

# Näring till närlingslivet!

NÄRINGSLIVSPOLITISK STRATEGI FÖR MALMÖ STAD

<b>NÄRINGSLIVSPOLITISK STRATEGI FÖR MALMÖ STAD .....</b>	<b>3</b>
<b>VISIONEN FÖR MALMÖ STADS NÄRINGSLIVSPOLITIK.....</b>	<b>10</b>
<b>MÅL FÖR MALMÖ STADS NÄRINGSLIVSPOLITIK.....</b>	<b>16</b>
<b>MÅLGRUPPER.....</b>	<b>19</b>
<b>SAMSPELET MALMÖ STAD OCH NÄRINGSLIVET .....</b>	<b>23</b>
<b>ÅTGÄRDSINRIKTNING – EN "MALMÖ-ELVA" .....</b>	<b>30</b>
<b>NÄSTA STEG .....</b>	<b>42</b>

# **Näringslivspolitisk strategi för Malmö stad**

## **STRATEGIN SKA**

*Utveckla insikt och förhållningssätt till näringslivet.*

*Stimulera till dialog och mötesplatser.*

*Öka företagens konkurrenskraft och Malmös attraktionskraft inom olika profilområden  
– via ett aktivt partnerskap mellan stad och näringsliv.*

*Öka stadens engagemang och bidrag när det gäller företagens framtidsfrågor kring kompetensbehov, innovationer och entreprenörskap.*

*Utveckla och marknadsföra Malmö som etableringsort.*

*Bejaka Malmös roll för näringslivets utveckling i Skåne och Öresundsregionen.*

## STRATEGINS SYFTEN

- *Strategin ska underlätta och utveckla samspelet mellan Malmö stads politiker, tjänstemän och företagen/näringslivet i Malmö.*
- *Strategin ska vara åtgärdsinriktad och utgå ifrån företagens behov och arbeta i samklang med Malmös övergripande ambitioner för det näringslivspolitiska området. Strategin är inte avgränsad i tid.*
- *Strategin tar sin utgångspunkt i tydliga målsättningar för Malmö stads näringslivspolitiska arbete med fokus på dialog och partnerskap.*
- *Insatserna ska vara fokuserade och långsiktiga i avsikt att främja näringslivets internationella konkurrenskraft och stadens attraktionskraft.*

## MALMÖ STADS AMBITIONER

Viktigt att strategin kan fungera som en tydlig beskrivning av Malmö stads ambitioner och Malmös stads roll när det gäller utvecklingen av näringslivet – till gagn för hela Malmös utveckling.

***Utgångspunkten är att företagen och Malmö stad är ömsesidigt beroende av varandra. En viktig ingrediens i strategin är därför att utveckla en dialog som skapar både en ömsesidig insikt och ett ansvar från båda håll när det gäller Malmös villkor och möjligheter att utvecklas positivt. Rollerna är olika och dialogen ska ta sin utgångspunkt i respekt för dessa olikheter och hur de på bästa sätt kan komplettera varandra.***

*Med visionen att vara "en inspirerande plats att etablera och driva företag på" ska strategin prioritera dialog och mötesplatser som underlättar och synliggör Malmö stads och näringslivets gemensamma intressen. Strategin ska också tydligt bidra till att det skapas ett partnerskap mellan Malmö stad och näringslivet.*

## **STRATEGIN SKA BIDRAGA TILL :**

- *Att skapa långsiktig och hållbar tillväxt för ökad sysselsättning och välfärd.*
- *Att tydliggöra Malmö stads roll för näringslivets utveckling.*
- *Att fokusera på områden som Malmö stad kan och vill påverka.*
- *Att prioritera strategiska och långsiktiga insatser.*
- *Att Malmö stad axlar sitt regionala ansvar som motor för utvecklingen.*
- *Att skapa handlingsfrihet inför framtiden.*

En näringslivspolitisk strategi har inget självändamål utan ska ses som en del av Malmös övergripande mål att "säkerställa en positiv ekonomisk, social och miljömässig utveckling för att Malmö ska bli en god och attraktiv stad att bo, leva, arbeta och verka i".

Strategin beskriver vad som ska göras, hur det ska göras och av vem det ska göras för att det näringslivspolitiska arbetet ska bidra till att Malmö når sina övergripande mål.

# **Malmö stads övergripande mål**



1.

*Malmö ska vara ett tillväxtcentrum  
i Skåne, Sydsverige och Öresundsregionen.*

2.

*I samarbete med andra aktörer ska Malmö stad  
säkerställa att Malmö får en positiv ekonomisk,  
social och miljömässig utveckling så att Malmö förblir  
en attraktiv stad att leva och verka i.*

3.

*Alla Malmöbor ska ha en välfärd som ger  
en god levnadsstandard.*

4.

*Den etniska mångfalden i Malmö ska tas tillvara  
och göras till en strategisk tillgång för staden.*

**Den näringslivspolitiska strategin är utformad  
för att verka i enlighet med dessa övergripande mål.**

# **Vision för Malmö stads näringslivspolitik**

*Malmö är Öresundsregionens mest innovativa och nyfikna stad, där det är extra inspirerande att etablera, driva och utveckla företag.*

## ARGUMENT FÖR VISIONEN

- *Den visar tydligt att Malmö har en hög ambition som "näringslivsstad".*
- *Den visar att Malmö har en stor medvetenhet om näringslivets betydelse.*
- *Den positionerar Malmö i förhållande till andra städer och regioner.*
- *Den visar att vi vill vara en viktig spelare i en av Europas mest spännande regioner.*
- *Den uttrycker mod genom att sticka ut hakan.*

*Denna visionsbeskrivning kan också tjäna som en injektion i arbetet med en samlad vision för Malmö. Det måste självklart finnas en samsyn kring visionen om stadens tillväxt och utveckling.*

# **Mission för Malmö stads näringslivspolitik**

*Malmö stad ska kraftsamla för att skapa  
Öresundsregionens mest inspirerande plats  
att etablera, driva och utveckla företag på.*

## ARGUMENT FÖR MISSIONEN

- *Den visar att Malmö stad aktivt vill arbeta för ett bättre näringslivsklimat.*
- *Den visar att Malmö stad vill vara en förebild inom näringslivspolitik.*
- *Den ger Malmö stads tjänstemän och politiker stor betydelse - och ger dem något att leva upp till och vara stolta över.*
- *Den beskriver en stad som inte tänker stå stilla.*
- *Den skapar nyfikenhet på Malmös planer.*

# Mål för Malmö stads näringslivspolitik



1.

*Malmö stad ska uppfattas som en professionell dialogpart till stadens företag.*

2.

*Malmö stad ska uppfattas som en attraktiv stad att etablera och driva företag i.*

3.

*Malmö stad ska uppfattas som en stad som aktivt medverkar till utvecklingen av starka profilområden i stadens näringsliv.*

4.

*Malmö stad ska uppfattas som en drivande stad som tar ett regionalt ansvar i de näringspolitiska frågorna.*

**Målen ska också stödja de kommunövergripande målen.**

## **SAMMANFATTANDE MÅLBESKRIVNING**

Malmö stad ska utveckla en Malmödialog som bygger på att alla som är professionella inom sitt respektive sakområde har ett förhållningsätt till näringslivet och företagen som utgår från ömsesidig respekt och tydlighet kring alla gemensamma intressen.

Malmö ska – genom att utveckla och marknadsföra sin attraktivitet – nationellt och internationellt rankas som en av norra Europas främsta etableringsorter.

Malmö stad ska i sin planering fortsatt fokusera på och skapa bästa möjliga förutsättningar för starka profilområden i näringslivet.

Malmö stad ska bejaka de regionala förväntningar som finns på Malmö – att Malmö tar på sig en ledarroll i det näringslivspolitiska arbetet.

**Vilka måste vi  
övertyga?**

## MÅLGRUPPER

För att medverka till en positiv utveckling av staden och stadens näringsliv krävs en strategisk samverkan med olika aktörer inom såväl privat som offentlig verksamhet. Målgrupperna är viktiga bärare av och en framgångsfaktor för Malmö stads strategiska näringslivsarbete.

*Politiker*

*De kommunala tjänstemännen*

*Näringslivet i Malmö*

*Näringslivsorganisationer*

*Malmöborna*

*Utbildningsinstitutioner*

*Opinionsbildare*

*Utvalda medier*

*Region Skåne*

*Grannkommuner*

**Vad ska  
målgrupperna veta,  
tänka och känna  
när vi kommunicerat  
med dem?**

## **DE SKA VETA:**

*Att Malmö är en stad som med en aktiv dialog och nya idéer skapar nya möjligheter för sitt näringsliv.*

## **DE SKA TÄNKA:**

*Malmö stad har en spännande syn på näringslivet som bottnar i stor förståelse för företagandets villkor och möjligheter.*

## **DE SKA KÄNNA:**

*Jag fascineras av Malmös syn på näringslivet och känner att Malmö är en injektion både för mig själv och mitt företag.*

# **Samspelet mellan Malmö stad och näringslivet.**

## ATT DRA NYTTA AV VARANDRA

Den nya näringslivspolitiska strategin understryker dialog och öppenhet.

Det ska vara lika enkelt att "prata med Malmö" om man är ett litet företag eller om man tillhör de tunga spelarna som ställer stora krav på kompetens och erfarenhet från Malmös sida.

Av erfarenhet vet vi att det är svårare för de små företagen att "komma till tals" med stadens förvaltningar. Tanken är att det ur ett nära samarbete och en öppen dialog kan skapas både respekt och förtroende mellan parterna som leder till ett fruktbart samtalsklimat.

Näringslivets uppfattning av Malmö stad kommer i hög grad att grunda sig på det sätt på vilket vi väljer att konkretisera och genomföra vår näringspolitiska strategi. Därmed spelar det också en stor roll hur tjänstemännen och politikerna företräder staden i olika sammanhang – och hur de väljer att kommunicera gentemot näringslivets olika representanter.

***Om vi vill att näringslivet ska förstå Malmös ambitioner och vad Malmö står för – ja då är det lika viktigt att Malmö stad förstår sig på näringslivet.***

Detta kan tyckas vara självklart, men att företagsledare och andra företrädare för näringslivet "tycker om Malmö och det Malmö står för" är en förutsättning för att Malmö ska nå de framgångar som eftersträvas.



## **NÄRINGSLIVET SKA VILJA HA EN RELATION MED MALMÖ STAD**

Utmaningen för Malmö stad ligger i att skapa ett näringslivsklimat som tilltalar företagen. Varje företag har sina olikheter och sina behov och därför behöver Malmö stad med sina organisationer vara så effektiva och tillgängliga som möjligt.

*Att förbättra relationerna och dialogen med näringslivet är en resa utan slut.*

Småsaker betyder mycket – Malmö stad har mycket att vinna på att överallt försöka ”snäppa upp sig” – i relationen med näringslivet, i de projekt där vi själva spelar en roll, i samarbetet med företagen och i kontakterna med omvärlden generellt.

För att skapa en stark plattform inför framtiden är det viktigt att Malmö stad själv väljer att tydligt vara en del av utvecklingen av näringslivet i staden. Och därmed också kan visa och förtydliga stadens samlade vilja, ambitioner och syn på framtiden.

## ATT TILLSAMMANS MÖTA FÖRÄNDRINGAR OCH NYA ATTITYDER

Malmö stads utveckling hänger samman med hur väl vi lyckas skapa förutsättningar för en hållbar ekonomisk, social och ekologisk utveckling av näringslivet i Malmö – inte minst med syfte att skapa fler arbetstillfällen i Malmö.

Med ett utvecklat partnerskap mellan Malmö stad och näringslivet kan vi snabbare möta förändringar och nya attityder.

För en stad som Malmö är det viktigt att på det sättet visa att näringslivet är en vital del av stadens utveckling. Men också ta ansvaret för att få "allt att hänga ihop" – dvs också visa hur Malmö ständigt jobbar för "allas bästa". I denna samhällsnytta spelar relationen med näringslivet en stor roll.

*Det är också i den relationen vi kan lyfta begreppet "Malmö" i näringslivets och företagens medvetande, som en del också av deras egen identitet.*

*De har en gång valt att driva sina verksamheter i Malmö – och begreppet Malmö bör då också vara något de känner stolthet och sympati för.*

# Hur ska Malmö stad komma igång?

## INGENTING SKER AV EN SLUMP

Att lyckas föra ut den nya strategin så att den blir allmänt känd och samtidigt blir en viktig del av bilden av Malmö kräver ett hårt arbete.

I Malmös omvärld finns många som behöver påverkas för att de nya tankarna ska få fäste. Till detta behövs sannolikt också ett tema som stärker visionen och arbetet med att förverkliga strategin.

The logo for Malmö is rendered in a bold, green, sans-serif font. The letters are thick and blocky. The 'M' and 'A' have a slightly irregular, hand-drawn feel. The 'L' is a simple vertical bar. The 'M' is also blocky. The 'Ö' is a circle with two dots above it, also in the same green color and style.

*DET ÄR HÄR DET HÄNDER*

## ARGUMENT FÖR ETT SAMMANFATTANDE TEMA

- Det bekräftar på ett enkelt sätt en bild som delvis redan finns – Öresundsbro, Turning Torso och Västra Hamnen, Citytunnel, två (!) nya arenor, ett pulserande stadsliv, ett förändrat näringsliv med tyngdpunkt på framtid mm.
- Det förmedlar dynamik – Malmö är ingen stad som tänker stå stilla och se på när tågen går – Malmö tar initiativ, Malmö möter framtiden med öppna armar, Malmö vill att det ska hända mer.
- Det uttrycker en positiv känsla av att det är nog här man ska vara.
- Det stöttar visionen – en av de mest inspirerande platserna.

# Hur ska strategin verkställas?

”MALMÖ-ELVAN”

## 1. DIALOGER OCH MÖTESPLATSER

Syfte: Att skapa gemensamma plattformar för näringslivspolitiska diskussioner och för "gemensam" uppföljning av den näringslivspolitiska strategin. Öka tillgängligheten och förenkla kontakterna, öka känslan av att "någon lyssnar på mig". Synliggöra framsteg och prestationer och höja nivån i samtalet mellan det offentliga och det privata.

*Åtgärder:*

- Inrätta Malmö Näringslivsråd med representanter från politiken, näringslivet, fackliga organisationer och högskolan.
- Utveckla begreppet "Malmöläget" så att det blir ett återkommande forum för diskussioner och inte bara en trycksak. Lämpligt tema kan vara: ***Där näringslivet får näring.***
- För att skapa en dialog som blir levande och snabb finns tankar om att utveckla "Malmöläget" till en plats också på webben. Dialoger sker nuför tiden i stor utsträckning på webben och Malmö kan där skapa snabba och effektiva kontakt- och informationsmöjligheter. Digital närvaro kan då stödja både verksamheten och visionen – viktigt inte minst i en stad som satsar "ungt och kreativt" och där Nya Media är ett prioriterat profilområde.
- Vidareutveckla existerande mötesplatser som Galakväll, Frukostträffar, Tematräffar – samt utveckla nya, som t ex referensgrupper och workshops.

## 2. ÖPPENHET OCH ÖMSESIDIGHET

Syfte: Grundlägga ett enhetligt bemötande av företagare från stadens sida – och därmed säkerställa en effektiv handläggning och ett bra samarbetsklimat. Utveckla samarbetet i gemensamma frågor och visa tydlighet från kommunens sida. Underlätta företagets direktkontakt med relevant beslutsfattare – och koppla det näringslivspolitiska arbetet till kommunens och förvaltningarnas verksamhetsplaner.

*Åtgärder:*

- Utveckla initiativet "Företagsamma Malmö" både internt och externt. Hur möta en företagare? Genomföra utbildningsinsatser med syfte att "bättre förstå sig på näringslivet" – att inte se problem utan möjligheter. Ansatsen för detta är: ***"Det löser vi – vi är ju i Malmö"***.
- Utarbeta en policy för Malmö stads näringslivspolitiska stöd, både ekonomiska bidrag och andra former av engagemang som Minc, Destinationssamverkan, Citysamverkan, Medeon och Institutet för hållbar stadsutveckling.
- Intensifiera samarbetet kring näringslivsrelaterade frågor utifrån respektive förvaltnings sakansvar. Olika förvaltningar har olika uppdrag – en del överlappar varandra i kontakterna med näringslivet och andra är mer specifika. En bra service och en konsekvent och enhetlig dialog kräver därför samverkan över förvaltningsgränserna.
- Utveckla ett Här & Nu koncept utifrån planerad Front Desk.



### 3. PROFILOMRÅDEN OCH PRIORITERINGAR

*Syfte:* Peka ut ett antal områden som profilerar Malmö och skapar tydlighet om Malmös viljeinriktning och attraktionskraft. Besöksnäringen, Miljöteknik, Life Science, Nya Media, Logistik, Järnväg och Handel är exempel på sådana områden.

Aktuella områden just nu: Miljöteknik, Nya Media, LifeScience, Besöksnäringen

*Åtgärder:*

- Identifiera och visa förutsättningarna – och skapa verktyg för att i partnerskap utveckla dessa profilområden.
- Anpassa och utbilda den interna organisationen för att därigenom skapa bättre förutsättningar att bidra inom prioriterade profilområden.

## 4. PARTNERSKAP OCH GEMENSKAP

*Syfte:* Att skapa ett nytt förhållningssätt och uppmuntra till att samla kommun och privat näringsliv kring gemensamma mål.

*Åtgärder:*

- Etablera partnerskap mellan offentlig och privat verksamhet. Ambitionen ska vara att konsekvent och systematiskt värdera möjligheterna att skapa partnerskap baserat på olika förvaltningars uppdrag och vision. Det finns redan ett antal framgångsrika exempel på innebörden av detta synsätt; Institutet för hållbar stadsutveckling, Malmö Citysamverkan AB, Malmö Destinationssamverkan AB.
- Delta i diskussioner med näringslivet om behov och möjligheter att gemensamt ta ansvar för en viss utveckling – kan gälla utbildning, lärlingsplatser och liknande.
- Att via "Näringslivsrådet" och "Malmöläget" identifiera behov och möjligheter att göra gemensam sak i prioriterade frågor.

## 5. UNGDOMAR OCH FRAMTID

*Syfte:* Stärka ungdomarnas möjligheter att påverka och bidra till idéutveckling och entreprenörskap – och sörja för att behovet av kompetensförsörjning till företagen fungerar. Bidra till näringslivets kompetensbehov genom samverkan mellan kommun, näringsliv, ideell sektor, Malmö högskola och andra kunskapscentra. Viktigt att Malmö stad möter framtiden med "öppna armar" och att det finns ett tydligt "ungdomligt inslag" i strategin.

### *Åtgärder:*

- Ta fram ett handlingsprogram och aktivt medverka till att ungdomars idékraft och entreprenörskap tas tillvara och får det stöd som krävs. Programmet ska samtidigt underlätta och stimulera ungdomars möjligheter att konkurrera om de framtida jobben – vilket också bidrar till att möta företagets kompetensbehov. Detta handlingsprogram ska också lyfta fram arbetsgivarnas del av ansvaret genom att poängtera vikten av att ställa upp med praktikplatser och lärlingsplatser.
- Skapa samverkan mellan näringslivet och utbildningsväsendet genom lärlingsutbildningar, mentorskap och bildande av nätverk mellan företag och utbildningsanordnare – "Lär för livet - med näringslivet".

## 6. INNOVATIONER OCH ENTREPRENÖRSKAP

*Syfte:* Förstärka miljön och förutsättningarna för entreprenörskap och innovationer i Malmö.

*Åtgärder:*

- MINC AB permanentas som Malmö stads bas för utveckling och samordning av innovativa miljöer och innovationssystem. Därmed utgör MINC AB en del av Malmö Stads näringslivsarbete.
- Definiera aktörerna och medverka till att skapa samverkan med – och mellan dem. Ta fram ett program för entreprenörskap och innovationer som beskriver på vilket sätt Malmö stad kan främja detta. Om Malmö ska vara en inspirerande stad måste vi orka inspirera till nytänkande på ett sätt som sätter profil på Malmö som staden där nya saker ser dagens ljus, både i sättet att arbeta och som ett resultat av sättet att arbeta.
- Koppla detta arbete till ett stöd för Malmö Högskolas ambition att bli Universitet, för att därigenom öka förutsättningarna för större forskningsanslag och forskningsresurser.
- Samordna med programmen för ungdomar och utbildning.

## 7. STAD OCH REGION

*Syfte:* Att sätta in Malmö i sina regionala sammanhang – som en viktig del av regionen Skåne och som en del av Öresundsregionen.

*Åtgärder:*

- Definiera vår roll i det regionala samarbetet. Malmös roll som "lokomotiv" i den pågående utvecklingen för Skåne och "StorMalmö".
- Identifiera Malmös öresundsregionala möjligheter.
- Ta vara på kraften i Malmös förbättrade infrastruktur. Med nya kunskapsintensiva och kreativa miljöer, med nya boendemiljöer och med tillgång till Citytunnel, Öresundsbro och Högskola så ökar utvecklingspotentialen – inte bara för företagen – det ger också ett stort bidrag till hela regionens utveckling.

## 8. KRAFTSAMLING OCH FÖRSTÄRKNING

*Syfte:* Kraftsamla och förstärka arbetet med att attrahera företags-etableringar i Malmö och samtidigt skapa expansionsmöjligheter för befintliga företag.

*Åtgärder:*

- Samla de olika resurser som finns spridda i förvaltningarna tillsammans med våra samverkanspartners kring etableringsfrågor.
- Prioritera åtgärder till aktuella profilområden.

## 9. MARK OCH EXPANSION

*Syfte:* Effektivisera planering, fördjupning och precisering av hur markfrågor för näringslivet ska hanteras i Malmö. Öka markberedskapen inför framtida behov.

*Åtgärder:*

- Ta fram ett markprogram som utgör ett förbättrat planeringsinstrument. Komplettera med behov och förutsättningar för ett regionalt samarbete.
- Öka beredskapen inför framtida behov.
- Se över befintliga verksamhetsområden – vårda och utveckla dessa.

## 10. VÄRLDEN OCH OMVÄRLDEN

*Syfte:* Stärka Malmö som "importhamn" för ny kunskap och utnyttja Malmös internationella mångfald. Göra Malmö tydligare som "internationell stad".

*Åtgärder:*

- Utveckla samverkan mellan näringslivet, staden, Malmö Högskola och andra kunskapscentra samt stimulera internationella affärskontakter.
- Tydliggöra vår internationella slagkraft.
- Visa att vi på allvar vill vara en "innovativ och nyfiken stad i en av Europas mest spännande regioner".
- Utnyttja näringslivsrepresentanter som internationella ambassadörer.



## 11. MARKNADSFÖRING OCH KOMMUNIKATION

*Syfte:* Att öka insikten om Malmös vilja och ambition att vara en inspirerande plats att etablera och driva företag på.

*Åtgärder:*

- Att skapa en plattform för kommunikation som säkerställer att vi blir förstådda på rätt sätt.
- Att se till att vår kommunikation uträttar ett arbete och att Malmö kommunicerar på ett sådant sätt att Malmö framstår som en entusiastisk, engagerad och tydlig aktör.
- Att samordna kommunikationsinsatserna för maximal effekt internt och externt.
- Öka insatserna för att göra Malmö intressant också utanför Malmö.

# Nästa steg

EN KONKRET HANDLINGSPLAN  
SOM BYGGER PÅ STRATEGINS HUVUDLINJER

MALMÖ

*DET ÄR HÄR DET HÄNDER*