

Utfallsrapport Tertial 2 2026

Stockholm Business Region AB

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	3
Analys av ekonomisk utveckling	5
Analys.....	5
1. Ett Stockholm som håller samman med en stark och jämlik välfärd i hela staden	5
1.1 Alla barn och ungdomar ska ges möjlighet till jämlika uppväxtvillkor och trygghet samt en rik fritid.....	5
1.2 Alla barn ska ges likvärdig möjlighet till utveckling och lärande i förskolan och skolan.....	5
1.3 Stockholms stad ska ge stöd och omsorg där behoven är som störst	5
1.4 Stockholm ska vara en bra stad att åldras i - med god omsorg och stor trygghet.....	5
1.5 Alla stockholmare ska ha tillgång till ett rikt kultur-, idrotts- och föreningsliv	6
2. Ett grönt och fossilfritt Stockholm som leder en rättvis klimatomställning	8
2.1 Stockholm ska bli klimatpositivt – genom minskade utsläpp och ökad koldioxidlagring	8
2.2 Stockholm ska vara en stad där den biologiska mångfalden ökar	9
2.3 Stockholm ska vara en stad där framkomligheten ökar och utsläppen minskar	9
2.4 Stockholmarnas hälsa ska främjas genom ren luft, rent vatten och giftfria miljöer.....	12
3. Ett Stockholm med en stabil och hållbar ekonomi med utbildning, jobb och bostäder för alla	12
3.1 Stockholms ekonomi är stark, hållbar och lägger grunden för en jämlik välfärd.....	12
3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb.....	13
3.3 I Stockholm ska alla ha rätt till ett bra boende som de har råd med.....	25
3.4 Medarbetare i Stockholm ska ges goda förutsättningar att göra ett bra jobb.....	25
3.5 Hög beredskap och stark rådighet ska råda i alla verksamhetsområden	26
3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser	27
3.7 Stockholm ska vara en öppen, jämställd och demokratisk stad som samarbetar internationellt	27
Övrigt.....	27

Sammanfattande kommentar

Omvärldsläget har under 2026 präglats av kriget i Mellanöstern, Rysslands pågående invasionskrig i Ukraina och konflikternas ekonomiska konsekvenser för den globala ekonomin såväl som för Stockholm. Det osäkra geopolitiska läget påverkar förutsättningarna för såväl besökare som näringslivet i Stockholm, och därmed även bolagets verksamhet.

Motståndskraften i världsekonomin och lokalt i Stockholm har visat sig vara större än många bedömare inledningsvis trodde. Prognoser för global tillväxt från OECD och IMF har justerats ned något men Konjunkturinstitutet har, efter en initial sänkning av prognosen för svensk tillväxt 2027 till 2,5 procent, i augusti åter justerat upp den med 0,2 procentenheter till 2,7 procent. Konjunkturbarmetern augusti 2026 visar på ett starkare stämningsläge än normalt i den svenska ekonomin och att företagen ser allt mer positivt på framtiden.

Stockholm som besöksdestination har under perioden januari-juli utvecklats bra med fortsatt positiv tillväxt av nationella och internationella gästnätter. Andelen internationella besökare har en mycket stark tillväxt och i julimånad noterades den högsta noterade andelen internationella gästnätter i Stockholms län någonsin. Evenemang och internationella målgrupper driver utvecklingen i hög grad. Ackumulerat har Stockholm en fortsatt stabil tillväxt om 5,6 procent och fortsätter utvecklas starkare än övriga landet. Stockholm har även den starkaste tillväxten av kommersiella gästnätter jämfört med relevanta jämförelsedestinationer i Europa.

Situationen på energimarknaden är fortsatt ansträngd, och International Energy Agency (IEA) bedömer att störningarna i Mellanöstern har lett till kraftigt minskade globala oljelager och fortsatt höga priser på bland annat flygbränsle. Situationen kan komma att påverka Stockholmsekonomin och företagens förutsättningar. Bolaget analyserar utvecklingen kontinuerligt.

Internationell positionering och evenemang

Bolaget har stärkt den internationella marknadsföringen genom riktade kampanjer där sommarkampanjen resulterade i 21,7 miljoner exponeringar – nära 50 procent över prognos. Press och PR har stärkts genom besök av 80 medierepresentanter från nyckelmarknader som Storbritannien, USA, Tyskland och Frankrike. Antalet besökare till bolagets webbplatser visitstockholm.se och visitstockholm.com ökade med 58 respektive 28 procent.

Stora evenemang har varit plattformar för positioneringen som har stärkt Stockholm som värd- och evenemangsstad. Bad Bunnys två utsålda konserter på Strawberry Arena den 10–11 juli blev en jättesuccé med över 100 000 konsertbesökare varav 50 000 internationella från 126 länder. Bolaget har genomfört riktade digitala kampanjer och fysiska aktiveringar i Kungsträdgården i samarbete med näringslivet inom *Stockholm City of Supporters*. I samband med Stockholm Pride genomförde bolaget insatser för att stärka bilden av Stockholm som en öppen, välkommande och inkluderande stad att besöka, flytta till och arbeta i. Insatser inför *O-ringen 2027* och *Basket EM för damer 2027* har genomförts under perioden med syfte att stärka Stockholms profil som internationell idrottsstad.

I enlighet med övergripande mål i stadens program för evenemang om minst ett nytt mästerskap per år har bolaget stöttat *Team Racing World Championship 2026*, ett internationellt världsmästerskap i lagsegling som genomfördes den 12-16 augusti på Riddarfjärden. Stockholms centrala vatten förvandlades till en internationell arena fylld av fart, taktik och publikvänlig kappsegling.

Innovationsmiljöer och stadsutveckling

Arbetet med att stärka Stockholms innovationsmiljöer har fortsatt med särskilt fokus på Kista och Hagastaden. I Kista har bolaget deltagit i det stadsövergripande arbetet med platsens långsiktiga utveckling och bidragit med näringslivsperspektiv, investerardialoger, analyser och kunskap om etableringar, stadsdelsutveckling och platsattraktivitet. Bolaget har även bidragit till initiativ i syfte att utveckla levande stadsmiljöer, bland annat Hötorget baserat på analyser och brukarundersökningar med över 900 inspel från näringsidkare och besökare.

Implementering av näringslivspolicy och stärkt lokalt näringslivsarbete

Arbetet med att implementera stadens Näringslivspolicy har fortskridit med insatser inom samtliga sju ramvillkor samtidigt med onboarding av de nya klustervisa näringslivsutvecklarna anställda i stadsdelsförvaltningarna. Bolaget har under perioden genomfört 100 företagsbesök i Norra innerstadens stadsdelsområde för att stärka dialogen med det lokala näringslivet, identifiera hinder samt utvecklingsbehov.

Under perioden har implementering av modell för studiemotiverande arbetslivsorientering (SAO-jobb) påbörjats med rekrytering av företag som vill delta i initiativet och utbildningsinsatser genomförts med personal på utvalda skolor, Utbildningsförvaltningen och bolaget för att säkerställa att modellen genomförs på ett ändamålsenligt sätt.

Parallellt har bolaget fullföljt uppdraget att tillhandahålla 150 feriejobbplatser inom besöksnäringen. Genom satsningen har 75 ungdomar erbjudits traditionella feriejobb i besöksnäringen, 50 ungdomar har deltagit i entreprenöriella feriejobb med inriktning på affärsutveckling inom besöksnäringen samt 25 ungdomar har deltagit i en värdskapssatsning med sommarvärdar i City och på Djurgården för att stärka servicen i centrala besöksmiljöer.

Dessa insatser har syftat till att ge ungdomarna en bredare förståelse för branschen och dess utmaningar, samtidigt som de fått möjlighet att utveckla egna initiativ och affärsidéer. Genomförandet har skett i nära samverkan med upphandlade aktörer och näringslivet, med syfte att ge ungdomarna praktisk arbetslivserfarenhet, stärka deras kunskap om besöksnäringen och bidra till ett gott värdskap i Stockholm.

Stockholm Business Alliance och regional samverkan

Samarbetet inom Stockholm Business Alliance har stärkts genom löpande dialog, strategiska analyser och gemensamma insatser för att förbättra företagsklimatet och attrahera nya etableringar till SBA-regionen. Under perioden har beslut fattats om 2 etableringar till SBA-regionen, inom life science och proptech (property technology). Bolaget arbetar med 107 etableringsförfrågningar varav 27 är i aktiv fas och 7 är i slutskedet.

Bolaget har anställt en verksamhetsanalytiker i syfte att utveckla företagsklimatarbetet inom SBA-samarbetet. I samarbete med SKR har bolaget genomfört möten kring utveckling av undersökningar för mätning av företagsklimatet 2027. Under Almedalsveckan arrangerade SBA ett frukostseminarium om tillväxt och attraktionskraft i syfte att stärka regionens position och samverkan.

Inom Stockholm Archipelago har arbete genomförts för att förlänga säsongen i Stockholms skärgård samt marknadsföra Stockholm med dess skärgård genom kampanjer, visningsresor och internationell exponering. På *Stockholm Archipelago Trail (SAT)* ökar antalet besökare och vandringsleden fortsätter få mycket stor uppmärksamhet internationellt.

Grön omställning

Under perioden deltog bolaget i lanseringen av *BridgeHouse*TM, en nationell innovationsplattform med syfte att koppla samman små och medelstora företag (SMF) och nystartade företag med branschledare och testbäddar för att påskynda hållbar teknik, gröna innovationer och industriell klimatomställning. Arbetet kommer gynna regionens position och innovationsförmåga.

Bolaget har drivit initiativ som *Impact Kitchen Accelerator* i samverkan med Sweden Foodtech för att främja hållbara livsmedelssystem, och utvecklat *Stockholm ImpACT* som en digital plattform för att synliggöra initiativ inom den gröna omställningen. Aktörsaktivering inför *Stockholm ImpACT Days 2026* har genomförts, och *Tech X Day*-insatser inom Life Science, Defence Tech och Creative Tech har genererat cirka 600 nya etablerade näringslivskontakter.

Analys av ekonomisk utveckling

Analys

Budgeterat resultat och årsprognos

Bolagets resultat på helår är budgeterat till 0 mnkr, och prognostiseras också till 0 mnkr vilket ligger i linje med ägardirektiven för året.

Intäkterna prognostiseras för året till 132,6 mnkr.

Kostnaderna för året prognostiseras till 135,1 mnkr.

De finansiella kostnaderna och intäkterna för året prognostiseras till en intäkt på 2,5 mnkr.

Ekonomiskt utfall tertial 2 2026

Intäkterna uppgår till 93,3 mnkr för perioden vilket är 5,5 mnkr högre än budget för perioden.

De ökade intäkterna är hänförliga till enskilda projekt med särskild finansiering huvudsakligen projekt finansierade genom EUs Interreg-program, samarbetsavtal inom fastighetsägarnätverket för den nya projektperioden samt överförda intäkter från föregående år för projekt som sträcker sig över en längre projektperiod. Bolaget har under perioden genomfört de aktiviteter som är planerade för perioden med goda resultat. Bolaget har dels verksamhet som bedrivs löpande och dels ett antal insatser som genomförs under olika tertial kopplat till enskilda aktiviteter.

Kostnaderna uppgår till 83,2 mnkr för perioden vilket är 5,9 mnkr lägre än budget för perioden. Däri ingår personalkostnaderna som är 3,3 mnkr lägre än budget då vakanser delvis har täckts av konsulter under pågående rekrytering.

Resultatet av de finansiella kostnaderna och intäkterna uppgår till en intäkt om 2,1 mnkr vilket är 0,8 mnkr högre än budget för perioden.

Koncernens resultat efter finansnetto för tertial 2 uppgår till 12,2 mnkr

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



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



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



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



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



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

Under perioden har bolaget genomfört insatser för att stärka Stockholms position som en av Europas ledande kultur- och evenemangsstäder, vilket säkerställer alla stockholmarnas och besökarnas tillgång till ett rikt kultur-, idrotts- och föreningsliv.

För att synliggöra kultur- och evenemangsutbudet har bolaget inom ramen för *City of Supporters* arrangerat nätverksmöten, lyft 1 273 evenemang i evenemangskalendern på visitstockholm.se/.com och tagit fram kommunikationsverktyglådor med tema jämställdhet, musik, idrott och välmående till näringslivet och andra intressenter.

Den internationella synligheten har ökat avsevärt: antalet besök till bolagets webbplatser visitstockholm.se/.com ökade med 58 respektive 28 procent och den internationella sommarkampanjen nådde 21,7 miljoner exponeringar – nära 50 procent över prognos. PR-närvaron stärktes genom 80 medierepresentanter från nyckelmarknader som Storbritannien, USA, Tyskland och Frankrike.

Arbetet med Stockholmsidentiteten har omsatts i konkreta åtgärder bland annat genom kommunikationsinsatser, aktivering under Almedalsveckan, partnerskap i *Nordic Happiness Summit* samt fortsatt arbete med *Stockholm Wellbeing Index*. Ett nytt samarbete med Region Stockholm har etablerats för att ytterligare stärka det gemensamma identitetsarbetet.

Stora evenemang har varit plattformar för positioneringen och stärkt Stockholm som värd- och evenemangstad. Bad Bunnys två utsålda konserter på Strawberry Arena den 10–11 juli blev en jättesuccé med över 100 000 konsertbesökare varav 50 000 internationella från 126 länder. Bolaget har genomfört riktade digitala kampanjer och fysiska aktiveringar i Kungsträdgården i samarbete med näringslivet inom *Stockholm City of Supporters*.

I samband med Stockholm Pride genomförde bolaget insatser för att stärka bilden av Stockholm som en öppen, välkommande och inkluderande stad att besöka, flytta till och arbeta i. Insatser inför *O-ringen 2027* och *Basket EM för damer 2027* har genomförts under perioden med syfte att stärka Stockholms profil som internationell idrottsstad.

Under perioden har bolaget deltagit i stadens platsutvecklingsprocesser bland annat kopplat till utvecklingsbehoven för den regionala stadskärnan i Skärholmens stadsdelsområde samt bidragit med kunskap och analys i den stadsövergripande styrningen av stadsutvecklingen i Kista.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
 Främja Stockholms position som en av Europas mest öppna, hållbara och kreativa städer	 Fortsatt arbete med Stockholms identiteten och skapa ett ambassadörskap kring allas roll i berättandet och främjandet av sin huvudstad. Analys Arbetet med Stockholmsidentiteten har fortsatt med fokus på att samla relevanta aktörer för att lyfta staden styrkor och stärka förmågan att tillsammans positionera staden internationellt. Under perioden har arbetet gått från strategi till aktivering, med fokus på att omsätta identiteten i kommunikation, samarbeten och konkreta initiativ, så som ett event under Almedalsveckan och en gemensam film som delades på LinkedIn. Vi har även varit partner i Nordic Happiness Summit och fortsatt lyfta fram arbetet med Stockholm Wellbeing Index.
	 Genomföra marknadsföringsinsatser och positionera staden internationellt kring prioriterade och strategiska områden samt riktade samarbeten. Analys Stockholm har stärkt sin internationella synlighet genom marknadsföring, PR och strategiska

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	samarbeten. Antalet besök till bolagets webbplatser visitstockholm.se/ ökade med 58 procent respektive 28 procent. Den internationella sommarkampanjen genererade 21,7 miljoner exponeringar, nära 50 procent över prognos. 80 internationella medierepresentanter besökte Stockholm. Bad Bunny aktiveringarna genererade 2 250 nyhets- och sociala medier-inlägg från fans och andra med en räckvidd på 1,18 miljarder.  Marknadsföra Stockholm som en av Europas mest öppna, hållbara och kreativa städer i samverkan med relevanta parter. Analys I samband med Pride var det stor samverkan inom staden med gemensamt deltagande i Prideparaden och närvaro med turistsvåg i Prideområdet. SBR tog fram en Pride-guiden som resulterade i över 6 200 besök och kommunikationen nådde över 500 000 organiskt i sociala kanaler. Bolaget tillsammans med Stockholm LGBT (som samlar näringsaktörer som vänder sig mot HBTQI+-målgruppen) stod värd för en visningsresa med totalt 10 internationella media och resebyråer från främst US, Canada, UK och Spanien. I augusti deltog bolaget på Fashion Week Trade 2026 på Nackastrandsmässan, Sveriges största modemässa och en affärsmötesplats för modebranschen, där 700 svenska och internationella varumärken visade upp sina kollektioner. Bolaget deltog även på Transformation Conference 2026 tillsammans med över 150 beslutsfattare inom mode-, detaljhandels- och techsektorn för att nätverka och diskutera AI, digitalisering och cirkulära lösningar.
 Synliggöra Stockholms rika kultur- och evenemangsutbud så att fler Stockholmare och besökare kan ta del av kulturupplevelser	 Marknadsföra Stockholm som evenemangs- och upplevelsestad i samarbete med relevanta aktörer bland annat genom Stockholm City of Supporters. Analys City of Supporters som arbetssätt har stärkt Stockholms gemensamma värdskap genom större aktiveringar kring som Bad Bunny och Stockholm Pride. Det resulterade i över 2 250 nyhets- och sociala medier-inlägg om Bad Bunny och Stockholm, med en räckvidd på 1,18 miljarder. Pride-guiden nådde 6 200 besökare och kommunikationen över 500 000 organiskt i sociala kanaler, samt deltagande i paraden, pressresa och andra aktiviseringar. 1 273 evenemang lyftes i evenemangskalendern och tre nya kommunikationsverktygslådor bidrog till att mobilisera fler aktörer.
 Tillsammans med kommunstyrelsen samt berörda nämnder bidra till det prioriterade arbetet i stadens fyra fokusområden som är Farsta, Hagsätra-Rågsved, Järva och Skärholmen	 Delta aktivt i stadens platsutvecklingsprocesser i fokusområdena och bidra med kunskap, analys och kommunikation kopplat till näringsliv, besöksutveckling och positionering Analys Bolaget har deltagit i stadens platsutvecklingsprocesser bland annat kopplat till de lokala utvecklingsbehoven för Skärholmens stadsdelsområde samt bidragit med kunskap och analys i den stadsövergripande styrningen av stadsutvecklingen i Kista.  Stärka attraktionskraften i stadens fyra fokusområden genom att stödja och samordna lokalt näringslivsarbete, genomföra entreprenörsskapsinsatser samt genom uppsökande näringslivsdialog för att möta lokalt näringslivs behov. Analys Under perioden har företag från stadens fokusområden bland annat bjudits in att medverka i initiativet Impact Kitchen Accelerator och en aktör från Farsta kommer att delta. Bolaget har fortsatt arbetet inför årets Kista Startup Day, en mötesplats för lokala entreprenörer, näringsliv och investerare, med ett tydligt fokus att lyfta fram lokala företag från Järva. Bolaget har även bidragit med kontakter till lokalt näringsliv och fastighetsägare i arbetet med att utveckla den regionala stadskärnan Kungens Kurva-Skärholmen.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	 Idrottsnämnden ska i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, kulturnämnden, trafiknämnden, utbildningsnämnden och Stockholm Business Region AB samt i samråd med kommunstyrelsen och stadens styrgrupp för stora evenemang samordna stadens planering av O-Ringen år 2027 samt basket-EM för damer 2027 Analys Bolaget har tillsammans med idrottsförvaltningen arbetat med O-Ringen 2027 samt basketmästerskapen UEM 2026 och EM 2027 för att stärka Stockholms profil som evenemangsstad, skapa näringslivsnytta och utveckla hållbar destinationssamverkan, bland annat genom arbetssättet City of Supporters. Inför O-Ringen 2027 har Stockholm marknadsförts genom en guide på Visit Stockholm, en takeover av O-Ringens Instagramkonto samt närvaro med partners i en Stockholmsmonter under O-Ringen i Göteborg. Ytterligare synlighet har skapats genom O-Ringens programtidning, reklamfilm under Jukola och riktade sociala medier-insatser i samband med Orienterings-VM, vilka nådde cirka 250 000 personer. I samband med FIBA U18 Women's EuroBasket i Kista genomfördes kommunikations- och innehållsaktiveringar i sociala medier samt stödmaterial för deltagare och arrangörer. Genom att koppla mästerskapet till Kistas profil inom innovation, tech och näringsliv synliggjordes både Stockholm som evenemangsstad och bredden i stadens erbjudande. Insatserna genomfördes i samverkan med relevanta aktörer och genererade god räckvidd och engagemang.

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

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

Bolagets arbetet med att göra Stockholm klimatpositivt genom minskade utsläpp och ökad koldioxidlagring har under perioden bedrivits med fokus på att utveckla hållbara matsystem. Medverkan har skett i kommunstyrelsens utredning om hur Stockholm kan utvecklas som en levande matstad med matmiljöer som främjar hälsosam mat med låg miljö- och klimatpåverkan.

I samverkan med Sweden Foodtech har *Impact Kitchen Accelerator* genomförts, ett nytt initiativ som sammanförde restauranger, kockar, entreprenörer och innovatörer för att testa nya hållbara produkter och tjänster i verkliga köksmiljöer. Syftet är att skapa bättre förutsättningar för innovationer inom livsmedelssystemet att testas, utvecklas och på sikt nå marknaden.

Inom ramen för initiativet genomfördes två workshops, där totalt 14 kockar mötte närmare 20 innovatörer med olika produkter och tjänster. Workshoparna fokuserade på matchmaking mellan kökens behov och de lösningar som innovatörerna erbjuder. Efter genomförda workshops har kockarna fått produkter levererade för att testa och utvärdera dem i sina ordinarie verksamheter under en längre period. Erfarenheter och resultat från testperioden kommer att presenteras och spridas vid två programpunkter under *Stockholm ImpACT Days 2026*. Initiativet bidrar samtidigt till att utveckla Stockholm som en konkret test- och demonstrationsmiljö för framtidens hållbara matsystem.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	 Kommunstyrelsen ska i samarbete med arbetsmarknadsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden, Stockholm Business Region AB samt andra berörda nämnder och bolag utreda hur Stockholm kan utvecklas som en levande matstad med matmiljöer som främjar hälsosam mat med låg miljö- och klimatpåverkan Analys Bolaget har deltagit i arbetet som leds av stadsledningskontoret om hur Stockholm kan utvecklas som en levande matstad. I samarbete med Sweden Foodtech har bolaget tagit fram ett nytt initiativ, <i>Impact Kitchen Accelerator</i> , som samlar restauranger, kokkar, entreprenörer och innovatörer för att testa nya hållbara produkter och tjänster i verkliga köksmiljöer. Initiativet bidrar till att utveckla Stockholm som en konkret test- och demonstrationsmiljö för framtidens hållbara matsystem. Erfarenheter och resultat från testperioden kommer att presenteras och spridas vid två programpunkter under Stockholm ImpACT Days 2026.

2.2 Stockholm ska vara en stad där den biologiska mångfalden ökar

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

Under perioden har arbetet med att öka framkomligheten och minska utsläppen i Stockholm bedrivits med inriktning på hållbara transportlösningar, internationell positionering och marknadsföring av stadens hållbarhetserbjudande. Deltagande har ägt rum i strategiska möten och seminarier, bland annat vid den svenska ambassadens seminarium *Prague Infrastructure & Mobility Seminar* i Prag, Choose Europes möte i Rotterdam samt under norska Arendalsveckan, motsvarigheten till Almedalsveckan.

Under Almedalsveckan lanserades den nationella innovationsplattformen BridgeHouse™, grundad av AstraZeneca, Scania och RISE, för att främja innovation och hållbar teknik där Bolaget spelat en avgörande roll för att plattformen landade inom SBA-kommunerna med Södertälje kommun i samarbetet. Arbetet förväntas öka attraktionskraften för företag och talanger.

En kampanj för ImpACT 2026 genomfördes på LinkedIn och nådde drygt 60 500 personer, genererade cirka 213 000 exponeringar och resulterade i 663 länkklick. Under perioden har insatser vidtagits för att öka kännedomen om hållbara resesätt, bland annat genom uppdaterad information om tågresor till Stockholm, en ny guide för tillgänglighet med praktiska tips om stadsmiljö, transporter och museer, samt spridning av videomaterial på Meta och Facebook om tillgängligt resande med SL och cykling. Testprojektet med utsläppsfri kollektivtrafik på linjen Stockholm–Möja har lyfts fram inom ramen för projektet *Stockholm Archipelago*.

Internationell positionering och nätverksbyggande har stärkts genom deltagande i centrala europeiska forum, såsom Oslo-dagen under Arendalsveckan och konferensen *Unleashed*, med fokus på riskkapital, stadsutveckling, geopolitik och innovation. Dessutom har insatser genomförts för att attrahera internationella investerare inom prioriterade områden som proptech och fastighetsteknologi, bland annat genom ett program under Almedalsveckan och en investerarakтивitet på TechBBQ i Köpenhamn i samverkan med Teknikföretagen och Business Sweden, varvid konkreta etableringsavsikter har identifierats.

Arbetet med att främja hållbara investeringar och etableringar har fortskridit genom samverkan med nationella och internationella aktörer. Under perioden har den digitala plattformen Stockholm ImpACT utvecklats för att synliggöra och samla initiativ som bolaget, staden och externa aktörer driver inom den gröna omställningen, bland annat Impact Kitchen Accelerator. Vidare har bolaget bidragit med perspektiv

och insikter kring Stockholmsregionens konkurrenskraft, såsom i panelsamtal på Framtidsdagen med temat *Stockholmsregionen som strategisk nod – konkurrenskraft, cirkularitet och den gröna omställningen*.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
 Bidra till och arbeta för att öka den internationella tillgängligheten till Stockholm genom hållbara transportmedel, bland annat genom att verka för införandet av ett snabbtåg Stockholm-Oslo	 Bidra till att öka hållbara resesätt genom marknadsaktiviteter och kunskapsspridning. Analys VD medverkade vid den svenska ambassadens seminarium <i>"Prague Infrastructure & Mobility Seminar"</i> i Prag för att utbyta erfarenheter och diskutera framtiden för urban mobilitet och infrastruktur. I samband med större evenemang kommunicerar vi alltid hur besökare kan ta sig till och från platsen på ett hållbart sätt, bland annat genom att lyfta lokaltrafik som alternativ på vår webbplats och i sociala kanaler. Vi har även uppdaterat informationen om att resa med tåg till Stockholm och tagit fram en ny guide för ett mer tillgängligt Stockholm. Guiden innehåller praktiska tips om stadsmiljö, transporter och museer, vilket bidrar till att stärka Stockholms image som en stad för alla. På Meta har vi delat en video som visar hur tillgängligt resande med SL fungerar, vilket har gett mycket positiva resultat. Även vårt inlägg om cykling i staden på Facebook har uppnått högt engagemang och var en av kontots mest sedda videor under perioden. Dessutom har vi, inom ramen för projektet <i>Stockholm Archipelago</i>, lyft testprojektet med utsläppsfri kollektivtrafik på linjen Stockholm–Möja.  I samverkan med relevanta aktörer arbeta för att öka den internationella tågtillgängligheten till Stockholmsregionen, bland annat mellan Stockholm och Oslo, genom marknadsaktiviteter och kunskapsspridning. Analys Arbetet har fortsatt enligt plan under tertialet.  Öka kännedomen om Stockholms starka erbjudande inom hållbarhet och grön omställning för prioriterade målgrupper samt marknadsföra den internationella tillgängligheten till Stockholm. Analys Vi bedriver löpande kommunikation i våra digitala kanaler och genom riktade insatser, där vi lyft fram hållbara innovationslösningar för att öka engagemanget inför Stockholm Impact Days och Expo Real under tredje kvartalet. För ImpACT 2026 genomfördes en kampanj på LinkedIn med syfte att öka kännedomen om ImpACT Re:think Cities, nå fler potentiella deltagande företag och driva trafik till landningssidan inför Impact Days 2026. Kampanjen nådde drygt 60 500 personer, genererade cirka 213 000 exponeringar och resulterade i 663 länkklick. Räckvidden var god, och målgruppsanalysen visar att annonseringen nådde relevanta företag och branscher, bland annat inom innovation, teknik och forskning.
 Delta i det av kommunstyrelsen ledda arbetet med att utveckla stadens pakter och övriga relevanta nätverk till att utgöra konkreta verktyg för näringslivssamverkan i genomförandet av miljöprogrammet och klimathandlingsplanen.	 Framtidssäkra Stockholm genom att bidra till samordning och utveckling av samverkansforum som verktyg i genomförandet av miljöprogrammet och klimathandlingsplanen. Analys Arbete fortgår enligt plan.
 Främja investeringar och	 Främja investeringar och etableringar som bidrar till hållbar utveckling genom att utgöra stadens etablerings- och expansionservice och i det proaktiva etablerings- och expansionsarbetet lyfta Stockholms styrkor och ambitioner på området.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
etableringar som bidrar till hållbar stadsutveckling, den gröna omställningen och ökad cirkularitet. Med utgångspunkt i stadens miljöprogram och handlingsplaner ska företag och investerare attraheras som delar Stockholms ambitioner om hållbar utveckling	Analys Det strategiska arbetet för att höja SBA-kommunernas kompetens och nätverk fortsätter, med fokus på att främja etableringar inom den gröna omställningen. Kommunerna har stärkt sin förmåga att attrahera relevanta etableringar, förstå förutsättningar och utveckla nödvändiga nätverk och teknisk kunskap inom energisektorn och industriell symbios. Regelbundna möten hålls med aktörer som SBR, kommuner och Business Sweden, och målet är att säkerställa fler internationella företagsetableringar.
	 Säkerställa fler internationella företagsetableringar inom den gröna omställningen. Analys Under Almedalsveckan lanserades BridgeHouse™, en nationell innovationsplattform grundad av AstraZeneca, Scania och RISE, med syfte att främja innovation, konkurrenskraft och hållbar teknik för att nå klimatmålen. SBR har engagerat Södertälje kommun i samarbetet, vilket förväntas öka attraktionskraften för både företag och talanger, med positiv spill-over-effekt på fler SBA-kommuner.
	 Tillsammans med relevanta aktörer positionera och marknadsföra Stockholm internationellt som en ledande och innovativ plats för hållbara investeringar där företag kan växa i samklang med stadens klimatmål. Analys VD och ett par ytterligare medarbetare deltog i Choose Europes möte i Rotterdam för att stärka relationerna inom nätverket och dela kunskap och erfarenheter med andra investeringsfrämjande organisationer i Europa. Under Arendalsveckan medverkade VD, inbjuden av Oslo&Co, i två paneldiskussioner som en del av Oslo-dagen. Den ena panelen fokuserade på riskkapital, medan den andra behandlade stadsutveckling. Temat för Oslo-dagen var "Oslo i ett nordiskt perspektiv". VD och vVD deltog även på Stockholm Handelskammarens konferens "Unleashed", som riktade sig till beslutsfattare, innovatörer och förändringsledare från Norden och Baltikum. Årets tema, "The Next Play", fokuserade på att gå från ambition till handling, med diskussioner om geopolitik, säkerhet, konkurrenskraft och innovation, samt hur Norden kan forma sin roll i ett föränderligt Europa. Under Almedalsveckan genomförde vi dessutom ett program för internationella investerare inom proptech och fastighetsteknologi från Storbritannien, USA och Nederländerna. Investerarna deltog i seminarier tillsammans med svenska fastighetsägare och proptechbolag, som också fick möjlighet att pitcha sina lösningar. En av investerarna har som mål att inom två år öppna ett nordiskt huvudkontor i Stockholm för att stärka sin investeringsportfölj i svenska bolag.
 Säkerställa ett starkt näringslivsperspektiv i klimatarbetet genom att stödja utvecklingen av gröna företag, hållbara innovationer och kompetens, samtidigt som Stockholm positioneras som en ledande aktör i den gröna omställningen. Bolaget ska också tillsammans med kommunstyrelsen ta till vara på statliga	 Lotsa företag som bidrar till hållbar utveckling inom aktörssystemet för råd och stöd på området för ett framtidssäkrat näringsliv och för att skynda på den gröna omställningen. Analys Arbete fortgår.  Skapa förutsättningar för hållbart växande näringsliv genom att tillgängliggöra lokala, nationella och internationella initiativ inom grön omställning och genomföra kunskaphöjande insatser. Analys Under perioden har arbetet fortsatt med Stockholm ImpACT som en digital plattform för att synliggöra och samla initiativ som bolaget, staden och externa aktörer driver eller samskapar inom den gröna omställningen (t.ex. Impact Kitchen Accelerator). Ambitionen är att plattformen på sikt ska fungera som en gemensam ingång för överblick, samverkan och synliggörande av relevanta projekt och insatser i Stockholm.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
initiativ, exempelvis Statens accelerationskontor, som syftar till att skynda på den gröna omställningen	🔵 Stärka Stockholms position för impactbolag och impactinvestorer genom initiativ som samlar lokalt näringsliv och nationella/ internationella intressenter på området. Analys Under perioden har aktörsaktivering inför Stockholm ImpACT Days den 28 september–2 oktober 2026 genomförts. Stockholm ImpACT Days är en arena för samverkan kring grön omställning och hållbar samhällsutveckling. Under veckan samlas och synliggörs aktiviteter från olika aktörer under ett gemensamt paraply, där bolaget bidrar med en övergripande digital och kommunikativ plattform. Syftet är att stärka samverkan, skapa nya partnerskap och positionera Stockholm som en internationell arena där innovation, affärsnytta och hållbarhet möts. Under perioden har också en investerarakтивitet genomförts för att fortsätta stärka Stockholms position inom impact och impactinvesteringar på TechBBQ i Köpenhamn, i samverkan med Teknikföretagen och Business Sweden. Effekten är stärkta kontaktytor mellan Stockholms näringsliv och nationella samt internationella investerare, vilket ökar synligheten för Stockholms impactbolag och skapar bättre förutsättningar för kapital, affärer och internationella samarbeten. 🔵 Öka kännedomen om Stockholms starka erbjudande inom hållbarhet och grön omställning för prioriterade målgrupper. Positionera och marknadsföra Stockholm och stadens aktörers olika initiativ för att stödja och stärka ett starkt näringslivsperspektiv i klimatarbetet samt fortsatt initiera initiativ där staden kraftsamlar tillsammans för att positionera. Analys Arbetet fortgår genom att kontinuerligt i våra digitala kanaler lyfta fram nya hållbara innovationer och lösningar, samt olika riktade kommunikationsinsatser där vi t ex har lyft fram hållbara innovationslösningar för att engagera fler inför Stockholm Impact Days.
 Verka för att utveckla Stockholm till en attraktiv och innovativ plats tillsammans med offentlig sektor, näringsliv, akademi och civilsamhälle. Stockholms innovationsekosystem ska utvecklas	🔵 Leda och utveckla samverkan inom Stockholms innovations- och startupekosystemet för utvecklad samverkan med och mellan offentliga aktörer, näringsliv, akademi och civilsamhälle för att främja entreprenörskap och innovation. Analys Arbetet fortgår. 🔵 Marknadsföra Stockholm, i samverkan med relevanta aktörer, som ledande hållbar tillväxtregion i Europa där hållbara innovationer och initiativ för snabbare klimatomställning skapas. Analys Arbetet genomförs kontinuerligt i våra digitala kanaler där vi lyfter fram olika innovativa och hållbara lösningar i samarbete med olika aktörer, i samband med stora evenemang. Riktade kommunikationsinsatser har även genomförts där vi har lyft fram hållbara innovationslösningar för att engagera fler inför Stockholm Impact Days och Expo Real som hålls under T3. Under perioden har bolaget även fortsatt bidra med perspektiv och insikter kring Stockholmsregionens konkurrenskraft, såsom i panelsamtal på Framtidsdagen med temat "Stockholmsregionen som strategisk nod – konkurrenskraft, cirkularitet och den gröna omställningen".

2.4 Stockholmarernas 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 har ett kontinuerligt arbete med ekonomisk uppföljning och utveckling av interna processer. För att bidra till ett effektivt resursutnyttjande sker ett löpande arbete med att identifiera möjligheter till effektivisering och förbättrade arbetssätt. Under perioden har bolaget fortsatt arbetet med att ta tillvara de möjligheter till verksamhetsutveckling och effektivisering som digitalisering medför.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
 Redogör för hur bolaget arbetar med att öka graden av egenfinansiering i syfte att minska skuldutvecklingen. I detta ingår att arbeta för att innehavet av fastigheter bidrar till att planerade investeringar kan genomföras med bibehållen finansiell styrka och med låg finansiell risk samtidigt som stadens kapacitet och förmåga att tillhandahålla effektiva och ändamålsenliga verksamhetslokaler utvecklas	 Stödja de investerande nämnderna med näringslivsperspektiv för att de ska kunna nå så hög grad av egenfinansiering som möjligt. Analys Bolaget har bland annat medverkat i stadsledningskontorets arbete med framtagandet av handlingsplan för ökad externfinansiering samt analys av aktuella utlysningar.

Indikator	Periodens utfall	Årsmål
  Andel administrations- och indirekta kostnader Analys		16 %
  Avvikelse investeringsbudget, % Analys	0 %	0,5 mnkr
  Resultat efter finansnetto(mnkr) Analys	12,2	0

3.2 I Stockholm ska alla ges möjlighet till ett eget jobb



Effektiv myndighetsutövning och god företagsservice

Bolaget har genomfört 100 företagsbesök i Norra Innerstadens stadsdelsområde som en central del av arbetet med att stärka dialogen med det lokala näringslivet och öka synligheten av stadens insatser. Dessa besök har syftat till att informera företagarna om pågående samarbetsprojekt och initiativ, samt att arrangera möten för att skapa konkret samverkan. Bland de projekt som lyfts fram märks

Stockholmsidentitetsprojektet, partnerskap i Nordic Happiness Summit och City of Supporters-event. Genom att dokumentera och sprida information om besöken i de digitala medierna har bolaget även bidragit till att öka medvetenheten om stadens arbete och skapa engagemang bland företagen.

Bolaget har under perioden lagt grunden för ett strukturerat och effektivt arbete med de i stadsdelsförvaltningarna anställda klustervisa näringslivsutvecklarna. För att säkerställa en smidig start och tydlig inriktning har onboarding av de fyra resurserna påbörjats. Dessutom har en samverkansmodell utvecklats mellan bolaget, stadsledningskontoret och de nya näringslivsutvecklarna. Syftet med dessa insatser har varit att skapa effektiva kommunikationskanaler och ge nödvändigt stöd till stadsdelarnas arbete med näringslivsutveckling, vilket bidrar till ett förbättrat lokalt företagsklimat och stärker förutsättningarna för ett dynamiskt näringsliv i Stockholm.

För att minska trösklarna för företag och skapa förutsägbarhet i mötet med staden har struktur och processer för det lokala näringslivsarbetet utvecklats. Genom onboarding av de i stadsdelsförvaltningarna anställda klustervisa näringslivsutvecklare, framtagande av planeringsmaterial, årsplaner och en samverkansmodell mellan bolaget, stadsledningskontoret och stadsdelsnämnderna har förutsättningarna för ett effektivt näringslivsarbete stärkts, vilket skapar en smidigare och mer förutsägbar process för företag som vill etablera sig eller växa i Stockholm.

I maj genomförde bolaget möten i SBAs Företagsklimatsråd, Etableringsråd och Försvarsråd med bred medverkan från kommunerna i syfte att prioritera förbättringsområden inom företagsklimat och myndighetskontakter, benchmarking och case inom etableringsarbetet samt för att ta fram en gemensam inriktning för hur kommuner med stark försvarssektor kan utveckla sitt arbete.

Bolaget har även deltagit på näringslivsdagar i Haninge, Huddinge, Strängnäs och Avesta vilket har resulterat i en direkt dialog med över 300 tjänstepersoner och stärkt kännedom om SBA:s roll som regional partner. Bolaget har i samarbete med Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Länsstyrelsen Stockholm och utvalda kommuner tagit fram ett förslag på en kommande utbildningsinsats inom Service och bemötande som kommer att lanseras under hösten.

Tillgång till efterfrågad kompetens

För att säkerställa långsiktig kompetensförsörjning och matcha arbetsmarknadens behov, vilket är avgörande för att företag ska kunna växa och rekrytera rätt kompetens, har implementeringen av modellen för studiemotiverande arbetslivsorientering (SAO-jobb) påbörjats.

Bolaget har genomfört uppdraget att tillhandahålla 150 feriejobbsplaceringar inom besöksnäringen. 75 ungdomar har erbjudits traditionella feriejobbsplatser hos företag i besöksnäringen, 25 har erbjudits plats som sommarvärd i City och på Djurgården och 50 ungdomar har erbjudits plats på entreprenörsskapsprogram med fokus på affärsutveckling i besöksnäringen. Detta har gett ungdomarna en bredare förståelse för branschen och dess utmaningar, samtidigt som de fått möjlighet att utveckla egna initiativ och affärsidéer. Dessutom har en värdskapssatsning genomförts med sommarvärdar i City och på Djurgården för att stärka servicen i centrala besöksmiljöer. Genomförandet har skett i nära samverkan med upphandlade aktörer och näringslivet, med syfte att ge ungdomarna praktisk arbetslivserfarenhet, stärka deras kunskap om besöksnäringen och bidra till ett gott värdskap i Stockholm.

Trygg och attraktiv stadsmiljö

För att attrahera och behålla företag, talanger och besökare, vilket är centralt för att skapa en konkurrenskraftig och levande stad, har strategiska platsutvecklingsinsatser bedrivits. Bland annat har utveckling av Hötorget som en mer levande stadsmiljö genomförts, baserat på analyser, brukarundersökningar och över 900 inspel från näringsidkare och besökare, vilket skapar en stadsmiljö som främjar både företagsverksamhet och människors livskvalitet. Bolaget har även medverkat i initiativ som Medborgarplatsen och Hamnkvarten Talks, samt bidragit till ett projekt om neuroarkitektur för att undersöka hur stadsmiljöns utformning påverkar människors välbefinnande.

God infrastruktur, bra framkomlighet och internationell tillgänglighet

För att säkerställa företagens och besökarens tillgänglighet och positionera Stockholm som en internationellt tillgänglig och hållbar destination har hållbara transportlösningar lyfts fram genom deltagande i seminarium om urban mobilitet i Prag, kommunikation om hållbara resesätt vid evenemang, och framtagande av en ny guide för tillgänglighet med praktiska tips om stadsmiljö, transporter och museer. Testprojektet med utsläppsfri kollektivtrafik på linjen Stockholm–Möja har lyfts fram, och marknadsföring av tågresor till Stockholm har genomförts. Sommarkampanjerna nådde totalt 25,5 miljoner exponeringar, varav 21,7 miljoner internationellt.

Innovationsklimat som främjar hållbarhet

För att driva den gröna omställningen, attrahera innovationsföretag och skapa ett innovationsklimat som främjar hållbar tillväxt har initiativ som Impact Kitchen Accelerator genomförts i samverkan med Sweden Foodtech för att skapa bättre förutsättningar för innovationer inom livsmedelssystemet att testas och utvecklas. Stockholm ImpACT har utvecklats som en digital plattform för att synliggöra och samla initiativ inom den gröna omställningen, och aktörsaktivering inför Stockholm ImpACT Days 2026 har genomförts. Dessutom har Tech X Day-insatser genomförts inom Life Science, Defence Tech och Creative Tech, vilket genererat cirka 600 nya etablerade näringslivskontakter.

Insatser har genomförts för att vidareutveckla Stockholms startupekosystem, bland annat genom uppdatering och marknadsföring av aktörskartan på webbplatsen, vilket har lett till ett mer samlat och lättillgängligt erbjudande för entreprenörer och företag.

God livskvalitet

För att attrahera och behålla talanger och företag och skapa en stad med hög livskvalitet, vilket är avgörande för att säkerställa en hållbar tillväxt, har Stockholms rika kultur- och evenemangsutbud synliggjorts genom City of Supporters, där 1 273 evenemang lyftes på i evenemangskalendern på visitstockholm.se/.com och tre kommunikationsverktygslådor togs fram för jämställdhet, musik samt idrott och välmående. Stora evenemang som Bad Bunnys konserter (100 000 besökare, 1,18 miljarder i räckvidd) och Stockholm Pride (500 000 i sociala medier) har använts som plattformar för positionering och skapande av internationella kontaktytor.

Internationell positionering och marknadsföring

För att attrahera internationella investeringar, företag och talanger och positionera Stockholm som en ledande global stad med ett internationellt konkurrenskraftigt företagsklimat och stärkt etableringsförmåga – vilket är kärnan i Näringslivspolicyn – har Stockholms internationella synlighet stärkts genom riktade kampanjer, PR-insatser och strategiska samarbeten.

För att stärka Stockholms attraktivitet som destination har riktade kampanjer genomförts, bland annat i samband med Bad Bunnys turnébesök. Inom ramen för Stockholm City of Supporters genomfördes aktiveringar både fysiskt i Kungsträdgården och digitalt, med syfte att lyfta bilden av Stockholm som en attraktiv, välkommande och inkluderande stad att flytta till och arbeta i. Bad Bunny-konserterna lockade cirka 100 000 besökare, varav 50 000 internationella från 126 länder, vilket visar på Stockholms förmåga att attrahera en global publik. Kommunikationen kring evenemanget nådde närmare 400 000 personer organiskt, och totalt publicerade besökarna och andra 2 250 sociala medier- och nyhetsinslag om Bad Bunny och Stockholm. Denna omfattande exponering genererade en räckvidd på 1,18 miljarder, vilket betydligt stärkte stadens synlighet och attraktionskraft på den internationella arenan.

Bolaget genomförde under perioden insatser i samband med Stockholm Pride för att lyfta bilden av Stockholm som en attraktiv, välkommande och inkluderande stad att flytta till och arbeta i.

Kommunikationen nådde 500 000 personer i sociala medier och bidrog till att stärka bilden av Stockholm som en öppen och inkluderande stad.

Internationell positionering har stärkts genom deltagande i centrala forum och evenemang, såsom Stockholm Cybersecurity Dialogue i juni, där Ericsson och Post- och telestyrelsen var huvudarrangörer, som samlade 180 deltagare från 43 länder, och genom riktade kommunikationsinsatser för att attrahera

investerare och talanger.

Bolagets arbete med att värva stora möten har resulterat i fyra internationella kongresser som genomfördes under perioden med ett turismekonomiskt värde av 277 miljoner kronor. Tre anbud med ett värde av 38 miljoner kronor, har bekräftats och bolaget har lämnat in sju anbud med ett uppskattat värde om 273 miljoner kronor.

Arbetet med att positionera Stockholm som en ledande stad för life science har fortskridit genom digitala kanaler och riktade insatser inför stora evenemang. Bolagets analys visar att detta har resulterat i en 20-procentig ökning av omnämnanden av Stockholm tillsammans med life science-relaterade nyckelord. Marknadsföring av Hagastaden har lett till skräddarsydda möten med globala läkemedelsföretag som Eli Lilly, GSK och Morgan Stanley, samt förhandlingar med en av Europas största fonder om etablering i Stockholm.

Samarbetet inom Stockholm Business Alliance har stärkts genom löpande dialog, strategiska analyser och gemensamma insatser för att förbättra företagsklimatet och attrahera nya etableringar till SBA-regionen. Under perioden har beslut fattats om 2 etableringar till SBA-regionen, inom life science och proptech (property technology). Bolaget arbetar med 107 etableringsförfrågningar varav 27 är i aktiv fas och 7 är i slutskedet.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
 Arbeta för att vidareutveckla, förstärka och förbättra det ekosystem för start-ups som finns i Stockholm idag, samt facilitera samarbeten mellan start-ups och etablerade bolag, offentlig sektor och akademiska institutioner	 Förstärka erbjudandet inom Stockholms startupekosystem genom att tillgängliggöra Stockholms utbud av företagsfrämjande aktörer och utveckla befintligt serviceerbjudande. Analys Under perioden har arbetet med att utveckla och tillgängliggöra aktörskartan på Stockholm Business Regions webbplats fortsatt. Genom dialog med företagsfrämjande aktörer har innehållet uppdaterats och utvecklats, samtidigt som sidan har marknadsförts för att öka kännedomen om det stöd och de resurser som finns tillgängliga för näringslivet, idébärare och startups. Effekten är ett mer samlat och lättillgängligt erbjudande för entreprenörer och företag, där det blir enklare att hitta rätt aktör, stöd och kontaktväg utifrån företagets behov. Arbetet ska bidra till att minska trösklarna in i Stockholms företagsfrämjande system och stärker ekosystemets tillgänglighet och synlighet.  Positionera Stockholm som en ledande världsstad för start-ups. Analys Under perioden har uppföljande arbete genomförts efter deltagandet vid Business Swedens delegation till Japans största techmässan SushiTech tillsammans med fyra start-up-bolag från Stockholm. Arbetet har genererat fyra opportunities och två motbesök till Stockholm från japanska företag som söker expansionsmöjligheter i Europa. Under Almedalsveckan genomförde vi ett program för internationella investerare inom proptech och fastighetsteknologi från Storbritannien, USA och Nederländerna. Investerarna deltog i seminarier tillsammans med fastighetsägare och svenska proptechbolag som också fick pitcha sina lösningar för investerarna.
 Attrahera internationella företag inom life science att etablera sig i Hagastaden samt i nära samarbete med Stockholm Science City AB och bidra till att stärka Hagastadens roll som ett världsledande centrum inom life science	 Positionera Stockholm som världsledande inom life science i nära samverkan samt genomföra riktade insatser mot prioriterade målgrupper internationellt. Analys Arbetet med att positionera Stockholm-Uppsalas life science-kluster som en global nod för forskning, innovation och investeringar har fortsatt under perioden.  Säkerställa fler internationella företagsetableringar inom life science. Analys Som resultat av marknadsföring av Hagastaden, där Karolinska Institutets ranking och Karolinska Universitetssjukhuset toppranking i EU har varit bärande, har flera globala läkemedelsföretag

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	varit och fått skraddarsydda möten med aktörer i Stockholm, tex Eli Lilly, GSK och Morgan Stanley. Samtal förs även med en av Europas största fonder om etablering i Stockholm.
 Bidra till en dynamisk och välfungerande arbetsmarknad genom att bidra till fler av stadens insatser för ungas introduktion till arbetsmarknaden såsom SAO-jobb, feriejobb och PRAO	 Bidra i arbetet med att förbättra ungdomars möjligheter till arbetslivserfarenhet och stärka näringslivets långsiktiga kompetensförsörjning. Analys Arbete med implementering av SAO-jobb i samarbete med Utbildningsförvaltningen har fortsatt under perioden.
 Bidra till stadens arbete med att analysera behov och potential när kontorsmarknaden genomgår stora förändringar	 Bidra till en nulägesanalys av behoven inom kontorsmarknaden samt initiera och föra dialog med branschen. Analys Genom att aktivt ha bidragit till framtagning av relevant underlag för att få en professionellt utförd analys har vi säkerställt att marknadens aktörer deltar med sin syn och input på framtidens behov av kontor samt deras utformning och lägen.
 Fortsätta utveckla och stärka Kistas roll som ett modernt innovationsdistrikt med stark attraktionskraft för företag inom tech och innovation	 Driva arbetet med strategisk platsutveckling i nära samverkan med berörda förvaltningar och bolag, Kista Science City samt Kista Limitless för att skapa möjligheter för innovation, hållbar tillväxt och internationell konkurrenskraft. Analys Bolaget deltar i såväl styr- som arbetsgrupper inom det stadsövergripande arbete som leds av stadsledningskontoret. Arbetet har omfattat månatliga möten och workshops med fokus på stärkt styrning, samordning och prioritering av insatser kopplade till innovation, näringslivsutveckling och attraktiva stadsmiljöer. Bolaget har även genomfört riktade kommunikationsinsatser i samarbete med aktörerna i Kista för att skapa möjligheter för tillväxt och positionering.  Positionera och marknadsföra Kista som ett modernt innovationsdistrikt för att attrahera fler etableringar och möten. Analys Löpande arbete enligt plan.
 Leda och samordna arbetet med Stockholm Business Alliance (SBA)	 Förbättra företagsklimatet i Stockholms stad genom lokalt näringslivsarbete och effektivare myndighetsservice. Analys Bolaget har anställt en Verksamhetsanalytiker med fokus på arbetet med SBA:s företagsklimatarbete och därmed ökad kompetens för SBA-kommunerna. Fortsatt utvecklingsdialog med SKR kring NKI/NUI-undersökningen 2027 i syfte att stärka undersökningens effekt och användbarhet för SBA-kommunerna/Stockholm. Löpande bistått stadsinterna förvaltningar och bolag med analyser av det lokala näringslivet, konjunkturrapporter samt relevanta branschförklaringar.  I samverkan med SBA-kommunerna, fastighetspartners och andra relevanta aktörer positionera och marknadsföra hela SBA-regionen för att locka nya etableringar och talanger. Analys Under Almedalen arrangerade bolaget inom ramen för SBA-samarbetet ett frukostseminarium riktat mot kommuner och fastighetsbranschen med temat "Tillväxt och attraktionskraft: Näringsliv, människor och platser i samspel". Tillsammans med ledande företrädare från svensk handel, besöksnäring och försvars- och säkerhetsindustrin diskuterades hur kommuner kan stärka sitt företagsklimat, attrahera investeringar och bygga levande, trygga och innovativa miljöer där människor och företag vill växa. Detta bidrog till en bättre kunskap vad som krävs av kommuner att locka etableringar och talanger.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	I juni deltog bolaget på storstadsmöte med Business Region Göteborg och Invest in Skåne tillsammans med Business Sweden för att prata om nuläget och gemensamma möjligheter att attrahera etableringar till Sverige. ▶ Stärka och utveckla samarbetet inom SBA enligt avtal för perioden 2026-2030. Analys Under perioden har bolaget arbetat med att stärka och utveckla samarbetet med de 54 medlemskommunerna och bland annat genomfört fyra kommunbesök för att informera om pågående insatser och stärka fortsatt gott samarbete. Arbetet med att utveckla SBAs erbjudande till medlemskommunerna har fortsatt med till exempel framtagande av kommunikationsplan, budskapsplattform samt underlag till en ny hemsida. En ny tjänst inom analys har utlysts och tillsatts under perioden i syfte att stärka SBA/medlemskommunerna arbete med företagsklimatarbete. ▶ Säkerställa fler internationella företagsetableringar till den större Stockholmsregionen i enlighet med SBAs Verksamhetsplan för 2026 Analys Bolaget arbetar med 107 etableringsförfrågningar vid periodens slut varav 7 affärer är i slutskedet. Under perioden har beslut fattats om 2 etableringar i SBA-regionen, inom life science och proptech (property technology). Årsmål för 2026 är 200 förfrågningar och 20 etableringar.
 Stärka sitt besöks- och investeringsfrämjande uppdrag	▶ I samverkan med relevanta parter utveckla bolagets förmåga att attrahera internationella investeringar utifrån stadens och näringslivets behov. Analys Under Almedalen arrangerade SBR inom ramen för SBA-samarbetet ett frukostseminarium riktat mot kommuner och fastighetsbranschen. På temat "Tillväxt och attraktionskraft: Näringsliv, människor och platser i samspel" hölls seminariesamtal om framtida tillväxtbranscher och vad som krävs för att svenska städer ska stå starka i den nya ekonomin. Tillsammans med ledande företrädare från svensk handel, besöksnäring och försvars- och säkerhetsindustrin diskuterades hur kommuner kan stärka sitt företagsklimat, attrahera investeringar och bygga levande, trygga och innovativa miljöer där människor och företag vill växa. Detta bidrog till en bättre kunskap vad som krävs av kommuner att locka etableringar och talanger. ▶ Stärka och utveckla arbetet inom Stockholm Archipelago. Analys Fortsatt dialog med medlemmarna inom Stockholm Archipelago-samarbetet samt analys av nuvarande arbete har genomförts för att besluta om strategisk riktning och innehåll för ny avtalsperiod 2027–2029. Pågående arbete med att förlänga säsongen i Stockholms skärgård har fördjupats under perioden via samarbete med Region Stockholm, och genom insatser i Interreg-projektet <i>Light In The Dark (2023-2026)</i> i syfte att förlänga turistsäsongen och locka besökare till norra Östersjöområdet i kombination med huvudstaden, även utanför sommarsäsongen. På Stockholm Archipelago Trail (SAT) noterar bolaget att antalet besökare ökar för andra året efter invigningen och vandringsleden fortsätter få stor uppmärksamhet internationellt. Arbetet med att kvalitetssäkra vandringsleden pågår med bland annat upphandling av ledsamordnare. Intresset för Stockholms skärgård från utländsk press och media är fortsatt högt och flera pressresor och marknadsaktiviteter har genomförts i samarbete med Visit Sweden med fokus på Stockholm och Stockholms skärgårds 30 000 öar. I samarbete med Waxholmsbolaget/SL genomfördes en kampanj i augusti riktad till invånare i Stockholms län med budskapet att vandra och njuta av skärgården under hösten. Bolaget har även medverkat vid Regionala skärgårdsrådets möten och studiebesök samt grupparbeten. ▶ Utveckla arbetet med att främja hållbar turism och växande besöksnäring i samverkan med relevanta aktörer. Analys Under perioden har bolaget främjat hållbar turism och en växande besöksnäring genom att bidra

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	med synpunkter på EU:s reviderade turismstatistikförordning, med fokus på nya affärsmodeller och hållbarhetsmätningar. Staben har även projektlett en besökarundersökning i samarbete med Stockholms Hamnar för att öka kunskapen om Stockholmsbesökaren och skapa strategiska verktyg för marknadsföring. Dessutom initierades och genomfördes en pulsmätning inom Stockholm Visitor Insight för att analysera besöksstrycket inför sommaren 2026, vilket har använts som underlag för återkoppling och insikter om destinationens förutsättningar. Italien har identifierats som en intressant marknad med god tillgänglighet och hög potential. Under maj genomfördes aktiviteter i Milano och Rom med reseagenter och media. Arbetet med en hållbar besöksnäring har fortsatt genom samverkan och insatser för att stärka Stockholms attraktivitet. ▶ Utveckla strategisk samverkan med besöksnäringen och andra relevanta aktörer för att säkerställa ett gott företagsklimat för besöksnäringen och dialog med staden. Analys Under perioden har en ny modell för dialogforum för besöksnäringen tagits fram. Bolaget har även samordnat den årliga rapporteringen till Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) genom ett brett internt och externt samarbete. GDS-Index är ett internationellt benchmarking- och utvecklingsverktyg som bolaget använder för att stärka samverkan och driva på hållbarhetsarbetet för Stockholm. Resultaten för GDS-Index 2026 presenteras den 23 september.
 Stärka Stockholm som kluster för företag inom miljöteknik och hållbarhet	▶ Främja och synliggöra innovationer inom miljöteknik och hållbarhet i samverkan med Stockholms startupekosystem. Analys Under Almedalsveckan genomförde vi ett program för internationella investerare inom proptech och fastighetsteknologi från Storbritannien, USA och Nederländerna. Investerarna deltog i seminarier tillsammans med svenska fastighetsägare och proptechbolag, som också fick möjlighet att pitcha sina lösningar. En av investerarna har som mål att inom två år öppna ett nordiskt huvudkontor i Stockholm för att stärka sin investeringsportfölj i svenska bolag. Arbetet med Stockholm impact days fortlöper.
 Stödja marknadsföring av evenemang i Stockholm och i samband med detta ställa krav på hållbarhetscertifieringar samt minskad användning av engångsartiklar och plastprodukter i enlighet med gällande lagstiftning	▶ Införa hållbarhetskrav som villkor för marknadsföringsstöd till evenemangsarrangörer. Analys Bolaget har under perioden fortsatt det kontinuerliga arbetet med att hantera ansökningar om marknadsföringsinsatser samt att upprätthålla dialog med arrangörer som efterfrågar information om möjligheten att ansöka. Under perioden har bolaget fortsatt utreda förutsättningar för att kunna gå vidare med förslag gällande hur bolaget ska förtydliga hållbarhetskrav i samband med marknadsföringsinsatser.

 Stödja stadsdelsnämnderna aktivt i det lokala näringslivsarbetet	▶ Stödja och samordna stadsdelsnämndernas arbete för ett förbättrat lokalt företagsklimat och arbeta uppsökande gentemot lokalt näringsliv. Analys Onboardingschema, planeringsmaterial och årsplan är framtagna för de klustervisa näringslivsutvecklarna anställda i stadsdelsförvaltningarna. Därtill en samverkansmodell mellan bolaget, stadsledningskontoret och nya näringslivsutvecklarna i syfte att skapa effektiva kommunikationskanaler och ge stöd till stadsdelarnas arbete med näringslivsutveckling.
 Stötta lokala näringsidkare, inklusive aktörer inom kultur, som bidrar till att skapa attraktiva stadsmiljöer, hållbar turism och som framhäver Stockholms särprägel och gör staden till en mer attraktiv destination för turism	▶ Identifiera, driva och medverka i strategiska platsutvecklingsinsatser i syfte att stärka Stockholms attraktivitet. Analys Bolaget har under perioden medverkat i flera initiativ för att stärka Stockholms stadsutveckling och attraktionskraft. VD modererade ett samtal om Medborgarplatsen vid Fastighetsägarna Stockholms PLATSFÖRM Stockholm, medan vVD medverkade vid Hamnkvarteren Talks med fokus på stadsutveckling och Stockholms position som hamnstad. I nära samverkan med trafikkontoret, fastighetsägare och lokala aktörer har bolaget även bidragit till utvecklingen av bland annat Hötorget som en mer attraktiv och levande stadsmiljö. Arbetet baseras på analyser och brukarundersökningar med över 900 inspel från näringsidkare och besökare. Därutöver har bolaget medverkat i ett projekt om neuroarkitektur med fokus på hur stadsmiljöns utformning påverkar människors välbefinnande. ▶ Stötta lokala företagare som skapar attraktiva stadsmiljöer genom stadens etablerings- och expansionservice, ökad samverkan inom stadens operativa näringslivsarbete samt genom tillväxtfrämjande insatser. Analys Under perioden har bolaget påbörjat ett arbete för att öka kunskapen om företagets behov av att kunna ta sitt företag till nästa nivå och växa. För att undersöka behov av kunskap avseende format och innehåll i tillväxtfrämjande insatser etableras piloten Kompetensutveckling av tillväxtföretag i Stockholm under tertial 3.
 Ta tillvara aktuella förstudier för en eventuell Stockholmsutställning 2030	▶ Använda förstudiematerialet för att accelerera utvecklingen av Kista. Analys Insikter från förstudiematerialet kopplat till Stockholmsutställningen 2030 med bland annat platsens potential, målbild och prioriterade utvecklingsområden har bidragit till att identifiera konkreta insatser som kan accelerera Kistas utveckling som innovations- och tillväxtnod.
 Tillsammans med kommunstyrelsen leda arbetet med att implementera stadens näringslivspolicy med tillhörande etableringsstrategi i samtliga nämnder och bolag för att fortsätta att förbättra Stockholms företagsklimat	▶ Leda det kommunkoncernövergripande operativa näringslivsarbetet utifrån stadens näringslivspolicy och tillsammans med kommunstyrelsen leda arbetet med policyns implementering. Analys Arbete pågår i samverkan med Stadsledningskontoret.
 Verka för att fler stora hållbara evenemang, kongresser och utställningar genomförs i Stockholm	▶ Positionera och marknadsföra Stockholm, tillsammans med aktörerna, som ledande hållbar kongress- och evenemangsstad och lyfta fram dess unika styrkor. Analys Dialog med arrangörer för årliga evenemang i Stockholm sker kontinuerligt med stadens förvaltningar och bolag och tillika det tillståndsnätverk som bolaget driver. Detta för att affärsutveckla och positionera Stockholm utifrån både föränderlig infrastruktur och omvärld. Arbetet inom Stockholm City of Supporters stärkte Stockholm som värd- och evenemangsstad, men aktiviseringar i Kungsträdgården såväl som digitalt. Bad Bunny-konserterna lockade cirka 100 000 besökare, varav 50 000 internationella från 126 länder, och kommunikationen nådde närmare 400 000 personer organiskt. Totalt publicerade besökarna och andra 2 250 sociala medier- och nyhetsinslag om Bad Bunny och Stockholm, med en räckvidd på 1,18

	miljarder. Stockholm Pride nådde över 500 000 personer i sociala medier och bidrog till att stärka bilden av Stockholm som en öppen och inkluderande stad. Deltagandet på IMEX i Frankfurt gav goda affärsresultat för de 17 Stockholmsföretag som deltog och stärkte samtidigt förutsättningarna för framtida möten och evenemang i Stockholm. 🔍 Tillsammans med relevanta aktörer värva prioriterade evenemang, kongresser och utställningar till Stockholm. Analys Stockholm har stärkt sin position som en av Europas ledande kongresstäder. Under perioden har fyra internationella kongresser, som SBR varit bidragande till att få till Stockholm, genomförts med ett turistekonomiskt värde om cirka 277 miljoner kronor. Under perioden har tidigare inlämnade anbud för tre kommande kongresser, med ett uppskattat turistekonomiskt värde av 38 miljoner kronor, bekräftats. Bolaget har lämnat in sju anbud på framtida kongresser med ett turistekonomiskt värde av cirka 273 miljoner kronor. Under perioden har dialoger initierats och inledande förstudier genomförts med arrangörer av större internationella evenemang.
 Verka för att internationella företag inom tech och innovation ska etablera sig i Kista samt i nära samarbete med stiftelsen Electrum och Kista Science City AB	🔍 Positionera och marknadsföra Kista som ett modernt innovationsdistrikt och internationell hub för de prioriterade strategiska områdena i samverkan med aktörerna i Kista. Analys Under perioden har flera kommunikations- och marknadsföringsinsatser genomförts i nära samverkan med aktörer i Kista, framför allt i sociala kanaler. Vi har bland annat lyft Stockholms stads nya utvecklingsbolag i Kista samt olika initiativ och innovationer som utvecklats i området. Inom etableringsservice har vi fortsatt att stärka kontakterna med den privata marknaden för att matcha företag som söker lokaler med tillgängliga kontors- och lagerlokaler i Kista. Det ger oss också en aktuell bild av lokalutbudet och stärker Kista som ett förstahandsval för företagsetableringar. 🔍 Stärka etableringsförutsättningarna i Kista genom att bistå med näringslivskunskap och genomföra uppsökande näringslivsdialog i samverkan med Kista Science City och stadsdelsnämnden. Analys Arbete pågår enligt plan. 🔍 Säkerställa fler investeringar och etableringar i Kista i samverkan med externa aktörer samt berörda förvaltningar och bolag. Analys Bolaget har startat arbetet med att ta fram en försvarsrapport inom SBA-arbetet. SBR leder arbetet i samarbete med SBA-kommuner, Business Sweden, Göteborg Business Region och Invest i Skåne. Kunskapsunderlaget ska belysa etablerings- och investeringsmöjligheter och lyfta fram regionernas olika styrkor inom området med förankring i befintligt näringsliv. Kista Science City kommer att ha en framträdande roll i ett kommande EU-projekt som ska stärka Stockholms position som innovationshub inom försvar. 🔍 Utveckla och driva strategiska nätverk med berörda förvaltningar och bolag samt externa aktörer i syfte att attrahera, utveckla och behålla talanger i Kista. Analys Arbete pågår löpande.
 Verka för att Stockholm ska vara ett självklart val för företag inom innovationsdrivna och kunskapsintensiva branscher som tech, life science och inom	🔍 Arbeta med förutsättningarna för samt utveckling av prioriterade innovationsdrivna och kunskapsintensiva branscher såsom tech, life science och företag inom grön omställning. Analys Under perioden har bolaget genomfört insatser för att stärka Stockholms digitala kreativa näringar, med fokus på musik, dataspel och film. Bland annat som partner i Interreg-projektet REAVES med arbetet att kartlägga och analysera branschernas utveckling samt ta fram strategiska prioriteringar för fortsatt utveckling av innovationsekosystemet.

den gröna omställningen	🔵 Positionera och marknadsföra Stockholm som det självklara valet för etableringar inom innovationsdrivna och kunskapsintensiva branscher som tech, life science och inom den gröna omställningen Analys Bolaget har stärkt Stockholms internationella position inom cybersäkerhet (skydd mot digitala hot) och skapat investeringsmöjligheter genom att medverka till genomförandet av Stockholm Cybersecurity Dialogue i juni, där Ericsson och Post- och telestyrelsen var huvudarrangörer. Konferensen samlade 180 internationella beslutsfattare från 43 länder och företag från Stockholms innovationsmiljöer. Bolaget profilerade Stockholm och Kista som internationell tech-hub genom att synliggöra stadens starka ekosystem inom cybersäkerhet, telecom och digital infrastruktur.
 Verka för att öka andelen internationella och inhemska turister som reser till Stockholm med tåg	🔵 Marknadsföra möjligheten att resa miljövänligt med tåg till Stockholm och göra riktade kommunikationsinsatser i samband med stora evenemang. Analys Bolaget har marknadsfört Stockholm som en attraktiv, tillgänglig och hållbar destination genom riktad kommunikation mot både nationella och internationella målgrupper. Bland annat har hållbara transportalternativ, inklusive möjligheten att resa med tåg till Stockholm, lyfts i samband med större evenemang och i sommarkampanjen.
 Öka stadens attraktionskraft av internationella och nationella talanger samt stärka stadens arbete med mottagande av talanger och dess medföljande familjer	🔵 Arbeta för ett stärkt mottagande av internationella och nationella talanger och dess medföljare för att därigenom behålla talanger längre i Stockholm i samverkan med relevanta aktörer. Analys Bolaget har fortsatt arbetet tillsammans med Region Stockholm bland annat genom det gemensamma nätverket Samverkansforum för internationell kompetens. 🔵 Profilerar Stockholm genom riktade insatser mot identifierade målgrupper samt verka för att staden är en bra värdstad. Analys Sommarkampanjen 2026 genomfördes både internationellt och nationellt för att stärka kännedomen och intresset för Stockholm som destination och värdstad. Sammantaget överträffade sommarkampanjen förväntningarna och gav Stockholm bred och kostnadseffektiv synlighet både på prioriterade internationella marknader och nationellt. Bolaget har fortsatt stärka information och vägledning riktad till internationella talanger genom att utveckla stockhombusinessregion med vägledande information och nya karriär guider publicerade på visitstockholm.se/com.

Indikator	Periodens utfall	Årsmål
  Antal företag i Stockholm Analys I Juli 2026 fanns 212 110 bolag registrerade i Stockholms stad.	212 110	212 000
  Antal tillhandahållna platser för feriejobb Analys 75 st platser hos företag i besöksnäringen, 25 st platser som sommarvärdar i City & Djurgården och 50 st platser i entreprenörskapsprogram med fokus på affärsutveckling i besöksnäringen.	150 st	150 st
  Antal tillhandahållna platser för Stockholmsjobb	0 st	0 st

Indikator	Periodens utfall	Årsmål
Analys		
 Näringslivets nöjdhet vid kontakter med staden som myndighet Analys Nöjd Kund Index (NKI) för Stockholms stad 2025 sjunker jämfört med 2024 från 74 till 69. Serveringstillstånd ökar sitt betyg till 77 (71), medan bygglov gör ett tapp på tio steg till 43 (53). Miljö och livsmedel minskar något men får fortfarande höga betyg på 74. Stockholm väljer att även mäta servicen kopplat till markupplåtelse där staden ligger på 75, en ökning med 11 enheter från förra året. Resultatet för 2025 presenterades den 22 april 2026 och redovisades i T1-rapporten.	69	74
 Tillväxt i den privata sektorn i Stockholms stad (lönesumma) Analys I april 2026 var lönesumman i privat sektor 4,9% högre än för ett år sedan.	4,9 %	3 %
 Ökning av antalet arbetsplatser i ytterstaden Analys Antal arbetsplatser i ytterstaden baserat på den förvärvsarbetande dagbefolkningen ökade med 0,6% kvartal 2 2026 jämfört med samma kvartal 2025. Den utdragna lågkonjunkturen har hållit tillbaka sysselsättningen i Sverige och Stockholm generellt, detta drabbar även ytterstaden. De senaste tertrialen har dock sysselsättningen börjat öka på årsbasis.	0,6 %	1 %

Aktivitet
  Kommunstyrelsen ska i samarbete med exploateringsnämnden, stadsbyggnadsnämnden och Stockholm Business Region AB ta fram en analys och åtgärdsförslag gällande kontorsmarknaden i Stockholm Analys Bolaget har fortsatt bidra i arbetet.
  Kommunstyrelsen ska i samråd med miljö- och hälsoskyddsnämnden, servicenämnden, socialnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden och Stockholm Business Region AB samordna arbetet med att vidareutveckla Kontaktcenter Stockholms service som en väg in för företag Analys Arbeta pågår löpande.
  Stockholm Business Region AB ska genomföra en riktad marknadsföringskampanj för att attrahera mer efterfrågad arbetskraft till Stockholm Analys Bolaget har genomfört riktade insatser för att positionera Stockholm som en attraktiv stad att bo, leva och arbeta bland annat i samband med stora mässor, kongresser och möten som lockar många besökare till staden. Den internationella varumärkes- och kännedomskampanjen "30 014 Islands of Possibilities", med utgångspunkt i Stockholms unika kombination av huvudstad och skärgård, har fortsatt skapa bred kännedom under perioden.
  Stockholm Business Region AB ska i samarbete med utbildningsnämnden och berörda stadsdelsnämnder testa modellen studiemotiverande arbetslivsorientering (SAO-jobb) på ett antal skolor i stadens utpekade fokusområden Analys Implementeringsarbetet har påbörjats med bland annat rekrytering av företag som kan erbjuda SAO-jobb samt genomförda utbildningsinsatser med personal på utvalda skolor.
  Stockholm Business Region AB ska i samarbete med utbildningsnämnden testa en modell med en praktikbank för att stötta skolorna med att tillhandahålla PRAO-platser inom näringslivet för elever i årskurs 8 och 9, med särskilt fokus på bristyrken Analys Analys har tagits fram i syfte att kartlägga inom vilka branscher eleverna främst genomför PRAO i i nuläget. En jämförelseanalys har genomförts för att identifiera utvecklingsbehov i Utbildningsförvaltningens nuvarande modell för praktikbank.
  Stockholm Business Region AB ska i samråd med exploateringsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, stadsbyggnadsnämnden och trafiknämnden utreda hur besöksnäringen och destinationsutvecklingen i Kista kan stärkas Analys Planeringsarbetet har fortsatt under perioden med fokus på att formulera utredningens innehåll, avgränsningar och centrala frågeställningar. Arbetet syftar till att skapa en tydlig grund för den fortsatta utredningsprocessen och kommande samråd med berörda nämnder.
  Stockholm Business Region AB ska tillhandahålla 150 feriejobbsplaceringar inom besöksnäringen Analys Bolaget har genomfört uppdraget att tillhandahålla 150 feriejobbsplaceringar inom besöksnäringen. 75 ungdomar har erbjudits traditionella feriejobbsplatser hos företag i besöksnäringen, 25 har erbjudits plats som sommarvärdar i City och på Djurgården och 50 ungdomar har erbjudits plats på entreprenörsskapsprogram med fokus på affärsutveckling i besöksnäringen
  Stockholm Business Region AB ska utreda fler lämpliga branschsamarbeten för feriejobb i näringslivet Analys

Aktivitet
Arbete pågår i samarbete med Arbetsmarknadsförvaltningen.
 Stockholm Business Region AB ska utveckla former för att uppmärksamma lokala företagare och entreprenörer som bidrar till ett hållbart, innovativt och levande näringsliv i Stockholm Analys Arbete fortlöper.
 Stockholm Business Region AB ska utveckla samarbetet med Region Stockholm kring arbetet med mottagande av internationella talanger Analys Fortsatt arbete pågår i samarbete med Region Stockholm kring målgruppen internationella akademiska talanger, bland annat genom det gemensamma nätverket Samverkansforum för internationell kompetens.
 Stockholm Business Region AB ska utvärdera stadens arbete med talangattraktion och identifiera vilka insatser staden ska driva och utveckla för att komplettera övriga offentliga och externa aktörer i Stockholm Analys Arbetet har skett enligt plan och tillsammans med Region Stockholm.
 Stockholm Business Region AB ska öka den lokala synligheten av stadens arbete med näringslivs- och besöksnärlighetsfrågor Analys Utöver onboarding av de lokala näringslivsutvecklarna har bolaget under perioden fortsatt arbetat med Stockholm ImpACT och Stockholm ImpACT Days. Insatser som bidrar till att öka den lokala synligheten av stadens arbete med näringslivs- och besöksnärlighetsfrågor genom att samla och synliggöra initiativ, projekt och aktiviteter inom grön omställning och hållbar samhällsutveckling. Sedan lansering i februari har Stockholmsbusinessregion.se haft 225 000 visningar. Varav 55 procent utgörs av Non-branded sökningar, dvs sökningar där ordet Stockholm inte ingått i söket. Det betyder att sajten väl svarar upp mot de ämnesområden som är relevanta för målgruppen. Arbetet med våra digitala kanaler har fortsatt under perioden. Bolaget har även genomfört ett flertal intervjuer i bland annat SVD Näringsliv och lokalmedier för att öka synligheten av stadens arbete med näringslivs- och besöksnärlighetsfrågor.

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



Bolaget under perioden bidragit Kommunstyrelsens arbete med att ta fram en plan för Kistas framtida utveckling i samråd med Kista Science City AB och andra externa aktörer.

Aktivitet
 Kommunstyrelsen ska i samarbete med exploateringsnämnden, idrottsnämnden, kulturnämnden, stadsbyggnadsnämnden, trafiknämnden, utbildningsnämnden, Järva stadsdelsnämnd, Stockholm Business Region AB samt Stockholms Stadshus AB ta fram en plan för Kistas framtida utveckling i samråd med Kista Science City AB och andra externa aktörer Analys Bolaget har under perioden medverkat i såväl styrgrupps- som arbetsgruppsmöten och workshops i det stadenövergripande arbete som stadsledningskontoret leder. Arbetet är kopplat till förstärkt styrning av stadsutvecklingen i Kista där uppdraget att ta fram en plan för Kistas framtida utveckling ingår.

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

Stadens och bolagets mål är att säkerställa en god arbetsmiljö som främjar hälsa och säkerhet. En god arbetsmiljö bidrar till väl fungerande verksamheter och ett långsiktigt hållbart arbetsliv för medarbetarna. Bolaget arbetar för en god digital, social och organisatorisk arbetsmiljö samt ett öppet arbetsklimat där medarbetarna upplever delaktighet, engagemang och trivsel. Under perioden har arbetet fortsatt med uppföljningen av resultatet i årets medarbetarenkät och medskapandeindex, vilket har resulterat i ett antal aktiviteter som kommer att genomföras under hösten och vintern.

Indikator	Periodens utfall	Årsmål
 Aktivt Medskapandeindex Analys AMI för år 2026 är 73, en enhet högre än föregående år. Arbetet med att analysera resultatet har genomförts och planerade aktiviteter kommer att genomföras under hösten och vintern.	73	82
 Sjukfrånvaro Analys	3,4 %	3 %
 Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	0,9 %	2 %

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 organisationens förfogande vid behov. Arbetet med informationssäkerhet bedrivs på ett strukturerat sätt enligt ett fastställt årshjul för att säkerställa kontinuitet och efterlevnad av gällande regelverk.

Bolaget fortsätter även arbetet med att motverka välfärdsbrottslighet. Arbetet med en översyn av hanteringen av den evenemangskalender som publiceras på bolagets webbplats har fortsatt.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
 Delta i arbetet inom stadens sektorsorganisation för civil beredskap samt bidra till återkommande kommunikationsinsats	 Stå till sektorsorganisationens förfogande vid behov och bidra i arbetet med kommunikativa insatser om egenberedskap. Analys Bolaget har deltagit i arbetet inom stadens sektorsorganisation för civil beredskap genom att stå till organisationens förfogande vid behov.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
er om egenberedskap till stadens invånare	

Indikator	Periodens utfall	Årsmål
 Andel prioriterade avtal där uppföljning genomförts Analys		100 %
 Andel upphandlingar som innehåller krav på arbetsrättsliga villkor Analys	0 %	0 %

3.6 Tryggheten ska öka genom förebyggande insatser



Arbetet med att strukturera avtalskatalogen har genomförts vilket bidrar till stärkt avtalsuppföljning och förbättrad kontroll. Bolaget deltar även i det stadsövergripande uppdraget att vidareutveckla arbetssätt, verktyg och koncept för digital närvaro i syfte att stärka det förebyggande arbetet.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Aktivitet
	 Kommunstyrelsen ska i samarbete med socialnämnden samt i samråd med idrottsnämnden, kulturnämnden, stadsdelsnämnderna och Stockholm Business Region AB vidareutveckla arbetssätt, verktyg och koncept för digital närvaro i syfte att stärka det förebyggande arbetet Analys Arbete pågår.

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



Under perioden har Stockholm Business Region fortsatt att stärka Stockholms internationella position som en öppen, hållbar och kreativ stad. Arbetet har bedrivits med utgångspunkt i Stockholms samlade erbjudande som plats för företagande, innovation, besök, investeringar, talanger och evenemang.

I syfte att lyfta fram och öka synligheten av stadens arbete med näringslivs- och besöksnäringsfrågor har bolaget under perioden genomfört pressbearbetning och intervjuer i lokalmedier. Dessa insatser har inkluderat publicering av artiklar och intervjuer i bland annat SVD Näringsliv, där Stockholm lyfts fram som ledande i den nordiska konkurrensen om investeringar. Dessutom har medieinsatser genomförts i samband med större händelser som artisten Bad Bunnys besök, fotbolls-VM och kommunikation kring Stockholms attraktionskraft som resmål, vilket har bidragit till att stärka stadens image och synlighet.

Övrigt