktörer i svensk besöksnäringen med syfte att från nationellt håll arbeta proaktivt för en innovativ, attraktiv och hållbar besöksnäring.

Ett arbete har initierats under året för att stärka Stockholm som har stor potential att bli en ännu viktigare destination och mötesplats för modeindustrin tillsammans med Stockholm Fashion District och Association of Swedish Fashion Brands (AFSFB) och att utveckla modemässan Stockholm Fashion Show. Bolagets vice VD ingår i AFSFB:s styrelse sedan hösten 2024.





Bolaget leder samverkansprojektet Stockholm Archipelago (StA) tillsammans med skärgårdskommunerna, Region Stockholm och andra aktörer för att utveckla Stockholms skärgård som en starkare besöksdestination året runt. Under året har bolaget deltagit på internationella mässor och genomfört styrgruppsmöten, platsbesök och evenemang för att marknadsföra skärgården. Fokus har legat på att marknadsföra "The Magic Season" (augusti-november) samt samarbeten med hotell och researrangörer.

StA driver även projektet Stockholm Archipelago Trail (SAT) med insatser och investeringar för att utveckla en vandringsled längs 21 av skärgårdens öar, vilket förlänger besökssäsongen och skapar hållbara förutsättningar för turism. Leden invigdes i november och har fått stor internationell uppmärksamhet. StA är också delaktigt i Interreg-projektet "Light in the Dark Season", tillsammans med skärgårdar och kustlandskap i Åland, Finland, Estland, Lettland och Litauen, som syftar till att utveckla hållbar turism i norra Östersjöregionen året runt och öka attraktiviteten att besöka området under lågsäsong.


För att stärka kryssningsturismen har bolaget genomfört möten med fokus på hållbarhet och samverkan, inklusive värdskap för Cruise Europes årliga möte där bolaget tillsammans med aktörer inom kryssning och besöksnäring visade upp Stockholms utbud för att attrahera fler kryssningsfartyg till Östersjöregionen.

Bolaget driver Mästerskapsprojektet inför Ishockey-VM för herrar 2025 och stärker Stockholm som evenemangsstad genom bred samverkan. Årets insatser fokuserar på att skapa långsiktiga samhällseffekter och utveckling av stadens kärnverksamheter, exempelvis integration genom entreprenörskap, aktiviteter på isytor, samt kultur- och fritidsprogram. Legacy-projekten "Fler på is" och "Fler på läktaren" lanserades för att främja barns fysiska aktivitet och skapa inkluderande evenemangskultur. Aktivitetsplaner har också utvecklats, som aktivering av Medborgarplatsen under mästerskapet.

Värdskapet har förstärkts ytterligare med bland annat 20 nya turistguider som auktoriserades i april efter att ha avklarat en 6 månaders guideutbildning under 2023-2024 via Travel Education Center (TEC) i samverkan med bolaget. Bolaget har utfärdat guidelegitimationer till de auktoriserade turistguiderna. I augusti påbörjades TECs guideutbildning för 2024-2025 med 23 kursdeltagare som kommer att auktoriseras i slutet av mars 2025.

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 om 15,6 miljoner kommersiella gästnätter i Stockholms län bedöms ej uppnås. Tillväxttakten för de kommersiella gästnätterna i Stockholms län för perioden januari-november är lägre än förväntat, på grund av svagt konjunkturläge och ökad oro i omvärlden. Bolaget uppskattar att antalet gästnätter för helåret 2024 kommer att öka med cirka 1,5 procent till totalt cirka 15,3 miljoner. Detta innebär att antalet gästnätter kommer att tangera det tidigare rekordåret 2019, dvs innan pandemin, då antalet gästnätter uppgick till 15,3 miljoner.	15,4	15,6 miljoner	
				 Genom samverkansprojektet Stockholm Archipelago utveckla Stockholm som besöksdestination Analys 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

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>besöksdestinationen Stockholm. Bolaget har under året genomfört flera styrgruppsmöten med representanter från samtliga projektparter. StA har även haft löpande dialog och samverkan med företag och organisationer i Skärgåden för att utveckla värdskapet och erbjuda marknadsföringsmaterial om Stockholm och om Stockholms skärgård. I mars genomförde bolaget den årliga Stockholm Archipelago-dagen med tema internationalisering som samlade cirka 75 deltagare från företag och kommuner i Stockholmsregionen.</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 båtlinjen Nord-Sydlinjens sträckning, från Arholma i norr till Landsort i söder, 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. Arbetet har gått enligt plan och den nya 27 mil långa vandringsleden på 21 öar invigdes den 8 november. SAT har fått enormt stor uppmärksamhet internationellt och bland annat utsetts av National Geographic till en av världens 25 bästa destinationer att besöka 2025! Även den digitala infrastrukturen har arbetats fram och webbplatsen stockholmarchipelagotrail.com har lanserats.</p> <p>Under året har StA deltagit i flertal partnermöten 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. Bolaget har under året stärkt projektorganisationen genom tre</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>olika projektanställningar för projekt- och processledning samt konceptutveckling.</p> <p>StA har vidare deltagit i ett flertal insatser som Region Stockholm leder och samordnar kring utveckling av besöksnäring och turism i Skärgården b.la. Regionala Skärgårdsrådet, arbetsmöten kring säsongsförlängning på Sandhamn, projekt Besökskraft</p> <p>Stockholmsregionen samt dialog och möten med Trafikförvaltningen angående behovet av sjötrafik. Bolaget har också samordnat möten med Naturturismföretagen och Region Stockholm.</p> <p>Bolaget har under året deltagit på ett antal mässor och mötesplatser för att marknadsföra Stockholm och skärgården b.la. på ITB Berlin, en av världens största turismmässor samt på Nordic Workshop i Hamburg och Swedish Workshop i London.</p> <p>Tillsammans med Skärgårdsstiftelsen har bolaget löpande arbetat med den tvååriga satsningen på en gemensam redaktion för marknadsföring via SoMe och Explore Archipelago. Under året har arbetet fokuserat på "The Magic Season", dvs. perioden augusti-november, riktat till press, media och researrangörer. Ett flertal visningsresor med utländska journalister har genomförts. StA deltog också på Almedalsveckan i Visby tillsammans med Skärgårdsstiftelsen med fokus på hållbar sjöfart i Östersjön.</p> <p>Med syfte att stärka samarbetet i besöksnäringen och öka kännedomen om Stockholms skärgård genomförde bolaget för fjärde gången den årliga visningsresan för frontdeskpersonal från utvalda Stockholmshotell. Temat var Aktiviteter i skärgården.</p>
				<p> Löpande utföra uppföljning samt utveckling av bolagets marknadsföringsinsatser inom evenemang där även hållbarhetsperspektivet beaktas.</p> <p>Analys</p> <p>Under året har bolaget handlagt ett antal ansökningar från evenemangsarrangörer gällande marknadsföringsinsatser i evenemang. Bolaget har drivit ett</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>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 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 januari ledde bolaget en utbildning för målgruppen akademi och besöksnäring som syftade till att få besöksnäringen att bättre förstå kongressaffären, hur och på vilket sätt vi säljer in Stockholm och att förstå akademins perspektiv varför de tar på sig ett värdskap av ett stort möte. Under pandemiåren lämnade många branschen och bolaget har sett behovet av att säkerställa kompetensen kring denna typ av affär, då dessa är viktiga för aktörerna och för Stockholm.</p> <p>För att säkerställa mottagarkapaciteten samt ett gott värdskap och hållbarhet gällande kryssningsanlöp arrangerade bolaget i mars, tillsammans med Stockholms Hamnar en träff för alla som är involverade när fartygen kommer till Stockholm. Med på mötet var dels aktörer som anlitas av rederierna för allt det praktiska kopplat till anlöpen, dels aktörer som är involverade på olika nivåer, bl a Swedavia.</p> <p>I maj stod Stockholms Hamnar och SBR 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. Stor del av konferensen ägnades åt att</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>prata hållbarhet inom kryssningssegmentet. Tillsammans med lokala aktörer inom kryssning och besöksnäring fick bolaget också möjlighet att visa upp vad Stockholm har att erbjuda de internationella rederierna, med hållbarhet i fokus.</p> <p>För att säkerställa en bra affär för hotellen under stora kongresser har SBR börja samla de större aktörerna i samband med stora så kallade biddar för kongresser. Bolaget bjöd in till ett möte med Interplan, en tyskmötesarrangör, inför den stora kongressen EHA (Hematologi) i juni 2026.</p> <p>Bolaget har startat ett nytt forum med näringen som är kopplade till Internationella kongresser & Stora möten. Mötet planeras att genomföras 2 ggr per år – där bolaget erbjuder en plattform för nätverkande och omvärldsbevakning kopplat till stadens större mötesanläggningar samt PCO:er (kongressbyråer).</p> <p>Vidare har SBR fört dialog med de olika lärosätena för att skapa medvetenhet kring bolagets funktion när man vill ta hem ett möte till Stockholm och för att lyfta den "StockholmCongress Guide" som finns att ta till hjälp. Bl a har bolaget besökt KTHs Kommunikationsavdelning (Kongresser och möten) samt representanter från de olika service centers som finns på KTH. "Stockholm Congress Guide".</p> <p>Bolaget har under året deltagit aktivt i det EU-finansierade Interreg-projektet TAAS - Tourism as a service som Stockholms stad ingår i tillsammans med partners från åtta europeiska länder. Projektet leds av Miljöförvaltningen med fokus på att utveckla hållbar turism och att tillsammans med näringslivet accelerera den gröna omställningen i besöksnäringen.</p> <p>Bolaget har stärkt sitt analys- och omvärldsarbete genom att bland annat använda framtidsscenarios som verktyg för en långsiktig strategisk planering och utveckling av besöksdestinationen Stockholm. Arbetet har genomförts i nära samarbete med Tillväxtverket och Visit Sweden tillsammans med ett antal destinationsorganisationer och aktörer i svensk besöksnäring.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Ett arbete har initierats under året för att stärka Stockholm som har stor potential att bli en ännu viktigare destination och mötesplats för modeindustrin tillsammans med Stockholm Fashion District och Association of Swedish Fashion Brands och att utveckla modemässan Stockholm Fashion Show. Bolagets vice VD ingår i ASFB:s styrelse sedan hösten 2024.</p> <p>Värdskapet har förstärkts med ytterligare 20 turistguider som auktoriserades i april efter att ha avklarat en 6 månaders guideutbildning under 2023-2024 via Travel Education Center (TEC) i samverkan med bolaget. Bolaget har utfärdat guidelegitimationer till de auktoriserade turistguiderna.</p> <p>Bolaget har medverkat i ett antal externa sammanhang gällande t.ex. hållbar utveckling av Djurgården och av Stockholm som besöksdestination på medlemsmöten samt styrgruppsmöten i Kungliga Djurgårdens Intressenter (KDI) tillsammans med aktörerna på Djurgården.</p> <p>Under året har ett antal studiebesök genomförts bland annat av Stadshusets veteranförening med före detta stadsfullmäktigeledamöter och kommunfullmäktiges ordförande, Nackas kommunledning, Norrköpings kommunledning, näringslivschefer från Huddinge, Nacka och Sollentuna kommun med fokus på det gemensamma SBA-arbetet. Bolaget har även tagit emot studiebesök från Region Gävleborg, Visit Värmland, Visit Oslo, Business Region Göteborg, Göteborg & Co samt Got Event. Bolaget har genomfört studiebesök i Göteborg med fokus på Life Science. I samband med det genomfördes även ett Storstadsmöte med Göteborg och Malmö.</p> <p>Bolaget medverkade under året som partner för projekt Besökskraft Stockholmsregionen Steg 2 som leds av Tillväxtenheten, Region Stockholm t.o.m. oktober 2026. Projektet ska bygga upp strategiska samverkansforum mellan aktörer i Stockholmsregionen, stötta branschens behov av strategisk</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>kompetensförsörjning för breddad rekrytering, starta upp ett kompetensråd för de kulturella och kreativa näringarna/branscherna. Bland annat har ett nytt strategiskt nätverk med tjänstepersoner från kommuner och kommunala destinationsbolag i Stockholms län startats och en första träff genomförts med syfte att utbyta erfarenheter och utveckla hållbar turism och växande besöksnäring. I projektet ingår även Kulturförvaltningen från Region Stockholm, Almi Stockholm, Visita Stockholm (besöksnäringens bransch- och arbetsgivarorganisation), Stockholms Handelskammare, Arbetsmarknadsförvaltningen Stockholms stad, Stockholm Live och Länsstyrelsen Stockholm. Bolaget har också föreslagit Tekniska museet från Stockholms stad som Region Stockholm och styrgruppen i Besökskraft beslutade och nominerade som Stockholms läns kandidat till Stora Turismpriset 2024. Priset är nationellt och går till en organisation som arbetar med sin verksamhet på ett innovativt och hållbart sätt samt delar med sig av kunskap för att utveckla en hållbar besöksnäring. Priset delades ut för 31:a året i rad och årets vinnare blev Tiraholms Fisk från Halland som hyllas för sin innovativa verksamhet med fisken i centrum.</p> <p>Bolaget har medverkat i en rad samtal och paneler i syfte att stärka regionens innovationsförmåga. Bland annat har bolaget medverkat i seminariet "Ett tryggare Stockholm city" för att bidra med perspektiv om hur trygghet och trivsel kan stärkas på många platser i city. Bolaget har även medverkat i Stockholmsregionens näringslivschefer – dialogmöte kring Visionen i RUF5 2050 för att resonera om aktuellt och kommande behov av samarbete.</p> <p>SBR har under året medverkat i stadens arbete med att etablera ett systematiskt klimatarbete kring hållbara evenemang och möten baserat på stadens guide för hållbara evenemang. Bolaget har vidare under året medverkat i det stadeninterna nätverket för hållbarhet vid evenemang och möten. Bolaget har även medverkat i den stadsinterna</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Samverkansgrupp kring världsarvet Skogskyrkogården som leds av Kyrkogårdsförvaltningen och Stadsmuseet med syfte att utveckla hållbara besök.</p> <p>Bolaget har regelbundet anordnat träffar för restaurangnätverket och evenemangsarrangörnätverket i syfte att stärka innovation och hållbar utveckling för besöksdestinationen kopplat till gastronomi och evenemang.</p> <p>SBR har även haft löpande dialog och möten med stadens tillståndsnätverk där bolaget faciliterar och sammankallar till mötena i syfte att destinationen och dess aktörer ska fungera vid stora komplexa evenemang i staden.</p> <p>SBR har även initierat ett mindre nätverk för långsiktig trafikplanering inför stora evenemang och kongresser tillsammans med trafikoperatörer, Trafikverket och Trafikförvaltningen. Bolaget har också bidragit i arbetet med säkerhetsutbildning kopplat till evenemang på stadsövergripande nivå där bolaget medverkar i styrgruppen.</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 Insight. Ett flertal 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 fördjupat samverkan med Göteborgsregionen samt Göteborg & Co i syfte att öka erfarenhetsutbyte kring evenemangsarbetet samt utveckla regionernas medverkan vid nationella samtal och erfarenhetsutbyten.</p> <p>Bolaget har deltagit på Svenska Destinationsdagarna i Helsingborg den 11-12 april. Ett nytt årligt forum för kommuner och destinationsbolag genomfört av de</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>tre nationella nätverken; SNDMO (Swedish Network of Destination Management Organisations), SNED (Swedish Network of Event Destinations) och SNCVB (Swedish Network of Convention Bureaus) som samlade cirka 200 deltagare från hela Sverige. Ett forum för erfarenhetsutbyte, omvärldsbevakning, nätverkande och inspiration. Bolagets tillförordnade VD medverkade i programmet och talade om "Framtidens organisation och uppdrag". Programmet innehöll även seminarier som bland annat handlade om Sveriges framtid som besöksland, Evenemang som stärker Sverigebilden och Data Driven Destinationsutveckling.</p> <p>Bolaget har under perioden medverkat till och i konferensen GSTC2024, internationell konferens för hållbar turism som Global Sustainable Tourism Council genomförde i Stockholm med cirka 470 deltagare på Kungliga Djurgården. Syftet med konferensen är att öka kunskapen om och inspirera svensk turism- och besöksnäring till ett mer medvetet resande och hur verksamheter kan anpassa sig till att agera klimat- och miljösmart samt engagera besökare, invånare och företag i det lokala samhället, för att långsiktigt stärka besöksnäringens konkurrenskraft, samt skapa internationell uppmärksamhet för Sverige som hållbart resmål.</p> <p>I syfte att öka kunskapen om besöksnäringen och dess förutsättningar i andra regioner har bolaget genomfört dialogmöte med Visit Oslo samt medverkat i erfarenhetsutbyte inom nätverket City Destination Alliance.</p> <p>Bolaget har under året fortsatt arbeta med att strategiskt kartlägga evenemang för värvning under perioden 2025-2030 som stärker stadens attraktionskraft. Möten och lotsningar har genomförts med både nya och återkommande arrangörer.</p> <p>Sedan Svenska e-sportförbundet godkändes som medlem i Riksidrottsförbundet 2023 ser bolaget än större möjligheter att framåt arbeta för fler e-sportevenemang i Stockholm - också i takt med att olika</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>evenemang inom denna kategori knyts till större städer. Bolaget har under året fört dialog och deltagit i ett advisory board för svenska e-sport förbundet samt stått värd för förbundets toppmöte tillsammans med delar av näringslivet.</p> <p>Under året har bolaget arbetat med inkomna ansökningar och beslutat om marknadsföringsinsatser till ett tjugotal evenemang som stärker Stockholms internationella position som besöksdestination och evenemangstad.</p> <p>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 under året fortsatt.</p> <p>Vidare har bolaget 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 och rapporten i sin helhet presenterades på ett större seminarium som bolaget arrangerade på Södra Teatern i september. Rapporten har även presenterats på ett flertal möten och forum bland annat på den årliga stadsinterna Evenemangsdag som stadsledningskontoret arrangerar varje höst.</p> <p>Bolaget har även medverkat på olika mötesplatser både internationellt och nationellt. Bland annat på Nordic Event Host Meeting i Oslo med syfte att knyta kontakter med destinationsbolag i norden för kunskaps- och erfarenhetsutbyte, på SportAccord Convention (världens ledande konferens för idrottsförbund) i Birmingham med syftet att knyta kontakter med relevanta idrottsförbund för potentiella evenemang i Stockholm samt nätverka med övriga nordiska destinationerna på plats. Bolaget har även medverkat på Riksidrottsförbundets mötesplats Idrott & Destination i Uppsala i syfte att värva fler evenemang till Stockholm. Bolaget har vidare genomfört nätverksträffar för arrangörer av stora återkommande</p>



Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>evenemang i Stockholm.</p> <p>Vidare har B2B kommunikation skett löpande i SoMe kanaler genom inlägg där bolaget lyfter Stockholm som evenemangsstad. Vidare vid fyra tillfällen om året skickar bolaget ut ett nyhetsbrev gentemot Travel Trade (internationellt reseled) med fokus på det som händer i Stockholm - nyheter, inspiration, evenemang och transportörer. Antal mottagare är ca 600 personer. Evenemangen spelar en stor roll i allt vi kommunicerar till internationellt reseled.</p> <p>Vidare har bolaget skickat ut nyhetsbrevet "What's On Stockholm" under 12 tillfällen till ca 850 mottagare, med tips om Stockholms utbud. 3 st utskick har vidare gjorts under året till 550 auktoriserade guider för att synliggöra Stockholms attraktioner och samarbeten. Ett postutskick till 250 mottagare har gjorts till utvalda hotell. Bolaget har genom utskicken säkerställt att prioriterade evenemang inkluderas i nyhetsbrevet och genom att lyfta evenemangen kan staden locka fler besökare, främja det lokala näringslivet samt skapa lokal stolthet och engagemang.</p> <p>Kunskapsunderlaget "Det viktiga värdskapet" har uppdaterats med bland annat nya siffror från undersökningen "Resa i Sverige 2023" i syfte att höja kunskapsnivå hos front desk målgruppen.</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>Stockholm är en internationell världsstad och för att fortsätta positionera staden har bolaget arbetat strategiskt med att ta fram befintliga strukturer i positioneringsarbetet och värdskapsarbetet. När det lokala näringslivet, stadens arrangörer och medborgare gemensamt erbjuder besökare ett genuint värdskap då axlar vi upp och fortsätter vara den starka internationella världsstaden.</p> <p>Under året har bolaget anordnat gemensamma utbildningsträffar för</p>





Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>näringsliv, förvaltningar och bolag inom Stockholms stad samt för arrangörer. Seminarier och näringslivsträffar på olika tematiska områden har genomförts och konceptet City of Supporters har vidareutvecklats.</p> <p>Bolaget har initierat kampanjinsatser med internationella och lokala aktörer för att sprida och stärka musikåret 2024 och Stockholms position som kreativ musik hub.</p> <p>Samverkan med besöksnäringen har gett mycket positiva resultat, som t ex marknadsförings- och kommunikationsstrategin "Welcome to Swifholm" som togs ut fysiskt i staden och digitalt, vilket ledde till över 200 miljoner kronor i ungefärligt annonsvärde bara under en turnéveckan, 848 miljoner kronor i turistekonomiska effekter med fullbelagda hotell, samt lyckligare medborgare i staden. Inför Taylor Swift-konserterna bjöd bolaget in företag och aktörer i besöksnäringen till en föreläsning i syfte att öka kunskapen om målgruppen samt inspirera till olika aktiveringar i respektive verksamhet med ett brett engagemang och stort genomslag som resultat.</p> <p>Ett annat exempel på aktivering i samverkan med näringslivet var i samband med ABBA Waterloo 50 år, då SBR erbjöd flera aktörer lokalt på plats och digitalt att delta i hyllningen av ABBA och musiken. Bolaget anordnade en digital singalong, samt en fysisk allsång i Kungsträdgården med 5000 besökare, tillhandahöll toolkits till näringen att använda under det fysiska firandet, samt såg till att olika förvaltningar deltog. Bland annat så spelade trafikljusen Waterloo vid övergångsställena till Kungsträdgården. Ett stort antal medier bevakade initiativet, Sveriges Radio sände live, samt ett brett engagemang och stor räckvidd med över 519 000 besök i Visit Stockholms kanaler på Instagram och Facebook.</p> <p>Arbete har fortsatt kring Stockholms Identiteten för att stärka det lokala självförtroendet kring vilken stark internationell spelare Sverige och Stockholm är, hur vi är en av världens mest innovativa och öppna regioner, samt med ett attraktivt och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>ledande företagsklimat. Här arbetar bolaget kring att stärka det gemensamma arbetet och tänket kring vår identitet och arbetar med kunskapsinhämtning och analys, samt dialog med det lokala näringslivet och andra organisatörer. Bolaget ingår även i regeringens expertgrupp kring en ny Sverigebildsstrategi. Gentemot relevanta aktörer har vi tillgängliggjort kunskap om Stockholms DNA, vår innehållsstrategi, Stockholms utmaningar och styrkor samt fört dialog om hur vi i respektive kanal stärker bilden av Stockholm och Stockholms identitet.</p> <p>Bolaget har under året genomfört löpande analyser av näringslivets utveckling, behov och förutsättningar. Analyser publiceras och kommuniceras internt och externt för ökad kunskap hos uppdragsgivare, bolagets medarbetare samt näringslivet i Stockholm.</p> <p>Under året har bolaget genomfört en medborgarpanel i syfte att förstå stockholmarnas syn på besöksnäringen, besökare och destinationens utveckling. Undersökningen understryker stockholmarnas positiva syn på besökare samt deras vilja att utveckla mottagandet. Vi har även medverkat vid olika forum som Associations of Diplomats Stockholm, näringslivsträff för Huddinge kommun, nätverksträff rör evenemangsarrangörer samt Stockholms Visitor Insights nätverksträffar i syfte att informera om bolagets uppdrag och bidra med kunskapsunderlag kring Stockholm, Stockholms näringsliv samt besökares bild av Stockholm, samt bidrar med kunskap och relevant material till aktörerna för att stärka Stockholms attraktionskraft. Målgrupperna har bl.a. varit företagare, kommundienstämman, investerare och ambassadörer. Bolaget håller även i utbildningar, som till exempel mot målgruppen akademi och besöksnäring för att de bättre ska förstå vikten av kongressaffären, hur och på vilket sätt vi säljer in Stockholm och att förstå akademins perspektiv varför de tar på sig ett värdskap av ett stort möte. Under pandemiären lämnade många branschen och vi</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>såg behovet om att säkerställa kompetensen kring denna typ av affär, då det är viktiga affärer för aktörerna och för Stockholm.</p> <p>För att säkerställa mottagarkapaciteten och gott värdskap och hållbarhet gällande kryssningsanlöp arrangerade bolaget i mars, tillsammans med Stockholms hamnar en träff för alla som är involverade när fartygen kommer till Stockholm. Med på mötet var dels aktörer som anlitas av rederierna för allt det praktiska kopplat till anlöpen, dels aktörer som är involverade på olika nivåer, bla Swedavia, olika delar av staden. I maj stod Stockholms hamnar och Stockholm Business Region 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. Tillsammans med lokala aktörer inom kryssning och besöksnäring fick vi också möjlighet att visa upp vad Stockholm har att erbjuda de internationella rederierna, även här var hållbarhet i fokus. Stockholm har tappat många anlöp pga kriget i Ukraina men vi ser att det är ett växande intresse igen.</p> <p>För att säkerställa en bra affär för hotellen under stora kongresser har bolaget börja samla de större aktörerna i samband med att vi gör stora biddar för kongresser. Vi bjöd in till ett möte med Interplan, en tyskmötesarrangör, inför den stora kongressen EHA (Hematologi) i juni 2026. Där fick Interplan möjlighet att berättade hur de jobbar med hotellbokningar för stora kongresser och mer specifikt gör EHA denna gång. Deltagarna fick möjlighet att ställa frågor. Bolaget har startat igång ett nytt forum med näringen som är kopplade till Internationella kongresser & Stora möten – vi erbjuder en plattform för nätverkande och</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>omvärldsbevakning.</p> <p>Under året har en så kallad "playbook" för kommunikationsinsatser tagits fram för både extern och intern användning. En del är fokuserad på hur man genom att använda bolagets material kan förbättra värdskap mot besökare av olika slag. Bolaget har genomfört värdsutbildning 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>Platsbesök hos aktörer som tar emot många besökare har genomförts under året. Cirka 50 platser besöktes i syfte att informera om SBRs stödmaterial för gästkommunikation och destinationskunskap samt i syfte att förstå behov och förutsättningar på platserna bättre som grund för vidare utveckling av material med mera. Som komplement till detta nåddes ytterligare cirka 200 platser med ett postalutskick.</p> <p>I samarbete med trafikkontoret har bolaget uppdaterat samt kompletterat skyltar som leder till digital turistservice (grönt i och QR kod) nya platser; främst i Gamla Stan/City. Välkomnande flaggor i Finlandsparken har utifrån ett medborgarförslag i samarbete med trafikkontoret bytts ut till nya regnbågsfärgade flaggor med texten "Welcome to Stockholm".</p> <p>Bolagets nyhetsmail (What's On) riktat till frontdesk-personal i Stockholm har under året skickats ut med jämna mellanrum 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 under året också tillhandahållit information om Stockholms utbud i samband med flertalet större kongresser/konferenser/evenemang (bl a Lidingöloppet, DreamHack, Sweden international Horse Show, Tech Arena Zero, DI Gasell och Bio</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Europe) i syfte att genom stärkt värdskap främja företagen i Stockholms besöksnäring.</p> <p>Under året har även en specifik insats gjorts kring att tydliggöra budskapet "Welcome to Stockholm" genom Stockholmsmässans entrédisk som förtydligats med foliering av disken samt en vepa med budskap och QR-kod mot visitstockholm.com</p> <p>Ett stort arbete har genomförts med att beskriva näringslivet i Stockholms stad. Bolaget har under sista halvåret tagit fram en serie med rapporter med beskrivningar av varje stadsdelsområde ner på stadsdelsnivå. Allt material delas med stadsdelsförvaltningar. Utöver detta material har även ett informationsblad till företagen i respektive stadsdelsområde tagits fram med användbar information för företagare som behöver komma i kontakt med staden.</p> <p>I Samarbete med Stockholms hamnar och Stockholmsmässan i syfte att förbättra värdskapet för kryssnings- och kongressbesökare har bolaget synliggjort www.visitstockholm.com på deras webbplatser för att visa på värdskap i Stockholm. Lärosäten har uppvakts för att etablera ett liknande samarbete, vilket ska göra besöksinformation tillgänglig för internationella och nationella studenter. Syftet är att öka samarbetet med lokala aktörer och stärka stadens besöksnäring. Ett samarbete med Levande Stad har påbörjats för 2025 års sommargator.</p> <p>Byggt på positiva erfarenheter från tidigare samarbete på en bredare nordisk nivå har Oslo, Helsingfors och Stockholm utvecklat ett mer systematiskt samarbete. Partnerskapet, som bygger på ett ömsesidigt förtroende och en gemensam målbild, fokuserar på att stödja impact-startups med innovationer som adresserar lösningar på FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling..</p>
 Genom kontroll och uppföljning säkerställa att ekonomiska bidrag eller tillgång till lokaler inte ges till någon aktör som inte står bakom				 Säkerställa och följa upp rutiner för att den demokratiska rättsstatens principer, de mänskliga rättigheterna och jämställdhet mellan kvinnor och män följs i samband med ekonomiska insatser

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
den demokratiska rättsstatens principer, de mänskliga rättigheterna och jämställdhet mellan kvinnor och män				<p>samt tillgång till lokaler som bolaget råder över.</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget lånar inte ut kontorslokaler varför en särskild rutin inte är aktuell.</p>
 Involvera stockholmare i beslut som påverkar deras vardag genom exempelvis medborgardialoger och medborgarbudgetar				<p> Utveckla metoder och arbetssätt som involverar stockholmare i relevanta beslut som påverkar deras vardag</p> <p>Analys</p> <p>Bolaget har under året genomfört medborgarpanel i syfte att öka kunskapen om stockholmarnas syn på besöksnäringen samt besökare och för att förstå hur deras vilja är att engagera sig i utvecklingen av Stockholm som besöksmål. Undersökningen visar att inställningen är mycket positiv samt att stockholmarnas vilja att engagera sig i utvecklingen kvarstår på hög nivå.</p>
 Stockholms Hamnar ska tillsammans med Stockholm Business Region AB marknadsföra Stockholm som destination på de finländska och baltiska marknaderna				<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 tillsammans med Stockholms hamnar fortsatt den satsning gentemot de finska och baltiska marknader, som påbörjades 2022. Stort fokus har varit på att locka resenärerna till Stockholm via digitala kampanjer, samt anordnade av pressresor. 2024 inleddes med närvaro på de två resemässorna Matka och Tourest i Helsingfors resp. Tallinn. Kampanjsajten "Fall in Love with Stockholm...again" har uppdaterats och marknadsförts under året med förstärkt innehåll inom bl.a. musik- och konsertutbudet i Stockholm, jultips samt inspiration kring Stockholm som en prisvärd stad (baserat på den för tillfället förmånliga valutakursen för besökarna). Evenemangskalendern på visitstockholm.com har även kopplats in för att webbesökarna enklare ska kunna se vilka evenemang som är på gång och ta sig vidare till biljettbokning.</p>

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				<p>Satsningar har även genomförts på sociala medier med riktade annonser på Facebook och Instagram, samt i nyhetsbrev för att öka antalet webbesökare till kampanjsajten och visitstockholm.com. Båda sajterna har ökat i antalet besökare jämfört med 2023.</p> <p>När det gäller fysisk aktivering har två stora hjärtan tagits fram och placerats i terminalerna, som knyter an till övergripande kampanj. De fungerar både som en välkomsthälsning och fond för fotografering till passagerarnas sociala kanaler.</p> <p>I samband med att Taylor Swift spelade i Stockholm var den finska målgruppen viktig och en av de absolut största bland de tillresta konsertbesökarna. Enligt arrangören var det ca 10 000 finska besökare som kom till Stockholm för att gå på konserterna.</p> <p>Under året har flertalet pressresor anordnats, som till exempel har 15 personer, både traditionell press och influencers, i samarbete med Viking Line, besökt Fjäderholmarna och Artipelag. 8 personer, både traditionell press och influencers, i samarbete med Tallink Silja och Scandic hotels, närvarade vid invigningen av nya Scandic Södra Kajen, besökte Sven-Harrys och andra design/inredningsrelaterade ställen. 3 parallella grupper om ca. 15 personer vardera, både traditionell press och influencers, i samarbete med Tallink Silja i samband med öppningen av ny linjen från Åbo var här på temaområdena mat, livsstil och familjeaktiviteter, samt en 20 personer, både traditionell press och influencers, i samband med Tallink Silja, Viking Line och Eckerölinjens gemensamma julkryssning, med fokus på nyheter i Stockholm och vintersäsongsens utbud.</p>