

Utvärdering av SBA 2016-2018

Presentation för styrgruppen

2019-09-20

Vilka är vi?



Johan Treutiger,
Partner

- Leder kompetensområde Strategi och organisation i Norden
- Erfarenhet från 90+ projekt med fokus på strategi, verksamhetsutveckling och digitalisering
- Rådgivare till kommuner, regioner och regeringskansliet samt näringsliv
- Projektledare för Stockholms strategi för en smart och uppkopplad stad
- 9 år på Arthur D. Little
- M. Sc. Chalmers
- M.Sc Handelshögskolan
- Master-studier på ETH Zürich och Stanford



Jonas Andrén,
Manager

- Senior projektledare med 100+ projekt för offentlig och privat sektor inom affärs- och verksamhetsutveckling
- Arbetat för flertalet kommuner och regioner med strategi- och verksamhetsutveckling, utvärderingar & digitalisering
- Projektledare för SKLs nationella strategi "Utveckling i en digital tid"
- 17 år på Arthur D. Little
- Civ.ing. teknisk fysik och teknologimanagement från Chalmers och ETH Zürich
- M.Sc. Handelshögskolan i Göteborg

Innehåll

- 1 Sammanfattning
- 2 SBA:s verksamhetsområden – insatser och resultat
- 3 Internationell benchmarking
- 4 Medlemmarnas uppfattning om SBA
- 5 Slutsatser och tänkbara förbättringsområden

SBA har genom ett välfungerande samarbete skapat stora ekonomiska värden för regionen under perioden 2016-2018

1. SBA har under perioden 2016–2018 bidragit till att **etableringar och investeringar** kommit regionen till del **motsvarande nästan 9 mdr kr som skapat ca 2 600 arbetstillfällen.**
2. SBA har genom sitt arbete med att hjälpa kommuner att **utveckla** sin **Näringslivsservice** under åren skapat genomgående **avsevärt förbättrade resultat på NKI.**
3. Alla 20 intervjuade kommuner anser att medlemskapet i **SBA har en hög relevans** för dem och nästan alla upplever sig få ett **högt värde för medlemsavgiften.**
4. Den absoluta majoriteten av intervjuade kommundirektörer anser att **SBA bör behålla sina tre huvudområden**, men fortsätta utveckla arbetssätt och förbättra kommunikation.
5. I en jämförelse med andra internationella organisationer med liknande fokus framstår **SBA-partnerskapet** som **mycket konkurrenskraftigt** avseende värdeskapande per resursinsats.

Innehåll

- I Sammanfattning
- 2 SBA:s verksamhetsområden – insatser och resultat
- 3 Internationell benchmarking
- 4 Medlemmarnas uppfattning om SBA
- 5 Slutsatser och tänkbara förbättringsområden

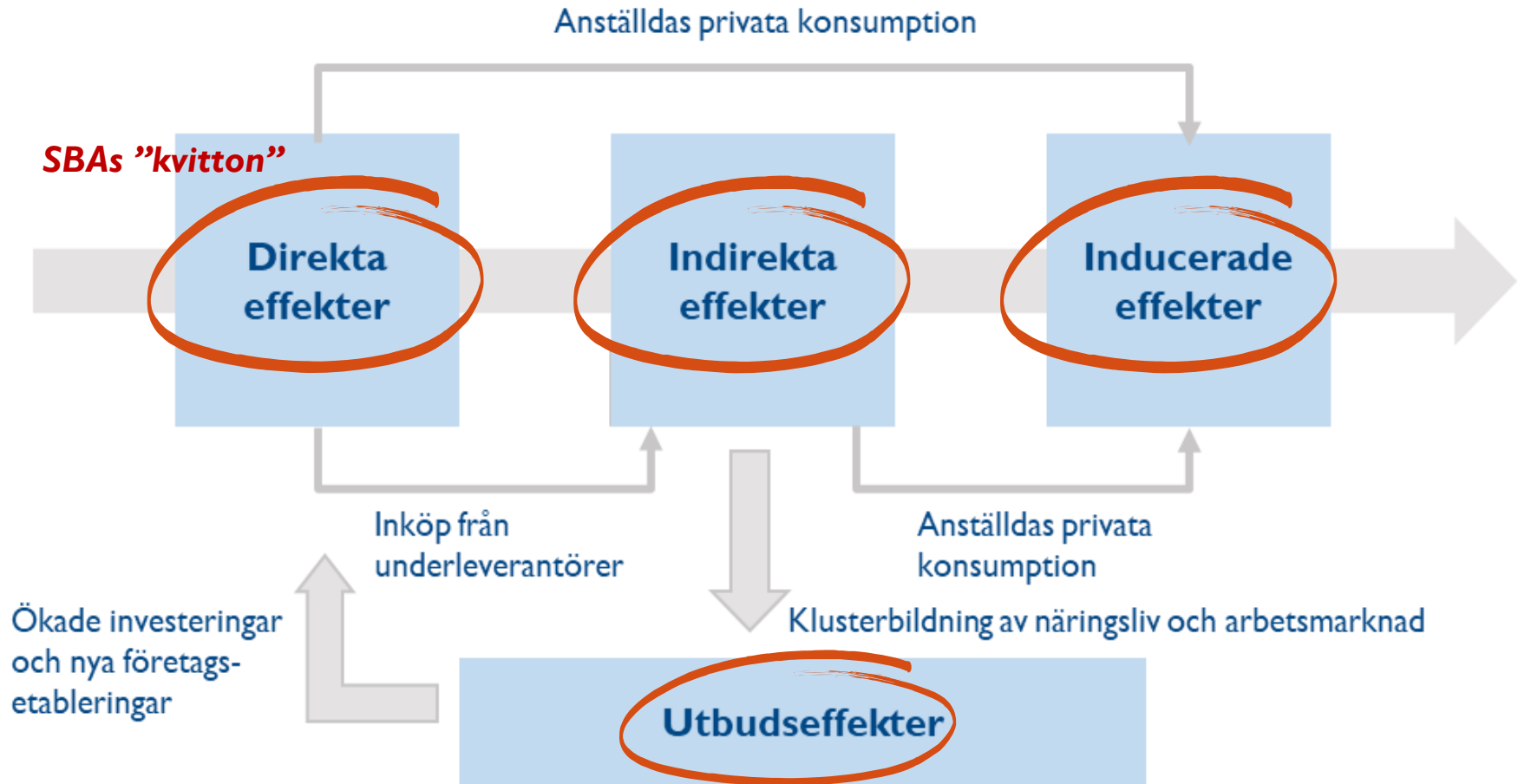
Vad gör SBA inom internationell marknadsföring av regionen?

- **Marknadsför** SBA-regionen för potentiella utländska investerare
 - **Gemensamt varumärke** för alla 55 kommuner ”Stockholm - The Capital of Scandinavia”.
 - **Företräder** SBA och dess medlemmar på ett antal stora internationella mötesplatser
 - **Kommunicerar och synliggör** investeringsmöjligheter i regionen i fysiska & digitala kanaler
- **Ger stöd åt kommuner** i hur de framgångsrikt kan paketera sitt erbjudande mot investerare
- **Arbetar med talangattraktion** under tag-line ”Move to Stockholm”
- **Förbättrar internationell konnektivitet** via ”Connect Arlanda” med Visit Sweden & Swedavia

Vad gör SBA inom det investeringsfrämjande arbetet?

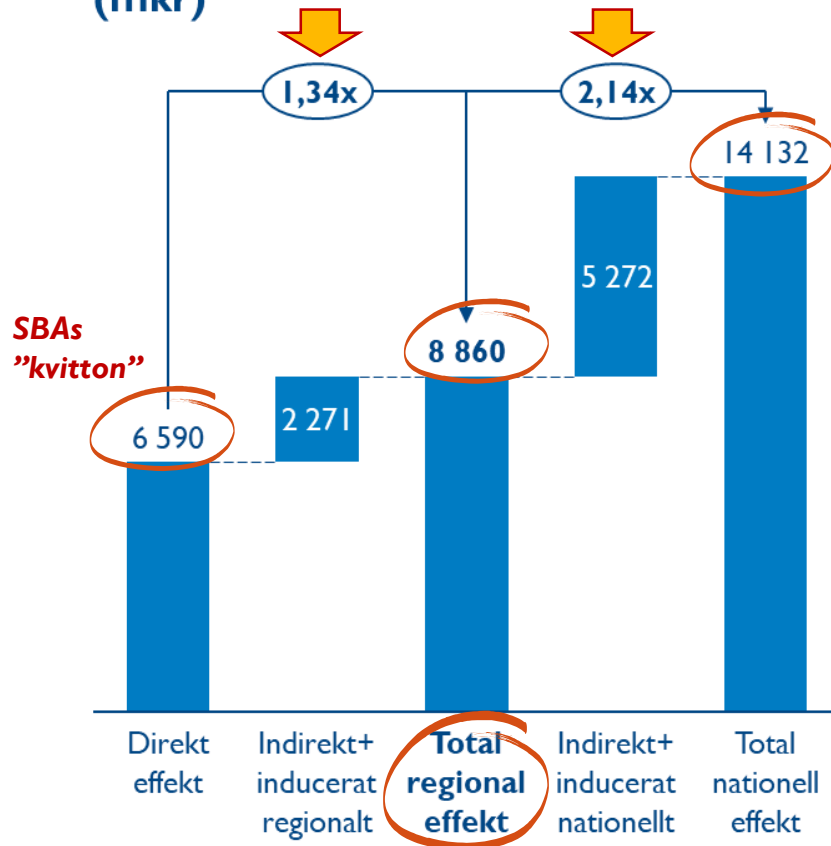
- **Utvecklar ”leads”** från intresset och kontaktytan skapat i marknadsföringen
- **Matchar** investerare med etableringsmöjligheter
- **SBA utför ett arbete ingen enskild kommun klarar ensam (t.ex.) :**
 - Stå för expertkunskap inom strategiska branscher, etablering och finansiering
 - Bidra med såväl internationella och lokala kontaktnät
 - Ta fram rätt paketering av information och kommunikationsmaterial till investerare
 - Svara på RFI:er (löpande stöd till kommuner efter behov)
- **Verkar för följdinvesteringar** från redan etablerade internationella företag

För att beräkna den totala ekonomiska effekten av en investering har vi tagit hänsyn till värdeskapande i flera led

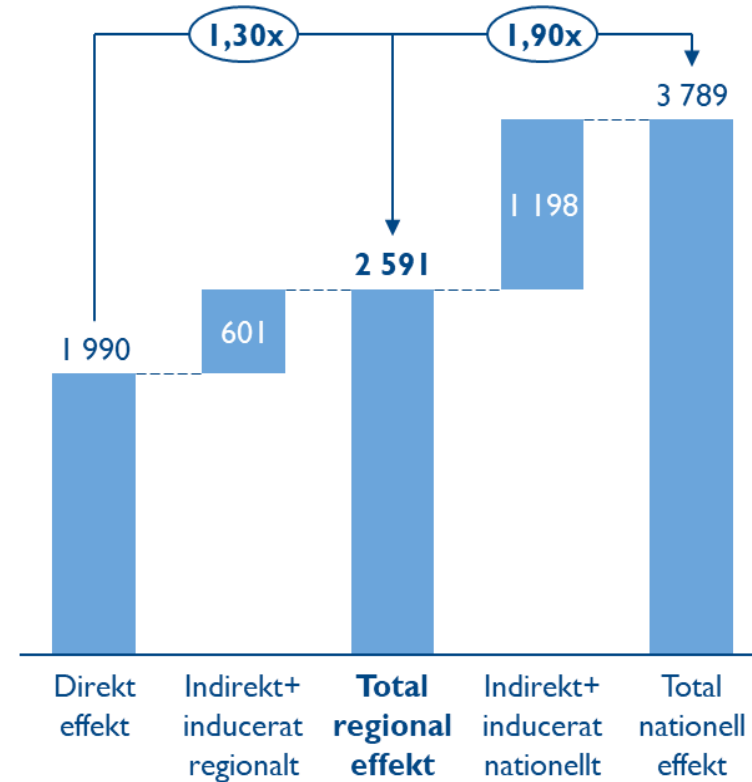


Avsevärd total regional ekonomisk effekt har skapats genom SBAs marknadsföring och investeringsfrämjande arbete under perioden

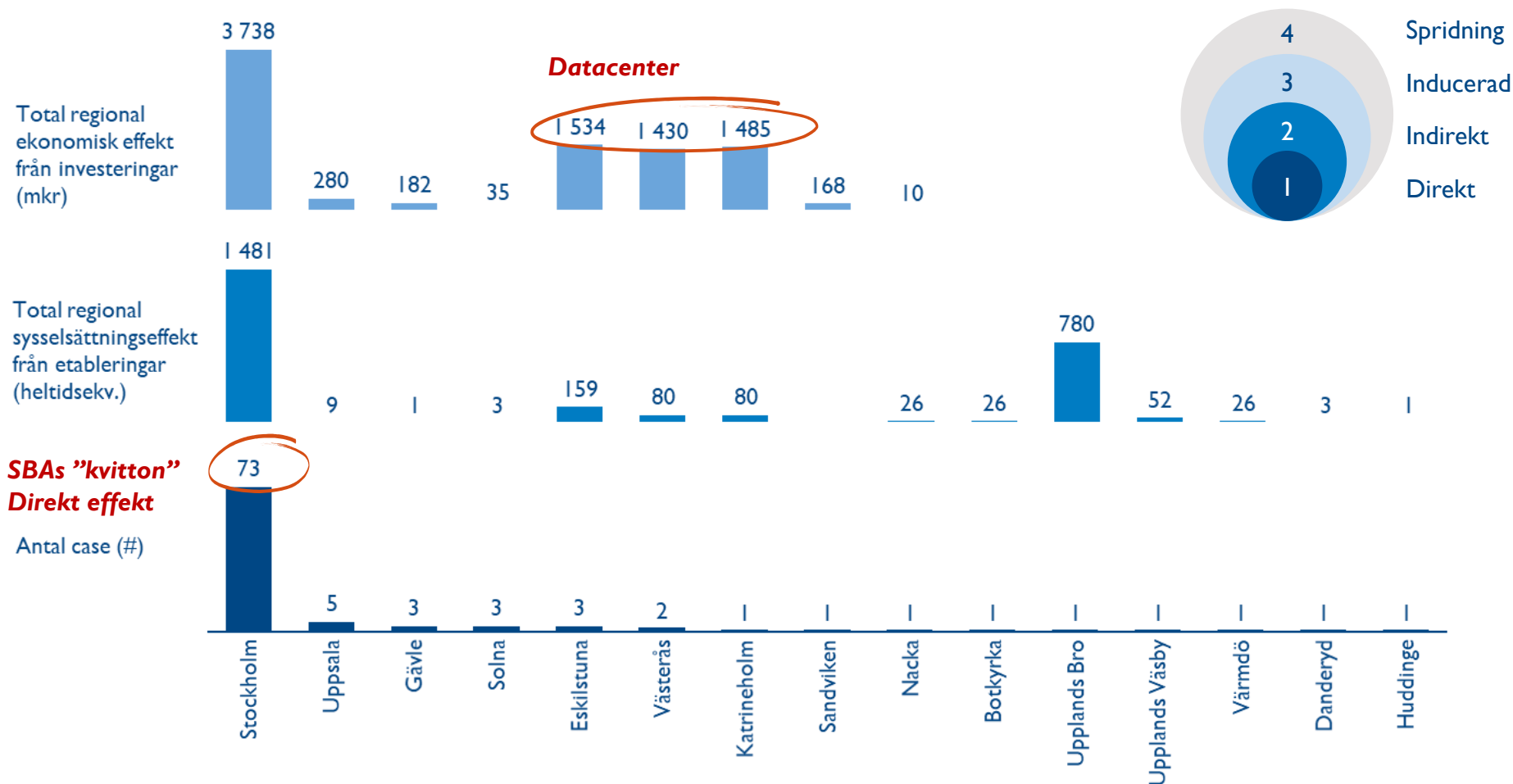
**Total ekonomisk effekt 2016-2018
(mkr)**



**Total sysselsättningseffekt 2016-2018
(heltidsekv.)**



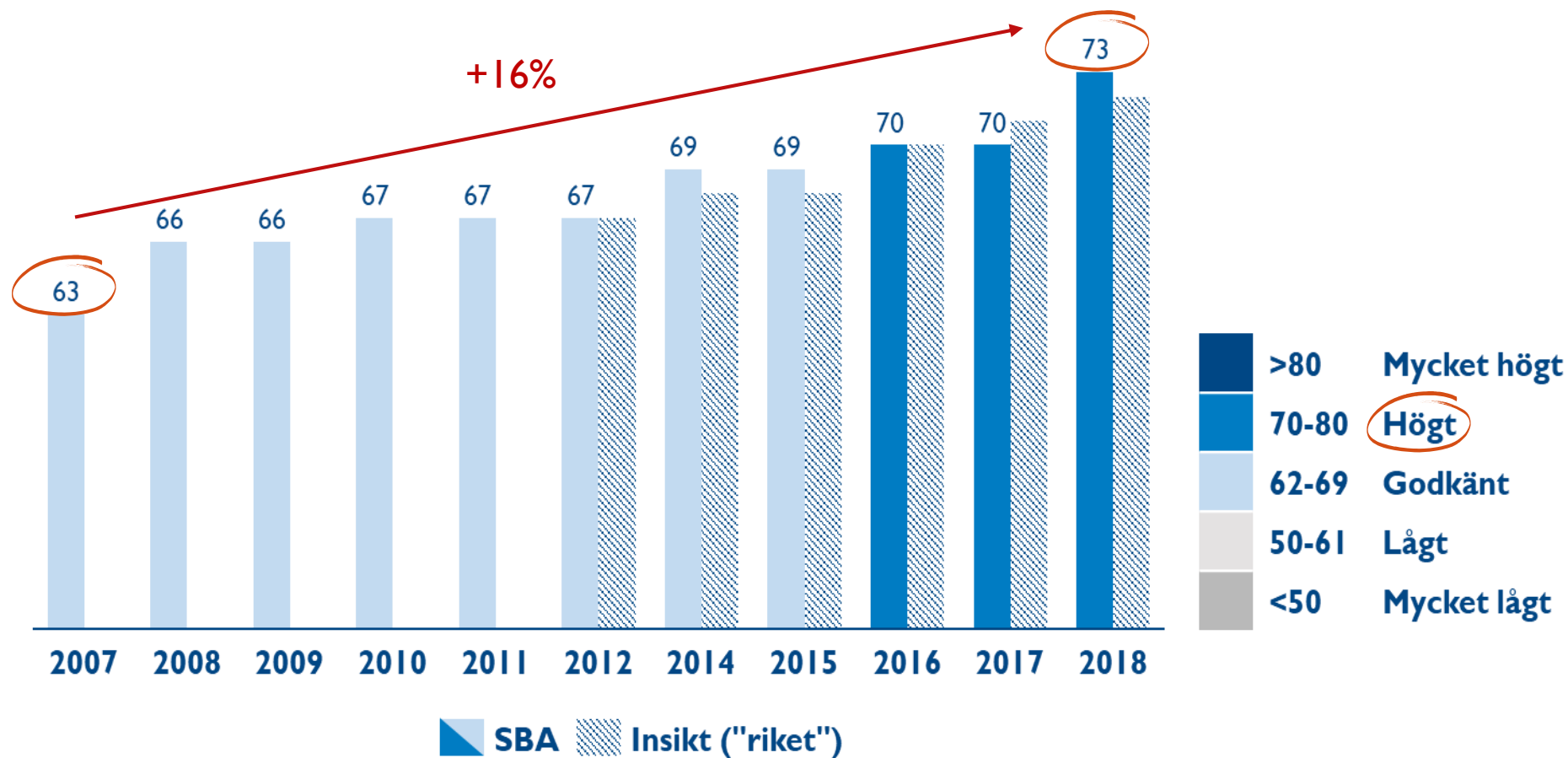
De ekonomiska effekterna förefaller ojämnt fördelade mellan SBA:s medlemmar – men vi redovisar här total **regional** effekt



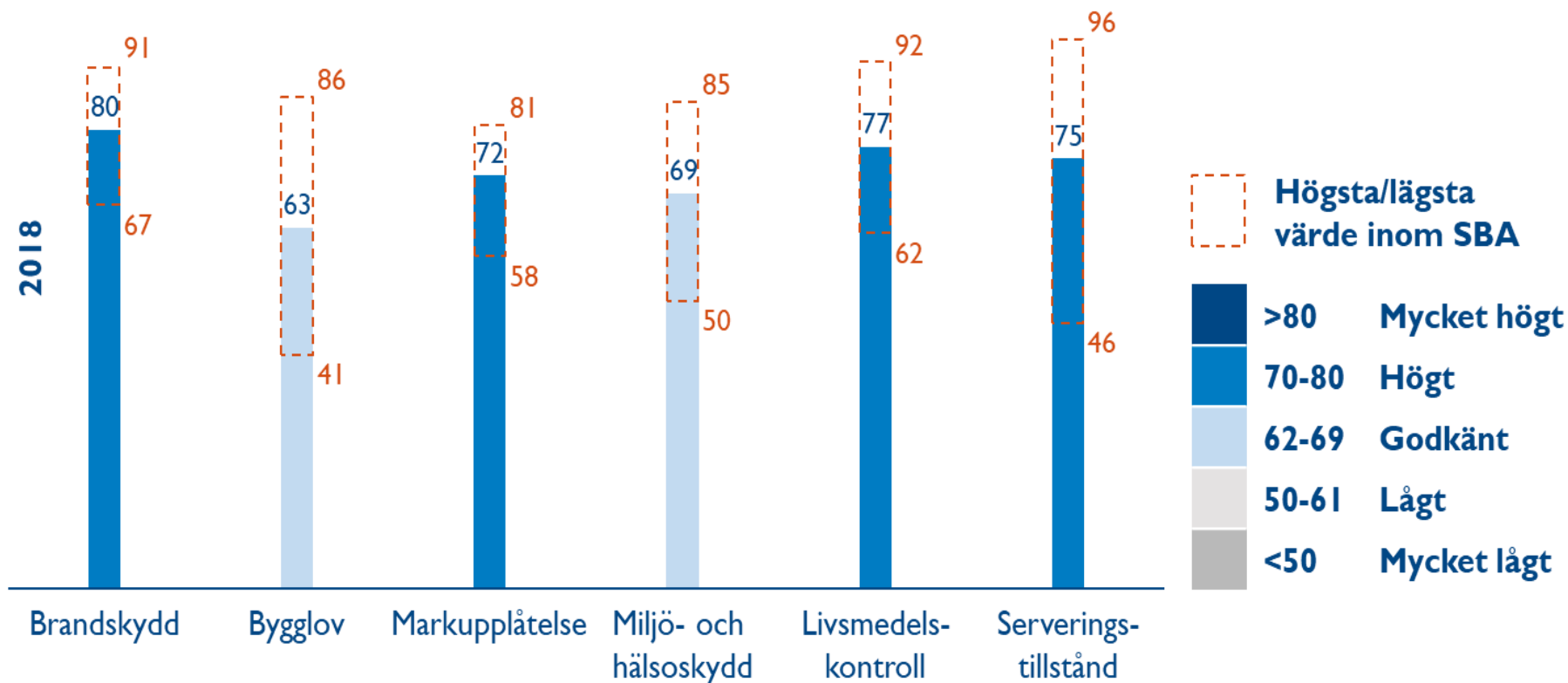
Vad gör SBA inom Näringslivsservice?

- **Näringslivsservice är en viktig del i att skapa ett gott och hållbart företagsklimat**, vilket i sin tur främjar företagande, skapar arbetstillfällen och stärker kommunens skattebas.
- **För att stärka företagsklimatet och kunna prioritera rätt åtgärder** görs en kundundersökning (**NKI, Nöjd-Kund-Index**) för att ta reda på hur kunderna som varit i kontakt med kommunen uppfattar servicen.
- **Sex myndighetsområden** omfattas av undersökningen: Brandskydd, Bygglov, Markupplåtelser, Miljö- och hälsoskydd, Livsmedelskontroll & Serveringstillstånd
- **Huvudsakliga insatser från SBA** under ett verksamhetsår består av:
 - Leda SBA:s NKI-råd
 - Utveckling av metoder samt koordinering av arbetet med NKI
 - Årlig konferens för alla medlemskommuner med fokus på erfarenhetsutbyte
 - Gemensamma workshops på aktuella teman
 - Aktivt stöd till individuella kommuner efter behov

Tydliga resultat har skapats genom arbetet med Näringslivsservice



Det finns dock fortfarande utrymme för förbättring i många kommuner



Innehåll

- 1 Sammanfattning
- 2 SBA:s verksamhetsområden – insatser och resultat
- 3 Internationell benchmarking
- 4 Medlemmarnas uppfattning om SBA
- 5 Slutsatser och tänkbara förbättringsområden

I en jämförelse med andra organisationer med liknande fokus framstår SBA som mycket konkurrenskraftigt

	Stockholm Business Alliance	Copenhagen Capacity	Berlin Partner	Amsterdam Inbusiness
Geografiskt omfång	55 kommuner / 1 region	85 kommuner/ 4 regioner	Greater Berlin / 12 distrikt	Greater Amsterdam / 4 kommuner
# Anställda (heltidsekv.)	~10	~50	~200	~40
Budget (per år)	~2 MEUR	~7 MEUR	~25 MEUR	~2 MEUR (exkl. personal)
# Företags-etableringar (per år)	~30	~35	~320 (varav en del nationella)	~150 (varav en del nationella)
# Företags-etableringar per MEUR i budget per år	~15	~5	~13	N/A



Not: Analysen bygger på intervjuer med företrädare för respektive organisation samt publik information från årsredovisningar och webbsiter. Jämförbarheten mellan de fyra organisationerna är inte 100%, då deras mandat skiljer sig åt något, varför slutsatsen bör ses som indicativ. En mer omfattande jämförelse återfinns i rapporten.

Innehåll

- 1 Sammanfattning
- 2 SBA:s verksamhetsområden – insatser och resultat
- 3 Internationell benchmarking
- 4 Medlemmarnas uppfattning om SBA
- 5 Slutsatser och tänkbara förbättringsområden

Den övergripande återkopplingen från kommundirektörerna är positiv och Näringslivsservice får högst betyg

n=20	Internationell marknadsföring		Investeringsfrämjande		Näringslivsutveckling (NKI)	
	Effekt	Funktion	Effekt	Funktion	Effekt	Funktion
Genomsnittligt omdöme	2,6	3,5	2,2	3,6	4,5	4,3

- **Alla 20 kommuner anser att medlemskapet i SBA har en hög relevans** att nästan alla upplever sig får ett högt värde för medlemsavgiften.
 - Det finns en utbredd uppfattning om nödvändigheten för kommuner att samarbeta regionalt i dessa frågor för att nå kritisk massa och tillräckliga resultat.
- **Engagemangsgraden i SBA varierar relativt mycket mellan kommunerna.** Vissa deltar på många av aktiviteterna som SBA anordnar, andra deltar på klart färre.
 - Det är även en stor skillnad mellan vilka funktioner (KSO, kommundirektör, näringslivschef, m.fl.) och hur många av dessa som deltar.
- **Kommundirektörerna bidrog med många relevanta synpunkter** som återfinns i rapporten.

Innehåll

- 1 Sammanfattning
- 2 SBA:s verksamhetsområden – insatser och resultat
- 3 Internationell benchmarking
- 4 Medlemmarnas uppfattning om SBA
- 5 Slutsatser och tänkbara förbättringsområden

SBA har genom ett välfungerande samarbete skapat stora ekonomiska värden för regionen under perioden 2016-2018

1. SBA har under perioden 2016–2018 bidragit till att **etableringar och investeringar** kommit regionen till del **motsvarande nästan 9 mdr kr som skapat ca 2 600 arbetstillfällen**.
2. SBA har genom sitt arbete med att hjälpa kommuner att **utveckla** sin **Näringslivsservice** under åren skapat genomgående **avsevärt förbättrade resultat på NKI**.
3. Alla 20 intervjuade kommuner anser att medlemskapet i **SBA har en hög relevans** för dem och nästan alla upplever sig få ett **högt värde för medlemsavgiften**.
4. Den absoluta majoriteten av intervjuade kommundirektörer anser att **SBA bör behålla sina tre huvudområden**, men fortsätta utveckla arbetssätt och förbättra kommunikation.
5. I en jämförelse med andra internationella organisationer med liknande fokus framstår **SBA-partnerskapet** som **mycket konkurrenskraftigt** avseende värdeskapande per resursinsats.

Ett antal tänkbara förbättringsområden identifierades i utredningen

1. SBA behöver kunna **anpassa erbjudande och arbetssätt** för att skapa lika stort värde för alla typer av kommuner.
2. **Öka transparensen** – se till att tydligare och oftare kommunicera vad SBA gör, men inte minst vilket resultat som skapas.
3. **Utvärdera och ompröva val av arenor för internationell exponering** (t.ex. MIPIM, m.fl.) utifrån ett måluppfyllelse-/effektperspektiv.
4. **Hitta nästa steg i arbetet med Näringslivsservice (NKI)** – grunden är lagd och området har politiskt fokus och förankring
5. **Fortsätt utveckla användandet av digitala kanaler och sociala medier** i arbetet mot målgrupper inom internationell marknadsföring och investeringsfrämjande



Q&A



Arthur D. Little has been at the forefront of innovation since 1886. We are an acknowledged thought leader in linking strategy, innovation and transformation in technology-intensive and converging industries. We navigate our clients through changing business ecosystems to uncover new growth opportunities. We enable our clients to build innovation capabilities and transform their organizations.

Our consultants have strong practical industry experience combined with excellent knowledge of key trends and dynamics. ADL is present in the most important business centers around the world. We are proud to serve most of the Fortune 1000 companies, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information please visit **www.adlittle.com** or **www.adl.com**.

Copyright © Arthur D. Little Luxembourg S.A. 2019.
All rights reserved.



Johan Treutiger
Partner
0708-832032
treutiger.johan@adlittle.com