

Utfallsrapport Tertial 1 2022

Mässfastigheter i Stockholm AB

Innehållsförteckning

Sammanfattande kommentar	3
Analys av ekonomisk utveckling	3
Bolagets uppgift	5
1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla	6
1.1 I Stockholm är människor självförsörjande och vägen till arbete och svenskkunskaper är kort	6
1.2. Stockholm är en trygg, säker och välskött stad att bo och vistas i	7
2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt	8
2.1. Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv.....	8
2.3. Stockholms infrastruktur främjar effektiva och hållbara transporter samt god framkomlighet	12
2.4. Stockholm är en modern kultur- och evenemangsstad med en stark besöksnäring	12
2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö.....	14
3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden	16
3.1. Stockholm har en budget i balans och långsiktigt hållbara finanser	16
3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna.....	18

Sammanfattande kommentar

Analys av ekonomisk utveckling

Som följd av den fjärde vågen av smittspridning som tog fart i slutet av 2021, med en tilltagande smittspridningstakt på grund av den nya virusvarianten Omikron, infördes nya kraftfulla restriktioner från 19 januari 2022. Dessa restriktioner innebar åter igen i praktiken helt nedstängd verksamhet, vilket medförde att samtliga event som planerats för genomförande under januari och februari behövde ställas in eller flyttas fram. Restriktionerna hävdes den 9 februari.

Budget 2022 var periodiserad med en mycket hög andel av bolagets resultat i första tertiet, detta som följd av att flera av bolagets största och mest lönsamma event genomförs under just denna period. Knappt 60% av täckningsbidraget från eventen var planerat under T1 och med över 90% av detta säkrat med kundorder såg 2022 länge ut att kunna inledas mycket starkt. Detta förändrades snabbt då restriktionerna infördes i början av januari då stora egna event som Formex, Stockholm Furniture Fair och Allt för Sjön behövde ställas in. Total påverkan från inställda event pga pandemirestriktionerna i januari och februari beräknas till knappt 102 Mkr, vilket motsvarar 1/3 av årets täckningsbidrag.

Verksamheten kom igång igen under mars månad, med den stora trädgårdsmässan Nordiska Trädgårdar som genomfördes 30 mars – 2 april, som första stora event. Därefter har mässor, konferenser och företagsmöten genomförts med korta omställningstider. Eventen har glädjande lockat besökare som i många fall överträffat förväntningarna och både utställare och partners är generellt mycket nöjda med sin medverkan.

Uppstartens höjdpunkt hittills är genomförandet av Nordbygg, som är Stockholmsmässans enskilt största affär med en omsättning över 100 Mkr. Nordbygg genomfördes senast 2018 och var med sin vartannanårscykel planerad för genomförande april 2020. Mässan 2020 kunde inte genomföras och då inte heller 2021 pga pandemin möjliggjorde ett genomförande blev det till slut först i april 2022 Nordbygg öppnade upp för utställare och besökare igen. Mässan blev en stor succé, med drygt 930 utställande företag och partners och 35 000 besökare. Genomförandet av Nordbygg gav tydligt avtryck i Stockholm. Hotellbeläggningen nådde sin högsta nivå en enskild vecka sedan hösten 2019 och enbart rumsbeläggningen under mässdagarna för Nordbygg uppskattas till 72 Mkr i rumsintäkter. Till detta kommer övriga besöksnäringseffekter inom ex restaurang, nöje, taxi mm.

T1 inleddes med fortsatt pandemi-nedstängd verksamhet, men avslutades kraftfullt med tre stora egenarrangerade mässor på mindre än en månad. Nordiska Trädgårdar, HoReCa-mässan GastroNord nämnda Nordbygg. Det innebar att närmare 1 400 utställare och nästan 100 000 personer besökte Stockholmsmässan på fyra veckor i april månad.

Prognosen för 2022 präglas av osäkerheter framförallt inför hösten. Pandemin skapar en underliggande osäkerhet som är svår att bedöma hur den påverkar beslutsfattande på kort och lång sikt. Kriget i Ukraina och hävda restriktioner har dock medfört betydligt mindre fokus på pandemin, men som nämnts tidigare påverkas ännu framförallt internationellt resande och i vilken grad och takt återhämtningen sker är ännu för tidigt att bedöma. De event som är inplanerade för hösten bedöms dock inte, med den utveckling vi ser idag, i någon större utsträckning påverkas negativt av just pandemin. Dessvärre finns andra och större osäkerhetsfaktorer i omvärlden, där kriget i Ukraina är den främsta risken i nuläget. Kriget och de sanktioner som införts mot Ryssland förstärker den komponentbrist och de störningar i leveranser som pandemin fört med sig. Den kraftiga inflation som följer av denna situation skapar också utmaningar i flera dimensioner. Ännu har inga väsentliga direkt mätbara effekter uppstått, men det kan konstateras att det är mer utmanande att sälja in deltagande till höstens mässor.

Hur stor påverkan kommer att bli av ökade kostnader inom produktion av eventen och allmänna omkostnader såsom el, förbrukningsmaterial mm är i nuläget för tidigt att bedöma, eftersom detta endast i marginell omfattning ännu slagit igenom under T1. Detta innebär att den prognos som lämnas har en

svårbedömd risk avseende inte bara kvarstående införsäljning av höstens event, utan även beträffande kostnadsläget. Glädjande noteras en successivt ökande mängd förfrågningar från guest events av olika slag, framförallt konferenser och företagsmöten av olika slag.

Sammanfattning intäkter

För tertial 1 2022 är den totala intäktsbudgeten 288 Mkr och utfallet 149 Mkr. Differensen på -139 Mkr beror i allt väsentligt uteslutande på effekter av Covid-19.

Bolagets totala intäkter för 2022 uppgår i budget till 550 Mkr och Prognos 1 summerar intäkterna till 408 Mkr. Avvikelsen på helåret om -143 Mkr förklaras till största delen av avvikelsen i T1, men även kvarstående avvikelse är till största delen följd effekter av restriktionerna i början av året.

Sammanfattning kostnader

Vårens event ställdes in med kort varsel som följd av restriktionerna som infördes i början av januari. Kostnader som är helt kopplade till de event som inte har genomförts har i hög utsträckning kunnat sparas in, bortsett från redan genomförd eller avtalad marknadsföring, produktion och liknande. Eftersom restriktionerna hävdes redan knappt tre veckor senare så har dessa nya förutsättningar inte möjliggjort några större besparingar i övriga centrala omkostnader. Bolaget har gjort så långtgående besparingar som ledningen bedömt vara möjliga, utan att äventyra uppstarten av verksamheten igen i slutet av mars. Vissa besparingar i T1 innebär också i praktiken att kostnader skjuts framåt och istället beräknas falla ut i T2 eller T3. Effekten av dessa besparingar har också i stor utsträckning i prognosen för helåret ätit upp av ökade kostnader för ex el och vissa materialinköp. En annan effekt är ägarrelaterade kostnader som ej finns höjda i budget. Dessa ägarrelaterade kostnader drivs framförallt av konsulter som engageras i integreringen som helägt bolag och i att driva mötesplatsutvecklingen i Älvsjö. Dessa kostnader beräknas i prognos till ca 5 Mkr, men hur höga kostnaderna blir påverkas i hög utsträckning av hur dessa projekt drivs framåt, vilket i nuläget är svårt att bedöma för hösten.

Eventrelaterade kostnader för T1 uppgår till -42 Mkr, vilket är en besparing mot budget om 54 Mkr. Beaktat de minskade intäkterna innebär detta att täckningsbidraget för T1 uppgår till 107 Mkr, vilket är en minskning mot budget med -85 Mkr.

För helåret beräknas täckningsbidraget till 243 Mkr, vilket är en avvikelse mot budget med -103 Mkr. På samma sätt som avvikelsen i intäkter förklaras avvikelsen till största delen av inställda event under T1, men även kvarstående avvikelse är till största delen hänförlig till följd effekter från restriktionerna i början av året.

Övriga externa kostnader och bemanningskostnader uppgår för T1 till -84 Mkr, vilket är en besparing mot budget med 14 Mkr. Av denna avvikelse är dock 2,4 Mkr hänförlig till ej budgeterade ägarrelaterade kostnader, vilket innebär att kostnaderna i övrigt, dvs exkl ägarkostnader, understiger budget med 16 Mkr i T1.

För helåret beräknas övriga externa kostnader och bemanningskostnader till 285 Mkr, vilket innebär 4 Mkr högre kostnader än budget. Av detta är dock som nämnts ovan ca 5 Mkr hänförlig till ej budgeterade ägarkostnader, vilket innebär en viss underliggande besparing i de övriga kostnaderna. Del av besparingen i kostnader i T1 beräknas således att ätas upp av ökade kostnader senare på året.

Sammanfattning resultat

Övrigt som påverkat resultatet är framförallt sämre kassaflöde som följd av inställda event i början av året i kombination med höjda räntor, vilket leder till att räntekostnaderna beräknas öka med ca 1,5 Mkr, till ca 4,5 Mkr. Förseningar i vissa investeringar innebär marginellt lägre avskrivningskostnader.

Resultatutfallet för perioden T1 uppgår till +4,1 Mkr efter finansnetto. Budget för perioden var +75 Mkr. Differensen är således -71 Mkr och förklaras som nämnt ovan helt av fortsatt pandemipåverkan.

Årsbudgeten 2022 för koncernen efter finansnetto är +5 MSEK. Bolaget lämnar nu prognos 1 för 2022 på -

104 Mkr. Förklaringen till avvikelsen på -109 Mkr är även i prognos inställda eller flyttade event på grund av pandemin samt tillkommande ägarkostnader om 5 Mkr.

Bolaget har även i samband med prognos 1 gjort en uppdaterad kassaflödesberäkning. Denna visar att tillgänglig kredit om 600 Mkr beräknas räcka med tillfredställande marginal hela 2022. Kreditbehovet för 2023 kommer att utvärderas i samband med budgetarbetet inför 2023.

Investeringar

Redan då investeringsbudgeten för 2022 beslutades kunde det konstateras att ett flertal investeringar som planerats för genomförande hösten 2021 blev försenade in i 2022. Förklaringen var till största delen komponentbrist och/eller störningar i leveranser, men i vissa fall fattades även beslut om att senarelägga investeringarna in i 2022 för att minska belastningen på kassaflödet.

Investeringsbudgeten för 2022 uppgår till totalt 23,9 Mkr, men försenade investeringar från 2021 innebär att ytterligare 11,3 Mkr i investeringar ligger planerade för 2022, vilket ger en total på 35,2 Mkr. Samtliga planerade investeringar är av karaktären ersättningsinvesteringar, merparten knutna till anläggningen. Inga strategiska eller expansiva investeringar eller projekt med beräknad investeringsutgift över 300 Mkr finns planerade för 2022. Investeringsprognosen i P1 innebär inga enskilda väsentliga avvikelser från investeringsbudgeten, beaktat de försenade investeringarna från 2021, och summerar till 34 Mkr, vilket är en minskning mot budget (inkl försenade investeringar) med 1,2 Mkr.

De enskilt största investeringarna är utbyte av belysning som pga föråldrade komponenter har otillräcklig driftsäkerhet. I övrigt är det framförallt investeringar för att upprätthålla byggnadens funktion och störningsfri drift av verksamheten. Det finns även ett par investeringar som är kopplade till brandsäkerhet. Det finns ett investeringsutrymme om ca 3-4 Mkr för tillkommande investeringar som kan bli föremål för prioritering senare under året, men i nuläget bedöms det utrymmet behöva finnas kvar i prognosen. Utfallet för investeringar under T1 uppgår till 4,1 Mkr.

Bolagets uppgift

Bolagets uppgift är att utveckla, arrangera och genomföra mässor, kongresser, konferenser och evenemang för hela regionens bästa. Uppgiften är en naturlig del och kärnan i bolagets verksamhet. Huvuddelen av verksamheten är att utveckla och arrangera egna mässor. Stockholmsmässans olika mässor är i många olika branscher en viktig del i branschens utveckling. Det är på mässorna hela branscher samlas och utbyter erfarenheter och knytter värdefulla kontakter och nätverk, likväl som kundrelationer och partnerskap utvecklas och etableras.

Under den nedstängda perioden januari – mars 2022 har bolaget där så har varit möjligt genomfört digitala event. Ett exempel är Stockholm Design & Architecture Talks som var ett digitalt seminarieprogram, som genomfördes 8-10 februari, riktat till målgruppen som annars skulle ha besökt Stockholm Furniture Fair som ställdes in.

Den andra delen av kärnverksamheten guest event-verksamheten, där anläggningen hyrs ut till olika konferenser, kongresser och event med en extern arrangör som ansvarig för innehållet. Här samlas allt från enskilda företag till hela branscher, vare sig det är i formatet konferens, event eller mäsas. På de flertalet internationella kongresser, ofta med medicinsk inriktning, som genomförs på Stockholmsmässan presenteras banbrytande forskning som driver utvecklingen framåt. Dessa kongresser lockar delegater från i

många fall hela världen, vilket kommer hela regionens besöksnäring tillgodo, samtidigt är dessa kongresser också en viktig del i utvecklingen av och ställningen för medicinsk forskning i såväl Stockholm som Sverige. Den pandeminestängda perioden under januari – februari 2022 påverkade endast ett par guest event-arrangemang. De större företagsevent och kongresser som är inplanerade för 2022 har genomföranden senare under året och har inte påverkats i någon större utsträckning av nedstängningen i början av året. Det är avgörande för Stockholmsmässans utveckling att både destinationen Stockholm, besöksområdet Älvsjö och anläggningen kontinuerligt utvecklas och ger bästa möjliga förutsättningar för att vara konkurrenskraftig i en alltmer global och digitaliserad omvärld. Därför är det både viktigt och naturligt för Stockholmsmässan att arbeta nära med i första hand Visit Stockholm för både långsiktig utveckling och marknadsföring. På samma sätt arbetar Stockholmsmässan aktivt med utvecklingen av mötesområdet i Älvsjö i nära samarbete med Exploateringskontoret, för att på bästa sätt kunna skapa synergier och samhällsekonomiska värden i Älvsjöutvecklingen.

Verksamheten har när denna rapport skrivs öppnat upp för besökare så sent som för en dryg månad tillbaka och detta gör det mycket svårt att bedöma förutsättningarna för den långsiktiga framtida utvecklingen. Framförallt internationellt resande har påverkats av den ännu pågående pandemin i omvärlden och hur detta kommer att återhämta sig är i nuläget nära nog omöjligt att förutse. Till detta kommer även den stora osäkerhet som följer av kriget i Ukraina. De långsiktiga delarna av uppdraget har inte i någon utsträckning påverkats av dessa omvärldsfaktorer, utan arbetet med utvecklingen av destinationen Stockholm och besöksområdet i Älvsjö pågår oförändrat.

1. En modern storstad med möjligheter och valfrihet för alla

1.1 I Stockholm är människor självförsörjande och vägen till arbete och svenskkunskaper är kort

Bolaget håller på att etablera samarbete med arbetsmarknadsförvaltningen och Jobbtorg Stockholm. Då bolaget är i en ansträngd situation bemanningsmässigt, med stora resursutmaningar prioriteras ett område i taget för att skapa goda förutsättningar för ett långsiktigt arbete och engagemang bland bolagets anställda och samarbetspartners. Under 2022 har bolaget planerat att tillhandahålla en plats för Stockholmsjobb. Som följd av att Stockholmsmässan har en period av låg beläggning under perioden juni - augusti begränsas förutsättningarna att erbjuda feriejobb under sommaren. Bolaget har som mål att tillhandahålla två platser för feriejobb under 2022.

Båda dessa mål ligger fast efter T1.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Antal aspiranter som fått Stockholmsjobb Analys Ej tillämpligt för Stockholmsmässan.			
	 Antal tillhandahållna platser för feriejobb Analys Plan att ta in två feriemedarbetare sommaren	0	2 st	

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	2022 ligger fast.			
	 Antal tillhandahållna platser för Stockholmsjobb Analys Planen för Stockholmsjobb ligger fast.	0	1 st	
	 Antal ungdomar som fått feriejobb i stadens regi Analys Ej tillämpligt för Stockholmsmässan.			

1.2. Stockholm är en trygg, säker och välskött stad att bo och vistas i

Stockholmsmässans mål är att vara och upplevas vara den säkra mötesplatsen. Vi prioriterar våra kunders, partners och anställdas faktiska och upplevda säkerhet. Vi prioriterar både fysisk och digital säkerhet. Som den del av detta arbete har Stockholmsmässan under T1 slutfört aktiviteten "Certifiering Hjärtsäker zon". Vår anläggning och tillhörande tekniska system ska hålla relevant säkerhetsnivå med möjlighet för flexibel anpassning utifrån verksamhetens behov.

Vi upprätthåller en hög säkerhetsnivå för att skydda vår interna digitala infrastruktur och har kompetens och förmåga att agera rådgivare till och erbjuda arrangerande och utställande kunder lämplig säkerhetslösning för sina digitala tillämpningar. Den 21 april nådde Stockholmsmässan målet om Säkerhetscertifiering av anläggningen enligt Shore-standarderna och intern och extern kommunikation kommer att ske i maj.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				 Certifiering Hjärtsäker zon Analys Certifiering genomförd under T1.
				 Nämnder och bolagsstyrelser ska omsätta lärdomar från krishantering av pandemin i uppdaterad beredskapsplanering, såsom krisledningsplanering, kontinuitetsplanering och krisledningsövningar Analys Revidera befintlig krisplan och krisorganisation under hösten 2022
				 Säkerhetscertifiering av anläggningen enligt Shore-standarderna Analys Certifiering klar 21 april 2022 Kommunikation till organisationen sker maj 2022

2. En hållbart växande och dynamisk storstad med hög tillväxt

2.1. Stockholm har Sveriges bästa företagsklimat och ett internationellt konkurrenskraftigt näringsliv

Näringslivspolicyn

Stockholmsmässans verksamhet är en motor i näringslivet inom en rad olika branscher. Vi är en del av ett ekosystem som för människan och samhället framåt. Vi möjliggör möten mellan människor, är platsen där innovativa företag och människor skapar en hållbar framtid som både gynnar människor och vårt samhälle. Vår roll som accelerator är att samarbeta, driva på och koppla ihop företag, organisationer och människor. Vi satsar på nyföretagande och är en arena och plattform för unga och nya företagare. Vi erbjuder utrymme på samtliga av våra egna mässor för förstagångs-utställare. Våra event är öppna att delta på för alla företagare inom den/de branscher som eventens koncept vänder sig till, så länge plats finns. Stockholmsmässan stöttar även Ung Företagsamhet för att bidra till att väcka intresse och möjliggöra för att stärka entreprenörskap och återväxt inom eget företagande.

Både Stockholm Furniture & Light Fair och Formex arbetar med att stötta unga och nya företag genom våra områden Greenhouse, Design Talents och Craft & Creative. Där vi erbjuder platser till reducerade priser samt att vi lyfter dessa företag i kommunikationen både som hela områden och på individuell nivå. Verksamheten präglas av långsiktighet och då verksamheten slutligen kunnat öppna upp igen efter pandemin har ingenting stått stilla. Formex i januari och Furniture Fair i februari, som båda exemplifieras ovan, har inte kunnat genomföras som planerat 2022, men Stockholmsmässan har under hela pandemin haft löpande dialog med både befintliga och potentiella kunder och partners, vare sig det gäller egna mässor eller inhyrda evenemang, likväl som SBR/Visit Stockholm. Detta medför att även om arbetet inför 2022 för vissa mässor inte har kunnat omsättas i praktiken, så ligger i dessa fall planen fast för kommande genomföranden. Älvsjöutvecklingen

Bolaget har under T1 bidragit till planeringen av Älvsjö med såväl egen kompetens som konsultresurser, i olika former av samverkansmöten med Exploateringskontoret, Stadsbyggnadskontoret och Trafikkontoret. Bolaget utvärderar löpande genom både interna och externa analyser konsekvenserna av olika alternativa utvecklingshypoteser, ur många tänkbara perspektiv. Exempel på perspektiv i bolagets utvärdering är investeringskalkyl, förutsättningar för bolagets framtida konkurrenskraft och utvecklingsplanernas risker i genomförandet. Bolaget har under T1 etablerat täta och regelbundna avstämningar med Stadshus AB kring detta arbete för att säkerställa effektivt kunskapsutbyte och samordning inom staden.

Strategiskt utveckla Stockholm som turist och besöksdestination

Stockholmsmässan har sedan flera år ett nära och väl etablerat samarbete med Visit Stockholm, främst inom Kongresser och Guest Events. Målsättningen med arbetet är att bidra till att utveckla Stockholm som internationell mötesdestination och attrahera fler internationella möten. Detta görs tillsammans via nära dialog lokalt, nationellt som internationellt med omvärldsbevakning & kundinsikter i fokus. Beträffande Stockholmsmässans egna mässor så är fokus på att utveckla mässportföljen/möten inom destinationens styrkor och fokusområden. Samhällsbyggnad, Design, Hållbarhet och mat är några exempel. Redan etablerade samarbetsforum har under T1 nyttjats för att få ytterligare fokus i utvecklingen framåt.

Strategiutveckling

Stockholmsmässan arbetar med en strategisk plattform med vision, mission, mål, strategier och värderingar där målsättningen är att alla våra anställda skall ha personliga mål som kopplar till verksamhetens övergripande mål och förstå hur vi når dessa genom våra fem strategiområden. De fem strategier som vi arbetar med för att oss dit är: Engagemang hos våra medarbetare, att växa våra

B2B event, lönsamhet för våra B2C event, fokuserad digitalisering samt en hållbar och effektiv verksamhet. Strategierna lanserades i organisationen i slutet av november 2021 och under T1 har strategiimplementeringen pågått i organisationen. Parallellt har en målstyrningsmodell, med utgångspunkt i de prioriterade strategiska aktiviteterna för 2022, arbetats fram och lanserats i organisationen under april månad.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Bidra till exploateringsnämnden och stadsbyggnadsnämndens planering av Älvsjö med målsättningen att ge förutsättningar för en omfattande stadsutveckling i området tillsammans med en framtida mötesplats				 Aktivt bidra i områdesutvecklingen i Älvsjö med egna såväl som konsultresurser Analys Arbetet fortgår, löpande samverkansmöten med Exploateringskontoret, Stadsbyggnadskontoret, Trafikkontoret samt Stadshus AB.
 Strategiskt bidra till att utveckla Stockholm som turist- och besöksdestination i samarbete med Stockholm Business Region och marknadsföra Stockholm som norra Europas främsta mötesdestination	  Genomförda möten kring gemensam utveckling med Visit Stockholm	1	3	 Genomföra möten med Visit Stockholm i syfte att gemensamt utveckla Destination Stockholm inom strategiska områden såsom Samhällsbyggnad, Design, Hållbarhet och Mat. Dessa möten kan ske som del i befintliga forum, där fler aktörer medverkar. Analys Vi planerar tillsätta en projektgrupp som skapar en helhetsupplevelse att Staden bjuder på en designvecka under v6 varje år när Stockholm Furniture & Light Fair och Stockholm Design Week äger rum. Vecka ska andas designvecka redan när man landar med flyg, ankommer med tåg, båt eller bil till Stockholm att Stockholm älskar design genom skyltar, aktiviteter, informationsplatser mm. Vi ska engagera och involvera alla museer, kulturhus, parker, restauranger mm att vilja göra aktiviteter inom design som antingen har premiärer under v6 och håller på längre under vår och sommar eller bara gör en pop up verksamhet under v6. Ett första möte är genomfört mellan VD på Stockholmsmässan och affärsområdeschef från Stockholmsmässan och representanter från Visit Stockholm.
	  Uppdatera kalender hos Visit Stockholm varje tertiäl	1	3	 Marknadsföra event genom att Stockholmsmässans kalender blir synlig på Visit Stockholms hemsida under rubriken evenemang. Analys Nordiska Trädgårdar var synlig på Hemsidan. Nu finns NSE och Antik med på hemsidan

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				▶ Aktivt deltagande i marknadsaktiviteter såsom internationella branschmässor och event för marknadsföring och försäljning av Stockholm som destination. Analys Stockholmsmässan deltar tillsammans med Visit Stockholm på branschmässan IMEX i Frankfurt i slutet av maj 2022. Stockholmsmässan har flertalet övriga internationella marknadsaktiviteter inplanerade mot målgruppen vetenskapliga möten vi nätverk som XL Workshop i april och Leading Centres i juli.
				▶ Aktivt deltagande i projekt initierade av Visit Stockholm, t.ex. Attraktion Stockholm, med fokus på att ta fram en målbild och handlingsplan för att attrahera akademiska möten via arbetet med bl a läroseminarier och workshops. Analys Attraktion Stockholm har inte haft några lärarseminarier eller förmöten som under 2021. Stockholmsmässan deltog i webinarer som Visit Stockholm höll i, som handlade om Stockholms attraktionskraft som plats för internationella akademiska där en av Stockholmsmässans Business Development Managers deltog i panelen. Mycket bra respons från både arrangör som lyssnare. Stockholmsmässan inväntar en summering av webinarer i länk att kunna kommunicera till lämpliga målgrupper.
				▶ Arbets- och planeringsmöten med Visit Stockholm i det konkreta försäljningsarbetet mot internationella kongresser. Analys Under 2022 planeras 5-6 regelbundna möten där Affärsområdet Kongresser & Guest Events har dialog med Visit Stockholm gällande den konkreta försäljningen och ansökningsförfarande i arbetet med internationella kongresser. Det 3:e mötet genomförs nu första veckan i maj. Uttöver ovan deltar Stockholmsmässan, Affärsområdet Kongresser & Guest Event på ca 4 möten under 2022 som initieras av Visit Stockholm och kallas "Stora Mötesgruppen", dvs alla stora anläggningar i Sthlm + en PCO (Meetagain) diskuterar tillsammans utveckling, utmaningar och hur vi gemensamt kan sälja in Stockholm på bästa sätt.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				🟢 Närvaro på internationella branschföreningar för att ta del av information, trender och omvärldsbevakning från våra kollegor i andra städer/länder. Analys Tertial 1 = grönt. En medarbetare har varit på UFI möte i Dubai. Mässbranschens globala organisation. Ett sammanställt material är presenterat inom företaget och några findings och tips är omhändertagna och implementeras på våra event. Stockholmsmässan och Visit Stockholm deltar på ICCA Scandinavian Chapter Meeting i slutet av april 2022. Stockholmsmässan och Visit Stockholm deltar på IMEX mässan i Frankfurt där ICCA även genomför möten. Stockholmsmässan deltar på Leading Centres & XL Workshops styrelsemöten samt deltar på en middag tillsammans med AC Forum, nätverket för det största Healthcare Meetings under mötesmässan i Frankfurt, IMEX.
 Säkerställa att bolagets verksamheter är socialt och miljömässigt hållbara, i vilket ingår att inte tillåta arrangemang från företag som inte följer de internationella konventioner och avtal som Sverige har undertecknat, avseende mänskliga rättigheter, miljö/klimat, arbetsrätt, antikorruption och inhumana vapen				🟢 Säkerställ att samtliga avtal med externa arrangörer innehåller framtagna paragrafer om internationella regler och konventioner gällande mänskliga rättigheter. Analys Stockholmsmässan har gått igenom och uppdaterat Allmänna villkor och säkerställt att avtal innehåller ovan gällande mänskliga rättigheter.
 Utarbeta en framtidsstrategi som ska leda till en lönsam affärsmodell så att den är väl anpassad för genomförandet av marknadsledande mässor, internationella kongresser, konferenser,				🟢 Säkerställ kännedom om, förståelse för och implementering av strategiska fokusområden i hela organisationen Analys Strategisk plattform som tydliggör vision, mission, övergripande mål, fem strategiska fokusområden samt värderingar lanserad i organisationen i november 2021. implementering av strategier i organisationen påbörjat därefter. återkoppling till strategisk plattform på samtliga större möten med chefer och medarbetare. målstyrning med koppling till strategier implementerad i april 2022.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
evenemang samt kringtjänster				▶ Uppföljning av framdrift inom strategiska fokusområden i utvecklingsforum där projekt och initiativ mappas mot strategier. Analys Möten med utvecklingsforum genomförs varje månad och mappning av projekt och initiativ mot strategier görs på ett tydligt sätt.

2.3. Stockholms infrastruktur främjar effektiva och hållbara transporter samt god framkomlighet

Mässfastigheter arbetar långsiktigt i samband med arbetet kring utvecklingen av mötesplatsen i Älvsjö med att stärka och skapa bästa möjliga kopplingar till bytespunkten som skapas mellan befintliga kollektivtrafikslag såväl som nya såsom tunnelbana och Spårväg syd. Bolaget har i detta arbete samverkan med Stadsbyggnadskontoret, Exploateringskontoret och Trafikkontoret, men även Region Stockholm. Mässfastigheter har också etablerat samverkan med Stockholm Parkering för att arbeta fram en effektiv mobilitetslösning för ett framtida utvecklat Älvsjö, inkluderat anpassade parkeringsmöjligheter för såväl Stockholmsmässans som övriga Älvsjös behov. Stockholmsmässan erbjuder idag i samarbete med Stockholm Parkering laddplatser i C-hallsgaraget. Bolaget utvärderar en eventuell utökning av antalet laddplatser. Bolaget utreder också hur en ändamålsenlig cykelparkering kan etableras för framförallt besökare till Stockholmsmässan i anslutning till huvudentrén.

2.4. Stockholm är en modern kultur- och evenemangstad med en stark besöksnäring

Stockholmsmässan har en stark position inom publika event, B2C, och är marknadsledande i Norden vad gäller konsumentmässor. Vi genomför ca 20-25 publika event varje år, både i egen regi och som gästande event.

Design är ett område som intresserar både bransch och allmänhet och våra event Stockholm Furniture & Light Fair och Formex vänder sig till internationella besökare genom att vara störst på att samla svensk och skandinavisk design.

Fram tills öppnandet av publikmässan Nordiska Trädgårdar den 30 mars har inga event kunnat genomföras under 2022 pga pandeminrestriktioner. Uppstarten av verksamheten har dock visat på stort intresse från besökarna och medverkande utställare och partners är generellt mycket nöjda med de genomförda mässorna. Som nämnts tidigare i rapporten så inleddes T1 med fortsatt pandemi-nedstängd verksamhet, men avslutades kraftfullt med tre stora egenarrangerade mässor på mindre än en månad i april. Nordiska Trädgårdar, HoReCa-mässan GastroNord nämnda Nordbygg. Det innebär att närmare 1 400 utställare och nästan 100 000 personer besökte Stockholmsmässan på fyra veckor i april månad.

Det höga tempot fortsätter under maj och början av juni, med ett par större mässor, varav Antikmässan som flyttats från februari till maj är en, FN:s miljömöte Sthlm +50, ett stort företagsmöte och därutöver ett stort antal konferenser.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	 Genomförda möten kring gemensam utveckling med Visit Stockholm Analys	1	3	 Genomföra möten med Visit Stockholm i syfte att gemensamt utveckla Destination Stockholm inom strategiska områden såsom Samhällsbyggnad, Design, Hållbarhet och Mat. Dessa möten kan ske som del i befintliga forum, där fler aktörer medverkar. Analys Vi planerar tillsätta en projektgrupp som skapar en helhetsupplevelse att Staden bjuder på en designvecka under v6 varje år när Stockholm Furniture & Light Fair och Stockholm Design Week äger rum. Vecka ska andas designvecka redan när man landar med flyg, ankommer med tåg, båt eller bil till Stockholm att Stockholm älskar design genom skyltar, aktiviteter, informationsplatser mm. Vi ska engagera och involvera alla museer, kulturhus, parker, restauranger mm att vilja göra aktiviteter inom design som antingen har premiärer under v6 och håller på längre under vår och sommar eller bara gör en pop up verksamhet under v6. Ett första möte är genomfört mellan VD på Stockholmsmässan och affärsområdeschef från Stockholmsmässan och representanter från Visit Stockholm.
	 Uppdatera kalender hos Visit Stockholm varje tertiäl Analys	1	3	 Marknadsföra event genom att Stockholmsmässans kalender blir synlig på Visit Stockholms hemsida under rubriken evenemang. Analys Nordiska Trädgårdar var synlig på Hemsidan. Nu finns NSE och Antik med på hemsidan
				 Aktivt deltagande i marknadsaktiviteter såsom internationella branschmässor och event för marknadsföring och försäljning av Stockholm som destination. Analys Stockholmsmässan deltar tillsammans med Visit Stockholm på branschmässan IMEX i Frankfurt i slutet av maj 2022. Stockholmsmässan har flertalet övriga internationella marknadsaktiviteter inplanerade mot målgruppen vetenskapliga möten vi nätverk som XL Workshop i april och Leading Centres i juli.
				 Aktivt deltagande i projekt initierade av Visit Stockholm, t.ex. Attraktion Stockholm, med fokus på att ta fram en målbild och handlingsplan för att attrahera akademiska möten via arbetet med bl a läroseminarier och workshops. Analys Attraktion Stockholm har inte haft några lärarseminarier eller förmöten som under 2021. Stockholmsmässan deltog i webinarer som Visit Stockholm höll i, som handlade om Stockholms attraktionskraft som plats för internationella akademiska där en av Stockholmsmässans Business Development Managers deltog i panelen. Mycket bra

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				respons från både arrangör som lyssnare. Stockholmsmässan inväntar en summering av webinarer i länk att kunna kommunicera till lämpliga målgrupper.
				🟢 Arbets- och planeringsmöten med Visit Stockholm i det konkreta försäljningsarbetet mot internationella kongresser. Analys Under 2022 planeras 5-6 regelbundna möten där Affärsområdet Kongresser & Guest Events har dialog med Visit Stockholm gällande den konkreta försäljningen och ansökningsförfarande i arbetet med internationella kongresser. Det 3:e mötet genomförs nu första veckan i maj. Uttöver ovan deltar Stockholmsmässan, Affärsområdet Kongresser & Guest Event på ca 4 möten under 2022 som initieras av Visit Stockholm och kallas "Stora Mötesgruppen", dvs alla stora anläggningar i Sthlm + en PCO (Meetagain) diskuterar tillsammans utveckling, utmaningar och hur vi gemensamt kan sälja in Stockholm på bästa sätt.
				🟢 Närvaro på internationella branschföreningar för att ta del av information, trender och omvärldsbevakning från våra kollegor i andra städer/länder. Analys Tertial 1 = grönt. En medarbetare har varit på UFI möte i Dubai. Mässbranschens globala organisation. Ett sammanställt material är presenterat inom företaget och några findings och tips är omhändertagna och implementeras på våra event. Stockholmsmässan och Visit Stockholm deltar på ICCA Scandinavian Chapter Meeting i slutet av april 2022. Stockholmsmässan och Visit Stockholm deltar på IMEX mässan i Frankfurt där ICCA även genomför möten. Stockholmsmässan deltar på Leading Centres & XL Workshops styrelsemöten samt deltar på en middag tillsammans med AC Forum, nätverket för det största Healthcare Meetings under mötesmässan i Frankfurt, IMEX.

2.5. Stockholm är en hållbar stad med en god livsmiljö



Hållbarhet handlar om att ta hänsyn både till nuvarande och framtida generationers behov, och att ta ett långsiktigt ansvar i vår dagliga verksamhet.

Stockholmsmässan arbetar ständigt med att bidra till en mer hållbar mötesbransch och beaktar alla aspekter av miljö, ekonomisk och social påverkan, både lokalt och i ett större perspektiv.

Vår anläggning var den första i Stockholm som certifierades enligt ISO 20121, en internationell standard för hållbara evenemang och denna har förnyats under T1 2022.

Vår hållbarhetspolicy omfattar de tre fokusområdena Community, Environment and Innovation. Vi arbetar utifrån FN:s 17 mål för hållbar utveckling, och vi har beslutat att prioritera mål 8 (anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt), mål 11 (hållbara städer och samhällen), mål 12 (hållbar konsumtion och produktion), mål 13 (bekämpa klimatförändringarna) och mål 17 (genomförande och globalt partnerskap). Stockholmsmässan har anslutit sig till Net Zero Carbon Events, ett nytt globalt branschinitiativ för att hantera klimatförändringar. Vi var första mässanläggning i Norden att gå med i detta initiativ. Stockholmsmässan har sedan tidigare som mål att ta fram en plan för fossilfri-och klimatpositiv verksamhet, i linje med Stockholms Stads plan mot fossilfri stad, och arbetar kontinuerligt med att minska vårt klimatavtryck. En fullständig energikartläggning av fastigheten har genomförts och beslut om framtida investeringar och åtgärder baseras på denna. Bolaget genomför därför kontinuerligt investeringar och aktiviteter för effektivisering.

Inom våra egna mässor arbetar vi utifrån Agenda 2030 och fokuserar på mål och aktiviteter där vi kan driva och påverka viktiga frågor inom olika branscher på våra marknadsledande event. Från och med T1 ingår i bolagets målstyrningmodell en företagsövergripande KPI i form av uppföljning av att samtliga arrangemang ska identifiera vilka Agenda 2030-mål som berör dem och ha dessa med i sin affärsplan samt följa upp efter projektavslut.

Stockholmsmässan har en ansvarsfull avfallshantering. Avfall sorteras för återvinning i samarbete med vår leverantör, EF Miljöstäd, i 18 olika fraktioner som mat, papper, metall, trä, tyger, färgrester, glödlampor, lysrör, batterier, elektronik, oljor etc. Mer än 98 % av avfallet sorteras till återbruk, material- eller energiåtervinning. Trots detta goda resultat genomförs kontinuerligt investeringar och aktiviteter för ännu bättre och effektivare avfallshantering.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				 Byte av lysrör i C-hallsgaraget till energisnål LED. Analys Byte klart
				 Genomföra re-certifiering av ISO 20212 certifikat, ledningssystem för hållbarhet, vilket omfattar policy, tidsatta mål, dokumentation och uppföljning Analys Genomförd och avslutad med godkänt resultat.
				 Samtliga egna event skall under 2022, inför genomförande 2023 och framåt, ha arbetat fram en hållbarhetsstrategi utifrån agenda 2030. För relevanta event beaktas målet om att öka andelen inköp som gynnar biologisk mångfald i detta arbete. Analys Arbetet pågår inom respektive mässa. Arbetas in i affärsplanen

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				 Utreda affärsmässigheten i en investering i solenergi på taktor, eventuellt i samarbete med annan affärspartner Analys Utredning igång och beräknas bli klar enligt deadline.
				 Utreda om Stockholmsmässan kan ansluta sig till Stocket för återbruk av material mm. Analys Initiala steg har tagits och deadline 31 december beräknas hållas
				 Öka återanvändning av diskar och träbalkar med 20%. Analys Återanvändning av träbalkar går mycket bra. Diskar går bra och både träbalkar och diskar beräknas hålla deadline.

3. En ekonomiskt hållbar och innovativ storstad för framtiden

3.1. Stockholm har en budget i balans och långsiktigt hållbara finanser

Stockholmsmässan har redan före pandemin, med start tidigt 2019, påbörjat ett omfattande arbete för att öka lönsamheten. Ett flertal besparingsåtgärder av olika slag vidtogs redan under 2019, medan flera mer långsiktiga effektiviseringsåtgärder planerades för genomförande under 2020 och framåt. Pandemin som påverkat verksamheten enormt under 2020 och 2021 innebär ett omedelbart behov av besparingar som följd av att intäkterna i stort sett helt har uteblivit under pandemin. En omfattande neddragning av bemanningen genomfördes redan sommaren 2020 och en ytterligare neddragning genomfördes hösten 2020, då det stod klart att verksamheten inte skulle komma igång inför 2021.

Under pandemin har ordinarie verksamheten varit nedstängd och intäkterna i praktiken helt uteblivit, vilket innebär att de effektiviseringar som har genomförts under 2020 och 2021 inte har kunnat ge effekt i praktiken. Utan intäkter är ju alla kostnader för höga. Eftersom pandemins effekter fortsatte att påverka även 2022, som följd av på nytt införda restriktioner den 19 januari, så ger de tidigare genomförda olika effektiviseringsåtgärderna i praktiken effekt först from uppstarten av verksamheten igen i slutet av mars. Effekten uppstår genom att verksamheten kan bedrivas med högre effektivitet, som följd av färre anställda och lägre omkostnader.

Uppstarten av verksamheten under T1 har varit utmanande, med en väsentligt mindre organisation, där många medarbetare har fått nya roller/ansvar i kombination med nya arbetssätt. Partnerorganisationen inom produktionsavdelningen har också förändrats, med många underentreprenörer med nya medarbetare eller helt nya underentreprenörer som följd av utslagning/konsolidering. Erfarenheten från den första dryga månadens event är överlag positiv, men inte helt utan utmaningar inom vissa områden. Själva produktionen av eventen har fungerat över förväntan, medan det har varit svårare att via vår bemanningspartner bemanna servicefunktioner såsom kundservice, kassa/registrering, garderob, parkering mm. Många arbetspass har

stätt obemannade och alternativa lösningar har tvingats fram för att säkerställa genomförandet av eventen. Detta är kritiska funktioner och vi arbetar nu med hög prioritet igenom förutsättningarna att hantera den uppkomna situationen givet gällande avtal.

Stockholmsmässans verksamhet är komplex och ofta är större event betydligt mer lönsamma än mindre, till stor del då en stor del av det som driver intäkter är ytorna som säljs, vare sig det är till utställare eller arrangörer. Kostnaderna för mer eller mindre yta på ett och samma event skiljer sig mycket lite. Avgörande för lönsamheten är därför hur väl de olika eventen kan sälja yta. Orderläget inför våren 2022 var mycket starkt, till stor del pga utställare med goodwilltillgodohavanden från inställda genomföranden våren 2020. Inför hösten 2022 ser orderläget för fackmässorna lovande ut, där många branscher sänder positiva signaler att få träffas igen, nätverka och etablera nya kontakter och affärsrelationer efter pandemiåren. För konsumentmässorna, där utställarna mer drivs av försäljning på plats under mässan, är bokningsläget något mer utmanande och tiden fram till sommaren kommer att vara avgörande för hur väl de uppsatta försäljningsmålen och prognosen kan uppnås. Här är osäkerheten som skapas av kriget i Ukraina den enskilt största faktorn som avgör hur lönsamheten utvecklas, inkluderat följd effekterna inflation och komponentbrist.

Söka strategiska partnerskap

Målet är att hitta svenska företag och branschorganisationer, även inom andra branscher, som har eller vill arbeta med samma hållbara mål som våra event för att bredda synligheten för vårt arbete.

På Stockholm Furniture & Light Fair och Formex som inte genomfördes under T1 pga pandemirestriktioner arbetar vi fortsatt med tidigare uppsatta mål.

Svenska möbelföretag och formgivare lyfts ofta fram som ledande internationellt när det gäller hållbarhet. En levande lokal produktion, kärlek till naturen och dess material, men även medvetenhet och efterfrågan hos konsument och stat, brukar vara några av svaren på frågan varför svenska möbelföretag kommit längre än de flesta. Designbranschen är mitt i en stor omställning där många företag arbetar målmedvetet och innovativt för att främja en cirkulär omställning och en mer hållbar produktion.

Stockholm Furniture & Light Fair har sedan ett antal år tillbaka arbetat för att belysa Sveriges unika position i hållbarhetsarbete inom möbel- och belysningsbranschen. Vi strävar efter att inspirera och informera kring hållbarhet och att stimulera företag att bli mer hållbara som företag och utställare. Detta gör vi nu tillsammans med flera olika branschorganisationer som bl a representerar olika material. Vår strävan är att vara världens mest hållbara möbelmässa.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Förbättra bolagets lönsamhet och ekonomiska resultat				 Implementera målstyrning med tydlig koppling till strategiska fokusområden och som driver aktiviteter mot ökad lönsamhet Analys Målstyrning med utgångspunkt från Vision, Mission, Strategier och Värdegrund etablerad i form av företagsövergripande KPI:er som ska följas upp varannan månad med start i mitten av maj för T1 lanserad i alla chefsled samt på Let's talk (personalmöte med samtliga medarbetare). Implementering av

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
				företagsövergripande Aktiviteter som är kopplad till respektive KPI initierad.
				▶ Utveckla plattform för internrapportering, analys och uppföljning för att tillgängliggöra och synliggöra lönsamhet i organisationen. Analys Power BI utvecklas kontinuerligt för att tillvarata dynamisk uppföljning av verksamheten. Månadsrapport har utvecklats för presentation till Företagsledningen i mitten av varje månad med start från mitten av april med syfte att respektive ledningsgruppsmedlem ska ta det vidare till sin respektive organisation. Medverkan i projektuppföljningsmöten och Kommersiella ledningsgruppen från controllers.
 Söka strategiska partnerskap för att stärka Stockholmsmässan AB:s marknadsposition				▶ Etablera minst ett strategiskt samarbete inom något av områdena Design, Samhällsbyggnad, Hållbarhet, Vatten eller mat. Analys Vi planerar tillsätta en projektgrupp som skapar en helhetsupplevelse att Staden bjuder på en designvecka under v6 varje år när Stockholm Furniture & Light Fair och Stockholm Design Week äger rum. Vecka ska andas designvecka redan när man landar med flyg, ankommer med tåg, båt eller bil till Stockholm att Stockholm älskar design genom skyltar, aktiviteter, informationsplatser mm. Vi ska engagera och involvera alla museer, kulturhus, parker, restauranger mm att vilja göra aktiviteter inom design som antingen har premiärer under v6 och håller på längre under vår och sommar eller bara gör en pop up verksamhet under v6. Ett första möte är genomfört mellan VD på Stockholmsmässan och affärsområdeschef från Stockholmsmässan och representanter från Visit Stockholm.
				▶ Lansera ett innovationspris inom Design Events Analys Skapapriset tar över Stockholms Stads accelerationspris. Detaljer som arbetsresurser, prispengar, prisutdelningsplats sätts nu. Första prisutdelning kommer att ske 2023

3.2. Stockholm använder skattemedlen effektivt till största nytta för stockholmarna



Integration med Stockholms Stad

Bolaget blev helägt av Stockholms Stadshus AB den 21 mars 2021. Under sommaren 2021 inleddes ett arbete med en övergripande kartläggning inom vilka områden och hur bolaget påverkas av att bli helägda av Stadshus AB. Med utgångspunkt i kartläggningen, som blev klar sent hösten 2021 har sedan därefter en integrationsplan arbetats fram under T1, vilket i praktiken är en tidplan för olika aktiviteter för olika typer av anpassning. Den externa konsult som anlätades för detta arbete med start i november 2021 har i uppdrag att säkerställa att resurser och kompetens finns för att genomföra integreringsplanen som vid rapportering av T1 bland annat omfattar Lagen om Offentlig Upphandling, plan för anpassning till Stockholms stads regler kring informationssäkerhet samt Arkiv, Offentlighet och Sekretess. I uppdraget ingår även att säkerställa att

bolaget anpassar arbetssätt, rutiner mm i enlighet med vad som har överenskommits med Stockholms Stadshus i respektive del.

Systematiskt kvalitetsarbete

Stockholmsmässan är certifierad enligt ISO 20121 Hållbarhet vid evenemang och som nämnts tidigare förnyades detta under T1. Certifieringen är en tredjepartscertifiering och kontrolleras av en extern revisor. Stockholmsmässan arbetar i dialog med medarbetare, kunder, besökare, leverantörer och andra intressenter med ständiga förbättringar för att driva på en mer hållbar mötesindustri.

För att skapa en tydlighet i hur utveckling och förändring drivs i bolaget finns ett sk utvecklingsforum. Syftet med utvecklingsforum är att säkerställa att bolaget har rätt utvecklingsprojekt i portföljen utifrån Stockholmsmässans strategiska riktning och givna förutsättningar, t.ex. resurser och beroenden mellan utvecklingsprojekt. Forumet ansvarar för att säkerställa framdrift och stötta för att få ut önskade effekter av utvecklingsprojekten. Utvecklingsforum är ett tvärfunktionellt team bestående av företagsledningen samt representanter från IT och affärsverksamheten. Utvecklingsforum har haft 3 möten under T1.

Digitaliseringens möjligheter

Stockholmsmässan bedriver inget brett innovationsarbete sett till digitalisering, utan har valt en strategi som går ut på fokuserad digitalisering. Fokuserad digitalisering är i praktiken ett mer operativt angreppssätt, där effekterna av digitaliseringen skall vara tydliga och ligga inom en rimlig tidsperiod.

Stockholmsmässan fortsätter under 2022 utveckla e-handeln för försäljning av kringtjänster. Som en viktig del av effektiviseringen av försäljningen rullas en nyutvecklad lösning för digital platsbokning och försäljning av monterytan ut i stor skala under 2022. Skarp lansering blev i samband med sk reblooking, då befintliga utställare kontaktas inför deltagande på nästa mässgenomförande, av Nordiska Trädgårdar i början av april.

Uppföljning av upphandlade avtal

Stockholmsmässan sätter stort värde i en nära dialog med dess leverantörer. Detta är särskilt viktigt och i praktiken helt avgörande för leverantörer som är en del i produktion eller genomförande av event i anläggningen. Många leverantörsförhållanden är att likna med partnerskap, där leverantören och Stockholmsmässan jobbar starkt integrerat och där kunden i många fall har svårt att avgöra vem som jobbar för Stockholmsmässan och vem som arbetar på uppdrag av Stockholmsmässan. Extra fokus kommer att under maj-juni läggas på den med vår partner gemensamma utvärderingen av bemanningen av servicefunktioner under event-genomföranden under april.

Eventverksamheten är kraftigt cyklisk, vilket innebär att beställningar och avrop varierar stort över tid. Detta är något som ställer höga krav på leverantörens kapacitet och planeringsförmåga, men en tät dialog med leverantören är också en kritisk framgångsfaktor. Den kraftiga variationen i verksamhetens intensitet får effekter för i stor sett samtliga leverantörsförhållanden. I den löpande dialogen med större leverantörer sker minst en årlig uppföljning av avtalet.

Upphandlingar med marknadsdialog

Marknadsdialog är en naturlig del i upphandling av avtal knutna till eventverksamheten, då denna verksamhet är komplex och ofta ställer särskilda krav på leverantören, ex vad gäller flexibilitet och snabba omställningar i efterfrågan. Leverantörsdialog är naturligt att genomföra då det handlar om leverantörer som är en del i produktionen eller genomförandet av event. Under 2022 planerar Stockholmsmässan för en marknadsdialog i samtliga de upphandlingar som genomförs inom produktions- eller servicefunktioner, men under T1 har ännu inga sådana upphandlingar påbörjats. Den kraftiga variationen i verksamhetens intensitet får effekter för i stor sett samtliga leverantörsförhållanden. I den löpande dialogen med större leverantörer

sker minst en årlig uppföljning av avtalet.

Upphandlingar med marknadsdialog

Marknadsdialog är en naturlig del i upphandling av avtal knutna till eventverksamheten, då denna verksamhet är komplex och ofta ställer särskilda krav på leverantören, ex vad gäller flexibilitet och snabba omställningar i efterfrågan. Leverantörsdialog är naturligt att genomföra då det handlar om leverantörer som är en del i produktionen eller genomförandet av event. Under 2022 planerar Stockholmsmässan för en marknadsdialog i samtliga de upphandlingar som genomförs inom produktions- eller servicefunktioner, men under T1 har ännu inga sådana upphandlingar påbörjats.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
 Tillsammans med Stockholms Stadshus AB planera för bolagets integration i Stockholms stad. Integrationen ska anpassas efter de strategiska avvägningar som görs för bolaget				 Fullfölja påbörjat arbete med plan för integration i Stockholms Stad. Analys Huvudsakligen tre områden som arbetats med under T1: Plan för LOU-anpassning, förankrad med Stockholms stadshus AB den 31 januari Plan för informationssäkerhetsanpassningen, förankrad med Stockholms stadshus AB den 21 april Plan för Arkivanpassningen, förankrad med Stockholms stadshus AB den 3 maj Vidare pågår integrering vad avser den nya Visseblåsarlagen, anpassning kommer i någon grad ske till stadens regler kring motor och representation och ett flertal nyckelmedarbetare har fått tillgång till stadens intranät vilket underlättar integreringsarbetet framåt.
	 Andel upphandlade avtal där kontinuerlig uppföljning genomförts Analys Inga upphandlade avtal under T1.		93 %	
	 Andel upphandlingar där marknadsdialog har genomförts Analys Inga upphandlade avtal under T1.		100 %	 I upphandlingar inom produktion och fastighet skall, där det är relevant, skadliga ämnen i varor och kemiska produkter beaktas i utvärderingen av leverantörer. Analys OK. Upphandlingar inom dylika områden ej utförda under Tertial 1.

Bolagsstyrelsens mål för verksamhetsområdet	Indikator	Periodens utfall	Årsmål	Aktivitet
	  Sjukfrånvaro Analys	1,2 %	2,9 %	
	  Sjukfrånvaro dag 1-14 Analys	0,6 %	1,4 %	