

# Fondansökan kommunikationsinsatser näringsliv

## I. Generell information

<b>Projektamn:</b>	Stärkta kommunikationsinsatser näringsliv
<b>Projektstart- projektstut</b>	2021 T3 – 2024 T2
<b>Framtidsfond:</b>	Framtids- och utvecklingsfond
<b>Ansökt belopp:</b>	3 500 000 kr
<b>Nämnd/er:</b>	Kommunstyrelsen
<b>Ansvarig/a direktör/er:</b>	Anders Börjesson
<b>Kontaktperson:</b>	Anders Börjesson, Anna Trygg
<b>Projektledare:</b>	Tillsätts senare

## 2. Sammanfattning av projektet

### 2.1 Nuläge och problembild

Nacka är en attraktiv kommun att bo och verka i. Om man sammantaget ser till de lokala parametrar som ger goda förutsättningar för att det ska vara enkelt och lönsamt att driva företag är Nacka ett gott exempel. Kundvalet skapar sund konkurrens mellan kommunal och privat verksamhet och skapar god kostnadseffektivitet för kommunalt finansierad offentlig verksamhet. WSP:s robustindex placerar Nacka kommun på en 6:e plats i Sverige och i en analys av företagen i Nacka, genomförd av Bisnode i maj 2021, visar det sig att Nackas företag har ökat sin avkastning med 56% de senaste fyra åren. Under samma period har antalet företag ökat med 45%, vilket är högst i regionen.

Närheten till huvudstaden, tillsammans med attraktiva livsmiljöer med goda förutsättningar för boende och företag har skapat en stark entreprenöriell tradition där det årligen startas cirka 1 000 nya företag. Idag finns det mer än 15 000 registrerade företag varav huvuddelen är mindre företag med färre än 10 anställda. Kännetecknande är också att den absoluta huvuddelen av de som äger och/eller driver företag i Nacka också bor i Nacka.

Branschmässigt är spridningen stor även om företag inom bygg och olika typer av företagsservice och -tjänster dominerar. Det bildas visserligen väldigt många nya företag i Nacka varje år, men de större etableringarna, inte minst inom kontorssegmentet, saknas. Antalet nya arbetsplatser ökar dessutom i alldeles för långsam takt.

Företagsrelaterad myndighetsservice rankas som den bästa i Sverige bland större kommuner. Företagen själva säger att man får ett bra bemötande då man tar kontakt med kommunen. Den lokala köpkraften, per capita, hamnar på fjärde plats i en nationell jämförelse. Infrastrukturellt pågår stora satsningar, något som näringslivet alltid efterfrågar. I Svenskt Näringslivs årliga mätning om bästa lokala företagsklimat anges bostadsbyggande som en viktig parameter för företagens utveckling.

I den stora enkätundersökningen, riktad till företagen i Nacka och som blev klar strax före sommaren, redovisar näringslivet att de är nöjda eller mycket nöjda med näringslivsklimatet i Nacka. Dessutom visar den senaste NKI-mätningen att företagen är mer nöjda än någonsin med den kommunala servicen (de områden som mäts är brandtillsyn, bygglov, markupplåtelse, livsmedelskontroll/miljö- samt hälsoskydd och serveringstillstånd). Det sammanfattande värdet är 79, vilket rankingmässigt placerar Nacka som etta bland större kommuner i landet (över 100 000 invånare).

Om så många viktiga parametrar pekar på att det är bra att driva företag i Nacka, hur kommer det sig då att Nacka bara hamnar på en 75:e plats i Svenskt Näringslivs årliga ranking av bästa lokala företagsklimat i Sverige?

Slutsatsen är därför följande:

I enkätundersökningen från i våras var det endast 18% av företagen som hade haft kontakt med kommunen det senaste året och 52% anger att de inte brukar ta del av information från kommunen. Den visar också att kännedomen om kommunens företagsrelaterade tjänster och service är dålig. I Svenskt Näringslivs mätning ser man samma tendens. 53% av företagen som har deltagit i den undersökningen har heller aldrig varit i kontakt med Nacka kommun.

Det är tydligt att kunskapsläget om Nacka och dess styrkor och goda förutsättningar att kunna erbjuda bra tillväxtmöjligheter är alldeles för lågt. I kombination med kommunens starka geografiska läge och det faktum att kommunen bevisligen levererar en bred service med en kvalitet som få andra kommuner är kapabla till, borde generera en större nöjdhet, även bland de företag som ännu inte varit i kontakt med kommunen.

Om Nacka kommun ska ha Sveriges bästa lokala företagsklimat och samtidigt rankas som etta i Svenskt Näringslivs mätning så måste vi nå ut till och inkludera alla de företag som normalt inte har någon kontakt med kommunen. För att det ska lyckas måste den strategiska kommunikationen riktad till näringslivet i Nacka öka rejält i omfattning.

## **2.2 Förslag på lösning**

För att positionera Nacka som en attraktiv företags- och tillväxtkommun med unika fördelar krävs en långsiktig, kraftfull och uthållig kommunikationssatsning som syftar till att skapa ökad lokal kännedom om Nacka och dess komparativa fördelar. Det kommer att krävas en dedikerad näringslivskommunikatör som på daglig basis verkställer inritningen i den strategiska kommunikationen som ska fokusera på följande:

- stärka den positiva bilden av Nackas goda företagsklimat och unika etableringsmöjligheter och öka kännedomen om det samma i relevanta målgrupper, inte minst bland företag i Nacka
- visa på de goda möjligheterna att driva och utveckla verksamhet i Nacka
- tydliggöra och kommunicera kommunens alla fördelar, som är relevanta för valda målgrupper och branscher i Nacka

Kommunikationsarbetet genomförs i "kampanjform" under tre år och initieras med tydliga kvantitativa och kvalitativa målsättningar, planerade kommunikations- och PR/PA-aktiviteter, en sammanhållen målinriktad kommunikation i samtliga kommersiella relationer och möten, som ger en tydlig, intressant och attraktiv bild av Nacka som näringslivskommun.

Den övergripande kommunikationen ska handla om att skapa kunskap, kännedom och förtroende för kommunen som helhet, men också för renodlade och mer företagsrelaterade serviceprocesser. Exempel på det sistnämnda är inköp, miljö, mark och NKI-relaterad myndighetsutövning.

Grunden för arbetet är en kommunikativ plattform som ligger till utgångspunkt för regelbunden och konsekvent kommunikation i de kanaler som når relevanta beslutsfattare i Nackas näringsliv och andra relevanta nätverk. För att lyckas krävs att kommunikationen är relevant ur ett mottagarperspektiv varför första steget är att genomföra en större marknadsundersökning som vänder sig till prioriterade företag, eller branscher. Utifrån det definieras den kommunikativa plattformen och de strategiska avvägningarna.

För att stötta arbetet krävs en intern lansering och aktivering av medarbetare och talespersoner på alla nivåer i kommunen. Arbetet sker på strategisk, operativ, taktisk och personlig nivå. Samtliga medarbetare som har näringslivskontakter rustas för att vara "ambassadörer" för Nacka som företagarkommun. Många företag vill också vara ambassadörer för det goda lokala företagsklimatet men behöver då involveras ännu mer i att gemensamt vara med och skapa bilden av Nacka som Sveriges bästa företagskommunen.

Exempel på insatser och aktiviteter;

- **Nyhetsbrev och VD-nätverk**  
Försätta arbetet med näringslivsdagar och luncher. Komma ut med regelbundna nyhetsbrev om utvecklingen inom Nackas positiva näringslivsklimat. Skapa VD-nätverk etcetera.
- **Aktiviteter och nätverk med tydligt hållbarhetsfokus**  
Internt finns det aktiviteter som krockar arm med dessa önskemål och som därför bör kopplas samman med den utökade näringslivsinriktade kommunikationen. Exempel på detta är miljönätverket, olika av hållbarhets- och miljöprojekt som är under uppstart, etcetera
- **Ökad kunskap om inköpsprocessen**  
Inköpsenheten genomför idag en serie seminarier som syftar till att skapa kunskapen bland företag, i och utanför Nacka, om kommunens behov på kort och lång sikt samt även kunskap om vilka upphandlingsmodeller och digital teknik kommunen använder.
- **Kommunikation kring mark för etablering och tillväxt**  
Arbetet med att ta fram och detaljplanera kommunal mark för företagsetablering pågår ständigt. Detta är långa processer. Därför är det viktigt att kommunikativt stödja dessa processer på rätt sätt så att kunskap når fram till företag, primärt i Nacka, att mer verksamheter är på gång.

Arbetet drivs av näringslivsdirektören i samspel med en strategisk kommunikationsprojektledare/näringslivskommunikatör och ett utförarteam.

## 2.3 Mål

Projektets övergripande målsättning är att skapa ett ökat intresse bland företag att etablera sig och växa i Nacka, men också ge ett större engagemang och stolthet i att vara del i en befintlig tillväxtmiljö med mycket stor potential. Det ska också leda till att alla de unga snabbväxande småföretag som idag finns i Nacka ska välja att förlägga sin fortsatta utveckling i kommunen.

Företag som växer, oavsett om de finns i Nacka eller inte, ska finna det självklart att etablera och/eller investera i mark och lokaler i Nacka. Vidare ska fastighetsbolag ha ett ökat initierat intresse av att investera i nya kommersiella lokaler i Nacka. Slutligen innebär det att Nacka ska bli en självklar och viktig pusselbit i Stockholmsregionens utveckling.

### Målsättning

- Nacka kommun ska ha Sveriges bästa företagsklimat och rankas som etta i Svenskt Näringslivs årliga mätning
- 9 av 10 företag i Nacka ska anse att företagsklimatet i kommunen är nära eller mycket nära ett idealiskt företagsklimat
- 9 av 10 företag i Nacka kan tänka sig att rekommendera andra företag att etablera i kommunen

## 3. Framtidsfondernas grundläggande kriterier

*För att beviljas medel ur framtidsfonderna har Kommunstyrelsen beslutat KFKS 2020/918 att nedanstående kriterier ska vara uppfyllda. Kommentera nedan på vilket sätt projektet är tänkt att motsvara dessa kriterier.*

Kriterier för fondmedel:	Kommentar
<b>1. Utanför ordinarie driftsbudget:</b> Extraordinära insatser som vi normalt inte kan hantera i driftsbudgeten	Projektets omfattning och tidsplan är inte möjligt att genomföra inom ramarna för den ordinarie verksamheten ramar.
<b>2. Ej utökad driftsram:</b> Av engångskaraktär och får inte medföra utökad driftsram efter genomförande	Projektet planeras pågå under 3 år och förväntas inte medföra en utökad driftsram efter genomförandet.
<b>3. Tid, ej investeringar:</b> Kan finansiera utvecklingstid och/eller tjänster, inte rena investeringar	Projektbudgeten finansierar tid för en dedikerad näringslivskommunikatör och genomförande av kommunikationsinsatser inom näringslivsområdet. Projektbudgeten innehåller inte några investeringar.

<b>Nackakriterier:</b>	
<b>4. Mätbart:</b> Ska skapa mätbart värde för Nackaborna och ge långsiktiga positiva effekter	<b>Förbättrade förutsättningar för näringslivsetablering och tillväxt</b> (antal nyetablerade företag, antal sysselsatta) <b>Förbättrat företagsklimat</b> (servicemätning, näringslivsranking) <b>Ökad lokal och regional synlighet</b> mäts löpande
<b>5. Bidra till målen:</b> Insatserna ska vara i linje med Nackas övergripande mål	Målet för projektet är att bidra till uppfyllelse av kommunens övergripande mål genom att främja förutsättningarna för ett expansivt näringsliv och tillväxt av sysselsatta, fler företag i alla storleks- och bransch kategorier samt ökad nöjdhet bland företag i hela kommunen.
<b>6. Effektiva arbetsätt:</b> Nytänkande och utvecklande av nya arbetsätt för att "Växa-utan-att växa"	Projektet förväntas bidra till effektivare arbetsätt genom en ökad kompetens inom näringslivsrelaterat kommunikationsarbete samt utveckla och bidra till att utveckla effektiv intern samverkan mellan processer och enheter som kommer i kontakt med företag på olika sätt.
<b>7. 10/25</b> Stödja ambitionen 10 % bästa kvalitet och 25 % mest kostnadseffektiv	Genom ökad kompetens samt utveckling av nya metoder för det näringslivsinriktade kommunikationsarbetet skapas smarta lösningar som bidrar till kostnadseffektivitet, ökad intern samverkan samt gemensam utveckling inom tillgänglighet och bemötande.

#### 4. Prioriteringsunderlag för KS beslut

*Din ansökan kommer att bedömas utifrån nedanstående prioriteringsgrunder. Kommentera nedan på vilket sätt projektet motsvarar dessa.*

#### Ger större mervärde för Nackasamhället

Projektet bidrar till att skapa en ökad nöjdhet bland Nackas företagare, bättre förståelse för den service och det stöd kommunen kan bidra med och därmed en vilja att fortsätta utveckla verksamheten i Nacka. Detta får sannolikt även positiva effekter på nöjd-medborgar-index eftersom 87% av företagen ägs/drivs av Nackabor. Detta medför fler sysselsatta, en större dagbefolkning samt fler Nackaföretag som kan rekommendera andra företag att etablera sig i Nacka. Projektet bidrar också, tillsammans med andra processer, till ökat utbud av service, restaurang och handel.

## Ökar intern samverkan och kommungemensam nytta

Det interna näringslivsarbetet är en tvärgående process som berör de flesta processer i kommunen. Projektet kommer att bidra till att den rollen stärks och att ökad intern samverkan blir en naturlig del i en utveckling och förbättring av näringslivsrelaterad service och bemötande.

## Bidrar till mer effektiva och smartare lösningar

Ja, samordnade näringslivsinriktade kommunikationsinsatser skapar en tydligare sammanhållen bild av kommunen som en del i den lokala tillväxtmotorn. Detta underlättar för näringslivet.

## Projektet hade inte varit möjligt att genomföra i närtid utan medel från framtidsfonderna

Projektets storlek och tidsplan medför att det inte skulle vara möjligt att genomföra inom ramarna för den ordinarie verksamheten.

## 5. Budget och nyttokalkyl

	2021	2022	2023	2024
Näringslivskommunikatör	200 000	500 000	500 000	500 000
Aktiviteter/event/ annons/bilder/film/ nyhetsbrev, etcetera	300 000	500 000	500 000	500 000
	<b>500 000</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>
			<b>Totalt:</b>	<b>3 500 000 kr</b>

Inga investeringar ingår i projektet.

## 6. Övrig relevant information

Här kan du lämna ytterligare information som du tror är viktig för bedömning och prioritering av er projektansökan.

-

Nacka, datum: 2021-09-09

---

*Namn*

Nämndordförande

---

*Anders Börjesson*

Direktör

---

*Anna Trygg*

Enhetschef

## **Kommunikationsplan (inspel till framtidsfond)**

### **Syfte med kommunikationen**

- Att stärka Nacka kommuns position som attraktiv näringslivskommun
- Att bidra till att attrahera relevanta företag (och andra arbetsgivare) till att etablera sig i Nacka kommun
- Att hela västra Sicklaön (där t-banan kommer att finnas) blir en relevant del av hela det regionala utbudet av attraktiva verksamhetslokaler
- Skapa kännedom hos företag att de, genom att etablera företaget i Nacka kan konkurrera om attraktiv arbetskraft som idag pendlar till city men som egentligen vill arbeta närmare hemmet.
- Skapa intresse bland större kommersiella (verksamhetslokaler) fastighetsaktörer att investera i nya lokaler i Nacka. Såväl befintliga aktörer såväl som nya.

### **Övergripande kommunikationsinnehåll - "Nacka som plats att leva och verka i"**

- Vackra boendemiljöer
- Bra läge
- Infrastruktursatsningar
- Naturnära
- Möjligheter till ett aktivt liv
- Innovativa miljöer
- Bra utbud
- Ett dynamiskt näringsliv
- "Nackaeffekten"
- Livspusslet

80 % av alla företag ägs/drivs av Nackabor. Det finns därför många komponenter som bidrar till hur Nacka uppfattas som näringslivskommun – mycket relaterat till hur det är att leva i Nacka – hur trafiken funkar? Är skolan bra? Är förskolan bra?

De allra flesta företag har ingen kontakt med kommunen i sin roll som företagare och har inte heller ett sådant behov. I de fall man har kontakt med kommunen, av en eller flera orsaker ska detta naturligtvis fungera väl.

### **Behov:**

- Det krävs en resurs som kan leda det övergripande kommunikationsansvaret
- Arbetet kring näringslivskommunikations ryms i dagsläget inte inom dagligt arbete

- Näringslivsstrategin behöver kompletteras med kommunikation kring de strategiska inriktningarna vilket saknas

### **Vad vill vi göra?**

- Ytterligare analys av Nackaenkäten för att identifiera utvecklingsområden som är värdeskapande för Nackas näringsliv
- Analys och workshop kring Nackas story med inkluderande budskap för att identifiera USP:ar etc
- Ta fram en strategisk kommunikationsplan med fokus på uttalad story under en treårsperiod
- Initiera och driva en löpande kommunikation mot befintliga företag samt potentiellt nya företag med syfte att stärka Nackas position som näringslivskommun

### **Förslag på kommunikationsinnehåll:**

#### **Näringslivsenheten**

- Nacka Företagarträff
- Frukostakademin
- Andra seminarium/träffar för företag
- Svenskt Näringslivs ranking
- Nya företag (av allmänintresse) / nya huvudkontor
- Porträtt av företagaren bakom företaget?
- Nackaenkäten – vad har företagen för förväntningar på kommunen och hur uppfyller vi dessa?

#### **Inköp**

- Upphandlingar som annonseras just nu
- Upphandlingar på gång nästa halvår/år
- Tecknade avtal med nya leverantörer
- Vad handlar vi? För hur mycket?
- Upphandlingsskola

#### **Skola**

- Nya skolor
- Skolmätningar
- PRAO
- Samverkan skola/arbetsliv

#### **Kultur / idrott**

- Satsningar på idrott & kultur
- Planering av idrottsytor

## **Kommunens service**

- Bygglov
- E-tjänster/digitalisering
- NKI

## **Stadsutveckling & trafik**

- Större avstängningar?
- Stadsutvecklingen i sammanfattande form
- Verksamhetsområden
- Markanvisningar