



**Beslutsunderlag**

Styrelsen 2020-08-31

Diarienummer: 0041/20

**Handläggare**

Anders Söderberg

Telefon: 031-368 54 64

E-post: anders.soderberg@gshab.goteborg.se

## **Återrapportering av uppdrag i handlingsplan 2019 från ägardialog med Business Region Göteborg AB avseende omvärldsbevakning/ benchmark av näringslivsstrategiskt arbete**

### **Förslag till beslut**

I styrelsen för Göteborgs Stadshus AB:

Rapport avseende omvärldsbevakning/benchmark av näringslivsstrategiskt arbete, som lämnas i enlighet med handlingsplan från ägardialog 2019, antecknas.

### **Sammanfattning**

Ägardialogerna är det enskilt viktigaste instrumentet för aktiv ägarstyrning och utgör ett strategiskt forum för framtids- och utvecklingsfrågor i relationen mellan Göteborgs Stadshus AB (Stadshus) och direktrapporterande dotterbolag. Bilagda rapport från Business Region Göteborg (BRG) ”*Bättre förutsättningar för företagande. Hur arbetar andra starka regioner i Europa*” är en återrapportering av uppdrag från ägardialogen 2019 mellan Stadshus och BRG.

Utifrån rapporten kan Stadshus konstatera att BRG:s regionala roll och breda verksamhet bidrar till att minska behovet av samordning jämfört andra regioner. Även det samlade och väl förankrade näringslivsstrategiska programmet bidrar till samordning och gemensam riktning för hela Göteborgsregionen.

I BRG:s ägardirektiv reviderade ägardirektiv 2020 infördes att *bolaget kontinuerligt ska använda benchmarking med relevanta aktörer även i arbetet med att utveckla verksamhetens effektivitet och produktivitet*. Resultatet och slutsatserna av arbetet med denna typ av jämförelser kommer att vara en del av uppföljning inför kommande ägardialoger.

Stadshus gör bedömningen att BRG:s rapport uppfyller uppdraget från ägardialog och handlingsplan 2019.

## **Bedömning ur ekonomisk dimension**

Göteborgs Stadshus AB har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

## **Bedömning ur ekologisk dimension**

Göteborgs Stadshus AB har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

## **Bedömning ur social dimension**

Göteborgs Stadshus AB har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

## **Bilaga**

1. Protokollsutdrag och beslutsunderlag från BRG 2020-06-15, Rapport kring hur andra starka europeiska storstadsregioner arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande

## Ärendet

Återrapportering av aktivitet från ägardialog och handlingsplan 2019 med BRG, avseende omvärldsbevakning / benchmark av näringslivsstrategiskt arbete.

### Beskrivning av ärendet

Ägardialogerna är det enskilt viktigaste instrumentet för aktiv ägarstyrning och utgör ett strategiskt forum för framtids- och utvecklingsfrågor i relationen mellan Stadshus och direktrapporterande dotterbolag. Dialogerna genomförs enligt en utarbetad metod och struktur med ett innehåll som anpassas till det specifika dotterbolagets utmaningar. Respektive ägardialog avslutas med en summering av vad som framkommit och sammanställning över de aktiviteter som behöver genomföras för att öka den affärsmässiga samhällsnyttan med ägandet. Resultatet av ägardialogen ställs samman i en handlingsplan som beskriver aktiviteter, ansvar och tidplan.

Som ett resultat av 2019 års ägardialog mellan BRG och Stadshus, fick BRG i uppdrag att genomföra en omvärldsbevakning / benchmark av näringslivsstrategiskt arbete med relevanta jämförelseregioner och städer. Uppdraget i handlingsplanen tog följande utgångspunkt.

*”Vid ägardialogen lyftes diskussionen kring det goda, och ambitiösa, program för näringslivsutveckling som utvecklades de senaste åren.*

*Programmet blev även belönat av EU via EER, European Entrepreneurial Region, under sommaren.*

*Dock kan det ses intressant att utarbeta en översikt av hur andra framgångsrika städer / regioner arbetar med sina motsvarande program / organisationer.*

*BRG får i uppdrag att belysa relevanta städers näringslivsutveckling, och återkomma till Stadshus med en återrapportering.*

*Städer som kan vara relevanta är bland annat Stockholm, Köpenhamn, Oslo, Helsingfors och Stuttgart – dock väljer BRG själva relevanta aktörer. ”*

BRG har genom intervjuer och genom tillgänglig dokumentation undersökt hur de europeiska storstadsregionerna Eindhoven, Köpenhamn, Lyon, Oslo och Stockholm arbetar med att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur deras näringslivskontor arbetar. Göteborgs organisation och arbetssätt redovisas vilket skapar möjlighet för jämförelser.

Frågorna har varit indelade i två områden;

- 1) Hur staden/regionen övergripande samverkar för att skapa bättre förutsättningar för företagande
- 2) Hur näringslivskontoret är organiserat och hur det arbetar.

Bilagda rapport från BRG, *"Bättre förutsättningar för företagande. Hur arbetar andra starka regioner i Europa"*, är en återrapportering av uppdrag från ägardialogen 2019 mellan Stadshus och BRG.

Rapporten beskriver att samtliga regioner har övergripande strategier för att skapa bättre förutsättningar för företagande. I de fall strategin tydligt avgränsas till centralorten (Köpenhamn, Stockholm och Göteborg) beskrivs vilka av stadens organisationer som ska bidra i arbetet. I andra fall, där strategin omfattar ett större regionalt område (Oslo, Lyon) är strategins roll i större utsträckning att vara koordinerade.

Inom alla storstadsregioner finns ett näringslivskontor som på olika sätt och med olika tyngdpunkt arbetar med företagsutveckling/entreprenörskap, etablering/investeringar, innovation och klusterarbete. I flera av regionerna är uppgifterna utlagda på många olika aktörer (Köpenhamn, Lyon och Oslo). I fyra av fem regioner beskrivs bristen på samordning bland företagsstödjande organisationer samt byråkrati som de största utmaningarna i arbetet.

Flera av storstadsregionerna använder europeiska rankingar till att följa upp sitt strategiska arbete. Köpenhamn, Eindhoven och Göteborg har i högre grad än övriga definierat indikatorer att följa upp arbetet på.

## **Sammanfattande bedömning**

Stadshus gör bedömningen att BRG:s rapport uppfyller uppdraget från ägardialog och handlingsplan 2019.

Utifrån rapporten kan Stadshus konstatera att BRG:s regionala roll och breda verksamhet bidrar till att minska behovet av samordning jämfört andra regioner. Även det samlade och väl förankrade näringslivsstrategiska programmet bidrar till samordning och gemensam riktning för hela Göteborgsregionen.

Rapporten tydliggör vikten av att kontinuerligt jämföra Göteborgs näringslivsutvecklingsarbete med motsvarande verksamheter i andra regioner och städer i syfte att dra lärdomar och finna inspiration till vidareutveckling. Samtidigt visar studien på svårigheter i jämförelse då städer och regioner valt olika vägar för sin organisering och inriktning.

I arbetet med den revidering av samtliga ägardirektiv som genomfördes under våren 2020 konstaterades att BRG tillhör den gruppen bolag där det inte är möjligt eller lämpligt att tillämpa gängse avkastningskrav på dessa bolag utan istället söka olika mått på produktivitet och effektivitet samt jämförelser med liknande verksamheter.

Eva Hessman

Vd, Göteborgs Stadshus AB

## Utdrag ur protokoll fört vid styrelsesammanträde vid Business Region Göteborg 2020-06-15.

§42

### Redovisning av uppdrag från Stadshus

Pia Areblad föredrog rapporten kring hur andra starka europeiska storstadsregioner arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande.

I styrelsen beslutade att,

Uppdraget att belysa relevanta städers näringslivsutveckling, gällande hur man arbetar tillsammans i regionen/ staden för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur näringslivskontoret är uppbyggt, godkändes för vidare behandling av Stadshus AB.

Rätt utdraget intygar:



Jessica Nilsson

Business Region Göteborg AB

VD-assistent , 031-367 61 47



Bolag/Avdelning/funktion Business Region Göteborg	Dokumenttyp Tjänsteutlåtande
Datum - Utfärdat 2020-06-08	Handläggare, namn och epost Pia Areblad, pia.areblad@businessregion.se

# Tjänsteutlåtande

## 1. Rapport kring hur andra starka europeiska storstadsregioner arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande

### 1.1. FÖRSLAG TILL BESLUT

I styrelsen för Business Region Göteborg AB:

1. Uppdraget att belysa relevanta städers näringslivsutveckling, gällande hur man arbetar tillsammans i regionen/staden för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur näringslivskontoret är uppbyggt, godkänns av styrelsen för vidare behandling av Stadshus AB.

### 1.2. SAMMANFATTNING

Vid 2019 års ägardialog mellan Stadshus AB och Business Region Göteborg (BRG) fick BRG ett uppdrag göra benchmark med andra framgångsrika regioner/städer.

Sex regioner/städer valdes ut och intervjuer genomfördes med representanter för olika Syftet med uppdraget är kunskapshöjning.

17 intervjuer samt deskresearch ligger till grund för rapporten, bilaga 1, som undersöker hur de europeiska storstadsregionerna Eindhoven, Köpenhamn, Lyon, Oslo Stockholm och Göteborg arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur deras näringslivskontor arbetar.

### 1.3. BEDÖMNING UR EKONOMISK DIMENSION

BRG har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension

### 1.4. BEDÖMNING UR EKOLOGISK DIMENSION

BRG har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension

### 1.5. BEDÖMNING UR SOCIAL DIMENSION

BRG har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension



## 1.6. BILAGOR

### 1.6.1. Rapport: Bättre förutsättningar för företagande - Hur arbetar andra starka regioner i Europa?

## 2. Ärendet

Ärendet svarar på den handlingsplan som framkom vid ägardialogen med Stadshus AB.

### 2.1. BESKRIVNING AV ÄRENDET

Vid 2019 års ägardialog mellan Stadshus AB och Business Region Göteborg (BRG) fick BRG ett uppdrag göra benchmark med andra framgångsrika regioner/städer.

Sex regioner/städer valdes ut och intervjuer genomfördes med representanter för olika Syftet med uppdraget är kunskapshöjning.

Uppdraget angående benchmark med andra regioner skulle fokusera på följande frågeställningar:

1. Hur arbetar man tillsammans i regionen/staden för att skapa bättre förutsättningar för företagande?  
*samt*

2. Hur arbetar näringslivskontor eller liknande?

Sex regioner/städer valdes ut och intervjuer genomfördes med representanter för olika Syftet med uppdraget är kunskapshöjning.

17 intervjuer samt deskresearch ligger till grund för rapporten, bilaga 1, som undersöker hur de europeiska storstadsregionerna Eindhoven, Köpenhamn, Lyon, Oslo Stockholm och Göteborg arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur deras näringslivskontor arbetar.

I rapporten framgår att alla storstadsregioner har en övergripande strategi för att skapa bättre förutsättningar för företagande. De olika strategierna omfattar delvis olika områden. Om strategin tydligt avgränsas till centralorten, som i Köpenhamn, Stockholm och Göteborg, framkommer vilka av stadens förvaltningar och bolagen som ska bidra i arbetet. För att skapa en kontinuerlig dialog och förankring med näringslivet har Eindhoven och Köpenhamn ett permanent näringslivsråd. Eindhoven och Lyon utgår i mycket hög grad från ett socialt hållbarhetsperspektiv i sina strategier.

Inom alla storstadsregioner finns ett näringslivskontor som på olika sätt arbetar med företagsutveckling/entreprenörskap, etableringar/investeringar, innovation och klusterarbete. I flera av regionerna är uppgifterna utlagda på många olika aktörer.

Fyra av fem regioner uttrycker att bristen på samordning bland företagsstödande organisationer samt och byråkrati är de största utmaningarna i arbetet.



## Bättre förutsättningar för företagande -

Hur arbetar andra starka regioner i Europa?

**BUSINESS REGION GÖTEBORG AB**

Besöksadress: Norra Hamngatan 14, Postadress: Box 11119, 404 23 Göteborg  
Telefon växel: 031-367 61 00, [www.businessregiongoteborg.se](http://www.businessregiongoteborg.se)

BUSINESS REGION GÖTEBORG – EN DEL AV GÖTEBORGS STAD I SAMARBETE MED REGIONEN



**BUSINESS REGION  
GÖTEBORG**



# Innehållsförteckning

<b>1.</b>	<b>UPPDRAG</b> .....	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>METOD</b> .....	<b>4</b>
	2.1. <b>Urval regioner</b> .....	<b>4</b>
	2.2. <b>Angreppssätt</b> .....	<b>5</b>
	2.3. <b>Avgränsning</b> .....	<b>6</b>
	2.4. <b>Frågeformulering</b> .....	<b>6</b>
	2.5. <b>Presentation</b> .....	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>SEX STORSTADSREGIONER</b> .....	<b>7</b>
	3.1. <b>Göteborg</b> .....	<b>7</b>
	3.1.1. Strategi.....	7
	3.1.2. Operationalisering/organisation .....	7
	3.1.3. Analys .....	8
	3.2. <b>Eindhoven</b> .....	<b>9</b>
	3.2.1. Strategi.....	9
	3.2.2. Operationalisering/organisering.....	9
	3.2.3. Analys .....	10
	3.3. <b>Köpenhamn</b> .....	<b>11</b>
	3.3.1. Strategi.....	11
	3.3.2. Operationalisering.....	11
	3.3.3. Organisation .....	11
	3.3.4. Analys .....	12
	3.4. <b>Lyon</b> .....	<b>13</b>
	3.4.1. Strategi.....	13
	3.4.2. Operationalisering/organisation.....	13
	3.4.3. Analys .....	14
	3.5. <b>Oslo</b> .....	<b>15</b>
	3.5.1. Strategi.....	15
	3.5.2. Organisation/operationalisering.....	15
	3.5.3. Analys .....	17
	3.6. <b>Stockholm</b> .....	<b>17</b>
	3.6.1. Strategi.....	17
	Operationalisering/organisation.....	17
	3.6.2. Analys.....	18
<b>4.</b>	<b>KONKLUSIONER/SLUTSATSER</b> .....	<b>19</b>
	4.1. <b>Strategiskt arbete</b> .....	<b>19</b>
	4.1.1. Jämförelse .....	19
	4.1.2. Utmaningar i det strategiska arbetet för att skapa bättre förutsättningar för företagande.....	20

4.2.	Hur arbetar näringslivskontoren?.....	20
4.2.1.	SLUTSATS .....	20
5.	BILAGOR.....	20
5.1.	Bilaga 1. Intervjufrågor svenska .....	22
5.2.	Bilaga 2. Intervjufrågor engelska .....	25
5.3.	Bilaga 3. Genomförda Intervjuer .....	28
5.4.	Bilaga 4. Länkar till strategier och material .....	29
5.5.	Bilaga 5. Sammanställning jämförelser .....	30

# 1. Sammanfattning

Rapporten undersöker hur de europeiska storstadsregionerna Eindhoven, Köpenhamn, Lyon, Oslo Stockholm och Göteborg arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur deras näringslivskontor arbetar. Rapporten sker på uppdrag utifrån ägardialogen 2019 med av Stadshus AB. Underlaget har tagits fram utifrån intervjuer samt inläsning. Slutsatsen visar att alla storstadsregioner har en övergripande strategi för att skapa bättre förutsättningar för företagande. Strategierna omfattar delvis olika områden. Om strategin tydligt avgränsas till centralorten, som i Köpenhamn, Stockholm och Göteborg, framkommer vilka av stadens förvaltningar och bolagen som ska bidra i arbetet. För att skapa en kontinuerlig dialog och förankring med näringslivet har Eindhoven och Köpenhamn ett permanent näringslivsråd. Eindhoven och Lyon utgår i mycket hög grad från ett socialt hållbarhetsperspektiv i sina strategier.

Inom alla storstadsregioner finns ett näringslivskontor som på olika sätt arbetar med företagsutveckling/entreprenörskap, etableringar/investeringar, innovation och klusterarbete. I flera av regionerna är uppgifterna utlagda på många olika aktörer.

Fyra av fem regioner uttrycker att bristen på samordning bland företagsstödjande organisationer samt och byråkrati är de största utmaningarna i arbetet.

## 2. Uppdrag

Utifrån 2019 års ägardialog med Stadshus AB fick Business Region Göteborg (BRG) i uppdrag att göra en översikt av hur andra framgångsrika städer / regioner arbetar med sina motsvarande program / organisationer.

Uppdraget tar sitt avstamp i den EU-utmärkelse; European Entrepreneurial Region Award 2020, (EER 2020) BRG erhöll för arbetet med att ta fram och driva Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018 - 35.

Stadshus uppdrag angående benchmark med andra regioner utgår från följande övergripande frågeställningar:

1. Hur arbetar man tillsammans i regionen/staden för att skapa bättre förutsättningar för företagande?  
*Samt*
2. Hur arbetar näringslivskontor eller liknande?

## 3. Metod

### 3.1. URVAL REGIONER

I uppdraget föreslog Stadshus några städer/regioner som skulle kunna vara relevanta för benchmark, nämligen; Stockholm, Köpenhamn, Oslo, Helsingfors och Stuttgart. I Stadens näringslivsstrategiska program finns tre övergripande mål som följs upp av indikatorer på europeisk nivå. Tre av

indikatorerna<sup>1</sup> är europeiska då vi jämför oss med andra storstadsregioner i Europa i programmet. I programmet lyfts följande storstadsregioner som regioner att jämföra sig med: t ex Stuttgart, München, Lille, Helsingfors, Wien, Lyon, Oslo, Stockholm, Öresundsregionen, Hamburg och Milano.

Utifrån möten med handläggare på Stadshus, avgränsas jämförelsen till fyra-fem storstäder/regioner. Vi gör benchmark med regioner som har likande struktur som Göteborgsregionen - stark industriregion med hög grad av FoU verksamhet.

Vi har även prioriterat att jämföra med regioner som har liknande kultur och samhällsstruktur och därför valt tre storstadsregioner i Skandinavien samt två industriregioner med stort inslag av F o U - verksamhet utanför Skandinavien. Urvalet begränsar sig därmed till följande regioner/städer; Eindhoven, Köpenhamn, Lyon, Oslo och Stockholm.

	Brainport Eindhoven	Göteborgs stad	Göteborgsregionen	Köpenhamn	Köpenhamnsregionen	Lyon	Oslo	Osloregionen (Oslo Viken)	Stockholms stad	Stockholm Business Alliance
Antal										
Invånare	800 000	580 000	1 030 000	600 000	1 850 000	1 500 000	670 000	2 500 000	976 000	3 800 000
Företag	70 000	67 000	118 000	40 000	305 000	140 000	88 000	219 000	81 000	202 000
Kommuner	21		13		29	59		68		56

De nordiska storstadsregionerna presenteras med folkmängd och antal företag för både centralort och region då det i intervjuerna framkommit att separata strategier finns för centralorten.

### 3.2. ANGREPPSSÄTT

För att rätt områden skulle belysas utvecklades ett första frågeställningar i februari och stämdes av med handläggare på Stadshus AB. Därefter gjordes två pilotintervjuer för att provtrycka frågeunderlaget avseende tydlighet och relevans. För att testa vederhäftigheten har pilotintervjuerna gjorts på Nuts 2<sup>2</sup> och Nuts 3 nivå. Utifrån de första intervjuerna omformulerades sedan frågeställningar för att säkerställa så bra jämförelser som möjligt.

Kartläggningen genomfördes i form av en respondentundersökning, dvs, samma frågor har ställts till samtliga svarspersoner för att finna mönster i svaren och kunna göra jämförelsen bättre.

<sup>1</sup> I Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018–2035 finns tre mål. Dessa mål följs upp genom tio indikatorer. Under varje mål finns en indikator på europeisk nivå. De europeiska indikatorer är:

Göteborgsregionen ska ligga bland de tio bästa regionerna i EU enligt Europe 2020 Regional Index. Göteborgsregionens produktivitet ska öka i samma takt som eller snabbare än liknande storstadsregioner<sup>1</sup> i Europa.

Göteborgsregionen<sup>1</sup> ska ha högre resultat vad gäller privata investeringar inom FoU i relation till liknande storstadsregioner i Europa.

<sup>2</sup> Nuts = EU:s nomenklatur för regionindelning. källa: Eurostat

Respondentundersökning brukar delas upp i samtalsintervju /undersökningar eller frågeundersökningar. I en frågeundersökning ställs i princip samma frågor till samtliga intervjupersoner, medan i en samtalsintervjuundersökning finns en uppsättning färdiga teman som skall gås genom med varje intervjuperson, som oftast kompletteras med öppna frågor. En blandning av dessa metoder har använts i rapporten.<sup>3</sup>

17 telefonintervjuer har gjorts vilket utgör populationen i undersökningen.

De kvalitativa intervjuerna har kompletterats med kvantitativt underlag där den officiella källan är regionens egna fakta.

Urvalet av intervjupersoner grundade sig på centralitet, dvs hur bra överblick de har över området. Identifikation skedde dels genom egna väl upparbetade kontakter, dels genom snöbollsurvalet: en informant pekar på nästa informant. I flera av storstadsregionerna genomfördes flera intervjuer för att få området beskrivet utifrån flera infallsvinklar.

Under perioden då telefonintervjuerna gjorts har alla storstadsregioner som undersökts varit "stängda" pga Corona. Det har i olika grad begränsat möjligheten för kvalitativa samtal och därmed underlaget för rapporten.

### **3.3. AVGRÄNSNING**

En strävan i studien har varit att ta fram underlag som går att jämföra på ett överskådligt sätt.

### **3.4. FRÅGEFORMULERING**

Frågorna har delats upp i två block.

Ett block som handlar om hur regionen/staden övergripande samverkar för att skapa bättre förutsättningar för företagande och ett block som ringar in näringslivskontorets arbete.

Intervjuer har genomförts utifrån frågorna som finns i bilaga 1 och 2

### **3.5. PRESENTATION**

Resultaten presenteras nedan genom att först beskriva huvuddragen i respektive storstadsregions strategi följt av organisering och operationalisering av strategin. Göteborg presenteras först och sedan presenteras de i alfabetisk ordning.

Avslutningsvis finns

- en kort analys under varje storstadsregion där styrkor<sup>4</sup> och avvikelser lyfts
- respektive *regions svar* på vad som är de största *utmaningarna* för att skapa bättre förutsättningar för företagande.

Hela rapporten avslutas med konklusioner/slutsats.

---

<sup>3</sup> Metodpraktiken: Konsten att studera samhälle, individ och marknad  
Peter Esaiasson et al, Norstedts juridik, Upplaga 4:1, 2012, s 228

<sup>4</sup> Se bilaga 5 jämförelser.

# Sex storstadsregioner

## 3.6. GÖTEBORG

### 3.6.1. Strategi

2017 utarbetades ett näringslivsstrategiskt program för hela Göteborg Stad. Tidigare låg det näringslivsstrategiska uppdraget mer koncentrerat på Business Region Göteborg. I programmet framgår att 18 förvaltningar och bolag i staden har en roll att förverkliga programmet. I dagsläget är det 24 förvaltningar och bolag som valt att delta i arbetet. Programmet utgick från de utmaningar som definierats för Göteborgsregionen och togs fram i nära dialog med näringslivet och dess organisationer. Programmet antogs av kommunfullmäktige mars 2018. De 12 övriga kommunerna i Göteborgsregionen håller alla på att formulera sina strategier kring hur de relaterar till målen i programmet. Programmet har som *övergripande mål 120 000 nya jobb.*

<b>Göteborgsregionen</b>
Antal invånare: 1 030 000
Antal företag: 118 000
13 kommuner
<b>Göteborg stad</b>

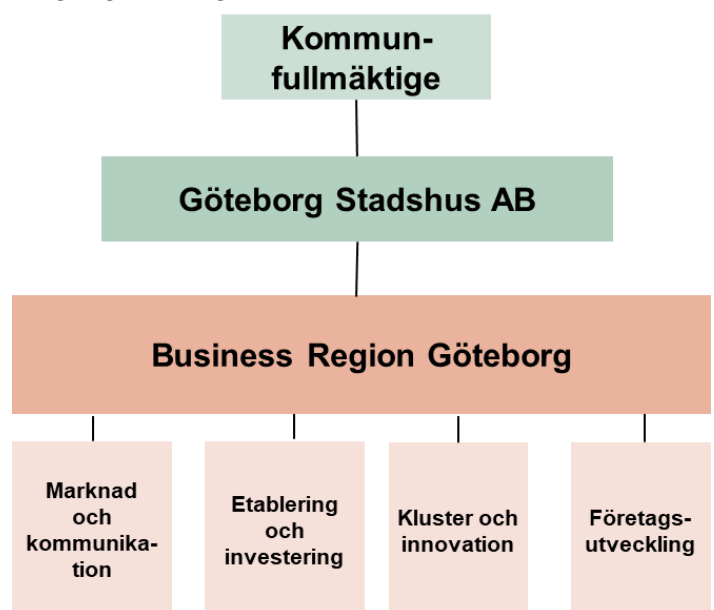
Göteborgsregionen är en del av Västra Götalandsregionen. Västra Götalandsregionen tar fram en regionalutvecklingsstrategi som gäller i 7-årscykler. Den nuvarande har fyra övergripande mål:  
En ledande kunskapsregion  
En region för alla  
En region där vi tar globalt ansvar  
En region som syns och engagerar  
En ny regional utvecklingsstrategi är nu under framtagande och kommer att gälla från 2021-2028

### 3.6.2. Operationalisering/organisation

Business Region Göteborg är Göteborgs Stads näringslivskontor med regionalt uppdrag att bidra till hållbar ekonomisk tillväxt, hög sysselsättning (fler arbetstillfällen) och ett diversifierat näringsliv. Målsättningen är att skapa hög sysselsättning och bidra till ett diversifierat näringsliv. BRG har även ett samordnande ansvar för att marknadsföra Göteborgsregionen regionalt, nationellt och internationellt.

BRG omvärldsbevakar, är länken mellan akademi, näringsliv, myndigheter och offentliga aktörer och skapar mötesplatser och nätverk och samarbetsmöjligheter som hjälper företag att utvecklas.

Processledarrollen för arbetet med Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program ligger på BRG efter att programmet antogs mars 2018. För att säkerställa att arbetet har rätt fokus sker en årlig avstämning med näringslivet via ett stormöte. Två gånger per år hålls strategisk näringslivsdialog där kommunstyrelsens arbetsutskott, tillsammans med stadsdirektören



och vd för BRG möter 8 representanter för näringslivet samt rektorerna för GU och Chalmers. Den näringslivsstrategiska dialogen ger inspel till något av de sex olika strategiska områdena.

Alla kommunerna i Göteborgsregionen står bakom de övergripande målen i programmet och tar succesivt fram planer för hur de ska arbeta för att leverera på målen. Årligen hålls en avstämning med alla GR kommuner kring hur arbetet går.

Business Region Göteborg arbetar med näringslivsutveckling utifrån fyra områden enligt organisationskiss. BRG är dessutom moderbolag och ansvarar för Göteborgs Stads ägarandel i ett antal bolag med näringslivskoppling. Det innebär att BRG driver innovationsplattformar i trippelhelix format genom tre Science Parks samt säkerställer riskkapital och lån till små och medelstora företag via Almi Företagspartner Väst AB och Almi Västsverige AB. I rollen som moderbolag har BRG dels en ledande och samordnande funktion men ska även driva egna uppdrag inom näringslivsutveckling.

### 3.6.3. Analys

Det finns en bra grund att stå på i arbetet med att skapa bättre förutsättningar för företagande i Göteborgsregionen. Det näringslivsstrategiska programmet och en sammanhållen organisation ger stora möjligheter.

**Största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:**

- Att bibehålla engagemanget i det strategiska arbetet då det inte är rak ordergivning. Det innebär vara uthållig i det operationella arbetet under lång tid.
- Att förvalta förtroendekapitalet så att alla de förvaltningar och bolag i Göteborgs Stad samt alla de kommuner i GR som har delansvar i strategin fortsatt väljer att bidra i arbetet.

## 3.7. EINDHOVEN

### 3.7.1. Strategi

Storstadsregionen Eindhoven har en strategi som gäller för området Brainport Eindhoven och omfattar 21 kommuner. Den revideras årligen och utgår från grundläggande principer.

**Region Eindhoven:**

Antal invånare: 800 000

Antal företag: 70 000

21 kommuner

**Övergripande mål för arbetet:**

*Stödja näringslivet och utveckla nya ekonomiska möjligheter i regionen. Alla insatser ska utgå ifrån en samhällsutmaning. Teknologi leder utvecklingen mot nya möjligheter.*

Den årliga uppdateringen utgår från fem områden där aktiviteter äger rum:

Människan (people) – kompetensutveckling och talangattraktion

Teknologi - aktivt verka för investeringar i ny teknologi

Företag - företagsutveckling, start up-verksamhet, klusterutveckling

Basic – näringslivsservice och företagsklimat

Internationell-

Det strategiska arbetet utgår från samhällsutmaningar man definierar årligen och kraftsamlar partners runt. Ett angreppssätt som kan kallas mission-oriented.

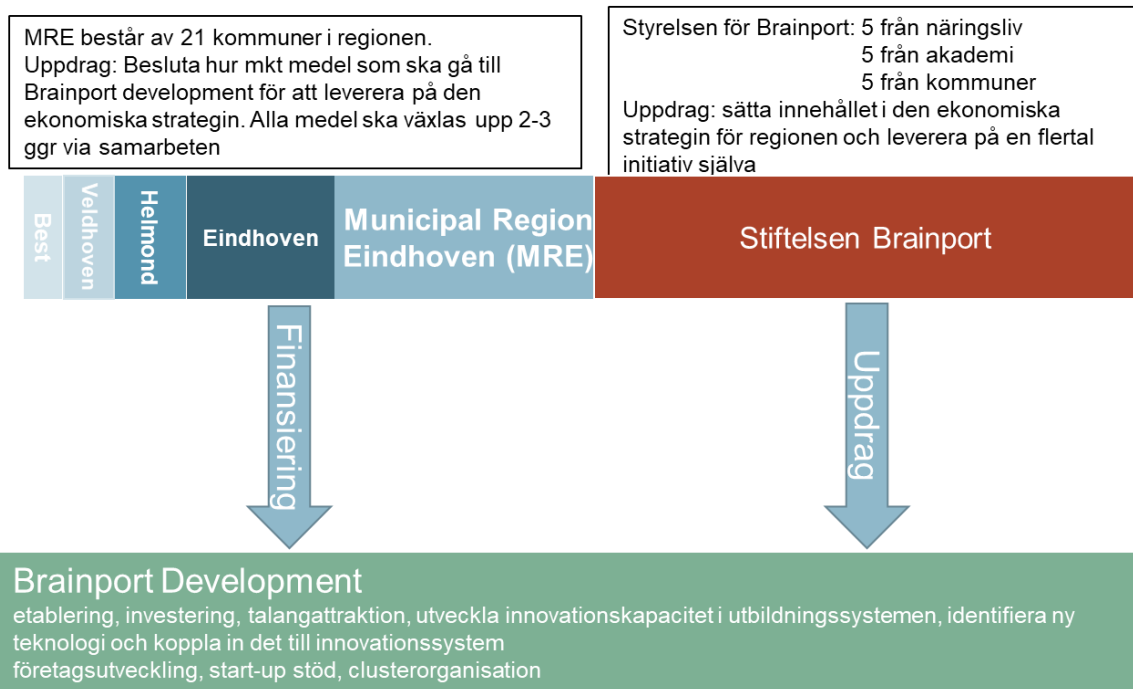
### 3.7.2. Operationalisering/organisering

Ansvaret för näringslivsutveckling ligger på Brainport Eindhoven. De organisationer som sitter med i stiftelsen tar i hög grad ansvar för att genomföra strategin. Brainport Eindhoven är en stiftelse med trippelhelix struktur. Platserna i styrelsen är jämnt fördelade mellan politik, akademi och näringsliv. Styrelsen för stiftelsen formulerar den ekonomiska strategi som gäller för området samt innehållet i vad som ska göras.

Det som inte kan genomföras via samverkan inom stiftelsen överläter man åt Brainport Development att ta hand om. Brainport Development levererar då på den ekonomiska strategi som beslutats. Brainport Developments verksamhet omfattar etablering, investering, talangattraktion, utveckla innovationskapacitet i utbildningssystemen, identifiera ny teknologi och koppla in det till innovationssystem, företagsutveckling, start-up stöd samt stöd till clusterorganisationer.

De 21 kommuner som utgör Municipal Region Eindhoven (MRE) anslår rörelsebudget till beslutade aktiviteter som Brainport Development ska genomföra.





### 3.7.3. Analys

**Eindhovens** arbete för att skapa förutsättningar för företagande präglas av en mycket tight samverkan med näringslivet. Allt arbete utgår från en samhällsutmaning. Det går att se det som ett sk "mission-oriented" - angreppssätt. De definierar utmaningen och samlar företag runt den. Brainport Eindhoven följs bl.a upp genom indikatorn: att öka innovationskapacitet genom hela utbildningslinjen. Det sticker ut. Eindhoven har ett flertal tillfällen utsetts till Europas mest innovativa region. Kanske har deras fokus på att stärka innovationskapaciteten i hela utbildningslinjen bidragit till detta.

**Största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:**  
Kompetensförsörjning samt talangattraktion är stora utmaningar. Bristen på riskkapital till F o U är en annan utmaning.

## 3.8. KÖPENHAMN

### 3.8.1. Strategi

Köpenhamns kommun har en övergripande strategi för staden då det gäller att skapa förutsättningar för företagande.

Det övergripande målet i korthet är: *"Ett företagsvänligt Köpenhamn"*

Den utgår från sex olika områden:

1. Hållbar utveckling- här ingår mobilitet och markfrågor
2. Näringslivsservice- här ingår företagsklimat, digitalisering
3. Kompetensförsörjning -här ingår utveckling av hela utbildningssystemet och matchning av kompetens
4. Hållbar arbetsmarknad- här ingår att utveckla och stärka social ekonomi
5. Innovativ upphandling och stark tillväxt i befintliga företag - här ingår samverkan mellan akademi /institut, företag och staden samt innovationsupphandling
6. Internationalisering och internationell samverkan- här ligger talang attraktion och utökad arbetsmarknadsregion

Strategin revideras nu. Det finns en tydlig dialog med näringslivet i framtagande av strategi och löpande avstämning under framdrift.

### 3.8.2. Operationalisering

De organisationer i staden som i första hand har en roll i strategin är:

- Teknik- och miljö förvaltning (här ligger trafik, parkering, miljö och klimatfrågor m.flera)
- Ekonomi och stadsplanering – näringslivskontor samt stadsbyggnadsfrågor
- Arbetsmarknads och sociala frågor
- Kultur och fritidsförvaltning
- Utbildning, från förskola till gymnasium

Årligen har man ett större öppet möte där ett stort antal företag samt de förvaltningar som har delansvar i strategin deltar.

Tre ggr per år möts även Köpenhamns näringslivsråd. Det har en rådgivande funktion och består av 4 kommunalråd samt 28 representanter för näringsliv och organisationer.

Dessutom har man mindre grupperingar av företag som agerar bollplank i strategiska områden under en period.

Förutom dessa strategiska dialoger äger en mängd mindre dialoger rum där företag t.ex deltar i frågor som gäller upphandling, stadsbyggnad etc..

### 3.8.3. Organisation

Kontoret för tillväxt och ekonomi i Köpenhamn stad koordinerar arbetet inom Köpenhamns stad. Här sker det arbete som liknar arbetet med det näringslivsstrategiska programmet i Göteborg. Deras arbete styrs av en politisk styrelse där ledamöterna kommer från kommunstyrelsen. De har en gemensam strategi som flertalet kommunala förvaltningar relaterar till och har delansvar i. I deras strategi framgår även deras viljeyttring gällande hur Greater Copenhagen, Business Hub, Wonderful, Copenhagen samt Copenhagen Capacity ska arbeta. De ger dock ej uppdrag till dessa organisationer.

#### **Köpenhamnsregionen**

Antal invånare: 1 850 000

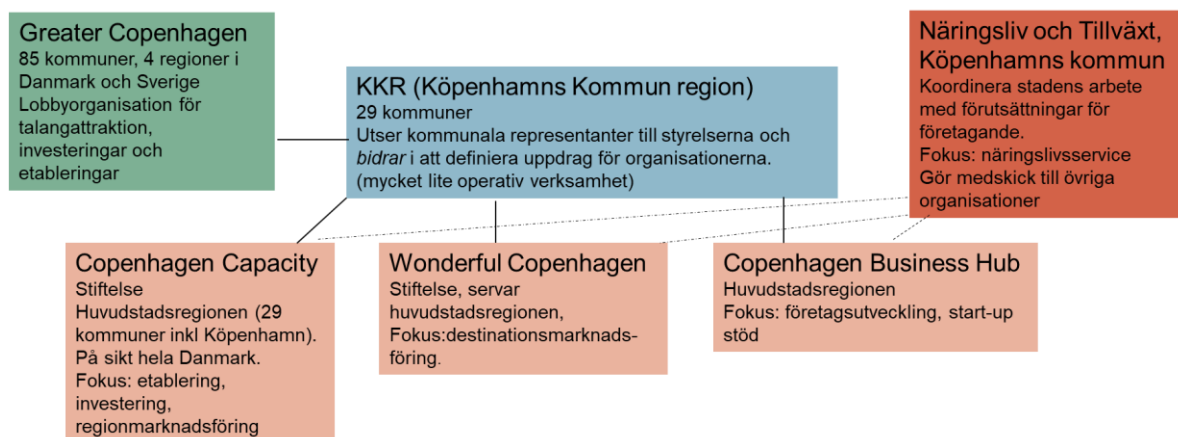
Antal företag: 305 000

29 kommuner

#### **Köpenhamns kommun**

Antal invånare: 600 000

Antal företag: 40 000



**Köpenhamns Kommunregion** nominerar politiker till styrelserna för organisationerna nedan och bidrar till deras finansiering.

**Greater Copenhagen** är i första hand en lobbyorganisation som kraftsamlar inom varumärket Greater Copenhagen för att attrahera talang och företagsetableringar. De täcker 85 kommuner, och fyra regioner - Sjælland, Hovedstadsregionen (Köpenhamn och Nordsjælland), Skåne och Halland.

**Wonderful Copenhagen** är en stiftelse. De delar kontor och administrativt stöd med Copenhagen Capacity. Wonderful Copenhagen sköter destinationsmarknadsföringen för besöksnäringen. De arbetar med hela huvudstadsregionen (29 kommuner).

**Copenhagen Capacity** är en stiftelse och arbetar i första hand för huvudstadsregionen (29 kommuner inklusive Köpenhamn). De har dock uppdrag sedan 2018 att utvidga sitt arbete så det ger effekt för hela Danmark. Deras verksamhet syftar till att attrahera investeringar och talang. Om Greater Copenhagen lobbyar för dessa frågor så är det Copenhagen Capacity som gör fotarbetet.

**Copenhagen Business Hub** ägs av Köpenhamns Kommunregion (29 kommuner) och tillhandahåller företagsutveckling och start-up stöd. Ambitionen är att Copenhagen Business Hub ska vara kontaktpunkten för all företagsutveckling i huvudstadsregionen.

### 3.8.4. Analys

Köpenhamns strategiska arbete är tydligt och lätt att följa. Den kontinuerliga avstämningen med näringslivet är gedigen och strukturerad. Tre ggr per år möter kommunalråden – (att jämföra med kommunstyrelsens arbetsutskott) ett permanent näringslivsråd. I näringslivsrådet ingår förutom företag även akademi och fackförbund. Det är ett rådgivande organ som är etablerat. En gång per år bjuder man in till stormöte för avstämning med en större grupp företag. Parallellt med detta bjuder man in grupperingar för att utveckla vissa frågor.

#### Största utmaningarna vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:

1. Samordning inom staden vad gäller näringslivsservice är en stor utmaning. Det är svårt för företagen att veta vem som gör vad. En fråga som hela tiden står på dagordningen är -Hur möter vi företagets behov på bästa sätt?
2. Utveckla möjligheter att ta tillvara den talang som finns i regionen

## 3.9. LYON

### 3.9.1. Strategi

Lyon Metropolis (59 kommuner inkl Lyon) har en övergripande ekonomisk strategi som syftar till att stimulera hållbar jobbtillväxt, social hållbarhet och sammanhållning genom att driva en politik som aktivt stödjer:

- Nyföretagande
- Innovation och forskning
- Satsningar på tre sektorer - *décellence*- Life Science, Clean Tech, och Digital Technology samt
- Internationell attraktionskraft gällande turism, universitetsverksamhet

Målet i strategin är att vara *en av de 15 starkaste ekonomiska regionerna i Europa*.

De finns inga indikatorer för hur arbetet följs upp men man följer kontinuerligt hur Lyon ligger till i europeiska rankingar.

Strategin delas upp i fyra delar. Under varje del finns ett antal fokusområden. Social integration och samarbete betonas specifikt i strategin sedan några år tillbaka.

#### 1. Lyon métropole fabricante – Lyon, den producerande staden

Stödja SME

Konsolidera vår industriella bas

Stärka innovationskapaciteten i första hand inom de tre prioriterade branscherna.

#### 2. Lyon métropole apprenante, Lyon, den lärande staden

Stödja den internationella excellensen inom akademien

Utveckla utbildningar som möter näringslivets behov av kompetens

Göra utbildning till en vektor/bärare för regional konkurrenskraft.

#### 3. Lyon métropole attirante , Lyon, den attraktiva staden

Etablera en kompetens kring tydligt värdskap

Skapa lyskraft för Lyon i världen och bjuda in världen till Lyon

Gör Lyon känt och älskat genom att öka medvetenheten och kunskapen internationellt om Lyon

#### 4. Lyon métropole Entrainante - Lyon staden som arbetar tillsammans

Det sista området betonar i första hand hur man ska arbeta i de tre första områdena.

Här betonas samarbete med angränsande regioner samt hållbarhetsperspektiven som sätter ramar för arbetet. Social integration och inkludering får stor plats här.

### 3.9.2. Operationalisering/organisation

Lyon Metropolis är en del av den franska regionen Auvergne-Rhône-Alpes. Lyon Metropolis har som roll att koordinera och animera ekonomisk utveckling. Organisationen har en politisk styrelse som består av representanter från kommunerna. Fr. om 2020 kommer det ske direktval till styrelsen för Lyon Metropolis.

#### Lyon storstadsregion

Antal invånare: 1 500 000

Antal företag: 140 000

59 kommuner

Lyon Metropolis finansierar och ger uppdrag i första hand till entreprenörspooler samt Only Lyon och Aderly.

**Only Lyon** ansvarar för destinationsmarknadsföring. Här arbetar man bl.a med ett nätverk av ambassadörer för Lyon. Ambassadörerna är personer som har verkat i Lyon under en period eller är uppvuxna där. Det finns cirka 25 000 ambassadörer spridda över 120 länder och Only Lyon håller nära kontakt med dem.

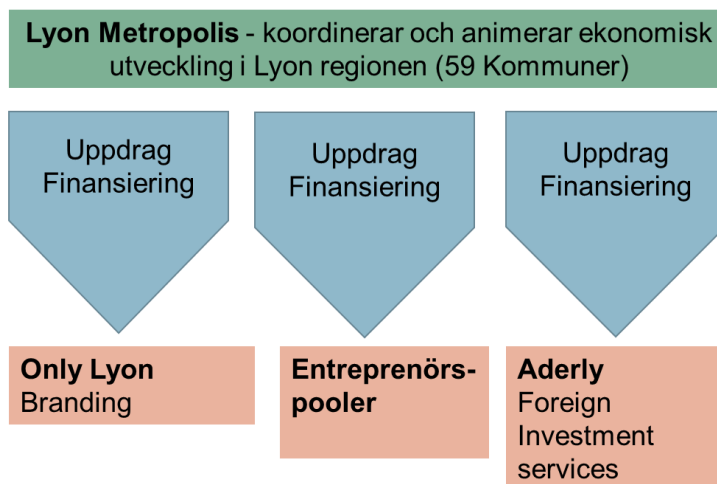
**Aderly** arbetar med Foreign Direct Investment och har definierat tre strategiska områden de prioriterar vad gäller etableringar.

Dessa är Life Science, Clean Tech, och Digital Technology.

Sedan en kort tid tillbaka stödjer man dessa branscher i första hand genom cross-sectorial innovation.

### Entreprenörspooler

Det finns ett omfattande arbete med små och medelstora företag. Över 300 aktörer erhåller stöd för att främja entreprenörskap i regionen.



### 3.9.3. Analys

Det strategiska arbetet i Lyon sker i första hand på "stor-regionnivå". Det går att jämföra med vår regionala utvecklingsstrategi i Västra Götaland. 59 kommuner står bakom den strategi som presenteras här. Strategin inleds med ett långt stycke där utmaningarna beskrivs. Arbetet i Lyon Metropolis har en stark prägel på social hållbarhet. Det övergripande målet på att vara en av de 15 starkaste ekonomierna i Europa är ambitiöst. Man har dock inte någon specifik uppföljning av arbetet. Det kan försvåra arbetet att inte ha en tydlig uppföljning. Då det gäller företagsetableringar har man definierat vilka branscher man i första hand vill ha etableringar inom men fokus är cross-sectorial innovation. För att tydliggöra avsändaren i det strategiska arbetet har man valt att branda allt under Lyon Metropolis. Genom att utgå från Lyon som varumärke stärker man den internationella kommunikationen. Regionens namn Auvergne-Rhône-Alpes är inte lika etablerat internationellt.

#### Största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:

Den stora mängd byråkrati som omger företaget är den största utmaningen för företagande i Lyonområdet.

Många innovationer eller företagsidéer faller på att initiativtagaren inte lyckats navigera i systemet och ger upp. Det finns en mängd policyinitiativ för att stärka företagande som konkurrerar med varandra. Det blir då svårt för företag att veta vilken organisation/instans som gör vad. Att bättre koordinera och tydliggöra hur olika policyområden kan stödja företag är en stor utmaning.

## 3.10. OSLO

### 3.10.1. Strategi

I Oslo finns en övergripande strategi som talar om vad de olika organisationerna som arbetar med näringslivsutveckling ska bidra med. Den beslutades 2015 och gäller till 2025. Strategin togs fram för att gälla för Oslo kommun och Akershus, en indelning som nu inte finns längre. Succesivt kommer strategin gälla för den nya större regionindelningen Oslo-Viken.

Strategin är för innovation och nyskapande och har som övergripande mål att: *Osloregionen ska utnyttja tillväxten för att utlösa innovationspotentialen som finns i ökad samverkan mellan företag, fo u, akademi, talang, kapital och offentlig sektor för att uppnå ökat värdeskapande och konkurrenskraft.*

Arbetet är organiserat inom sex områden:

1. Stärka samarbetet i det regionala innovationssystemet; (företag, forsknings och kunskapsmiljöer, talang, kapital och offentlig sektor)
2. Starka näringsdrivna clusterorganisationer inom regionens styrkeområden
3. Främja entreprenörskap och inom kunskapsbaserade verksamheter,
4. Utveckla smarta lösningar inom offentlig sektor genom innovationsupphandling
5. Stärka finansiering av kunskapsföretag i tidig fas.
6. Fler nyetableringar baserade på kommersialisering av forskningsresultat

Varje år görs en handlingsplan med aktiviteter där det framgår vilken organisation som gör vad.

Oslo kommun har ingen formulerad strategi som tydliggör hur de olika offentliga förvaltningarna ska bidra till bättre förutsättningar förföretagande.

Samarbetet inom kommunen drivs dock utifrån nedanstående två initiativ

- *en dörr in* för företag samt

- *behov möter lösning* som vill utveckla den offentliga upphandlingen.

För att utveckla offentlig upphandling driver man även Smart Oslo. Här kan företag söka stöd för att utveckla produkter och tjänster tillsammans med och i en offentlig verksamhet.

### 3.10.2. Organisation/operationalisering

Organiseringen av arbetet i Osloregionen präglas av ett stort antal aktörer. Strategin för innovation och nyskapande gällde för Oslo Akershus och ska nu överföras till Oslo Viken fylke. Här har alla organisationer nedan en roll. Dock pekas inte övriga offentliga organisationer ut som delansvariga.

#### **Regionalt partnerskap för innovation och företagsutveckling.**

Partnerskapet består av fyra parter: Innovation Norge, Forskningsrådet, Vikens fylkeskommune (62 kommuner) + Oslo. Det är i första hand ett fora för att definiera prioriteringar för hur medel för forskning och innovation ska användas.

**Samarbetsalliansen Osloregionen:** Organisationen verkar i Viken fylkeskommune, Oslo samt några kommuner från angränsande fylkeskommuner (68 kommuner ink Oslo). De arbetar strategiskt och tar fram statistik och analyser för att bättre förståelse för företagens villkor samt fokuserar på övergripande planering av mark, infrastruktur, talangattraktion och internationell branding.

#### **Osloregionen**

Antal invånare: 2 500 000

Antal företag: 219 000

68 kommuner

#### **Oslo**

Antal invånare: 670 000

Antal företag: 88 000

**Innovation Norge - Oslo Viken** (62 kommuner) ägs 50 % av regionerna i Norge samt 50 % av staten. Innovation Norges regionala kontor Oslo Viken stödjer näringslivsutveckling och innovation. Finansieras av regionen och staten. I styrelsen sitter representanter från näringsdepartementet och lokala politiker. De fördelar även riskkapital. De är de enda som kan ge stöd direkt till företag för utveckling.

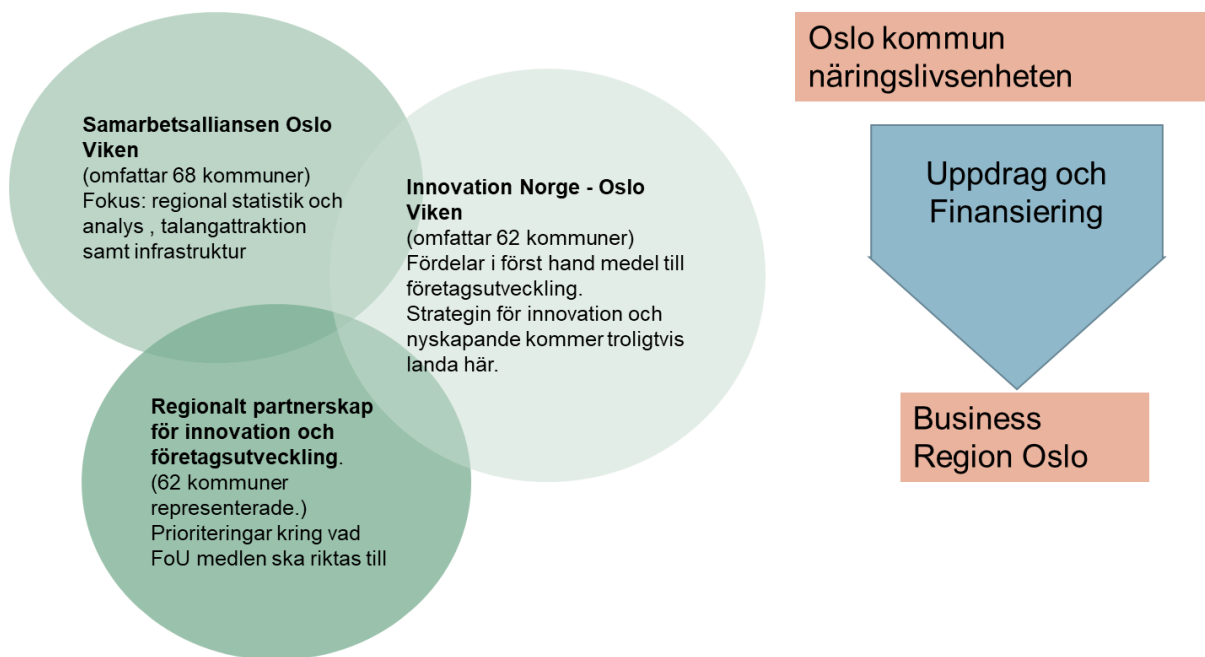
**Oslo kommun** - näringslivsenheten,

Näringslivsenheten koordinerar de kommunala bolag vars arbete har bäring på näringslivsfrågor samt fördelar projektanslag till innovation och tillväxtprojekt och arbetar med internationalisering samt talangattraktion. Det finns en hel mängd aktörer som får finansiellt stöd.

**Oslo Business Region-**

Oslo kommuns lokala näringslivsutvecklingskontor. Ägs av kommunen. Styrelsen består av företagare som utses av kommunen. Oslo Business Region får uppdrag och finansieras av Oslo kommun. De fokuserar på start up, företagsutveckling och Innovation Week.

De arbetar även en del med branding samt tar fram analyser för att kontinuerligt belysa konjunkturutveckling.



Osloregionen präglas av ett stort antal aktörer som arbetar med näringslivsutveckling. Flera aktörer har liknande uppgifter. Både Samarbetsalliansen Osloregionen, Business Region Oslo samt Oslo näringslivsenhet arbetar med Branding och talangattraktion. Att ta fram statistik och rapporter är en kärnuppgift för både Business Region Oslo samt Samarbetsalliansen Osloregionen.

Oslo kommun bedriver ett arbete där innovationer utvecklas tillsammans med näringslivet för att testas i kommunen. Inom satsningen kan företag söka stöd för att utveckla produkter och tjänster tillsammans med och i en offentlig verksamhet.

#### Största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:

Fragmentering och bristande koordinering från offentlig sektor vad gäller företagsstöd är den största utmaningen. Det finns många offentligt stöttade organisationer och företagen vet ej var de ska gå. En regiongräns blir hinder. Det skapar stora problem.

En annan utmaning är undanröja hinder för att kunna kommersialisera forskningsresultat. Det höga skattetrycket är en utmaning för etableringar.

## 3.11. STOCKHOLM

### 3.11.1.

#### Strategi

Stockholm tar nu fram en näringslivspolicy. Den har som övergripande mål:  
- En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt. - Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv.

Policyn gäller för Stockholms stad och pekar ut ett tio-tal förvaltningar/bolag som delansvariga i genomförandet.

Policyn är indelad i fyra områden

1. Stimulera tillväxt och företagsamhet
2. Förbättra service, tillgänglighet och myndighetsutövning
3. Attraktivare miljöer och bättre framkomlighet
4. Öka tillgången till arbetskraft med relevant kompetens

#### Operationalisering/organisation

Stockholm har organiserat sitt näringslivsarbete i huvudsak i fyra organisationer.

**Stockholm Business Region** ägs av Stockholms stad genom Stockholms Stadshus AB. Stockholm Business Region är det officiella näringslivskontoret för Stockholm med ansvar för den strategiska näringslivsutvecklingen och internationella marknadsföringen av staden samt varumärket Stockholm - The Capital of Scandinavia.

#### Stockholmsregionen

Antal invånare: 3 800 000

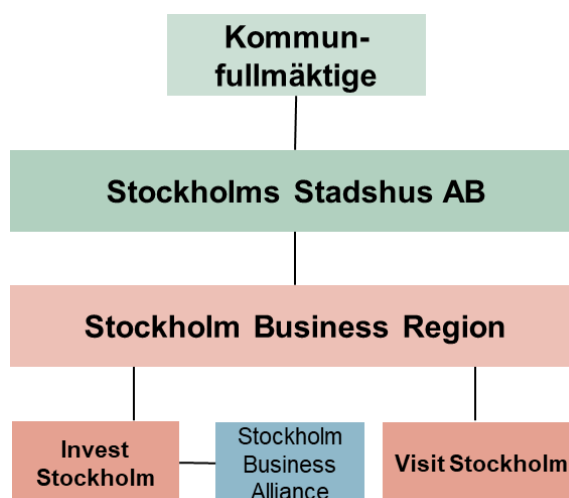
Antal företag: 202 000

56 kommuner

#### Stockholm stad

Antal invånare: 976 000

Antal företag: 81 000





**Invest Stockholm** är dotterbolag till Stockholm Business Region AB som ägs av Stockholms stad. Invest Stockholm är det officiella kontoret för investeringsfrämjande. Bolaget utvecklar och marknadsför Stockholm för företagare, investerare och talanger. Invest Stockholm stödjer även oberoende klustermiljöer och driver klusterutvecklingsprojekt (konsortier av företag och offentliga) inom smart city och valda teknikområden ( It-fastighet, urban farming, food tech, e-mobility, energy management, green buiding, water tech, waste –to energy). Invest Stockholm stödjer finansiellt och organisatorisk rådgivning Start Up Stockholm och inför vid halvårsskiftet ett kundvalssystem för nyföretagarrådgivning.

Stockholm Business Alliance är ett partnerskap mellan kommuner och leds operativt av en styrgrupp bestående av 12 kommundirektörer. De sitter på Invest Stockholm. Verksamheten arbetar med att sälja in regionens erbjudande gentemot investerare, internationell marknadsföring och med koordinering och utveckling. Det finns även ett visst samarbete gällande insiktsmätningen här.

**Visit Stockholm AB** är dotterbolag till Stockholm Business Region AB. Visit Stockholm utvecklar och marknadsför Stockholm som en attraktiv destination för besökare.

Stockholm stad har även ett omfattande arbete med innovationsstipendier.<sup>5</sup>

### 3.11.2.                      **Analys**

Stockholm har organiserat sitt näringslivsarbete mer samlat. Destinationsmarknadsföringen är en del av näringslivskontoret. Det kopplar tydligt till näringslivsutvecklingen. De har även ett genomarbetat arbete gällande investeringar och etableringar som sträcker sig över 56 kommuner och åtta län. Det skapar en tydlig avsändare för Stockholm som varumärke.

**Största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande:**

1. Bostadsbristen
2. Matchning av kompetens
3. Samordning av de organisationer som har företagskontakter. Företagen slussas runt i staden och får inte svar på tillståndsfrågor etc. Näringslivsservicen som staden ger behöver bli enklare.

---

<sup>5</sup> <https://foretagsservice.stockholm/starta-eget-och-innovation/innovationsstipendiet/>

## 4. Konklusioner/slutsatser

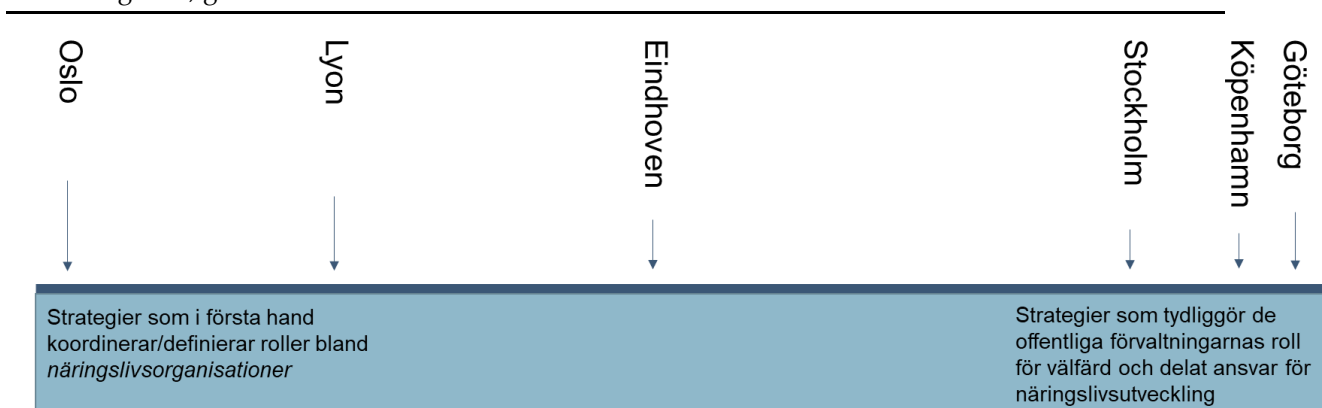
Att prata långsiktiga strategiska frågor samt hur det lokala näringslivskontoret är organiserat har varit utmanande då alla intervjuade varit i lockdown/karantän pga Covid 19. Det har i olika grad begränsat möjligheten till underlaget för rapporten.

### 4.1. STRATEGISKT ARBETE

#### 4.1.1. Jämförelse

Alla storstadsregionerna har ett övergripande strategiskt arbete. Ibland ligger den övergripande strategin på Nuts 2 nivå ibland finns det även strategier för en delregion eller för centralorten som i Köpenhamn, Stockholm och Göteborg. Strategierna har i olika hög grad definierat vilken roll<sup>6</sup> de offentliga förvaltningarna och bolagen i staden/regionen behöver ta för att skapa förutsättningar för företagande.

För att illustrera det har strategierna placerats på en linje. Det är värt att betona att, i de storstadsregioner som har en strategi som omfattar vad flera offentliga aktörer ska göra för att bidra till företagande, gäller den oftast bara för centralkommunen.



De strategier som utvecklats har i de flesta fall föregåtts av workshop och dialog med de lokala företagen. I Stockholm valde man att skicka strategin på remiss till företagen. I Köpenhamn och Eindhoven finns ett permanent rådgivande organ där företagens inspel kanaliseras. Övriga storstadsregioner har i de flesta fall regelbundna avstämningar med företagen angående framdrift. Flera av storstadsregionerna använder europeiska rankingar för att följa upp sitt strategiska arbete. Köpenhamn, Eindhoven och Göteborg har i högre grad än övriga definierat indikatorer att följa upp arbetet på. Köpenhamn håller nu på att banta ned antalet indikatorer från 25 till tio för att göra arbetet mer hanterbart.

Uppföljningen av strategierna redovisas till kommunfullmäktige eller regionfullmäktige beroende på vilket geografiskt område strategin gäller. Eindhoven sticker ut med att redovisa till styrelse bestående av trippelhelixkonstellation.

<sup>6</sup> Se vilka förvaltningar och bolag som har delansvar i respektive storstadsregions strategi i bilaga 5.

#### 4.1.2. Utmaningar i det strategiska arbetet för att skapa bättre förutsättningar för företagande

Fyra av fem regioner uttrycker att offentlig byråkrati och bristen på samordning är den största utmaningen för att skapa bättre förutsättningar för företagande. Det finns en oförmåga att verkligen se vem man är till för.

Lyon uttrycker det så att företagen ger upp då det gäller att lansera nya idéer som kan lösa samhällsutmaningar då man fastnar i ett spindelnät av byråkrati som dränerar på energi och kraft. Köpenhamn, Oslo och Stockholm betonar även bristen på samordning i staden som en stor utmaning för företagande. Den enda storstadsregion som inte lyfter det är Eindhoven.

Oslo och Lyon betonar att det finns en flora av stödjande organisationer med offentligt stöd. Det är svårt för företagen att förstå vem som gör vad och veta vem man ska vända sig till.

Här finns det en hel del att utveckla i flera regioner.

Ett sätt att angripa det är att kraftsamla utifrån samhällsutmaningar. Det angreppssättet präglar Lyon och Eindhovens arbete. Att utgå ifrån samhällsutmaningar kan bidra till ökad motivation för de som har delansvar i arbetet. Det tar ju dock ej bort behovet av en tydlig organisering av arbetet. Lyon och Eindhoven dessutom i hög grad lyft den sociala hållbarheten i sitt näringslivsarbete.

### 4.2. HUR ARBETAR NÄRINGSLIVSKONTOREN?

Det lokala näringslivskontorets huvudsakliga uppgift varierar aningen men huvudfokus är att koordinera och leda den ekonomiska utvecklingen i regionen med syfte att skapa framgångsrika företag och diversifierat näringsliv. Målformuleringarna skiljer sig åt men har liknande intentioner.<sup>7</sup>

Alla storstadsregioner täcker på olika sätt de bärande delarna för näringslivsutveckling, såsom att bedriva företagsutveckling, stärka innovation och klusterarbete och etableringsstöd. De olika organisationerna arbetar över geografiska områden som sträcker sig från 13 kommuner till 68 kommuner. I några städer ligger arbetet mer samlat t.ex i Göteborgsregionen. I några är arbetet utlagt på många olika organisationer som t.ex. i Oslo och Lyon. I rapporten framgår vilka områden respektive näringslivskontor arbetar med men inte hur omfattande arbetet är.

I de flesta storstadsregioner ligger destinationsmarknadsföringen i annan organisation är näringslivskontoret. I Stockholm ligger det direkt under näringslivskontoret, Stockholm Business Region.

Flera av regionerna har etablerat samarbete över ett större geografiskt område för att attrahera talang och marknadsföra regionen. Det bygger på idén att det är i först hand de stora regionerna som attraherar talang snarare än nationalstaten. Köpenhamn har Greater Copenhagen. Stockholm har Stockholm Business Alliance. Lyon har Lyon Metropolis.

#### 4.2.1. SLUTSATS

I rapporten presenteras hur sex olika regioner arbetar för att skapa bättre förutsättningar för företagande samt hur deras näringslivskontor arbetar. Alla storstadsregioner har en övergripande strategi. De olika strategierna omfattar delvis olika områden. Om strategin tydligt avgränsas till centralorten framkommer vilka av stadens förvaltningar och bolagen som ska bidra i arbetet. Inom alla storstadsregioner finns ett näringslivskontor som på olika sätt arbetar med

---

<sup>7</sup> Se bilaga 5 block II. Näringslivskontorets arbete

företagsutveckling/entreprenörskap, etableringar/investeringar, innovation och klusterarbete. Ibland sköter näringslivskontoret branding ibland sker det i en annan konstellation.

Flera regioner betonar att bristen på koordinering av de offentliga aktörerna som arbetar företagsstöd är en utmaning. Den stora flora av aktörer som vill stödja företagsutveckling gör det ibland svårt att förstå vem som gör vad.

De goda intentionerna stupar ibland på bristande förmåga gällande organisering, fokus och delat ansvar.

Rapporten tog sitt avstamp i den eu-utmärkelse Business Region Göteborg erhållit för arbetet med det näringslivsstrategiska programmet. Samarbetet i staden och regionen har utvecklats under många år och har tagit ett nytt steg i och med programarbetet. Ett 20-tal förvaltningar och bolag i staden bidrar i arbetet och alla GR-kommunerna definierar nu vad de ska göra för att bidra till de övergripande målen. Ambitionen är att komplettera varandras arbete och skapa tydlighet gentemot de företag som verkar i Göteborgsregionen. Det finns potential i det här arbetet.

I Göteborgsregionen kan man se en tydligare organisering av roller de senaste åren, bl.a med bildandet av Yes box där ett femtontal aktörer samlas under ett paraply för att samlat erbjuda företagsstöd och start-up stöd till småföretagare.

Samarbetet med Västra Götalandsregionen och Göteborgsregionen är långt och etablerat.

I rapporten får vi en europeisk utblick i relation till vårt arbete i Göteborgsregionen. Det är inspirerande och berikande. Vi har flera styrkeområden att bygga på och förvalta. Vi utgår från samhällsutmaningar i arbetet, både som näringslivskontor samt i det näringslivsstrategiska programmet. Kanske är nästa steg att synka arbetet ytterligare med Agenda 2030. Agenda 2030 har fått stort genomslag i både näringsliv och offentlig sektor och skulle kunna ge arbetet en hävstångseffekt och ge den motivation och energi vi behöver för ett långsiktigt arbete.

## 5. Bilagor

- Bilaga 1. Intervjufrågor svenska
- Bilaga 2. Intervjufrågor engelska
- Bilaga 3. Genomförda intervjuer
- Bilaga 4. Länkar till strategier och mer material
- Bilaga 5. Sammanställning jämförelser

## 5.1. BILAGA 1. INTERVJUFRÅGOR SVENSKA

### II. FRÅGOR GÄLLANDE ATT SKAPA BÄTTRE FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR FÖRETAGANDE

1. Vilka offentliga organisationer i din region har ett uppdrag att bidra till arbetet med att skapa bättre förutsättningar för företagande?

Besöksnäringsbolag	
Kulturförvaltning	
Konsument och medborgarservice	
Utbildningsförvaltning	
Grundskoleförvaltning	
Miljöförvaltning	
Hamnbolag	
Fastighetsbolag, verksamhetslokaler	
Parkeringsbolag	
Förskole förvaltning	
Kommunalt bostadsbolag	
Inköp/Upphandlingsbolag/förvaltning	
Fastighetskontor/förvaltning	
Räddningstjänst	
Science Parks	
Socialnämnd	
Byggnadsnämnd	
Trafiknämnd	
Arbetsmarknad/vuxenutbildningsförvaltning	

#### 2. Hur utvecklade ni strategin?

- A. I huvudsak en beställning från politiken
  - B. I huvudsak ett förslag från tjänstepersoner
  - C. I huvudsak en bottom-up, inkluderande process som utgick från företagens behov
- Om alla tre angreppssätten fanns med; i vilken ordning? (t.ex C, A, B)

#### 3. Hur har företagens röst inkluderats i strategin?

- Har ni ett rådgivande organ där företagens inspel tas om hand?
- Om det är fallet; hur hanterar ni ev jäv som kan uppkomma?

- Har ni intressegrupper/branschråd med företag som ni möter regelbundet?
- Gör ni öppna företagsdialoger där de kan komma med inspel till arbetet?
- Har ni skriftliga överenskommelser med företag gällande åtaganden/rollfördelning?

### *Uppföljning*

**4. Vad vill ni uppnå tillsammans med ert strategiska arbete?**  
(övergripande mål)

**5. Vilka indikatorer följer ni upp ert arbete på?**

Arbetslöshet  
Företagsklimat  
Decoupling effekt  
BRP  
European Competitive Regional Index  
Regional Innovation Score Board  
Produktivitet  
Export  
Befolkning  
Arbetsmarknadsregion  
Privata investeringar i FoU  
Övriga

**6. Vilken instans är ansvarig för uppföljning?**

Kommunfullmäktige  
Kommunstyrelse  
Regionstyrelse  
Advisory board (triple helix)  
Facknämnder  
Andra

## **II. FRÅGOR GÄLLANDE DET LOKALA/REGIONALA NÄRINGSLIVSKONTORET**

**1. Vad är det lokala/regionala näringslivskontoret huvudsakliga uppgift?**

**2. Vilken slags politisk styrning har organisationen?  
Styrgrupp/ Styrelse /nämnd bestående av:**

Styrgrupp/ Styrelse /nämnd bestående av:  
Representanter från kommunstyrelsen

Representanter från kommunfullmäktige  
Regionala politiker  
Företagsrepresentanter  
Representanter från akademien  
Övrigt

### **3. Vad täcker organisationen för geografiskt område?**

Stad/kommun  
Region  
Nuts 2 or 3 area

### **4. Hur många invånare finns i området?**

### **5. Hur många företag finns i området?**

### **6. Vilka arbetsområden täcker organisationen?**

- Regional marknadsföring/talangattraktion
- Investering och etableringsstöd
- Innovation support
- Cluster organisation
- Entreprenörskap stöd
- Företagsutveckling
- Riktade arbetsmarknadsinsatser
- Besöksnäring
- Andra områden

### **7. Hur följs verksamheten upp?**

**(T.ex: Key Performance Indicators (KPI))**

### **8. Vad är era största utmaningar vad gäller att skapa bättre förutsättningar för företagande?**

## 5.2. BILAGA 2. INTERVJUFRÅGOR ENGELSKA

### II. QUESTIONS ON OVERALL WORK CONCERNING BETTER CONDITIONS FOR THE BUSINESS SECTOR

1. Which public institutions/organisations have a clear commission to address the business sector's need in your city/region?

City/Regional Marketing Company	
Cultural Board	
Customer and Citizens Service Committee	
Education Board	
Elementary School Board	
Environmental & Climate Board	
Harbour Company Board	
Historical & Cultural Building Board	
Parking Company board	
Pre-School Board	
Public Housing Stock	
Public Procurement board	
Real Estate Committee	
Rescue Association	
Science Parks	
Social Resources Board	
Town Planning Committee	
Traffic Board	
Labour & Adult Education Board	
Other	
Other	
Other	
Other	

*Process of drafting strategy*

#### 2. How did you develop the strategy?

- A. Mainly political decision top-down process
- B. Mainly civil servants' proposal to politics
- C. Mainly bottom-up, inclusive process based on business needs

In case of all the above; in what order? (for ex: C, A, B)

#### 3. How does the private sector has its voice in the strategy?

- Do you have a strategic advisory board consisting of companies to receive their input?

Yes      No

In that case; how do you tackle the bias issue to have companies working close to politics?



- Do you have interest groups/branches with companies that meet regularly?

Yes No

Comment:

- Do you do open invitations where any company can be engaged?

Yes No

Comment:

- Do you have written agreements with private sector concerning different commitments/role

Yes No

Comment:

*Process of following up*

**4. What do you, as public stakeholders, together want to achieve with your strategic work?**

(overall goal)

Comment:

**5. Which indicators do you follow up your strategic work on?**

Unemployment rate

Business climate

Decoupling effect

GRP

European Competitive Regional Index

Regional Innovation Score Board

Productivity

Export

Population

Labour market region

Private investment in R & D

Other

Other

Other

**6. Which public body is responsible for the follow up of the overarching strategic work?**

City council

Municipal executive board

Regional board

Advisory board (triple helix)

Sector boards

Other

## **II. QUESTIONS ON THE ORGANISATION OF THE BUSINESS DEVELOPMENT AGENCY/DEPARTMENT**

**1. What is the main mission for the agency/department?**

**2. What kind of political governance does the department/agency have?**

Steering group/ Board /committee consisting of:

Representants from city executive committee

Representatives from city council

Regional politicians

Representatives from business sector

Representatives from Academy

Other \_\_\_\_\_

**3. What geographical area does the cover?**

City

Regional

Nuts 2 or 3 area

**4. How many inhabitants does the area cover?**

**5. How many companies does the area cover?**

**6. What departments does it comprise?**

- Regional marketing/talent attraction/talent retainment

- Foreign companies establishment services

- Innovation support

- Cluster organisation

- Entrepreneurship

- Business Support

- Employment policy issues

- Other fields/areas

**7. What is the agency/department´s expected deliverables?**

(For example; Key Performance Indicators (KPI))

**8. What are your greatest challenges to meet the needs of the business sector?**

### **5.3. BILAGA 3. GENOMFÖRDA INTERVJUER**

7 samt 19 februari, avstämning Peter Berggren, Stadshus AB ang frågeformulering och urval av regioner

Slutet av februari och i början av mars - Frågorna provtrycks med Heike Passauer, regionchef Västeuropa, avdelning för internationell ekonomiskt samarbete samt etablering i Baden Wurtemberg samt Cristina Gil Adelantado, Ansvarig internationella projekt och europeiska fonder, Barcelona Activa, Barcelona stadshus

9 mars Hans Aspgren, stabschef Business Region Stockholm

11 mars Ruud van Iwaarden, Projektledare, Brainport Development N.V, Eindhoven, Nederländerna

12 mars Didier Barrois, Strategisk rådgivare, Brainport Development N.V, Eindhoven, Nederländerna

12 mars Jens Thomsen, Press och kommunikationsansvarig, Greater Copenhagen

16 mars Signe Ingholt-Gaarde, Teamleder, Tillväxt och näringslivskontoret, ekonomiavdelningen, Köpenhamns kommun

27 mars Sophie MAZET. Internationell projektchef, attraktionskraft och internationella relationer, samt Per Justesen, Chef internationella projekt och partnerskap, Grand Lyon, Frankrike

30 mars Kristin Anderssen, specialrådgivare, Näringslivssektionen, Oslo kommun

6 april Øyvind Såtvedt, Direktör, Sekretariatet for Osloregionen

14 april Gaute Hagerup, vd Oslo Business Region

17 april Morten Fraas, Specialrådgivare, Näringslivsenheten Oslo kommun

5 maj Patrik Andersson, vd Business Region Göteborg

6 maj Virginie PERRIN, Projektledare Entreprenörskap och Raddouane OUAMA Chef Entreprenörprojekt, LYON Metropolis

11 maj Raddouane OUAMA, Chef Entreprenörprojekt, LYON Metropolis

## 5.4. BILAGA 4. LÄNKAR TILL STRATEGIER OCH MATERIAL

### **EINDHOVEN**

[Strategi 2018](#)

[Strategi 2020](#)

### **KÖPENHAMN**

[Köpenhamns stads näringslivsstrategi](#)

[Köpenhamns kommunregion KKR](#)

[Greater Copenhagen](#)

[Copenhagen Business Hub](#)

[Wonderful Copenhagen](#)

### **LYON**

[Ekonomisk strategi](#)

[Only Lyon](#)

[Aderly](#)

### **OSLO**

[Visit Oslo](#)

[Oslos strategi för innovation och nyskapande 2015 –25](#)

[Oslos handlingsplan för innovation och nyskapande](#)

### **STOCKHOLM**

[Näringslivspolicy- remissversionen](#)

[Stockholms Stads innovationsstrategi](#)

## 5.5. BILAGA 5. SAMMANSTÄLLNING JÄMFÖRELSE

Nedan följer sammanställning av delar av svaren från intervjuerna.

Svaren redovisas i tabeller för att underlätta jämförelser.

Avseende stycke I *övergripande arbete* redovisas både storstadsregion och centralort avseende Oslo.

Den övergripande strategi som formulerats för Oslo gäller i första hand för hela Oslo-Viken området.

Avseende stycke II *näringslivskontorets arbete* redovisas både Köpenhamn och Oslo med storstadsregion samt centralort.

I. Övergripande arbete för att skapa bättre förutsättningar för företagande							
Kolumn1	Eindhoven	Göteborg	Köpenhamn	Lyon	Osloregione	Oslo	Stockholm
<b>1. Vilka offentliga organisationer i din region har ett uppdrag att bidra till arbetet med att skapa bättre förutsättningar för företagande?</b>							
Besöksnäringsbolag	1	1	1	1	1	1	1
Kulturförvaltning	1	1					
Konsument och medborgarservice	1	1					
Utbildningsförvaltning	1	1	1	1			
Grundskoleförvaltning	1	1	1				
Miljöförvaltning	1	1	1	1			
Hamnbolag		1					
Fastighetsbolag, verksamhetslokaler	1	1	1	1			1
Parkeringsbolag		1	1	1			
Förskole förvaltning	1	1	1				
Kommunalt bostadsbolag			1		1		1
Inköp/Upphandlingsbolag/förvaltning	1	1	1	1	1		1
Fastighetskontor/förvaltning	1	1			1		1
Räddningstjänst			1	1			
Science Parks	1	1	1	1	1	1	1
Socialnämnd	1	1	1	1	1		
Byggnadsnämnd	1	1	1	1	1		1
Trafiknämnd	1	1	1	1	1		1
Arbetsmarknad/vuxenutbildning	1	1	1	1	1		1
Exploateringskontor	1	1					1

Process	Eindhoven	Göteborg	Köpenhamn stad	Lyon	Oslo-regionen	Oslo	Stockholm
<b>2. Hur utvecklade ni strategin?</b>							
<b>A. I huvudsak en beställning från politiken</b>							1
<b>B. I huvudsak ett förslag från tjänstepersoner</b>							
<b>C. I huvudsak en bottom-up, inkluderande process som utgick från företagets behov</b>	1						
<b>Om alla tre angreppssätten fanns med; i vilken ordning? (t.ex C, A, B)</b>	C, B, A	A,C,B	A,C,B	B, C, A	A, B, C		
<b>Har företagets röst inkluderats i strategin?</b>	Ja, gnm WS och dialog	Ja, gnm WS och dialog	Ja, gnm WS och dialog	Ja, gnm WS och dialog	Ja, gnm ws och dialog		Ja, genom remissvar
<b>* Har ni ett fast rådgivande organ där företagets inspel tas om hand?</b>	Ja	nej	Ja	nej	nej		nej
<b>Om det är fallet; hur hanterar ni ev jäv som kan uppkomma?</b>	Flera företag inom en bransch bjuds in och man tar hela tiden ta in nya företag.		Organet är rådgivande, inte beslutande.				
<b>* Har ni intressegrupper/branschråd med företag som ni möter regelbundet?</b>	ja	ja	ja- vid speciella utmaningar samlas en grupp företagare	Regelbundet avstämning med paraplyorganisationer såsom handelskammare och fackförbund.	Ja, både på facknivå samt med politiken	Ja, näringslivet tas in vid dialoger för att utveckla strategier	nej
<b>* Gör ni öppna företagsdialoger där de kan komma med inspel till arbetet?</b>	ja	ja	ja, ett större möte per år, Business dialogue meeting	nej	1-2 ggr per år genomförs partnerskapsarena		nej
<b>* Har ni skriftliga överenskommelser med företag gällande åtaganden/rollfördelning?</b>	ja, startar med LOI	Nej	Nej, bara gällande den roll de har i näringslivsrådet.		Nej		nej

Uppföljning	Eindhoven	Göteborg	Köpenhamn	Lyon	Oslo-regionen	Oslo	Stockholm
<b>4. Vad vill ni uppnå tillsammans med ert strategiska arbete?</b>	Stödja näringslivet och utveckla nya ekonomiska möjligheter i regionen. Alla insatser ska utgå ifrån en samhällsutmaning. Teknologiledar utvecklingen mot nya möjligheter.	Storstadsregion som är bäst på att tillvarata kompetens och attrahera talang, har bäst förutsättningar för hög och hållbar tillväxt samt bäst klimat för företagande och innovation.	1. 5% årlig ökning av BRP till 2020 för Köpenhamn stad 2. 20 000 nya jobb i privat sektor mellan 2011-2020 3. Köpenhamn ska var topp tre gällande the most liveable cities. 4. Näringslivet i Köpenhamn ökar sitt sociala och ekologiska hållbarhetsarbete.	En av Europas 15 starkaste ekonomier. Social hållbarhet och sammanhållning i regionen betonas särskilt.	Osloregionen ska utnyttja tillväxten för att utlösa innovativt potentialen som finns i ökad samverkan mellan företag, företag, akademi, talang, kapital och offentlig sektor för att uppnå ökat värdeskapande och konkurrenskraft.	se kolumn vänster	Hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt. Stockholm ska ha Sveriges bästa företagsklimat samt internationell konkurrenskraftigt näringsliv. 2025
<b>5. Vilka indikatorer följer ni upp ert arbete på?</b>							
Arbetslöshet	1	1	1		1	1	
Företagsklimat/näringslivsservice	1	1	1				
Decoupling effekt	1	1	1				
BRP	1	1	1				
European Competitive Regional Index	0	1	0				
Regional Innovation Score Board	0	1	0		1		
Produktivitet	1	1	0		1		
Export	1	1	0				
Befolkning	1		0				
Arbetsmarknadsregion	1	1	1				
Privata investeringar i FoU	1	1			1		
Antal Högutbildade	1	1	1		1		
Antal med teknisk utbildning	1				1		
Tillgång och matchning av kompetens			1				
Antal besökare			1				
Investeringar		1	1	1			
Antal innovativa	1		1		1		
<b>6. Vilken instans är ansvarig för uppföljning?</b>							
Kommunfullmäktige		1				1	1
Kommunstyrelse			1				
Regionstyrelse					1		
Advisory board (triple helix)	1						
Facknämnder					1		

## II. Näringslivskontorets arbete

Kolumn1	Eindhoven	Göteborg	Köpenhamns-regionen	Köpenhamn stad	Lyon	Osloregionen	Oslo	Stockholm
<b>1. Vad är det lokala/regionala näringslivskontoret huvudsakliga uppgift?</b>	Regional ekonomisk utveckling med utgångspunkt i teknilösningar. Fokus ligger på high tech	Fler framgångsrika företag, Förbättrat företagsklimat, Ökad innovationskraft, Ökad attraktionskraft	Uppdelat på fyra organisationer-se löpande text.	Koordinera det lokala arbetet för att skapa förutsättningar för företagande.	Koordinera och animera ekonomisk utveckling i regionen.	Skapa gemensam kunskap om företagen i regionen och vilka styrkor regionen har. Attrahera talang etableringar	Göra Oslo till en attraktiv näringslivsregion i Europé genom att bli bra start-up verksamhe	En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden
<b>2. Vilken slags politisk styrning har organisationen?</b>								
Representanter från kommunstyrelsen				1			1	1 ordf är finansborgarråd
Lokala politiker (ibland från flera olika kommuner)			1		1		1	1
Regionala politiker	1							
Företagsrepresentanter	1						1	
Representanter från akademien	1							
<b>3. Vad täcker organisationen för geografiskt område?</b>								
Stad/kommun				1			1	
Region	21 kommuner	13 kommuner	29 kommuner, (Förutom Greater Copenhagen som täcker 85 kommuner)		59 kommuner	68 kommuner		I huvudsak Stockholm stad, Stockholm Business Alliance täcker (56 kommuner)



Forts näringslivskontor	Eindhoven	Göteborg	Köpenham-regionen	Köpenhamn, stad	Lyon	Oslo regionen, (Oslo Viken)	Oslo	Stockholm
4. Hur många invånare finns i området?	800 000	1 030 000	1 850 000	600 000	1 500 000	2 500 000	670 000	3 800 000
5. Hur många företag finns i området?	70 000	118 000	305 000	40 000	140 000	219 000	88 000	202 000
6. Vilka arbetsområden omfattas av vem?								
Regional marknadsföring/talang attraktion	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Copenhagen Capacity		1. Aderly, (FDI)	Samarbetalliansen Osloregionen	Oslo Business Region	Invest in Stockholm
Investering och etableringsstöd	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Copenhagen Capacity		Aderly-	Innovation Norge		Invest in Stockholm
Innovation support	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Business Hub Copenhagen		Lyon Metropolis - i huvudsak koordinerar olika inkubatorer	Innovation Norge Oslo - Viken finansierar det	näringslivs enheten fördelar medel till detta	Business Region Stockholm
Kluster organisation	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Drivs av fristående organisationer		Lyon Metropolis koordinerar lokala clustren	Innovation Norge Oslo - Viken finansierar klusterorganisationer	Finansiellt stöd till flertal parter	Business Region Stockholm
Entreprenörskap stöd	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Business Hub Copenhagen		Lyon Metropolis stödjer och finansierar 300 entreprenörskapsaktörer	Innovation Norge Oslo - Viken	Business Region Oslo	Business Region Stockholm
Företagsutveckling	Brainport Eindhoven	Business Region Göteborg	Business Hub Copenhagen		Metropolice	Viken Fylkeskommune (region) mer fokus på levebröds-verksamheter	Oslo Business Region	Business Region Stockholm
Riktade arbetsmarknadsinsatser		Business Region Göteborg		City council, Business Hub	Lyon Metropolis			Business Region Stockholm
Besöksnäring			Wonderful Copenhagen		Turitskonto r/Only Lyon		Visit Oslo	Visit Stockholm
Platsutveckling				Stadshuset				Business Region Stockholm
7. Hur följs verksamheten upp?	Företagstillväxt, antal deltagare i olika aktiviteter, m.m	Uppföljning sker på ett stort antal KPI:er		har ej KPI-relaterar till Indikatorer	Exempel på KPI:er: antal företag som får företagsstöd. Hur mkt medel lyckas vi få in till klusterorganisationer. Antal nystartade företag, samt företagsetableringar.	Har KPI ang branding och talang	Har få KPI:er. Följer upp på offentlig data. Ex: Utvärdering av event, antal tillväxtföretag, state of the city	Ex på KPI:er, minst 30 etableringar årligen, 73 i insiktsmätningen