



Vi satsar på tillväxt!

STOCKHOLM 2004/05



**I medier över hela världen**

Stockholm är en världsstad som många vill skriva om. Att regionen utvecklas och lockar allt fler var under 2004 det vanligaste temat i resemagasin, affärspress och facktidningar.

# INNEHÅLL

Kraftsamling för Stockholm	4
Året som gick	6
Vi hjälper Stockholm att växa	8
STOCKHOLMS NÄRINGSGLIVSKONTOR Nya initiativ till dialog med företagen	10
STOCKHOLM VISITORS BOARD Fler och fler besöker Stockholm	12
BUSINESS ARENA STOCKHOLM Stockholm lockar företag från hela världen	14
Skandinaviens huvudstad	16
Satsningar för framtidens tillväxt	18
Konjunkturen vände under 2004	20
Attraktionskraften stärkt under året	22



#### FOTOGRAFER

Peter Nordahl, Ingvar Karmhed, Olof Holdar, Angelica Engström/Starstudio,  
Orbi, Bildbyrån i Hässleholm, Magdalena Lindholm, Mattor/Banana Stock,  
L Åström, Joakim Grönlund/Tengbom arkitekter.



# Kraftsamling för Stockholm

4

En gemensam uppgift:

**Att bidra till utveckling och marknadsföring av Stockholm som etablerings- och besöksort.**

Den 1 januari 2004 förenades Stockholms Näringslivskontor, Stockholm Visitors Board och Business Arena Stockholm i en gemensam organisation. Tillsammans arbetar alla tre för att stärka Stockholms tillväxt.

Koncernens moderbolag är Stockholms Näringslivskontor – ensam ägare till Stockholm Visitors Board och majoritetsägare med 66 procent av aktierna i Business Arena Stockholm.

Den nya organisationen innebär bättre koordination mellan verksamheterna och att Stockholms stad nu kan tala med en röst i näringslivs-, etablerings- och besöksfrågor.

**Stockholms Näringslivskontor (SNK)** verkar för att skapa fler kontakter mellan näringslivet och Stockholms stad för att förbättra förutsättningarna för tillväxt. Målet är att Stockholm ska vara norra Europas ledande tillväxtregion.

**Stockholm Visitors Board (SVB)** siktar högt och arbetar för att Stockholm ska vara Skandinavien och Östersjöområdets besökscentrum. Genom samverkan med många olika företag ska SVB bidra till att Stockholm är bland de tio bästa städerna i Europa när det gäller tillväxt i besöksnäringen.

**Business Arena Stockholm (BAS)** har hela världen som arbetsfält. Tillsammans med 23 andra kommuner verkar BAS för fler investeringar i Stockholmsregionen. BAS är också ett stöd för befintliga företag i deras internationella utveckling.

## Under samma tak

Att de tre verksamheterna finns i samma lokaler är viktigt. Spontana samarbeten kommer att bli vanligare. Det blir enklare att dra nytta av varandras erfarenheter. Tiden från idé till etablerade projekt kan minskas.

Även om marknadsföringens målgrupper är olika för SNK, SVB och BAS är uppgiften gemensam. Stockholm ska vara ett av Europas mest intressanta områden för svenska företag, för besökare och för internationella investerare.

---

## KONCERNEN I SIFFROR

---

Omsättning	119 Mkr
varav försäljning	67 Mkr
anslag	50 Mkr
Tillsvidareanställda	80

---



## Samverkan ger framgång

**”Jag är övertygad om att en av de viktigaste åtgärderna för ett starkare Stockholm är att skapa ett närmare samarbete mellan politiker och företagare.”**

Något vi har lärt oss under det senaste decenniet är att vi inte kan ta för givet att det går bra för oss bara för att vi är landets huvudstad.

I dagens hårda internationella konkurrens måste vi hela tiden hitta nya metoder för att skapa förutsättningar för högre tillväxt och fler jobb. Här har Stockholms näringslivskoncern en nyckelroll.

Jag är övertygad om att en av de viktigaste åtgärderna för ett starkare Stockholm är att skapa ett närmare samarbete mellan politiker och företagare. Oavsett om det gäller hur vi bemöter befintliga företag, besöksnäringens utveckling eller regionens ställning bland utländska investerare tror jag att vi har allt att vinna på att jobba tillsammans.

Att Stockholms Näringslivskontor, Stockholm Visitors Board och Business Arena Stockholm nu är samlade i en gemensam koncern förbättrar ytterligare våra möjligheter att positionera Stockholm som ett centrum för kreativitet, utveckling och livsglädje.

Annika Billström  
Finansborgarråd (s)



# Året som gick – många nya aktiviteter

6

JANUARI

## Norra Europas främsta bioregion

I januari bildade SNK tillsammans med Karolinska Institutet och AstraZeneca "Stockholm BioRegion" – en ideell förening för att främja utvecklingen inom biomedicin och bioteknik i regionen. Genom att knyta samman företag, akademier och offentlig sektor, skapas en plattform för internationell konkurrenskraft, både inom forskning och affärsverksamhet.

FEBRUARI

## EUs nya smittskydd till Stockholm

I början av året beslutade regeringen att EUs nya smittskyddsmyndighet ska ligga i Stockholmsregionen. SNK och BAS bidrog med ett omfattande faktaunderlag. I detta framgick tydligt Stockholms många fördelar för en myndighet av det här slaget.



## Fler flyg till och från Stockholm

Under 2004 tog BAS och SVB tillsammans med Arlanda flygplats, Sveriges turistråd och Invest in Sweden Agency initiativ till att stärka Stockholm som flygdestination. Genom "Stockholm Access" ska regionen få fler direktflyglinjer till och från USA, Europa och Asien.

APRIL

## Studie om ny tillväxtbransch

Tillsammans med ett antal andra aktörer har SNK gett stöd till studien "Healthcare: Utvecklingen av en ny tillväxtbransch". Rapporten – som presenterades på ett uppskattat frukostseminarium – beskriver hur nya synsätt och effektivare samverkan kan skapa samma dynamik och växtkraft inom hälso- och sjukvården som inom andra tillväxtbranscher.

APRIL

## Europas främsta kunskapsregion

Enligt det årliga "World knowledge competitive index" från brittiska konsultföre-

taget Robert Huggins Association är Stockholm Europas ledande kunskapsregion. I hela världen är vi nummer 15 – med bara amerikanska regioner före.

MAJ

## Kongresstad i världstopp

Wien, Barcelona, Singapore och Stockholm. Det är världens fyra bästa kongressstäder enligt den globala organisationen International Congress and Convention Association (ICCA).

JUNI

## Stockholmsmötet – ny unik mötesplats

I början av sommaren samlades ett hundratal företrädare för företag, Stockholms stad, kulturlivet, akademier och forskningsvärlden i Stadshuset. Syftet var att diskutera hur vi gemensamt kan göra Stockholm till den mest spännande regionen i Europa. Så gott som alla var överens om en sak: det behövs ett djupare samarbete mellan näringslivsföreträdare och politiker.

SEPTEMBER

## Prisade entreprenörer

När kunskapsföretaget Founders Alliance för tredje året i rad arrangerade Entreprenörsgalan kunde de 500 gästerna se



Salvatore Grimaldi, Ingvar Kamprad och Olof Stenhammar ta emot utmärkelser i Blå Hallen i Stadshuset.

#### OKTOBER

### Södra länken invigd

Efter sju års arbete har Stockholm nu fått en ny sex kilometer lång trafikled, varav 4,5 kilometer i tunnel. Södra länken är Sveriges största vägtunnelprojekt någonsin och det mest omfattande vägprojektet i Stockholmsregionen sedan Essingeleden byggdes på 1960-talet.



#### OKTOBER

### Stockholm Open 35 år

Det blev svensken Thomas Johansson som fick lyfta segerpokalen i Kungliga Tennishallen då Stockholm Open arrangerades för 35:e gången i ordningen. I finalen besegrades amerikanen Andre Agassi med 2-1 i set i en mycket jämn och publikvänlig match.

#### OKTOBER

### Uppmuntran för nya idéer

Under hösten delade Stockholms stad för 18:e året i rad ut stipendier för att uppmuntra insatser från idérika personer för att utveckla Stockholm som kreativ region. 2004 belönades bland annat en idé för att hjälpa snarkare att andas lättare, ny infraröd teknik för att underlätta avancerade produktionsprocesser och en ny metod för att minska risken för infektioner vid hjärtkirurgiska ingrepp.

#### NOVEMBER

### Internationellt prisbelönad designfestival

SNK och SVB medverkade till att "Future Design Days" hölls, för första gången någonsin, på Stockholmsmässan. Festivalen har fått flera internationella utmärkelser – bland annat "The Grand Prix" från EIBTM som är den tyngsta och mest prestigefulla inom mötesindustrin. Målsättningen att göra Stockholm till en av världens viktigaste arenor för utveckling av design.



- Varje år i Stockholm...**
- Sweden Hockey Games
  - Stockholm Marathon
  - Elitloppet på Solvalla
  - DN-galan i friidrott
  - Stockholm Open
  - Smaka på Stockholm
  - Stockholm Horse Show
  - Stockholm Jazz Festival
  - Utdelningen av Polarpriset
  - Nobelprisutdelningen

#### DECEMBER

### Ridån upp för mer film

I slutet av året hade "Stockholm Film Commission" premiär. De senaste decennierna har antalet filminspelningar i Stockholm minskat kontinuerligt i takt med att andra orter fått särskilda filmstöd. Den nya organisationen ska verka för att fler långfilmer ska spelas in i Stockholm genom att marknadsföra regionens fördelar som inspelningsplats.



### BUSINESS ARENA STOCKHOLM Världsbäst

Enligt det ansedda brittiska konsultföretaget GDP Global är BAS en av världens tio bästa "investment promotion agencies".



# Vi hjälper Stockholm att **växa**

8



**“Som marknadsförare ska vi se till att Stockholms kvalitéer blir kända bland näringsliv och besökare.”**

## Företagen driver Stockholm

Det är företagen som skapar tillväxt och jobb. Men det sker inte oberoende av omvärlden.

Framgångsrik företagsamhet avgörs av en mängd olika faktorer; alltifrån den enskilde företagarens drivkrafter till konjunkturläget och den internationella konkurrensen. Mycket av detta är sådant som är svårt eller rentav omöjligt att påverka för Stockholms stad.

Men det finns förutsättningar som vi kan vara med och förbättra. Stockholm har en fantastisk potential som besöks- och etableringsort och tillsammans med näringslivet i regionen ska vi göra vårt bästa för att stärka Stockholm som tillväxtregion. I och med den tydliga konjunkturuppgång som vi har kunnat notera under 2004 är förutsättningarna nu bättre än på länge.

Som delar av samma concern har Stockholms Näringslivskontor, Stockholm Visitors Board och Business Arena Stockholm var för sig och tillsammans många uppgifter: dörröppnare, katalysator, marknadsförare, informatör, arrangör, statistikproducent, nyhetsförmedlare och koordinator av otaliga projekt som syftar till ett starkare Stockholm.

Som dörröppnare hjälper vi företag att nå fram i den offentliga byråkratin. Vi kan öppna kanaler för påverkan och dialog mellan företagen och stadens olika förvaltningar. Vi skapar också nya mötesplatser mellan företagare och folkvalda. Det mest framträdande exemplet under 2004 är Stockholmsmötet som samlade ett rekordstort antal politiker och företrädare för regio-

nens viktigaste företag för några timmars diskussion om hur de gemensamt kan förbättra förutsättningarna för tillväxt. Mötet och de aktiviteter som det har givit upphov till blev en sådan framgång att vi arrangerar ett nytt Stockholmsmöte i juni 2005.

Som marknadsförare ska vi se till att Stockholms kvalitéer blir kända bland näringsliv och besökare, långt utanför stadsgränsen. Under 2004 inleddes ett viktigt arbete med att samla våra budskap och våra resurser för marknadsföringen. En uppgift som kommer att vara i fokus också under 2005.

En annan central uppgift för Stockholms Näringslivskontor är att vara en katalysator för nya former av samverkan mellan näringsliv, den akademiska världen, staden och många andra aktörer. Under 2004 konstituerades föreningen Stockholm BioRegion och kunde därmed inleda sitt arbete för att göra Stockholm till en av världens mest framstående regioner för biomedicin och bioteknik.

Vår förhoppning är att den satsningen ska kunna tjäna som föredöme för liknande initiativ inom en rad andra områden.

Jörgen Kleist

VZ



## Besökarna skapar affärer

Oavsett om människor besöker vår stad som privatresenärer, mötes- och kongressdeltagare eller för ett evenemang, är de allra flesta överens om att Stockholm är en modern och trygg stad med internationell atmosfär, mycket ljus och närhet till naturen. Produkten Stockholm har en bredd och kvalitet i sitt utbud som gör den mycket konkurrenskraftig i jämförelse med andra städer i Europa och övriga världen.

Turismen i världen växer snabbt – fram till 2020 väntas turismen öka med fyra procent per år. För att Stockholm ska dra så stor nytta som möjligt av den uppåtgående trenden behöver marknadsföringen samordnas bättre mellan näringslivet och kommunen. Likaså måste större ekonomiska resurser sättas in. Här har SVB en nyckelroll när det gäller koordineringen av besöksnäringens marknadsföringsinsatser.

Vi kommer under 2005 att intensifiera våra insatser gentemot potentiella marknader och målgrupper. Genom tydlig information och god service ska vi stärka Stockholms varumärke och därmed hävda oss ännu bättre i konkurrensen med andra internationella storstäder.

Martin Rosborg  
VD Stockholm Visitors Board



## Etableringar kräver långsiktighet

När ett utländskt företag investerar i Stockholmsregionen är det ofta resultatet av flera års intensivt arbete från ett antal olika aktörer. Många faktorer påverkar.

Idén om att etablera verksamhet i Stockholm kan uppkomma på olika sätt – genom tidigare affärskontakter eller bearbetning av BAS, men också som ett resultat av medial uppmärksamhet för en viss bransch i Stockholm eller genom diskussioner vid de mässor där BAS finns representerat.

Det är svårt att värdera den omedelbara betydelsen av artiklar om regionen i ledande utländska branschtidningar eller våra samtal med globala etableringsrådgivare. Att det bidrar positivt till Stockholms möjligheter som investeringsområde är självklart.

I andra fall, exempelvis då vi förmedlar kontakt mellan ett svenskt och ett utländskt företag och det leder till nyanställningar, är utfallet mer påtagligt i form av nya jobb i regionen.

Mot bakgrund av att tiden mellan de första kontakterna och konkreta resultat ofta är ganska utsträckt, är det mycket glädjande att vi under 2004 inte bara kunnat notera väsentligt fler etableringar än året innan, utan också många fler journalistbesök och företagskontakter. Det bådar gott för framtiden.

Per-Axel Dahlberg  
Tf VD Business Arena Stockholm

## Nya initiativ till dialog med **företagen**

10

Vår vision:

**"Stockholm ska utvecklas till Sveriges och norra Europas ledande tillväxtregion."**

[www.naringslivskontoret.se](http://www.naringslivskontoret.se)

SNK verkar för att förbättra förutsättningarna för företagande och tillväxt i Stockholm.

Arbetet inom SNK utgår från fyra insatsområden:

- Genom att utveckla stadens kontakter med näringslivet bidrar SNK till att Stockholm får en långsiktigt gynnsam ekonomisk utveckling.
- Bilden av Stockholm som företagsstad skapas i hög utsträckning av företagens erfarenheter i kontakter med staden. SNK arbetar därför för att utveckla näringslivsperspektivet i stadens verksamheter.
- En viktig uppgift för SNK är att bidra till en fortsatt utveckling av Stockholms näringsliv. Inte minst gäller det att stödja den styrka som ligger i stadens diversifierade företagsstruktur. Kontoret arbetar därför med allt fler olika branscher.
- SNK har också i uppdrag att marknadsföra Stockholm som en attraktiv region för

att starta, driva och etablera företag. Marknadsföringen sker på regional, nationell och internationell nivå.

### **Nätverk och omvärldsbevakning**

SNK ska vara en nätverksbyggare och "katalysator" som genererar, förmedlar och stimulerar idéer. Samtidigt ska kontoret fungera som en central för kunskap, analys och framåtblickande diskussion – inte minst genom att kontinuerligt följa utvecklingstrender av betydelse för Stockholms tillväxt.

Nyhetsbrev "Stockholmskonjunkturen" och "Företagsplats Stockholm" ges ut varje kvartal och har under 2004 citerats allt oftare i olika medier. Varje vår och höst samlas hundratalet företrädare för fastighetsbranschen i samband med att kontorets analys av lokalmarknaden presenteras.

Logistik och transporter har varit ett fokus för SNKs insatser under 2004.





### Nya former för samarbete

Det främsta ledordet för SNK under 2004 var "samarbete". Den tydligaste manifestationen för detta var utan tvivel Stockholmsmötet som samlade ett rekordstort antal företagare och politiker för diskussion om hur Stockholms tillväxt kan stärkas.

Mötet gav ringar på vattnet. Under hösten bildades ett särskilt Företagarforum, med SNK som navet i en kontinuerlig mötesverksamhet för företrädare för företagare i regionen och Stockholms stad. Därutöver har också skapats ett antal nya arbetsgrupper, som ska arbeta med specifika frågor:

- Hur kan staden ge företagen bättre service?
- Hur marknadsför vi gemensamt Stockholm på bästa sätt?
- Hur stärker vi besöksnäringen?
- Hur bör Stockholms infrastruktur och boende se ut i framtiden?

SNK samarbetar också med företag inom ett antal utvalda branscher för att utveckla Stockholm som företagsplats. Under 2004 har SNK särskilt fokuserat på kontakter med företag inom IT, biomedicin, miljöteknik, logistik/transporter, upplevelseindustri och finansiella tjänster.

### SNK som företagslots

Efter förslag från Småföretagsdelegationen fattade kommunfullmäktige 2004 beslut om ett 50-tal åtgärder för att förbättra förutsättningarna för företagande. SNK har kommunfullmäktiges uppdrag att följa upp så att beslutet genomförs.

Kontoret ansvarar också för arbetet med att utveckla stadens 28 företagsområden. Gemensamt för dessa områden är goda kommunikationer, gott arbetsklimat och väl fungerande företagsnätverk med vilka SNK håller nära kontakt.

Under 2004 inledde kontoret en mer systematisk besöksverksamhet ute på företagen. Med start under 2005 kommer SNK också att genomföra regelbundna mätningar av hur företagen uppfattar stadens service.



#### FYRA INSATSOMRÅDEN:

- Utveckla och förbättra stadens kontakter med näringslivet.
- Utveckla näringslivsperspektivet i stadens verksamheter.
- Bidra till fortsatt utveckling av Stockholms näringsliv.
- Marknadsföra Stockholm som en attraktiv region för företagare.

## Fler och fler besöker Stockholm

12

Vår vision:

**“Stockholm ska vara besöksnäringsens centrum i Skandinavien och Baltikum och en av Europas tio främsta städer när det gäller tillväxt inom besöksnäringen.”**

[www.stockholmtown.com](http://www.stockholmtown.com)

SVBs roll är att öka antalet nationella och internationella besökare till Stockholm. Tillsammans med besöksnäringen verkar vi för ett brett och attraktivt utbud.

För besöksnäringen är SVB en professionell samarbetspartner som står för kunskap, samordnad marknadsföring och utveckling av Stockholmsregionen.

Vi informerar också regelbundet om Stockholmsregionen både nationellt och internationellt, ger service till journalister och reseagenter samt redovisar utredningar om besöksnäringen.

Vår verksamhet bedrivs i fyra affärsområden: privatresor, möten och kongresser, evenemang och turistservice.



### Privatresor

För att öka antalet privatresenärer till Stockholmsregionen genomför SVB riktad marknadsföring på prioriterade marknader. I första hand bearbetas Sverige, Norge, Danmark, Finland och storstadsområden i Europa, Japan, Korea, Kina och USA.

Vi arbetar också aktivt med att utbilda utländska reseagenter och turoperatörer, deltar i mässor och workshops samt förser reseförsäljare med material om Stockholm som besöksmål.

SVB arbetar ofta sida vid sida med många olika aktörer. Ett framgångsrikt exempel är Stockholm Cruising Capital – ett nätverk grundat av SVB, Stockholms Hamn, Luftfartsverket och flygbolaget SAS.

I nätverket samverkar ett 50-tal företag för att sälja in Stockholms som destination för kryssningar. Under 2004 kom omkring 210 000 kryssningsbesökare till Stockholm – nytt rekord igen!

### Möten och kongresser

Vi inledde fjolårets verksamhet med att bilda "Meet Stockholm" tillsammans med ett antal företag inom mötesindustrin. Syftet är att koordinera marknadsföringen av Stockholm som en internationell mötesstad.

Under året som gått har vi genomfört en mängd internationella marknadsföringsaktiviteter. Vi har gjort Stockholmspresentationer på svenska beskickningar i Europa. Vi har deltagit i de stora branschmässorna i Europa och i USA tillsammans med våra partners. Och vi har genomfört



studieturer och medverkat till att 20 större företagsmöten förlagts till Stockholm.

“Congress Stockholm” är ett samarbete mellan SVB och ett 80-tal företag som verkar för att Stockholm ska utvecklas till norra Europas ledande kongresstad. Under året som gått har totalt 23 kongresser fattat beslut om att förlägga sina möten i Stockholm under perioden 2005 till 2010. Dessa kongresser motsvarar cirka 330 000 kongressnätter och drygt 1 miljard kronor i exportintäkter.

### Evenemang

I snitt genomförs hundratals evenemang varje dag på olika arenor och scener runt om i Stockholm. Varje år genomförs en rad större evenemang, bland annat landskamper, elitmatcher i fotboll, hockey och bandy samt konserter i Globen och på Stadion.

För att ännu fler evenemang inom sport, nöje och kultur ska förläggas till Stockholm arbetar SVB aktivt mot en mängd svenska och utländska arrangörer. En viktig del är också vår lotsfunktion som innebär att hjälpa arrangörer i deras kontakter med olika förvaltningar och myndigheter.

### Turistservice

En stor uppgift för SVB är att erbjuda en komplett service för upplevelser och idéer för ett besök i Stockholm. Målgrupper är turister, stockholmare, affärsresenärer och företagare.

Vi driver Stockholms turistbyråer, som ska vara det självklara valet för den som söker information i samband med sitt besök. I Sverigeshopen erbjuder vi svenskt hantverk och Sverigesouvenirer av hög kvalitet.

I vår turistservice ingår ett brett utbud av produkter, biljetter, souvenirer och logiförmedling. Ett exempel är Stockholmskortet. Vi var först i Europa med ett stadskort som ger fri entré till gallerier, museer, attraktioner och kollektivtrafiken.

SVB ansvarar även för auktoriseringen av guider. Idag finns det omkring 300 aktivt arbetande guider som tillsammans behärskar 30 olika språk. Genom samverkan med Naturskyddsföreningen utbildades under 2004 för första gången särskilda naturguider. Varje år erbjuder vi också personal med direkt gästkontakt utbildning i Stockholmskunskap.



Stockholm är en mötesstad som attraherar både mässor och kongresser. SVB verkar för att Stockholm ska bli norra Europas ledande mötesplats.

# 4

#### FYRA PRIORITERADE UPPGIFTER:

- Verka för att öka privatesandet till Stockholm.
- Verka för att kongresser och företagsmöten förläggs till Stockholm.
- Verka för att evenemang förläggs till Stockholm.
- Erbjuder besökservice av hög kvalitet.

# Stockholm – lockar företag från hela världen

## Vårt uppdrag:

**”Att främja investeringar genom nyetableringar av företag och marknadsföring av Stockholmsregionen samt bistå befintliga företag i internationell utveckling.”**

[www.businessarenastockholm.se](http://www.businessarenastockholm.se)

Business Arena Stockholm (BAS) ägs av 20 kommuner i Stockholms län, kommunerna Uppsala, Västerås och Eskilstuna samt Skanska Sverige AB.

Vårt geografiska verksamhetsområde definieras som en timmes resväg till eller från Stockholms innerstad. I takt med förbättrade kommunikationer har området blivit allt större. Flertalet utländska företag ser inte Stockholm som en stad, utan utslutande som en region där även en väsentlig del av Mälardalen ingår.

## Kundorienterad kontaktförmedling

Målsättningen med all verksamhet som vi bedriver är att medverka till att utländska företag etablerar verksamhet i Stockholm och att stödja företag som redan finns här i deras internationella strävanden.

Verksamheten är inriktad på branscher, utvalda företag och journalister,

snarare än på generell marknadsföring av Stockholm som företagsplats.

Ett exempel är Stockholm Access, ett projekt som startades 2004 för att öka Stockholmsregionens tillgänglighet genom fler direktflyglinjer till och från Arlanda flygplats. Projektet drivs tillsammans med Arlanda, Sveriges Turistråd, Invest in Sweden Agency och SVB.

BAS är också en kundorienterad och seriös kontaktförmedling som ger stöd åt företag i behov av kvalificerad information och som förser journalister med intressanta och korrekta uppgifter. Under 2004 kunde vi notera en tredubbling av antalet besök av utländska medier jämfört med året innan.

Våra viktigaste kunder är dock alltid i slutändan Stockholms invånare, som drar nytta av den nya företagsamhet som vi

bidrar till. Under 2004 ökade antalet nyetableringar där BAS har medverkat till 49 jämfört med 33 under året innan.

## Stockholm – en del av världen

Avgörande för om en utländsk investering blir av i Stockholm är mycket mer än lokala förhållanden.

Nationella faktorer så som Sveriges tillväxt och gällande regler inom olika områden spelar därtill en viktig roll. I allmänhet påverkar faktiskt världskonjunkturens utveckling mer än Stockholmskonjunkturen hur många företag som söker sig till Stockholm.

Vi är en region som ligger långt framme. Vi är kända för en smidig byråkrati, platta organisationer, välutbildad arbetskraft och en god förutsägbarhet om framtiden. För flera multinationella företag fungerar Stockholm som en testmarknad för nya produkter, trendkänsligheten är hög.

Att de forna diktaturerna i Östeuropa har omvandlats till marknadsekonomier och blivit en del av Europeiska unionen har ytterligare stärkt Stockholms attraktivitet. För en del företag fungerar Stockholm som ett effektivt brohuvud, en stabil bas för en fortsatt expansion österut.

## BAS ute i världen

Mot bakgrund av Stockholms internationella position är det naturligt för oss att arbeta tillsammans med såväl Invest in Sweden Agency (ISA) som Sveriges Exportråd inte minst när det gäller medverkan vid utländska mässor. Tillsammans med ISA arrangerar vi också resor, studie-





BAS insatser är inriktade på utvalda branscher, företag och journalister för att attrahera och stödja utländska investeringar.

besök och seminarier för utländska journalister.

Under 2004 medverkade vi vid totalt sju internationella fackmässor med förbokade möten med företag, presentationer vid seminarier och möten med utländska etableringsrådgivare.

En av mässorna, BioTechForum hölls här i Stockholm. BAS medverkade i en monter tillsammans med omkring 60 företag och institutioner från regionen.

Vid fastighets- och investerarmässan MIPIM i Cannes fanns vi med tillsammans med åtta fastighetsägare från Stockholmsregionen i en egen regionmonter.

Vid mässan Bio 2004 i San Francisco var vi del av en gemensam Sverigemonter, tillsammans med bioteknikföretag från regionen och Stockholms universitet.

Inför CeBIT-mässan i Hannover där BAS medverkade tillsammans med andra svenska regioner och svenska ICT-företag

(informationsteknologi och telekommunikation) genomförde vi en studie av Stockholmsregionens attraktionskraft för utländska logistikföretag, vilken sedan användes i bearbetningen av 30-talet företag.

# 4

#### FYRA PRIORITERADE UPPGIFTER:

- Verka för att öka antalet nyetableringar av utländska företag i regionen.
- Visa på regionens internationella styrka och konkurrenskraft inom klustren ICT, Life Science, finansiella tjänster och miljöteknik.
- Medverka till att affärsförutsättningarna i Stockholmsregionen uppmärksammas i internationella medier.
- Bistå befintliga företag i internationell utveckling.



## Skandinaviens huvudstad

16

Inte bara företag behöver arbeta aktivt med att stärka sitt varumärke, utan även städer och regioner med höga ambitioner.



Under 2004 har vi lagt ner mycket arbete på att skapa en grund för intensifierad marknadsföring av Stockholm. Med gemensamma budskap ökar våra möjligheter att göra vår region än mer attraktiv för besökare och företagsetableringar.

Vår målsättning är enkel: Stockholm ska vara nummer ett bland alla skandinaviska städer. En huvudstad i en av Europas mest spännande regioner.

Stockholm ska både vara stark i sig själv – en naturlig mittpunkt, ett innovationscentrum och en kulturell magnet.

Men vi ska också vara ett brofäste för dem som vill vidare mot det nya Östeuropa.

Under 2005 går vi vidare i vårt arbete att stärka Stockholm som varumärke – The Capital of Scandinavia.





Tre skäl till att Stockholm är Skandinaviens huvudstad.

3

### The Central Capital of Scandinavia

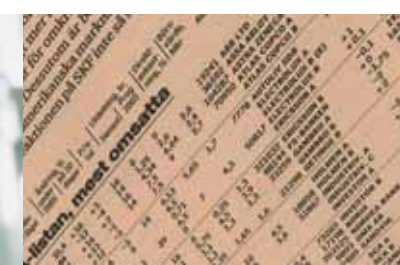
- Skandinaviens naturliga mittpunkt
- Mobil och trådbunden kommunikation i världsklass
- Stockholms hamnar är Östersjöns största mötesplats
- Flera internationella flygplatser
- Världsledande akademiska institutioner

### The Business Capital of Scandinavia

- Innovationscentrum, med bland annat IT i världsklass
- Ett av Europas största bioteknikkluster
- Högst representation av multinationella företag
- Störst börs i Skandinavien
- Största besöksnäringen

### The Culture Capital of Scandinavia

- Nobelpriset
- Centrum för musikproduktion
- Internationell matkultur
- Galleri- och muséätast i världen
- Form och design i världsklass





# Satsningar för **framtidens** tillväxt

18

Det händer mycket i Stockholm just nu. Södra länken har förbättrat framkomligheten i trafiken. Flera ytterligare stora infrastrukturprojekt planeras. Bostadsbyggandet har tagit ny fart. Antalet nystartade företag växer kraftigt, samtidigt som konkurserna minskar. Under 2004 ökade både flyg- och fartygstrafiken kraftigt.

Östersjöområdet är Europas snabbast växande tillväxtområde. För att Stockholm ska vara den ledande regionen inom detta område krävs målmedvetna satsningar. På det här uppslaget kan du läsa om några av dem.

## Stockholm BioRegion

Biomedicin och bioteknik är en av de mest lovande branscherna i regionen. Sverige är fjärde störst i Europa på bioinriktad företagsamhet. Fler än hälften av de svenska



Biomedicin är ett av Stockholms starkaste profilområden.

bioteknikföretagen finns i Stockholmsregionen. Här bedrivs också – vid sju olika universitet – omkring 60 procent av den svenska forskningen på området.

För att dra nytta av all den kunskap som finns samlad i regionen grundades i början av 2004 Stockholm BioRegion – en ideell förening med sammanlagt 80 företag och organisationer representerade. Målet är att tillsammans med Uppsala bli en av världens tio främsta bioregioner.

## Söderortsvisionen

“Syftet är att göra Söderort till en än mer attraktiv plats för boende, företagande och besökare i en växande Stockholmsregion.” Så lyder den vision som formulerades av kommunfullmäktige i september 2002. SNK har ansvaret för att samordna arbetet för att visionen ska kunna uppnås.

Visionens hörnstenar är tillväxt genom företagande, fler attraktiva bostäder, förbättrad samhällsservice, bättre kommunikationer, miljövänlighet, ett mer aktivt kulturliv och en högre utbildningsnivå.

## Framtidens turistbyrå

Under 2004 har SVB arbetat intensivt med att lägga grunden för en mer modern turistbyråverksamhet. En ultramodern turistbyrå invigs under våren 2005 i Sverigehuset intill Kungsträdgården. Bland annat kommer helt ny teknik att användas för att visa smakprov på vad Stockholm med omnejd kan erbjuda.

## Gateway Stockholm

Med en befolkning som motsvarar halva EU växer Östersjöregionens handel och resande rekordartat.

Stockholms hamnar och Arlanda flygplats har därför med stöd av SNK tagit initiativ till Gateway Stockholm – en mötesplats för aktörer från olika transportslag och branscher. Det gemensamma syftet är att utveckla Stockholms funktion som nav för transporter av såväl människor som gods.

Tillsammans med Stockholm Access, som SVB och BAS har varit med och grundat för att skapa fler direktflyglinjer till och från Arlanda, utgör Gateway Stockholm en god grund för ett ännu mer transportinriktat Stockholm.



### Telefonplan

Ett av många spännande projekt inom Söderortsvisionen är arbetet med att utveckla Telefonplan till ett designcentrum. Det första steget togs under 2004 i och med Konstfacks etablering.

Stadens målsättning är att design ska bli för Telefonplan, vad ICT (informations-teknologi och telekommunikation) är för Kista, och bioinriktad verksamhet är på väg att bli för Norra stationsområdet. Det ska ske genom att utveckla området till en attraktiv stadsmiljö med en blandning av nya bostäder, arbetsplatser och servicefunktioner.

### Tillväxt genom miljösatningar

Under 2004 inleddes ett projekt för att föra samman företrädare för olika miljöbranscher genom en workshop med företagare och tjänstemän från kommunen. Nästa steg är en träff mellan företagare och ansvariga politiker i Stockholm och ett gemensamt seminarium i Bryssel med specialister på EU-nivå.

### Sweden ICT Week

Tillsammans med IT-företagen, Dataför-eningen och IT Scandinavia har SNK beslutat att arrangera en årligt återkommande mötesplats för IT-branschen och dess intressenter. Arrangemanget går av stapeln för första gången i september 2005.

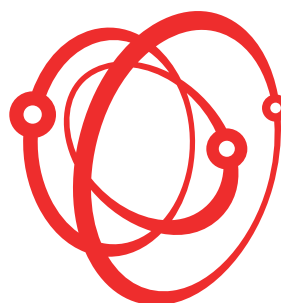
### Samarbete kring Östersjön

I oktober 2005 samlas fler än 400 beslutsfattare från både privat och offentlig sektor i Stockholm inom ramen för "Baltic Development Forum". Målsättningen är att positionera Östersjöregionen globalt. Att mötet hålls i Stockholm ger även möjlighet att lyfta fram Mälarenregionens roll i Skandinavien och Östersjöområdet.

### Röda linjen

Sedan ett par år tillbaka driver Stockholms stad, Botkyrka kommun och Huddinge kommun ett samarbete för att utveckla de kreativa näringarna i regionen.

Genom ett brett partnerskap, Röda linjen där även Konstfack, Musikhögskolan och Stockholms läns landsting ingår, ska entreprenörer få effektiv rådgivning så att de snabbt kan komma ut på marknaden med sina varor och tjänster.

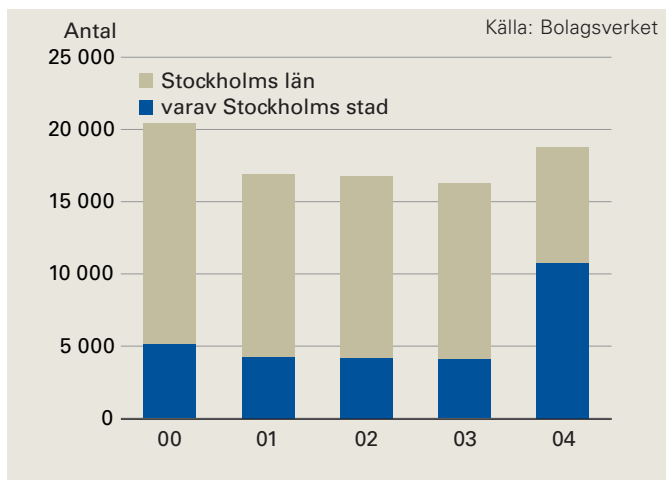


Röda linjen är ett samarbete för att utveckla den kreativa företagsamheten i regionen.



# Konjunktoren **vände** under 2004

## Fler nystartade företag...



Stockholm är Sveriges ekonomiskt starkaste region och svarar för drygt en fjärdedel av landets bruttonationalprodukt. Den ekonomiska utvecklingen drivs av näringslivet. Stockholmsregionen är Sveriges största företagsplats med närmare en fjärdedel av landets alla företag.

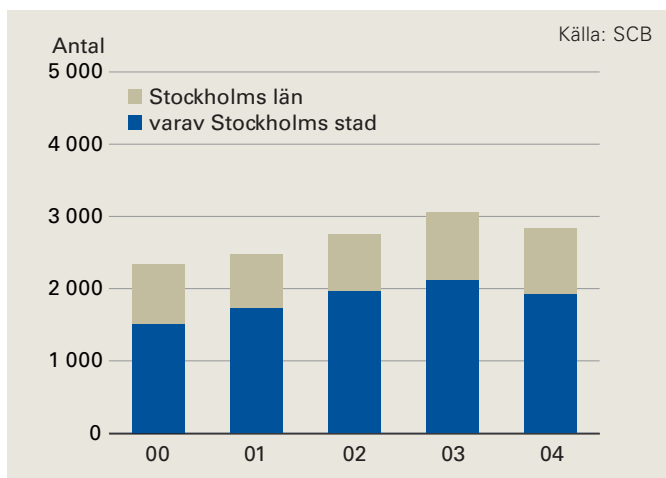
Stora och växande branscher som profilerar Stockholm är informations- och kommunikationsteknik (ICT), bank och finans, bioteknik/biomedicin, miljöteknik och upplevelseindustrin som bland annat omfattar media, mode, musik och design.

Under 2004 vände Stockholmskonjunktoren och började ge positiva effekter på företagandet i Stockholm. Totalt startades 18 739 nya företag i Stockholms län under 2004. Det är den högsta siffran sedan toppnoteringen år 2000 och en ökning med drygt 15 procent jämfört med 2003.

Samtidigt sjönk antalet företagskonkurser. Totalt gick 2 835 företag i konkurs i Stockholms län under 2004, vilket är en minskning med drygt sju procent jämfört med 2003. Det innebär att den fem år gamla negativa trenden med stigande antal konkurser bröts.

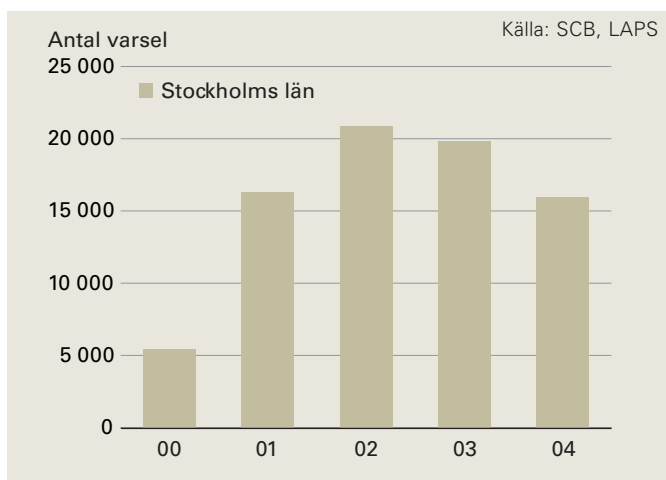
Dessutom ökade antalet företagsetableringar från andra regioner eller länder under 2004. Uppgången märktes i ett flertal branscher, där ICT-företagen stod för den största ökningen.

## ...och färre konkurser





## Ljusning på arbetsmarknaden...



Stockholms län har Sveriges största arbetsmarknad. Arbetsmarknaden kännetecknas av ett stort utbud av arbeten inom en mångfald av branscher. Stockholms län har haft en god utveckling av arbetsmarknaden. Under de senaste åren har arbetsmarknaden försvagats som en följd av lågkonjunkturen. Under 2004 vände dock utvecklingen och läget började sakta förbättras. Antalet personer som varslades om uppsägning sjönk under hela året och minskade med totalt 19 procent under 2004.

Den negativa utvecklingen av sysselsättningen, som pågått sedan 2001, bröts under året. Totalt var drygt 945 000 personer sysselsatta i Stockholms län vid årsskiftet 2004/2005. Arbetslösheten var oförändrad jämfört med 2003 och uppgick till 4,2 procent av arbetskraften i länet.

Under 2004 vände också den svaga utvecklingen av lönesumman. Den började sakta stiga och växte med totalt 2,2 procent i Stockholms län. Uppgången märktes i flertalet branscher med företag inom bank och finans som främsta draglok. Även andra stora branscher som företagstjänster, tillverkning och bygg och handel hade en stabil tillväxt.

I Stockholms län uppgick den totala lönesumman till 280 miljarder kronor under 2004. De privata företagen svarade för 80 procent av lönesumman i regionen.

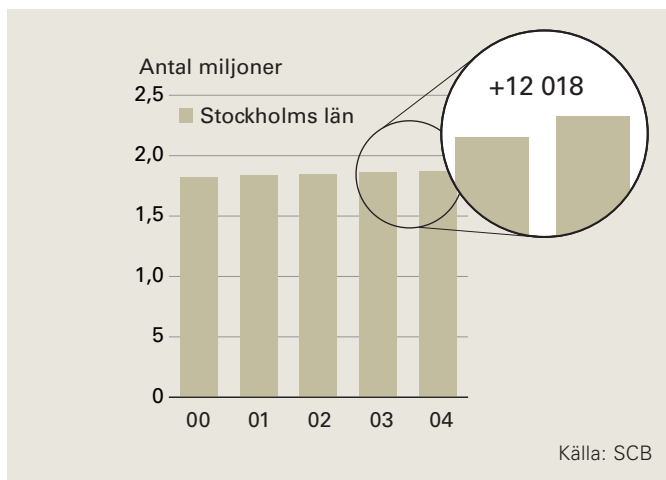
## ...och lönesumman växer





# Attraktionskraften **stärkt** under året

## Befolkningen ökar...

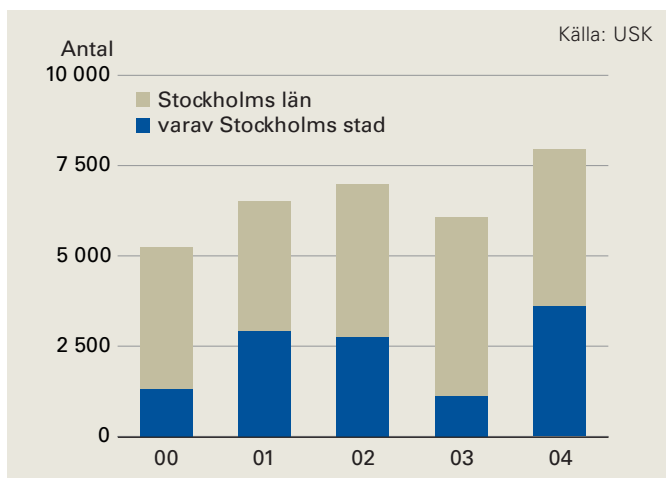


Stockholm är Sveriges största region med drygt en femtedel av landets invånare. Befolkningen kännetecknas av stor mångfald med människor från olika kulturer och åldersgrupper. Stockholms län har haft en stadigt ökande befolkning. Under de senaste åren har dock tillväxttakten avtagit.

Under 2004 växte befolkningen med cirka 12 000 invånare. Ökningen berodde i huvudsak på ett födelseöverskott, men också på viss inflyttning från utlandet. Däremot var flyttnettot mot övriga landet negativt för länet. Under de tio senaste åren har antalet invånare i Stockholm ökat med 10 procent. Idag bor det cirka 1,9 miljoner människor i Stockholms län.

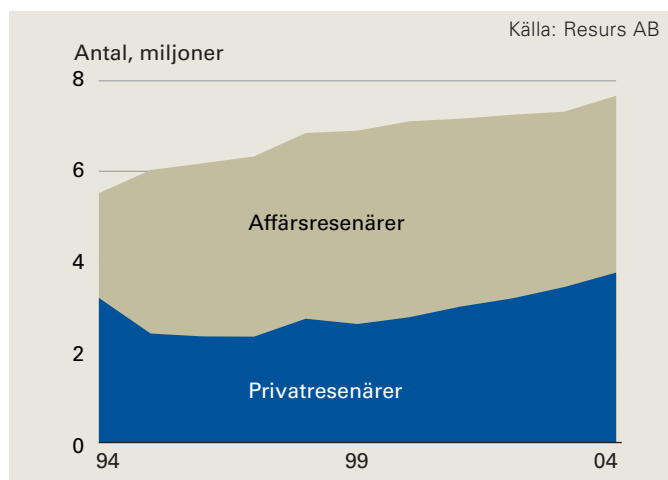
Stockholms län har blivit en gemensam arbets- och bostadsmarknad. De korta geografiska avstånden och de goda kommunikationerna gör att många människor bor i en kommun och arbetar i en annan kommun i länet. Bostadsbyggandet har under lång tid inte motsvarat regionens snabba och kraftiga befolkningstillväxt. Under 2004 började dock bostadsbyggandet ta fart. Totalt började 7 951 lägenheter att byggas i Stockholms län, varav 3 598 i Stockholms stad. Det är det högsta antalet påbörjade lägenheter i länet sedan 1992 och i staden sedan mitten av 1970-talet.

## ...och fler bostäder





## Fler besökare...

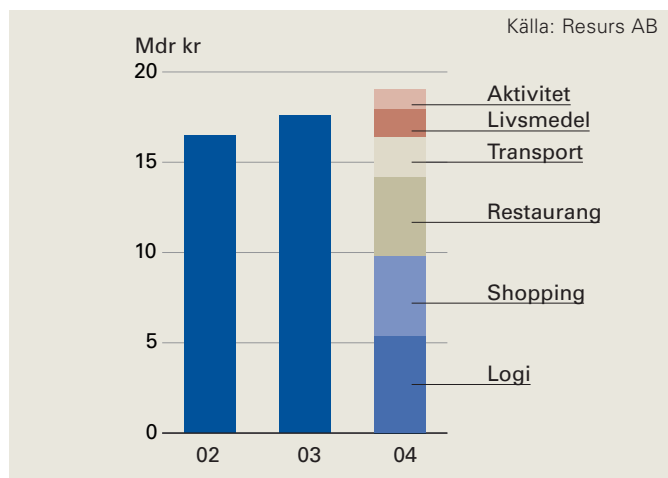


Stockholms län har haft en stark besöksutveckling. Antalet övernattningsplatser på hotell, vandrarhem, stugbyar och campingplatser har stadigt ökat sedan början av 1990-talet. Under 2004 fortsatte den positiva utvecklingen och antalet kommersiella övernattningsplatser uppgick till närmare 7,7 miljoner i Stockholms län. Det är en ökning med 4,8 procent jämfört med 2003.

Det var framför allt återhämtningen av det utländska resandet till Stockholm som låg bakom uppgången. De utländska besökarna ökade med 9,1 procent, samtidigt som de svenska besökarna fortsatte att öka med 2,7 procent under 2004. Den största ökningen stod de europeiska besökarna från länder som Tyskland och Italien för, men också overseasresandet från USA ökade kraftigt.

Besöksutvecklingen har stor betydelse för både ekonomi och sysselsättning i Stockholms län. De inresande turisterna genererade en omsättning på drygt 19 miljarder kronor i länet under 2004. Det är en ökning med 8,4 procent jämfört med 2003. Under de senaste fem åren har försäljning skapad av inresande turister ökat med hela 66 procent. De inresande turisterna genererade störst omsättning i branscherna logi, shopping och restaurang.

## ...ökar försäljningen





Stockholms Näringslivskontor med dotterbolagen  
Stockholm Visitors Board och Business Arena Stockholm  
har till uppgift att utveckla och marknadsföra  
Stockholm som etablerings- och besöksregion.

#### Stockholms Näringslivskontor

Drottninggatan 33 Box 16282 103 25 Stockholm  
Tfn 08-508 280 00 Fax 08-508 280 90  
[www.naringslivskontoret.se](http://www.naringslivskontoret.se) [info@snk.stockholm.se](mailto:info@snk.stockholm.se)

#### Stockholm Visitors Board

Drottninggatan 33 Box 16282 103 25 Stockholm  
Tfn 08-508 280 00 Fax 08-508 285 10  
[www.stockholmtown.com](http://www.stockholmtown.com) [info@svb.stockholm.se](mailto:info@svb.stockholm.se)

#### Business Arena Stockholm

Drottninggatan 33 Box 16282 103 25 Stockholm  
Tfn 08-508 280 80 Fax 08-508 280 30  
[www.businessarenastockholm.se](http://www.businessarenastockholm.se) [info@bas.stockholm.se](mailto:info@bas.stockholm.se)

