

2020

Ett annorlunda år

MALMÖ CITYSAMVERKAN AB
ÅRSREDOVISNING 2020





ÅRS REDO VISNING 2020

INNEHÅLL

VD har ordet	3
Variationsrikedom	4
Värdskap	6
Atmosfär	10
Förvaltningsberättelse	16
Resultaträkning	18
Balansräkning	19
Noter	20
Underskrifter	21
Malmö Citysamverkans styrelse 2020	21
Revisionsberättelse	22

VD HAR ORDET

Vi är vad vi heter, Malmö Citysamverkan. Geografiskt verkar vi för företagare och besökare i Malmö City och utveckling tycker vi skapas bäst i samverkan. I vårt fall görs detta arbete i en välutvecklad form mellan det privata näringslivet och kommunen, med oss som navet i mitten. Vi finns till för våra tre delägare – fastighetsägare, handel/restaurang/hotell och övrigt näringsliv, samt Malmö stad – och alla våra insatser syftar till att utveckla vår gemensamma plats, Malmö City.

När vi summerar 2020 kan vi blicka tillbaka på ett år som på många sätt varit alldeles unikt, en tid fylld av tålamodsprövning och maktlöshet, men också av nyorientering och problemlösning. Om man bortser från det som varit tungt och svårt kan vi konstatera att vi inte bara tagit oss igenom pandemiåret 2020, utan på vägen även berikats med nya insikter, lärdomar och erfarenheter. Nyvunnen kunskap som kommer vara till god nytta i framtiden.

Malmö City arbetar vanligtvis för en folkrik stadskärna, det ligger i vårt intresse att uppmuntra människor att röra sig på stan och våra aktiviteter går ut på att skapa möten. Under 2020 blev utmaningen därför att balansera rådande restriktioner samtidigt som vi fortsatte att marknadsföra citys utbud och leverera medlemsnytta.

Utvecklingen av de fyra områdeszonerna är ständigt pågående projekt och under året genomfördes ett stort ombyggnadsarbete i ett av dem, parallellt med att planeringen av nya förändringsåtgärder startades upp i ett annat. Malmö Citys ambition är att vara i kontinuerlig diskussion med delägarna för att finna nya vägar som leder till förbättringar av stadsrummet och främjar besöksflödena. Även om det genomfördes en hel del arbeten i de olika zonerna kommer man inte ifrån att pandemin tvingade dialogen till en ofrivillig halvhalt under förra året. Nu blickar vi framåt och arbetar för att detta och kommande år ska föra med sig många nya samarbeten kring spännande och utvecklande projekt.

Under 2020 förbättrade vi våra kommunikationsvägar ytterligare, både externt och internt. Vår relativt nya kommunikationsplattform, Chains, optimerades i snabb takt och även sociala medier kom att spela en allt större roll under året. Förutom att lyfta medlemmarna och dela information om dess verksamheter, var Instagram och Facebook även kanaler som förmedlade glädje och framåtanda. Inte minst vackra Malmöbilder och miniquiz om staden spred ett stort och positivt engagemang bland följarna. Malmö City skapade tillsammans med fyra andra städer från Key Cities Group utbildningsmaterialet ”Citykompetens” för

medlemmarna att kostnadsfritt ta del av. Syftet var att underlätta förståelsen för den snabba digitaliseringen som skedde under våren och ge medlemmarna de rätta verktygen för att utveckla sina färdigheter inom bland annat social media.

Det går inte att komma ifrån att det var många planerade evenemang som fick ställas in och skjutas på framtiden, men det var också mycket som kunde göras. Om än i en annan skepnad genomfördes flera av de årligen återkommande aktiviteterna, och det föddes även helt nya event som kommer att få ett fortsatt liv post pandemin. Med stor glädje kan vi konstatera att det under 2020 anslöt många nya medlemmar som tycker det är viktigt att vara med och utveckla vårt gemensamma Malmö City tillsammans.



Tillsammans för Malmö City!

Malmö, maj 2021

A handwritten signature in black ink, which appears to be "Pia Sandin".

Pia Sandin – VD, Malmö Citysamverkan

VARIATIONSRIKEDOM

Malmö Citys utbud är som den bästa av godispåsar, en njutningsfull blandning som har något för alla. Här finns butiker, torg, restauranger, gågata, parker och kultur. Det finns små, unika butiker lika väl som stora citygallerior. Det finns antikt och second hand, det finns ny spännande design. Vi håller fast vid traditionerna, men är samtidigt nytänkande. Malmö City överraskar i sitt utbud; vem vet vad som väntar runt hörnet?

MALMÖ CITY PRESENTKORT

Med tanke på att Malmö City trodde sig stå inför det tuffaste året hittills, blev det en glad överraskning när det visade sig att fler än någonsin köpte Malmö City Presentkort under 2020. Försäljningen ökade med 365% jämfört med 2019, vilket innebar att så många som 36 521 kort såldes till en sammanlagd summa av 19 083 317 kr. Eftersom många medlemmar haft ett år av utmaningar bakom sig, är det extra roligt att det väntar en stor summa pengar som kommer verksamheterna till godo under 2021.

Under sommaren tillkom tre väl synliga reklamplatser för presentkortet på Pressbyrån Södergatans vägg ut mot Skomakaregatan och Södergatan. Dessa platser får disponeras tills vidare, ett erbjudande som Malmö City värderar högt och är mycket tacksam för. Under förra året annonserades det i två omgångar på platsen och i skrivande stund är det dags för den tredje.



Presentkortet genomgick en produktutveckling under 2020 i form av ett rött tema inför julsäsongen. Detta innebar nytryck av bland annat kampanjfoldrar, affischer och korthållare, och även reklamvepan på gågatan byttes ut mot en röd variant inför julen. Den röda produktserien är inte bara gångbar under julen, det är även ett tema som passar bra att återanvända runt Alla Hjärtans Dag.

För att ytterligare marknadsföra presentkortet inför julen skickade Malmö City ut ett julkort redan tidigt på säsongen till ca 2 650 företag i Malmö. Under julen omfattade reklamen för presentkortet 700 vägskyltar längs de större infartsgatorna till Malmö, banderoll över Södra Förstadsgatan, väggannonser vid Pressbyrån



på Södergatan samt annonser i Sydsvenskan. All marknadsföring och material som användes under julen bar för första gången den röda kampanjfärgen.

Under hösten fanns en förhoppning om att sälja presentkort för minst fem miljoner kronor, men med facit i hand översteg försäljningen allas förväntningar med råge. Anledningen till den stora försäljningsökningen bedöms bero på regeringens beslut om att från den 1 juni 2020 ge arbetsgivare möjlighet att skattefritt ge sina anställda en extragåva till ett värde på upp till 1000 kronor, en så kallad coronagåva.

SAMARBETE MED SYDSVENSKAN/ LOKALTIDNINGEN

I början av året förändrades vårt samarbete med Sydsvenskan och annonseringen består sedan dess av en helsida samt en kvartssannons i Lokaltidningen en gång i månaden, bortsett från en månads sommaruppehåll. Det nya konceptet med ämnes- eller säsongstema har varit uppskattat och alla medlemmar har haft möjlighet att köpa annonsplats för reducerat pris till valfritt nummer.

Inför Alla Hjärtans Dag annonserade Malmö City på Sydsvenskans hemsida och i påskas och till Mors dag lanserades åter en digital kampanj på Sydsvenskan och i Dagens Industri, både för mobil och desktop. Under nästan hela december månad syntes den röda presentkortsannonsen med totalt 700 000 visningar på Sydsvenskan mobil.

Malmö City har härefter fortsatt köra flera digitala kampanjer och upplevt att samarbetet fungerat bra genom en mycket snabb respons och leverans. En av

fördelarna är att de digitala annonserna oftast kan bokas väldigt tätt in på publicering, vilket innebär en stor flexibilitet.

Eftersom det noterats en osäkerhet över var presentkortet fanns till försäljning, utformades annonserna så att försäljningsställena tydligare framgick, vi valde exempelvis att lägga till Pressbyråns logga på annonserna både digitalt och i tryck.

MALMÖ CITY AWARDS OCH 25-ÅRSJUBILEUM

När vi gick in i 2020 var det med storslagna planer på ett rejält, gemensamt firande av både Malmö City

Awards och Malmö Citys 25-årsjubileum. När tillvaron plötsligt vändes upp och ner fanns det inledningsvis ändå ett litet hopp om att det festliga eventet skulle gå att genomföra vid ett senare tillfälle under året. Naturligtvis var det därför en besvikelse när situationen inte tillät något annat än att skjuta firandet på framtiden. Vår intention är att genomföra såväl Malmö City Awards som 25-årsjubileum så fort det kan ske tryggt och säkert. Information om när det blir aktuellt kommer att förmedlas bland annat i Chainels. För att uppmärksamma att Malmö City fyllde 25 år fick loggan en tillfälligt ny design, en stämpel i guld adderades till originalet och betonade jubileumsåret på ett stilfullt sätt.





VÄRDSKAP

Malmö City kan mycket, och vill mer. Vi vill vara bäst på allt det som ligger nära vårt hjärta: service, trivsel, hållbarhet och kvalitet. Vår stadskärna är en sjudande kittel av händelser och det pågår ständigt olika möten: människor möter människor, resenärer möter busschaufförer. Kaffe möter kaka, köpare möter säljare. I alla dessa möten krävs det att Malmö City är engagerad och ger en bit av sig själv.

UTBILDNING

Under våren 2020 uppstod snabbt ett behov av digitalisering, inte minst inom handel och restaurang. Men framförallt krävde situationen en kombination av digitala och fysiska åtgärder, ett så kallat fygitalt arbetssätt. Med ambitionen att underlätta det fygitala arbetet för medlemmarna tog fem medlemmar ur det nationella nätverket Key Cities Group initiativet till en gemensam upphandling och finansiering av utbildningar. Detta resulterade i det omfattande kursmaterialet ”Citykompetens” som inkluderade undervisning i Facebook, Instagram och visual merchandising (skyltning och produktexponering). Utbildningarna är utformade så att de passar olika typer av näringsliv, och medlemmarna kan ta del av materialet i sin egen takt fram till sommaren 2022. Fler städer har nu anslutit till utbildningsplattformen, med avsikten att projektet på sikt ska kunna finansiera nya utbildningar. Utöver denna medlemsförmån gick Region Skåne även in och bekostade utbildningen ”E-handelsskola för fysiska butiker”, vilken också den passade såväl restauranger som andra verksamheter.



CHAINELS

Kommunikationsplattformen Chainels, som var relativt nylanserad vid pandemins utbrott, fick en rivstart och var till mycket god hjälp under det gångna året. Det blev en samlingspunkt som förenklade kontakten med medlemmar och arbetsgrupper. Därför var det extra positivt att antalet aktiva företag i Chainels mer än fördubblades under 2020. Vi såg även en betydande ökning av verksamheter som uppdaterade sina företagsuppgifter, skrev om sina verksamheter och utbytte information med varandra. Fördelarna med Chainels är många, förutom att plattformen underlättar kommunikationen med nya, men även potentiella, medlemmar finns det också en funktion som visar besöksstatistik. Det är också enkelt att sprida utskick och enkätundersökningar via Chainels, något som varit till stor hjälp under detta annorlunda år. Detta har bidragit till att vi kunnat använda medlemmarnas svar till att ytterligare förbättra Malmö City och dessutom möjliggjort ett medlemsunderlag i vår dialog

i olika arbetsgrupper och möten. För att optimera användningen av Chainels har Malmö City haft digitala möten med Göteborg och Örebro, som också använder samma system, i syfte att utbyta erfarenheter. Detta har resulterat i återkoppling till leverantören med konkreta förslag till utveckling av plattformen.

(KRIS-) KOMMUNIKATION

År 2020 innebar ett tvärt omtag av Malmö Citys kommunikationsinsatser, plötsligt stred våra ledord ”vi ses på stan” mot alla rekommendationer och vi, liksom många andra, stod inför en helt ny situation. Utmaningen blev att hjälpa medlemmarna överleva ekonomiskt, samtidigt som vi inte längre kunde uppmana till ett högt folkflöde. För att underlätta den viktiga internkommunikationen startade Malmö City omgående en specifik kanal via Chainels, avsedd att publicera all information och kommunikation rörande Covid-19. Exempelvis delade Malmö City information om vilka bidrag och stödpaket som kunde sökas, myndigheternas rekommendationer om justerade öppettider, insatser om personalförmedling och inte minst Folkhälsomyndighetens senaste information som rörde medlemmarna. För att ta reda på vilka insatser medlemmarna hade behov av publicerades även flera enkätundersökningar under året. Natur-





ligtvis var det inte bara den digitala kommunikationen som skulle fungera, utan även den fysiska. Malmö City skapade flyers angående maxantal personer i butik som medlemmarna själva kunde skriva ut och fylla i. Golvdekaler och visir är andra exempel på material som kostnadsfritt delades ut till medlemmarna för att främja en tryggare fysisk miljö.

Den externa kommunikationen fick ställas om så att allmänheten uppmanades stötta lokala verksamheter på ett säkert sätt. Bland annat uppmärksammades medlemmarnas kreativa lösningar för att undvika trängsel i butiker och restauranger, som provhytter utomhus, snabbkassor utanför entrédörren eller take away-alternativ. I detta arbete hade sociala medier en ledande roll.

SOCIALA MEDIER

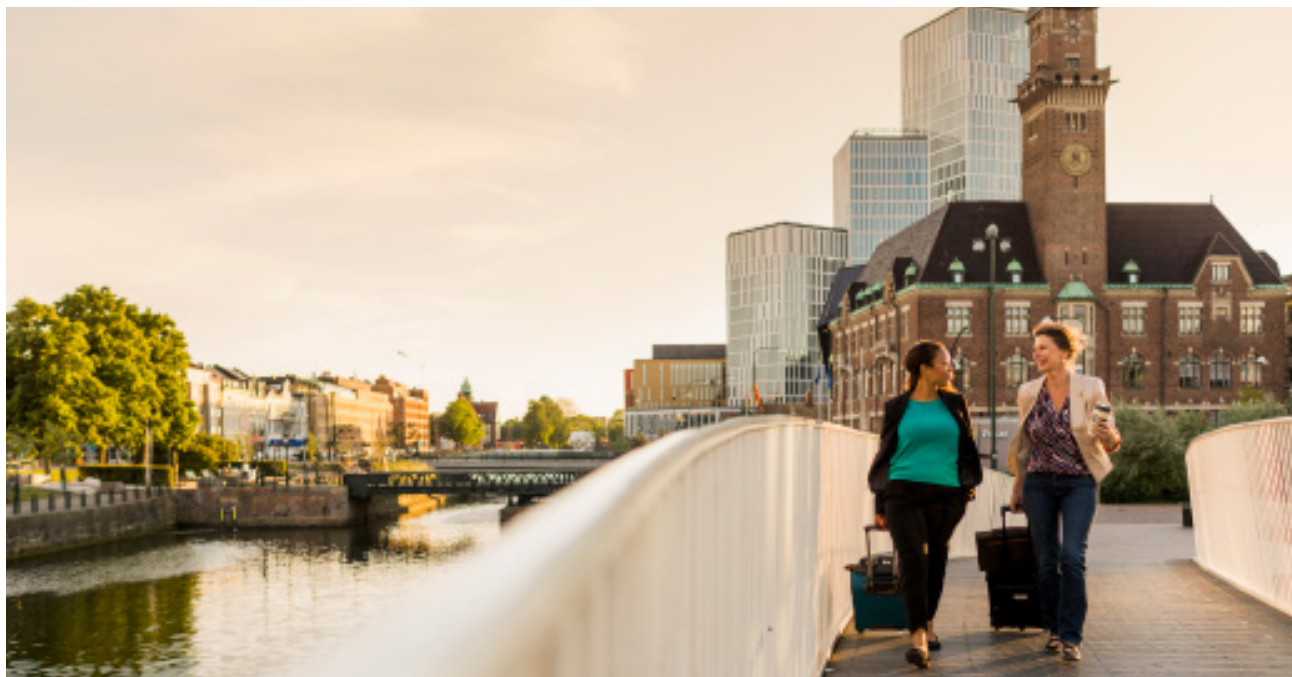
Under våren inleddes ett mer strukturerat arbete på Instagram och Facebook med fler kontinuerliga uppdateringar. Sociala medier kom att spela en betydande roll som informationskanal under 2020 och Malmö City strävade efter att lyfta medlemmarna med så stor bredd som möjligt, samtidigt som nya, kreativa kampanjer genomfördes.

Våren i Malmö var lyckligtvis ovanligt solig och varm, vilket inte kunde passat bättre. Många lockades till utomhusaktiviteter redan tidigt på säsongen och det föll sig naturligt att tipsa om butiker med bra kläder för utevistelse, caféer med uteservering och små utflyktspärlor mitt i stan. Inför sommaren hade Malmö City en dialog med Malmö Turism och Svensk Handel i syfte att hjälpa varandra sprida information om aktiviteter i city, och genom att använda varandras hashtaggar blev det enkelt att marknadsföra event och verksamheter via sociala medier.

Med syfte att belysa Malmö Citys bredd och utbud genomfördes ett samarbete med kommunikationsbyrå PCG. Detta resulterade i fem filmer där lokala aktörer i innerstaden fick presentera sig själv och visa upp sina verksamheter. Filmerna fick stor spridning och uppskattning när de publicerades på Facebook och Instagram mellan den 8 april och 15 maj.

Under våren ersattes hashtaggen #visespåstan med #tillsammansformalmö. Hashtaggarorna #tillsammansurkrisen, #hemester och #staycation är andra exempel som användes under denna period. Medlemmarna uppmanades även att tagga Malmö City i sina inlägg för att få hjälp med att dela sin information vidare.





Under vår och sommar gällde restriktionen att endast göra utflykter som tog max två timmar med bil. Medlemshotellen ombads därför skriva en presentation om vad som gjorde just deras verksamhet unik, för att inspirera människor inom denna radie att boka en hotellnatt eller två i Malmö. Tack vare det positiva gensvar butiksfilmerna gav valde Malmö City att även förstärka hotellkampanjen med rörligt material, denna gång tillsammans med Coyote Productions. De sex olika filmerna delades under juli månad på Facebook och Instagram med betald sponsring, samt publicerades på Malmö Citys Youtube-kanal. Även den ”Hemesterguide” som Malmö City själv tagit fram och publicerat på hemsidan lyfte de medverkande hotellen.

Malmö City fortsatte under hela sommaren att sprida hemestertips om bland annat aktiviteter i Malmös kanaler och parker. Det gavs även förslag på butiker som sålde utomhusspel och tillbehör för picnic, liksom restauranger, caféer, konstinstallationer på stan etc.

Till stor glädje ökade antalet följare på Instagram under året med hela 1830 personer, vilket innebar att Malmö City i december kunde fira 10 000 följare. Att passera denna magiska gräns ger tillgång till en funktion som innebär en möjlighet att lägga till valfri URL-länk på stories, där tittaren enkelt kan svepa upp på sin skärm för att komma direkt till länkad sida. Detta är en stor fördel som gör det enkelt för oss att föra mer trafik till medlemmarnas webbplatser.

Support your local-kampanjen

Kampanjen visade sig bli en av årets mest uppmärksammade kampanjer på våra sociala medier. Idén till kampanjen uppkom då två olika områden ville göra

en presentation av sig själva, sina verksamheter och vad deras unika hörn av innerstaden hade att erbjuda. Istället för att fokusera på stora rea-dagar och utförsäljningar var ambitionen att lyfta det lokala och genuina hantverket som fanns tillgängligt här.

Malmö City kommunicerade kampanjen genom konceptet Upptäck Hamngatan och Upptäck Davidshall. Syftet var att skapa personporträtt för att lära känna personerna bakom disk och verksamhet, och samtidigt lyfta budskapet ”support your local”. Kampanjen, som publicerades mellan den 20–30 november, genererade



ca 530 nya följare på Instagram och visade även goda resultat för räckvidd och interaktion. Totalt lyftes 22 verksamheter under kampanjen. En extra bonus som uppskattades av de medverkande var att de fick behålla och fritt använda bilderna som togs av fotograf Jonas Persson inför kampanjen.

ATMOSFÄR

Atmosfären i Malmö City är unik, den är genuin, trygg, levande och nyfiken. Här spenderar man gärna ett par timmar eller en hel dag. Här kan man bara vara. Samtidigt finns här ett driv och framåtanda. Här kan man låta sig inspireras, hitta guldkorn och få vardagslyx. Just atmosfären är själva själen i Malmö City – det är alltid mysigt att gå på stan!

OMRÅDESVIST ARBETE

OMRÅDE 1 (Södra Förstadsgatan, Triangeln)

Triangeltorget har under flera års tid präglats av ett antal långtidsvakanser, men nu äntligen har torget kunnat byggas om i samverkan mellan fastighetsägare och Malmö stad. Detta ger bättre förutsättningar för nya hyresgäster att blomstra på platsen. Tidigt under våren 2020 påbörjades rivnings- och demonteringsarbetet, därefter följde VA-arbeten samt marktregel- och belysningsarbete. Fredagen den 3 juli invigdes Triangeltorget med tårta, tal och rundvisning av projektledaren Thor Rasmussen. Representanter för de finansierade parterna klippte traditionsenligt band på torget och händelsen fick stor medial uppmärksamhet i bland annat Sydsvenskan och Skånska Dagbladet, samt stor spridning på Facebook.

Från mitten av april till mitten av maj satte Malmö City upp ”Välkommen till Södra Förstadsgatan”-vepor längs med hela Södra Förstadsgatan. Vi kunde

också glädjas åt att flera nya verksamheter vågade etablera nytt mitt under coronakrisen.

I början av augusti placerade Malmö City ut en grön sittinstallation på Södra Förstadsgatan vid Solens finger. Redan inom ett par minuter efter uppsättningen var den i fullt bruk. Den uppskattades särskilt av barn och bidrog med färg och funktion på en annars ganska grå plats.

Besöksflödet på Södra Förstadsgatan minskade under året med i snitt 23,3%, vilket är något lägre än Sverigesnittet som låg på 27,4%. Utöver att flera nya verksamheter öppnade i området under 2020 fick Malmö City också en del nya medlemmar, både bland nystartade verksamheter och de redan etablerade.



OMRÅDE 2 (Lilla torg, Skomakaregatan, Baltzarsgatan, Södergatan, GA Torg, Hansa)

Det har varit ett ovanligt tufft år för Södergatan under 2020. Redan i slutet av 2019 noterades en nedgång i besöksantalet på 5,2% och under året tappade besöksflödet i genomsnitt 30,4%, vilket är en större förlust än Sverigesnittet på 27,4%. Med anledning av det sjunkande besöksflödet påbörjades diskussioner redan tidigt under våren 2020 om att starta ett strategiarbete liknande det som tidigare gjorts för Södra Förstadsgatan. Under ett visions- och strategimöte med marknadsföringsbyrån Invin i september togs beslutet att gå vidare med utvecklingen av Södergatan och efter mötet fastslogs det hur finansieringen skulle delas upp mellan fastighetsägarna. På grund av ett generellt rådande mötesförbud under hösten fick den planerade workshopen ställas in, för att istället genomföras under våren 2021.

I övrigt präglades även område 2 av flertalet inställda och omställda evenemang detta år. Flera event kunde dock ersättas med digitala lösningar, medan andra, som exempelvis ”Design- och konsthantverksmarknaden”, genomfördes i en helt ny, fysikalisk tappning.

OMRÅDE 3 (Davidshall, Friisgatan)

Under våren klubbades beslutet igenom att Kärleksgatan skulle göra Friisgatan sällskap som sommargata 2020–2022, under perioden 1 april–31 oktober. Gatan dekorerades med träd och rabatter i årets tema, ”Mintkyss”, och färgerna gick åt det röda, chokladbruna och mintgröna hållet, med inslag av vitt och rosa. Sittplatser i form av trämoduler placerades ut på Kärleksgatans andra del och både den första och andra delen av Kärleksgatan dekorerades med jeans på lampvajerarna, vilket bidrog till en sammanhängande känsla mellan Davidshallsgatan och torget. Debutåret för Kärleksgatan utvärderades i en enkätundersökning på Chainels och visade sig vara uppskattad av verksamheterna runt om, som tyckte att sommargatan medfört mer liv och rörelse till området. Till 2021 har medlemmarna framfört ett önskemål om fler gröna växter och sittplatser.

Under året stängde några verksamheter medan andra öppnade och till skillnad från de andra områdena



upplevde medlemmarna här ingen större förändring av besöksflödet under vår och sommar. Konceptet ”Upptäck Davidshall” uppskattades mycket och inspirerade till framtida upprepningar i andra delar av city. Ombyggnationen av Polishuset har varit en negativ upplevelse för många på grund av oljud och stök på och omkring torget, en situation som snart är över. Under 2021 planeras dock arbetet med Davidshallsgatan starta och det råder en viss oro över vad nästa stora ombyggnadsprojekt ska föra med sig. Ambitionen finns att utöka antalet platser för uteservering på och i anslutning till torget.

OMRÅDE 4 (Stortorget, Hamngatan, Gamla Väster, Kv Caroli)

Efter att Hamngatan med omnejd hade haft ett internt möte, mottog Malmö City en lista med förslag och idéer på vad verksamheterna ville göra i sitt område och undrade om vi på något sätt kunde hjälpa till med resurser. Detta ledde till vad som kom att bli startskottet på den uppskattade kampanjen: Support your local. Verksamheternas starka engagemang ledde också till att Hamngatan smyckades av granar under julen. Idén och genomförandet kom från verksamheterna själva och kostnaden tog Malmö City. Detta är lysande exempel på hur samverkan kan påverka ett område positivt och utifrån ett större perspektiv.

DESIGN- OCH KONSTRUNDAN

Den 17:e ”Design- och konsthantverksmarknaden” som skulle arrangerats hösten 2020, fick som så mycket annat genomgå en transformation för att matcha omständigheterna. Detsamma gällde ”Gallerinatten”, som arrangeras av Konstfrämjandet i Skåne. Istället för att ställa in de populära och folktäta evenemang genomfördes ersättningarna ”Design- och konstrundan” respektive ”Galleriveckan”.

Design- och Konstrundan organiserades som en digital tipsrunda där verksamheter inom konsthantverk- och designkategorin deltog. Tipsrundan genomfördes i samband med Galleriveckan mellan 24–27 september och arrangerades tillsammans med tio verksamheter inom design- och konstgenren. Hos varje deltagande verksamhet hittade man ett plakat med en fråga kopplad till verksamheten eller kategorin

som verksamheten tillhörde. Deltagarna fick lämna sina svar online via ett Google formulär och tre lyckliga vinnare fick motta ljusstaken ”Rå” som Olsson & Gerthel sponsrat med, samt varsitt Malmö City Presentkort. Design- och Konstrundan skapades som ett Facebook-evenemang som även sponsrades för att nå ut till fler i Malmöområdet. Eventet marknadsfördes dagligen på Instagram med bland annat nedräkning, information och länk till Facebookevenemanget, men även under själva genomförandet, då bilder och videos delades.

Under Design- och konstrundan anordnades även fototävlingen #mincitykonst på Instagram. En jury valde ut fem vinnande bidrag vilka trycktes upp på canvas och ställdes ut hos fem av de medlemmar som också var en del av konstrundan. Efter Galleriveckans slut fick fotograferna behålla sina canvas och belönades även med ett Malmö City Presentkort.



”Majestic” Fotograf: Matt Bayly



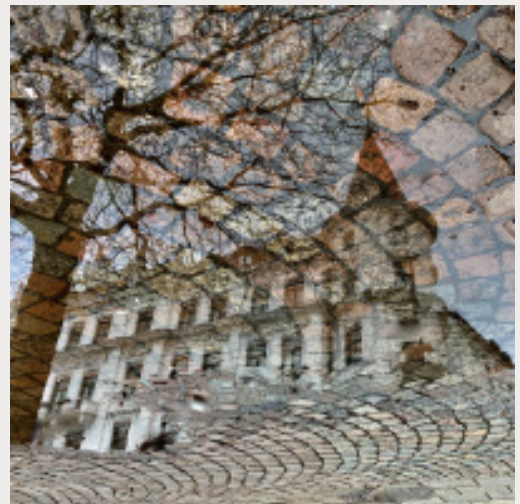
”Bladerunner” Fotograf: Pablo Suzarte



”Marc Ó Polo-tanten”
Fotograf: Magnus Persson



”En sommarkväll” Fotograf: Patrik Palm & Tove Ask



”Ambis” Fotograf: Carin Holmberg



JULEN

Året som kom att röra runt i alla rutiner, triggade kreativiteten och skapade nya traditioner även för Malmö Citys jul. I oktober fanns en färdig planering angående vilka jularrangemang som skulle genomföras och bland annat såg en mycket populär julkalender dagens ljus för första gången under 2020.

Julkalendern

Eventet genomfördes på Instagram och organiserades med hjälp av att 25 medlemmar sponsrade med tre paket var. Presentboxar inhandlades hos medlemmar som inte själv deltog i julkalendern och sedan följde några hektiska decemberveckor av tomteverkstad på Malmö Citykontoret. Julklapparna, som innehöll



värdebevis, gömdes utanför och runt om den för dagen aktuella verksamheten, därefter uppmanades allmänheten via inlägg och stories att bege sig ut och leta. Efterhand som klapparna hittades fotograferades de tillsammans med sin sina nya ägare, om samtycke fanns. Det var ett uppskattat arrangemang som inte bara engagerade allmänheten på stan, det skänkte även underhållning för de som satt hemma och via rim och bilder försökte lista ut var klapparna var utplacerade. Varje dag publicerades sammanlagt tio inlägg och stories rörande julkalendern och engagemanget bland följarna var stort. Julkalendern är ett bra exempel på en fysikal aktivitet som involverar medlemmarna och med några småjusteringar av upplägget kommer den återupprepas 2021.



Bästa julmiljö

Nytt för 2020 var även tävlingen "Bästa Julmiljö", en vidareutveckling av "Årets Julskyltfönster" för att inkludera även de medlemmar som saknar ett lämpligt skyltfönster att dekorera. Här fick medlemmarna skapa en julig miljö i eller utanför sin verksamhet, som sedan fotograferades professionellt. Tre bilder från varje verksamhet lades upp på Facebook och mellan den 7–11 december kunde allmänheten vara med och rösta fram sina topp-fem-bidrag genom att trycka tummen upp. Detta resulterade i en räckvidd på otroliga 43 440 användare, vilket är rekord i Malmö Citys Facebook-historia. En oberoende jury valde sedan ut det vinnande bidraget, Caroli Blomsterbutik, som belönades med titeln "Bästa Julmiljö", diplom och annonsering i Sydsvenskan.

För att förhöja julstämningen i city inför julhandeln erbjöds medlemmarna anmäla sitt intresse för ljuslyktor och skyltmaterial. Gatorna dekorerades med bland annat snöstjärnor, ett tema som följdes upp av liknande dekaler i flera skyltfönster. På Gustav Adolfs torg placerades våra Instagramvänliga ljusinstallationer tillsammans med både nytillkomna och traditionsenliga dekorationer.



Cityvärdar

Under alla lördagar och söndagar från den 7 november och fram till jul fanns två cityvärdar iklädda cityjackor på stan mellan kl 12–16. Deras uppgift var att hålla ett öga på trängsel och ljusinstallationer samt komplettera besöksräknaren genom att notera om folk bar shoppingpåsar, utnyttjade uteserveringar och liknande. De besökte även medlemmarna för att förhöra sig om deras situation, uppdatera mailadresser samt informera om nyheter via en enkel folder. Cityvärdarna upplevde att butikerna försökte främja coronasäker shopping genom olika kreativa lösningar, som swish and go, privat shopping samt ringklocka och kölappar utomhus. Varje helg besöktes ca 50 butiker och varje söndag avrapporterade cityvärdarna hur helgen varit. Cityvärdarna fick enbart positiv respons för sina påhälsningar.

SAMARBETEN

Inför Alla Hjärtans Dag genomfördes en kampanj tillsammans med Retro FM Radio där Malmö City Presentkort syntes i ett inlägg på Facebook samt omnämndes i en radiojingle. Inlägget nådde ut till 67 160 personer och fick 8 560 klick. Under denna period hade vi även löpande annonsering för presentkortet i Sydsvenskan och Lokaltidningen. Malmö City spred också kärleksfulla tips i samarbete med matskribenten Pierre Orsander som skrev artiklar om olika restauranger i city. Dessa publicerades på Malmö Citys hemsida och delades i sociala medier.

Vinter i City är ett återkommande samarbete med Malmö Stad för att skapa stämningsfulla samlingspunkter på gator och torg i centrum. Den här julen blev utmaningen att designa en inspirerande miljö som inte bidrog till folksamling på ett och samma ställe, utan istället uppmuntrade till promenad längs en slinga som spred ljus och glädje under alla dygnets timmar. På sträckan mellan Triangelorget och Stortorget hade tomma butikslokaler omvandlats till fantasifulle tittskåp i samarbete med fastighetsägare, och på flera husfasader projicerades konst av videokonstnär Olof Werngren. Gustav Adolfs torg hade 2020 dekorerats med extra mycket ljusinstallationer genom tillskottet av en nyinköpt japanskinspirerad belysning i varma toner. För att minska risken för trängsel vid installationerna fanns värdar på plats längs med stråket för att hålla uppsikt. Malmö City hjälpte även till att marknadsföra Vinter i city genom att dela ut material till medlemmarna och publicera inlägg på sociala medier.

NÄTVERK

Vi har många kontakter och arbetar i ett större nätverk i frågor som är viktiga för utvecklingen av Malmös stadskärna. Bland annat har representanter under året deltagit i följande organiserade grupperingar:



Malmö Cruise Network

VD sitter med i denna förening som har som syfte att utveckla Malmö som kryssningsdestination.

Key Cities Group

VD är med i denna nationella grupp bestående av Sveriges 14 största städer där de viktigaste frågorna under året har varit kriskommunikation, medlemsnytta och lobbyarbete.

Key Cities Group Marknad

Marknadsansvarig deltar i denna grupp för utbyte kring marknadsföring och nationella kampanjer.

Svenska Stadskärnor

VD sitter i ledningsgruppen i denna paraplyorganisation som arbetar med utveckling av stadskärnor med mottot ”Svenska Stadskärnor – för levande orter och livfulla städer”.

Sveriges centrumutvecklare

Bolaget är representerade i detta nätverk för erfarenhetsutbyte och idéer kring platsutveckling på flera nivåer, strategiskt och praktiskt.

Studiebesök

Vårt stora nätverk och goda renommé innebär vanligtvis att vi tar emot flertalet studiebesök från såväl Sverige som andra länder. Under 2020 har några inställda besök genomförts digitalt.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Årsredovisningen är upprättad i svenska kronor, SEK.

Verksamheten

Allmänt om verksamheten

Bolagets verksamhet är att genom olika projekt vidareutveckla Malmö City till nytta för boende, besökande och verksamma. Bolaget är helägt dotterbolag till Malmö Citysamverkan Ideell Förening, org.nr 846500-3575. Företagets säte är Malmö.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

2020 var starkt påverkat av coronapandemin främst vad gäller inställda eller framskjutna insatser, ekonomiska bekymmer bland medlemmar och en svårighet att planera framåt, framförallt gällande aktiviteter som involverar fysisk närvaro, men även investeringar. Det innebar en hög arbetsbelastning och stora krav på flexibilitet. Pandemins konsekvenser kommer att ha stor effekt även under 2021 där vi ser risker för minskade medlemsintäkter, men där vi fortsatt behåller en flexibilitet kring åtgärder för att hålla oss inom de ekonomiska ramarna.

UTBILDNING

Tillsammans med fyra andra städer lanserades under sommaren utbildningar i digital marknadsföring och fysisk skyltning genom en digital plattform kallad Citykompetens.

EXTERN KOMMUNIKATION

Bolaget hade under året samarbete med Sydsvenskan/Lokaltidningen. Citysidorna i Lokaltidningen återkom tio gånger under året med olika teman. Malmö City Presentkort annonserades i båda tidningarna i både tryck och digitalt format, samt i Dagens Industri digitalt.

Under 2020 arbetade bolaget aktivt med Instagram och nådde innan årsskiftet över den viktiga nivån på mer än 10 000 följare. Även arbetet med Facebook fortsatte och hade i slutet av året cirka 36 500 följare. I samband med Alla Hjärtans Dag gjordes ett samarbete då Malmö City Presentkort presenterades på Retro FM, både i radio och på deras Facebooksida. Vidare genomfördes en hotellkampanj under sommaren med specialframtagna filmer i sociala medier.

INTERN KOMMUNIKATION

Under året fortsatte arbetet med att öka användningen av den nya kommunikationsplattformen Chainels. Förutom CRM så hanterar systemet även internkommunikation såsom nyhetsbrev och inbjudningar samt är ett forum medlemmar emellan. Plattformen används både på dator och som app. Antalet aktiva företag i Chainels ökade från 119 till 276 och antalet användare från 335 till 423 under 2020.

Under hösten genomfördes ett större strategiarbete som ska gälla 2021 – 2025.

MALMÖ CITY PRESENTKORT

Under 2020 gjordes kampanjer under hela året, framförallt som digital annonsering samt synlighet i sociala medier. Under hösten kompletterades detta med marknadsföring på 350 vägskyltar längs infartslederna till city. Det gjordes även postala och digitala företagsutskick. Insatserna resulterade i en omsättningsökning på hela 437% jämfört med 2019, vilket motsvarar drygt 19 miljoner kronor, varav cirka 14,5 miljoner under december. Den extremt stora försäljningsökningen anses vara en corona-effekt då såväl företag som kommun valde att köpa presentkort till anställda i mycket högre utsträckning än tidigare. Det innebar en högre omsättning, men också högre kostnader i till exempel laddningsavgifter. 2021 förväntas omsättningen och därmed relaterade kostnader gå ner till mer normala nivåer, om än högre än 2019.

ARRANGEMANG OCH ZONARBETE

Det nu etablerade zonarbetet resulterade under året bland annat i välkommande vepor på Södra Förstadsgatan, jeansinstallation över Kärleksgatan, Triangelplatsen byggdes om och invigdes genom pressvisning under sommaren, samt så erbjöds besökare extra sittplatser form av en grön bänk på Södra Förstadsgatan. Det genomfördes även flera klottersaneringsinsatser i zon 1. Under året påbörjades ett större positioneringsarbete för Södergatan, dock så senarelades workshops till 2021 på grund av pandemin. Bolaget samarbetade med Malmö stad kring sommargatan på Kärleksgatan. För Davidshallsområdet samt Hamngatan gjordes en digital kampanj i sociala medier under namnen "Upptäck Hamngatan" respektive "Upptäck Davidshall". På Hamngatan resulterade samarbetet också i granar som pryddes hela gatan under december.

Det stora eventet Design- och Konsthantverksmarknaden kunde inte genomföras 2020 på grund av pandemin. Istället gjordes en fysikal Design- och Konstrunda med frågor utställda hos relevanta verksamheter, samt att några verksamheter visade stora tavlor på vinnarbidragen från Instagramtävlingen #mincitykonst. Ett samarbete med kommunen gällande Vinter i City gjordes, där besökare kunde glädjas åt ljusinstallationer och butikerna spred information. Under december anlätades två cityvärdar under helgerna för att dels hålla ett öga på att besökare höll distans, dels kommunicera med medlemmarna. Vidare gjordes en fysikal kampanj med en digital julkalender kopplat till fysiskt sökande efter julkappar utomhus. Även medlemmarna engagerades i utsmyckning genom tävlingen Bästa Julmiljö.

Ett stort antal coronaanpassade insatser gjordes under året, bland annat golvdekaler, utdelning av visir, en Covid-19-kanal i Chainels med information och nyheter, samt skyltar med "Antal i lokalen".

Inför julen finansierade bolaget uppsättning av 118 julljusridåer över gatorna i centrala Malmö och de instagramvänliga ljusinstallationerna användes för andra året i rad. Under året avslutades ett större arbete med en belysningsplan för city, i samarbete med Malmö stad.

STATISTIK OCH UNDERSÖKNINGAR

Genom de två besöksräknarna på gågatan kunde besöksutvecklingen följas, sammanställas och skickas ut i form av månadsrapporter under året. Under 2020 minskade besöksflödet med 23,3% på Södra Förstadsgatan och på Södergatan med 30,4%. Sverigesnittet på sju större städer visade ett tapp på 27,4%.

STUDIEBESÖK OCH PRAKTIK

Malmö Citysamverkan tog under våren emot praktikant från utbildningen Service Manager. Utbildningen Urban Centre Management som brukar förläggas till Malmö var tvungen att ställas in på grund av pandemin.

NÄTVERK

Bolaget var under 2020 delaktigt i flera arbetsgrupper, bland annat Cruise Malmö Network, Key Cities Group Sverige och Key Cities Group Marknad, utöver de områdesvisa grupperna.

MEDLEMMAR

Under året tillkom 31 nya medlemmar utöver citys köpcentra. Det årliga medlemsminglet kunde inte genomföras på grund av pandemin och även utmärkelserna ställdes in.

Några transaktioner med moderföretaget har ej förekommit under året.

Flerårsöversikt

	2020	2019	2018	2017
Nettoomsättning	5 941	5 812	5 766	5 976
Resultat efter finansiella poster	-193	168	67	183
Soliditet (%)	18,17	23,89	17,69	10,91

Definitioner av nyckeltal, se noter

Förändringar i eget kapital

	Aktiekapital	Reserv-fond	Fritt eget kapital
Belopp vid årets ingång	100 000	20 000	494 872
Årets resultat			-26 445
Belopp vid årets utgång	100 000	20 000	468 427

Resultatdisposition

Medel att disponera:	
Balanserat resultat	494 872
Årets resultat	-26 445
	468 427
Förslag till disposition:	
Balanseras i ny räkning	468 427
	468 427

Beträffande bolagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar med tillhörande noter.

RESULTATRÄKNING

	Not	2020-01-01 2020-12-31	2019-01-01 2019-12-31
Rörelseintäkter, lagerförändringar m.m.			
Nettoomsättning		5 940 943	5 812 417
Övriga rörelseintäkter	2	<u>8 999</u>	<u>2 150 711</u>
Summa rörelseintäkter, lagerförändringar m.m.		5 949 942	7 963 128
Rörelsekostnader			
Övriga externa kostnader		-3 338 542	-4 374 475
Personalkostnader	3	-2 651 363	-3 275 925
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-110 330	-136 730
Övriga rörelsekostnader		<u>-1 097</u>	<u>-3 548</u>
Summa rörelsekostnader		-6 101 332	-7 790 678
Rörelseresultat		-151 390	172 450
Finansiella poster			
Räntekostnader och liknande resultatposter		<u>-4 090</u>	<u>-4 010</u>
Summa finansiella poster		-4 090	-4 010
Resultat efter finansiella poster		-155 480	168 440
Bokslutsdispositioner			
Förändring av periodiseringsfonder		<u>133 000</u>	<u>-50 000</u>
Summa bokslutsdispositioner		133 000	-50 000
Resultat före skatt		-22 480	118 440
Skatter			
Skatt på årets resultat		-3 965	-33 702
Årets resultat		<u>-26 445</u>	<u>84 738</u>

BALANSRÄKNING		2020-12-31	2019-12-31
TILLGÅNGAR	Not		
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	4	246 053	356 383
Summa materiella anläggningstillgångar		246 053	356 383
Summa anläggningstillgångar		246 053	356 383
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		569 505	370 085
Övriga fordringar		900 324	576 078
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		221 013	101 277
Summa kortfristiga fordringar		1 690 842	1 047 440
Kassa och bank			
Kassa och bank		1 300 254	1 606 713
Summa kassa och bank		1 300 254	1 606 713
Summa omsättningstillgångar		2 991 096	2 654 153
SUMMA TILLGÅNGAR		3 237 149	3 010 536

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital

Bundet eget kapital			
Aktiekapital		100 000	100 000
Reservfond		20 000	20 000
Summa bundet eget kapital		120 000	120 000
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat		494 872	410 134
Årets resultat		-26 445	84 738
Summa fritt eget kapital		468 427	494 872
Summa eget kapital		588 427	614 872
Obeskattade reserver			
Periodiseringsfonder		0	133 000
Summa obeskattade reserver		0	133 000
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		434 207	380 640
Övriga skulder		100 909	97 056
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		2 113 606	1 784 968
Summa kortfristiga skulder		2 648 722	2 262 664
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		3 237 149	3 010 536

NOTER

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd (BFNAR 2016:10) om årsredovisning i mindre företag.

Materiella anläggningstillgångar
Tillämpade avskrivningstider:

Inventarier, verktyg och installationer

Antal år

5

Noter till resultaträkningen

Not 2 Övriga rörelseintäkter	2020	2019
EU-bidrag	0	2 150 711
Övriga rörelseintäkter	8 999	0
	<u>8 999</u>	<u>2 150 711</u>

Not 3 Medelantal anställda

Medelantal anställda

Medelantalet anställda bygger på av bolaget betalda närvarotimmar relaterade till en normal arbetstid.

Medelantal anställda har varit

3,00

6,00

Noter till balansräkningen

Not 4 Inventarier, verktyg och installationer	2020-12-31	2019-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2 498 607	2 229 254
Inköp		<u>269 353</u>
Utgående anskaffningsvärden	<u>2 498 607</u>	2 498 607
Ingående avskrivningar	-2 142 224	-2 005 494
Årets avskrivningar	<u>-110 330</u>	<u>-136 730</u>
Utgående avskrivningar	<u>-2 252 554</u>	<u>-2 142 224</u>
Redovisat värde	246 053	356 383

Övriga noter

Not 5 Ställda säkerheter	2020-12-31	2019-12-31
Företagsinteckningar	800 000	800 000

Not 6 Definition av nyckeltal

Soliditet

Justerat eget kapital i procent av balansomslutning

Malmö 2021-04-27


Pia Sandin
Verkställande direktör




Eric Sjöstedt


Olof Andersson

Gunilla Kling


Micael Nord

Anette Svensson


Magnus Prochéus

Ann Almqvist

Vår revisionsberättelse har lämnats den 27/4 2021.


Ernst & Young AB
Karl Englund
Auktoriserad revisor

MALMÖ CITYSAMVERKANS STYRELSE 2020

Ordinarie ledamöter

FASTIGHETSÄGARE



Eric Sjöstedt (ordf.)
Affärsområdeschef,
Vasakronan



Magnus Prochéus
Regionchef, Wihlborgs



Olof Andersson
VD, Fastighets AB Trianon

HANDELN & ÖVRIGT NÄRINGSLIV



Gunilla Kling
Franchisetagare,
Pressbyrån



Ann Almqvist
Varuhuschef, Åhléns City



Anette Svensson
Butiksägare,
Dahlgrens est. 1918

MALMÖ STAD



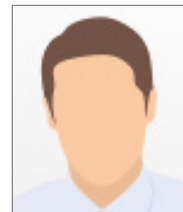
Micael Nord
Näringslivsdirektör

Suppleanter

FASTIGHETSÄGARE



Victor Sadner
Fastighetsförvaltare, Volito



Fredrik Elfven
Regionchef Syd
Jernhusen



Kasia Ljungberg
Fastighetschef,
Stena Fastigheter

HANDELN & ÖVRIGT NÄRINGSLIV



Thomas Ivarsson
Hotelldirektör,
Scandic Triangeln



Anna Westmar
Butikschef, Designorget



David Neckmar
Butiksägare,
Blomsterpigan

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i Malmö Citysamverkan Service AB, org.nr 556527-0864

Rapport om årsredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för Malmö Citysamverkan Service AB för år 2020.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av Malmö Citysamverkan Service ABs finansiella ställning per den 31 december 2020 och av dess finansiella resultat för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till Malmö Citysamverkan Service AB enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen upprättas och att den ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om beslut har fattats om att avveckla verksamheten.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfälskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av Malmö Citysamverkan Service AB för år 2020 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till Malmö Citysamverkan Service AB enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionsmed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionsmed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Malmö den 27/4 2021

Ernst & Young AB



Karl Englund
Auktoriserad revisor

VI SOM JOBBAR PÅ MALMÖ CITYSAMVERKAN



Marcus Odelstig – Fastighetsfrågor, Ekonomi och Presentkort
Felicia Jacobsen – Marknadsföring och Projektledning
Pia Sandin – Verkställande Direktör
Dalia Rudvall – Administration och Presentkort
Åsa Björk – Sociala Medier och Projektledning

Tillsammans för Malmö City!

Malmö Citysamverkan AB är ett samarbetsföretag etablerat 1995. Våra ägare är Malmö stad, 30 fastighetsägare samt 400 butiker och restauranger. Tillsammans arbetar vi för att uppnå vår vision "Malmö City – för alla att älska och återuppleva".