

---

# **Tertialuppföljning I 2022**

## **Centrala Nacka marknadsbolag AB**

Styrelsemöte 3 220512, Bilaga 2

Katarina Wählin Alm



**CENTRALA  
NACKA**

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Sammanfattning .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Bakgrund.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Verksamhetsresultat .....</b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>Ekonomiskt resultat .....</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>God ekonomisk hushållning.....</b>	<b>6</b>
<b>6</b>	<b>Måluppfyllnad och åtgärder .....</b>	<b>6</b>

## I Sammanfattning

Centrala Nacka marknadsbolag AB bildades och startades i mars 2020. Bolaget stödjer arbetet med att utveckla kännedom och koordinera marknadsföringsinsatser av Centrala Nacka i syfte att skapa större attraktivitet och utveckla platsen med utgångspunkt från det gemensamma konceptet och målbilden Naturban. Bolaget utgör en plattform för projektsamverkan som stärker det långsiktiga samarbetet mellan de fastighetsaktörer som är verksamma i området.

Budget för 2022 är fastställd av bolagets styrelse baserad på affärsplan, finansieringsupplägg och planerade aktiviteter.

*En marknadsplan är framtagen för året med ett antal olika aktiviteter. Då möjligheten att utföra fysiska event på grund av pandemin i början på året har ett större fokus har lagts på etableringsfrågor och hög digitala närvaron i olika sociala medier, redaktionella artiklar mm.*

*Bolaget redovisar ett positivt resultat om cirka 586 tusen kronor under perioden, vilket är 431 tusen kronor högre än periodens budget. Detta beror främst på lägre kostnader på grund av uteblivna marknadsaktiviteter och därmed en lägre uppberedningsgrad generellt under tertiet samt eftersläpande fakturering.*

*Prognosen avseende kostnader och intäkter för helåret bedöms ligga i linje med årets beslutade budget.*

*Sammanfattningsvis är bedömningen att samverkan med berörda fastighetsaktörer, digital marknadsföring och kommunikation löper på enligt mål och plan. Fler marknadsaktiviteter på plats samt ökad dialog med Nackaborna har goda förutsättningar att genomföras under året.*

## 2 Bakgrund

Centrala Nacka marknadsbolag AB bildades och startades i mars 2020. Bolaget stödjer arbetet med att utveckla kännedom och koordinera marknadsföringsinsatser av Centrala Nacka i syfte att skapa större attraktivitet och utveckla platsen med utgångspunkt från det gemensamma konceptet och målbilden Naturban, vilket utvecklats i samverkan med kommunen, engagerade fastighetsaktörer med flera. Bolaget utgör en plattform för projektsamverkan som stärker det långsiktiga samarbetet mellan de fastighetsaktörer som är verksamma i området.

### Marknadsbolagets målsättning är att bidra till:

- att stärka kännedomen om Centrala Nacka som en attraktiv miljö och plats som attraherar nya investerare, boende och verksamheter, vilket i sin tur stärker stadsutvecklingen och kommunens markvärden långsiktigt.
- skapandet av en unik och attraktiv plats åt Nackaborna som stärker näringsliv, kultur, idrott och skola, en plats som bidrar till tillväxt och skapar stolthet
- att verka utifrån Central Nackas vision och koncept – Närhet och naturbant. Där naturen och det urbana möts på nya sätt. Och trivs tillsammans.
- kommunens övergripande mål - Maximalt värde för skattepengarna, bästa utveckling för alla, attraktiva livsmiljöer samt en stark och balanserad tillväxt.

Lanseringen av bolaget och visionen för Centrala Nacka skedde i september 2020 tillsammans med de första byggaktörerna på Nya gatan. I samband med detta invigdes också Centrala Nackas mötesplats "Green room" placerat vid entrén till den kommande stadsparken.

Flera nya bostadskvarter växer fram på Nya Gatan med olika engagerade fastighetsaktörer och partners involverade - Botrygg, Storstaden Bostad, Sveafastigheter Bostad, Kungsvåningen AB, Wallenstam och OBOS Bostadsutveckling AB. Detta innebär att samtliga tomter är anvisade och över 1000 nya bostäder med nya lokaler är under genomförande i området som är den första etappen i utvecklingen av Centrala Nacka.

### 3 Verksamhetsresultat

En marknadsplan är framtagen för året med ett antal olika aktiviteter. Då möjligheten att utföra fysiska event på grund av pandemin i början på året har ett större fokus har lagts på etableringsfrågor och hög digitala närvaron i olika sociala medier, redaktionella artiklar mm.

- En fördjupad marknadsundersökning för Centrala Nacka är genomförd av WSP.
- I mars invigdes Nackarummet i Nacka forum, ett samarbete mellan Nacka kommun, FUT och URW.
- I april genomfördes det första fysiska eventet på länge, ett lyckat påskevent i Nackarummet för närboende, partners och Nackabor.
- Marknadsbolaget planerar för deltagande i Nacka Företagarträff i maj.
- Planering pågår för ett större event i juni, en gatufest på plats på Nya gatan.
- Löpande samverkansmöten och forum pågår enligt plan med fastighetaktörerna.

En Naturban markanvisningstävling på fritidsgårdens 2:ans tomt i Parkkvarteren är genomförd med Selvaag Bostad som vinnare, vilket stärker både konceptet och marknadsföringen för området.



## 4 Ekonomiskt resultat

Bolaget ska finansiera sin verksamhet genom så kallade partneravgifter. Nacka kommun har betalat in åtta miljoner som ett förskott på kommunens partneravgifter. Inbetalningen möjliggör att bolaget har finansiell styrka att etablera sig och bedriva värdeskapande aktiviteter. Kommunen står för en större del av finansieringen och aktiva partners bidrar till att medfinansiera verksamheten och projektsamverkan genom årliga partneravgifter.

Budget för 2022 är fastställd av bolagets styrelse baserad på affärsplan, finansieringsupplägg och planerade aktiviteter.

Mnkr	jan - april			2022		
	Utfall 202204	Budget 202204	Avvikelse	Års prognos 2022	Årsbudget 2022	Avvikelse årprogn/budget
<b>Resultaträkning CNAB</b>						
<b>INTÄKTER</b>						
30010 Partneravgift kommunen exkl 25% moms	908 333	908 333	0	2 725 000	2 725 000	0
30011 Partneravgift fastighetsägare exkl 25% moms	62 660	88 332	-25 672	500 000	500 000	0
30020 Övriga avgifter 25% moms	0	0	0	0	0	0
30021 Övriga avgifter fastighetsägare 25% moms	0	0	0	0	0	0
<b>Nettoomsättning</b>	<b>970 993</b>	<b>996 665</b>	<b>-25 672</b>	<b>3 225 000</b>	<b>3 225 000</b>	<b>0</b>
<b>Summa rörelsens intäkter</b>	<b>970 993</b>	<b>996 665</b>	<b>-25 672</b>	<b>3 225 000</b>	<b>3 225 000</b>	<b>0</b>
<b>KOSTNADER</b>						
59000 Marknadsaktiviteter, reklam och PR	-103 396	-250 000	146 604	-950 000	-950 000	0
64210 Revision	5 000	0	5 000	-69 000	-69 000	0
65300 Redovisningstjänster	0	0	0	0	0	0
65400 IT tjänster	0	0	0	0	0	0
65501 Konsultkostnader, Projektledning	-215 700	-365 000	149 300	-1 325 000	-1 325 000	0
65700 Bankkostnader	-3 600	0	-3 600	0	0	0
65900 Övrig budget reserv	0	0	0	-200 000	-200 000	0
65901 Övriga externa tjänster, förvaltning	-21 600	-83 333	61 733	-250 000	-250 000	0
65910 Kommunikationstjänster	-3 025	-100 000	96 975	-300 000	-300 000	0
69910 Övriga externa kostnader, avdragsgill	0	0	0	0	0	0
69920 Övriga externa kostnader, ej avdragsgill	0	0	0	0	0	0
74300 Övriga administrativa tjänster	0	-2 000	2 000	-6 000	-6 000	0
<b>Övriga externa kostnader</b>	<b>-342 320</b>	<b>-800 333</b>	<b>458 013</b>	<b>-3 100 000</b>	<b>-3 100 000</b>	<b>0</b>
78320 Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-42 127	-41 667	-461	-125 000	-125 000	0
<b>Summa rörelsens kostnader</b>	<b>-384 448</b>	<b>-842 000</b>	<b>457 552</b>	<b>-3 225 000</b>	<b>-3 225 000</b>	<b>0</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>586 546</b>	<b>154 665</b>	<b>431 880</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>						
84621 Räntekostnader och liknande resultatposter	-112	0	-112	0	0	0
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>586 434</b>	<b>154 665</b>	<b>431 768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Årets resultat</b>	<b>586 434</b>	<b>154 665</b>	<b>431 768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Periodens resultat</b>	<b>586 434</b>	<b>154 665</b>	<b>431 768</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Tabell: Resultat för perioden jan – april samt prognos för hela året 2022.

Bolaget redovisar ett positivt resultat om cirka 586 tusen kronor under perioden, vilket är 431 tusen kronor högre än vad som är budgeterat för perioden. Detta beror främst på lägre kostnader på grund av uteblivna marknadsaktiviteter och därmed en lägre uppberedningsgrad generellt under tertiet samt eftersläpande fakturering. Prognosen avseende kostnader och intäkter för helåret bedöms ligga i linje med årets beslutade budget.

Inga större investeringar är planerade för året. Investeringen för Green room och anläggningar/utrustning kopplade till platsen skrivs av löpande under en femårsperiod.

## 5 God ekonomisk hushållning

Bolagets ambition och mål är att skapa långsiktiga värden genom att aktivt stärka Centrala Nacka som attraktiv plats att bo, verka och investera i. I affärsplanen är specifika målvärlden definierade på kort och lång sikt och kommer att vidareutvecklas efter hand.

- *Ekonomisk hushållning* – Generellt skall bolaget verka och drivas utifrån samma åtgärdsprogram och styrprinciper som kommunen i övrigt. I detta skede innebär det bland annat *effektiv resurssättning, aktiviteter som är kostnadseffektiva* relativt nyttan samt samordning inom kommunen för att identifiera gemensamma möjligheter och aktiviteter med mera.
- *Finansiella mål* – en budget i balans för året skall uppfyllas, vilket bedöms uppnås. Bolagets uppdrag är att bidra till att öka attraktiviteten för att investera, bo och verka i Centrala Nacka och därmed också långsiktigt bidra till en attraktiv livsmiljö och ökade markintäkter. *Målet är att kommunens insats om 8 miljoner kronor skall räcka i minst tre år och att bolaget härutöver ska finansieras av andra fastighetsaktörer. Budgeten för perioden till och med 2022 ligger i linje med målet.*
- *Verksamhetens mål* – Verksamheten har hittills startat upp i enlighet med affärsplanens och marknadsplanens intentioner att långsiktigt stärka Centrala Nacka som plats och samverka med externa fastighetsaktörer för att attrahera framtida bostadsköpare, verksamhetsetablering samt investeringar i Centrala Nacka. Samverkan, omfattning och tidplan har dock påverkats av pandemin. *Flera samverkansmöten har genomförts under våren. En fördjupad marknadsundersökning för utveckling av etableringsmanualen har producerats samt ett Påskevent har genomförts enligt Marknadsplanen. Fler event är under planering.*

## 6 Måluppfyllnad och åtgärder

I affärsplanen för 2022 – 2024 redovisas mål och ambitionsnivå för verksamheten. Verksamheten har ännu ej varit igenom ett normalår utan har påverkats av pandemin, varför arbetssätt och omfattning med mera fortfarande är under utveckling.

### Aktiviteter och åtgärder under våren:

- *Introduktion av nya partners i projektsamverkan pågår enligt plan.*
- *Fortsätta genomföra och planera för fler och större fysiska events.*
- *Bättre visualiseringar och filmmaterial för fortsatt kommunikation.*
- *Förbereda och stärka samverkan med stadsutvecklingsprojektet avseende kommunikation med mera, bland annat rörande den Naturbana markanvisningen, Viable city och Nackarummet, pågår.*
- *Fördjupad marknadsundersökning som input i etableringsarbetet.*
- *Fortsatt samverkan med fastighetsaktörer engagerade i området med flera.*

*Sammanfattningsvis är bedömningen att samverkan med berörda fastighetsaktörer, digital marknadsföring och kommunikation löper på enligt mål och plan. Fler marknadsaktiviteter på plats och likaså ökad dialog med Nackaborna har goda förutsättningar att genomföras under året.*