

Bolagsövergripande

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Strategi: Vidareutveckla strategisk samverkan med besöksnäringens intressenter								
Formalisera strukturen för regional samverkan	●	●		Att under 2018 arbeta fram ett nytt avtal som reglerar samverkan mellan GR/kommuner och Göteborg & Co, baserat på resultat av Tillväxt turism				
Fortsätta utveckla Besöksnäringens forum och dess innehåll	●			BNF har formerats och ska nu tas till nästa nivå. NLG är ny medlem som adderar det "övriga" näringslivets perspektiv. Näringen formulerar huvudfrågor att fokusera arbetet kring.				
Introducera nya flexibla samverkansforum, till exempel tematiserade, projektorienterade eller för unga.	●	●						
Aktivt delta i internationella nätverk för att bygga strategiska allianser och benchmarka.	●	●	●					
Strategi: Utveckla finansieringsmodeller								
Ta fram modeller för framtida finansieringsstruktur	●	●		Att säkerställa framtida strukturer för offentlig och privat finansiering				
Utarbeta förslag på hur ansvar ska fördelas inom staden för att bära de kostnader som krävs för grundläggande infrastruktur	●	●		Att utifrån beslutat program för staden utarbeta handlingsplaner som utifrån dagens förutsättningar skapar rätt strukturella ansvar.				
Tillsammans med nationella aktörer och storstäderna verka för statlig finansiering av stora möten och evenemang	●	●	●	Utifrån de nationella plattformar verka för samsyn i frågor kring evenemang och möten.				
Strategi: Ställa om organisationen för att möta framtida utmaningar								
Fullfölja den påbörjade strukturställningen	●	●		Under 2018 skapa de strukturella förutsättningar som krävs för att möte omvärldens nya förutsättningar som att säkra leverans mot affärsplanen.				
Säkerställa att bolaget har rätt kompetens	●	●	●					Återfinns under HR
Öka den digitala mognaden	●	●	●					Återfinns under Admin
Strategi: Bygga kunskaps-hub, som förmedlar värde.								
Starta upp en ny enhet, Analys & Omvärldsbevakning	●	●	●	Att successivt 2018-2020 bygga upp en stark Analys & omvärldsenhet. Basbemanning på plats 1,5 tjänst 2018, 2 2019 och 3 2020. Utgörs idag av två disputerade.				
Bygga systematiserad kunskap om besökaren	●	●						
Skapa processer och struktur för att förmedla besöksnäringens relaterad kunskap såväl internt som till partners.		●	●					
Utveckla samarbetet och kunskapsutbytet med Akademien.	●	●	●	Nyttja den samverkan som finns med Centrum för turism som en kunskapsbas.				
Strategi: Säkerställa fortsatt fokus på tillgängligheten till Göteborg.								
Bidra till att säkra en New York-linje genom go:CONNECT-arbetet		●		Aktivt verka för en direktlinje nordamerika.				

Bolagsövergripande

Hitta former för att politiskt verka för utvecklad tillgänglighet via tåg

Uppmuntra till att välja hållbara resealternativ

Genomförs
18 19 20



Mål

18

19

20

Kommentar

I den kommunikation som bolaget gör ska det tydligt framgå hur hållbart resande är ett alternativ.

Ägaruppdraget

Utveckla ägaruppdraget

Implementera det nya ägardirektivet

Genomförs
18 19 20



Mål
18 19 20 Kommentar

Förstärka ägarstyrningen genom fördjupning av ägardialogsprocessen



Ta initiativ till synergier och samordning mellan bolagen



2018 kartlägga, 2019 och 2020 genomföra

Genomföra översyn av dotterbolagens ägardirektiv och vid behov lämna förslag till förändringar



Turista i din egen stad

Säkerställa kommunikation och aktiviteter som förbättrar göteborgarens möjligheter att vara ambassadör



Mål
18 19 20 Kommentar

Fortsatt aktivering och uppföljning
ppföljning av nollmätning över tid 2018 och 2020
Uppföljning SOM-undersökning 2016

Fortsätta lyfta fram attraktiva alternativ för att turista i sin egen stad.



Fortsatt aktivering och uppföljning
Vidareutveckla pilot i samverkan - för smarta
semestrar

Medarbetare

Strategi: Kulturreisa som skapar förutsättningar för gemensam organisationskultur och gemensamma förhållningssätt

Ta fram verktyg för att mäta och genomföra en värdegrundsförflyttning.



Mål
18 19 20 Kommentar

Förbered 2018 Q4 Genomför 2019. Uppföljning
2020
Ev. start först 2019

Strategi: Skapa ett värdebaserat ledarskap som stödjer innovation i en kommunal kontext.

Utveckla ledarskapet i förändringsledning, att leda i innovation och i ett värdebaserat ledarskap.



Förbered 2018 Q4 , Genomför 2019, Uppföljning
2020
Ev. start först 2019

Strategi: Ny- och vidareutveckling av organisationen för nätverksbaserat arbetssätt som stödjer innovation och helhetsperspektiv

Skapa tvärfunktionella grupper och nätverk såväl inom bolaget som inom klustret för specifika uppdrag och även för kompetensutveckling.



Tillsammans med övriga bolaget

Strategi: Vidareutveckla Göteborg & Co:s arbetsgivarvarumärke

Skapa tydliga och transparenta mål och utvecklingsplaner för varje medarbetare, som stöder övergripande målbild och strategier



Tillsammans med övriga bolaget

Strategi: Kompetensutveckling och kompetensväxling

Definiera kompetensbehov och åtgärda eventuella kompetensgap



Definiera kompetensgap 2018
Tillsammans med övriga bolaget
gäller både på organisationsnivå och individnivå

Marknad och kommunikation

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Strategi: Vi ska utveckla säsonger och tematiska koncept som skapar intresse för Göteborg som resmål.								
Basera utvecklingsarbetet på resenärernas drivkrafter, efterfrågan och beteenden.	●	●	●	Antal säsonger/tematiska koncept	4	5	6	påbörjas 2018 Implementeras i ökad omfattning 2019
Aktivt inspirera och engagera aktörer inom besöksnäringen, lokalt och regionalt.	●	●	●	Antal externa aktörer	5	5	5	
Använda vår unga säsongsanställda personal som inspiratörer, testpiloter och fokusgrupper.		●	●	Antal testpiloter/fokusgrupper	4	5	6	Påbörjas 2019 Utvecklas 2020
Strategi: Vi ska marknadsföra Göteborg genom att kommunicera på ett nytt och innovativt sätt och i nya kanaler/plattformar								
Ta fram starka berättelser som fångar essensen i vårt varumärke och Göteborgs unika styrkor, natur och livsstil. Berättelserna ska engagera målgruppen i exempelvis sociala medier, så att budskapen bärs vidare.	●	●		Ta fram innehållsstrategi	Ja			2018: Ta fram innehållsstrategi, testa och utvärdera, 2019: Implementera och utvärdera. 2020: Fortsatt arbete
Engagera besökare och göteborgarna i produktion och spridning.	●	●		Antal nya koncept	3	2		2018: Skapa koncept och påbörja implementering. 2019: Utveckla och utvärdera. 2020: Fullskalig produktion.
Säkerställa destinationsperspektivet i våra större evenemang, möten och kommunikation.	●	●	●	Antal evenemang som genomlysas	3	5	5	2018: Framtagning av plan och process, implementering och utvärdering. 2019 samt 2020: Genomlysning årets evenemang/projekt, framtagning plan, implementering.
Strategi: Vi ska finnas digitalt där besökarna är								
Öka vår synlighet och närvaro i nischade och globala plattformar	●	●		Antal plattformar:	5	5	5	2018: Ta fram strategi och plan för medverkan på globala plattformar. 2019: Implementering och utvärdering. Revidering och utveckling.
Strategi: Vi ska lyfta Göteborgs värdskap till nya nivåer								
Etablera våra turistbyråer som mötesplatser för inspiration och utbildning.	●	●						2018: Ta fram plan samt påbörja verksamheten. 2019: Utvärdera samt justera kursutbudet. 2020: Fullskalig verksamhet.
Utveckla smarta tjänster med hjälp av ny teknik		●	●					2018: Kunskapsinhämtning. 2019: Förstudie samt framtagning plan.

Möten

Strategi: Värva möten med både volym och spets

Öka värningen av möten i storlekssegmentet över 2 000 delegater och företagsmöten med över 500 delegater. Lägsta gräns för svenska möten ökas till nivån 1 000 delegater.

Genomförs
18 19 20

● ● ●

Mål

Öka antalet delegatdygn, bud och site visits.

18 19 20

Se övergripande mål

Kommentar

Riktning startar direkt löper över hela perioden och mäts genom de numerära målen, delegatdygn, bud, site visits.

Utarbeta en välutvecklad process för publika arrangemang, kompetensutveckling och deltagarmaximering genom att förädla och nyttja potentiella och beslutade möten.

● ● ●

Process på plats 2019. Nyttjas under hela affärsplaneperioden.

Påbörjad, viktig del i KF uppdrag – mötesstrategi som ska presenteras under 2018. Pågående process under hela affärsplaneperioden.

Strategi: Värva möten med både volym och spets

Nyttja ämnesområden för möten inom: hållbar stadsutveckling, integration, mänskliga rättigheter och entreprenörskap så att det globala samtalet inom dessa frågor förs i Göteborg.

● ● ●

Innan affärsplaneperiodens slut ska 5 budprocesser ha påbörjats inom identifierade områden.

1 2 2

Påbörjas som del i mötesstrategin för att innan affärsplaneperiodens slut ska budprocesser påbörjats inom identifierade områden.

Satsa på rekryteringen av den nya generationens mötesambassadörer då de har en avgörande betydelse i värningen av morgondagens vetenskapliga möten.

● ● ●

Identifiera och engagera den nya generationens mötesambassadörer i aktiviteter och budprocesser.

Inleds hösten 2018

Strategi: Intensifiera samverkan med regionens näringsliv.

Identifiera och verka för att få hit möten som är strategiskt viktiga och av stor betydelse för det lokala näringslivet i samverkan med Business Region Göteborg och Näringslivsgruppen. Detta omfattar även branschmöten och evenemangsrelaterade möten.

● ● ●

Tillsammans med större företag som har huvudkontor och forskning i regionen identifiera potentiella möten till Göteborg. Innan affärsplaneperiodens slut ska 6 budprocesser ha påbörjats inom identifierade områden.

2 2 2

Påbörjas under 2018 och drivs under hela affärsplaneperioden. Bl. a, Site Visist NLG

Öka kännedomen internationellt om mötesstaden genom samarbete med kända varumärken som har sin verksamhet i Göteborg.

● ● ●

Genom att initiera/stärka samarbete med varumärken med lokal anknytning göra Göteborg till en mer känd mötesdestination.

2018 skapa strategiska allianser 2019-2020 fortsätta arbete

Visa växtkraft och innovativ förmåga genom att nyttja valda tillfällen för att utveckla nya, interaktiva möteskoncept.

● ● ●

Nya innovativa möteskoncept presenteras vid 5 utvalda möten.

Strategi: Nyttja Göteborg som arena för att utveckla nya möteskoncept.

Möjliggöra att minst ett nytt möte utvecklas i Göteborg inom ämnesområden med koppling till lokala styrkeområden där hållbara innovationer kan uppstå.

● ● ●

Möjliggöra att minst ett nytt möte utvecklas i Göteborg inom ämnesområden med koppling till lokala styrkeområden där hållbara innovationer kan uppstå

Stötta och öka unga forskares deltagande i möten genom att ta fram en finansieringsmodell.

● ● ●

Skapa förutsättningar 2018 för att kunna tillämpas från 2019. Kopplat till mötesstrategin.

Skapa förutsättningar 2018 för att kunna tillämpas från 2019. Kopplad till mötesstrategin.

Säkerställa framtida affärer genom att fullt ut nyttja Association World Congress 2019.

● ●

Värdskapets primära mål är att internationellt stärka varumärket Göteborg som mötesdestination.

Gemensam projektgrupp ed representanter från parterna, Svenska Mässan, MCI, Göteborg & Co samt organisationen Association of Association Executives (AAE) för att lägga upp projektplan, sätta upp gemensamma mål, budget etc.

Evenemang

Strategi: Göra nytt och göra nytta

Särskilt fokusera på unga entreprenörer och arrangörer med innovativa idéer och nya evenemangskoncept.

Låta befintliga evenemang agera testplattform för konceptutveckling, tekniska lösningar, arbetsmodeller etc.

Skapa eller värva ett nytt större evenemang i lägsäsong exempelvis perioden feb/mars.

Identifiera lokala evenemang och koncept i Göteborgs stadsdelar som har potential att växa.

Ta fram ramverk och riktlinjer för, samt implementera "Framtidens kalas".

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Särskilt fokusera på unga entreprenörer och arrangörer med innovativa idéer och nya evenemangskoncept.	●	●	●	Utveckla arbetssätt för att särskilt fokusera på unga entreprenörer och arrangörer med innovativa idéer och nya evenemangskoncept.	Utveckla arbetssätt	Implementera och utvärdera	Utveckla och utvärdera	
Låta befintliga evenemang agera testplattform för konceptutveckling, tekniska lösningar, arbetsmodeller etc.	●	●	●	Utveckla arbetssätt för att låta befintliga evenemang agera testplattform för konceptutveckling, tekniska lösningar, arbetsmodeller etc.	Utveckla arbetssätt	Implementera och utvärdera	Utveckla och utvärdera	
Skapa eller värva ett nytt större evenemang i lägsäsong exempelvis perioden feb/mars.			●	Skapa eller värva 1 nytt större evenemang i lägsäsong exempelvis perioden feb/mars.			1	
Identifiera lokala evenemang och koncept i Göteborgs stadsdelar som har potential att växa.	●	●	●	Identifiera 2 lokala evenemang och koncept i Göteborgs stadsdelar, per år, som har potential att växa. Med start 2018.	2	2	2	Omstyrning av verksamheten inom ram
Ta fram ramverk och riktlinjer för, samt implementera "Framtidens kalas".	●	●	●	Ta fram ramverk och riktlinjer för, samt implementera "Framtidens kalas". Med start 2018.	Ta fram ramverk och riktlinjer	Implementera och utvärdera	Utveckla och utvärdera	Externt stöd 2018

Strategi: Ökat destinationsfokus i värvnings- och utvecklingsarbetet

Positionera Göteborg genom ett aktivt delta i budprocesserna för European Championships 2022 och EM i friidrott 2022/2024.

Värva deltagarintensiva evenemang som exempelvis mastersevenemang inom idrotten (veteraner). Denna målgrupp är stor, köpstark och reslysten.

Öka destinationens synlighet tillsammans med befintliga stora internationella, årligen återkommande evenemang (tex. Gothia Cup, GöteborgsVarvet, Way Out West, Göteborgs Filmfestival, framtidens Kalas).

Välja ut ett antal årligen återkommande externa evenemang och tillsammans med dem göra en långsiktig utvecklingsplan.

Se över hur kunskapsprojekten Student Göteborg och Internationella Vetenskapsfestivalen ska bedrivas och utvecklas i framtiden.

Strategi:Leda arbetet med hållbara evenemang

Alla egna produktioner ska ha hållbarhet som en bärande strategi samt bidra till att flytta fram hållbarhetspositionen i ett internationellt perspektiv, i alla tre dimensioner.

Kravställa att bolagets samarbetspartners ska erbjuda ett attraktivt och brett utbud med hållbarhetscertifierade arenor, arrangörer och evenemang.

Ta fram ramverk och verktyg som hjälp till samarbetspartners.

Strategi: Leda, driva och stärka samverkan i stadens evenemangsarbete

Etablera oss i fler och nya nätverk för kunskapsutbyte lokalt, nationellt och internationellt.

Positionera Göteborg genom ett aktivt delta i budprocesserna för European Championships 2022 och EM i friidrott 2022/2024.	●	●	●	Värva minst 1 av evenemangen European Championships 2022, EM i friidrott 2022 eller 2024.			1	3,5 mkr i värvaprocess, Oklart om/när den startar uppslagning investering 2022/2024 350 mkr
Värva deltagarintensiva evenemang som exempelvis mastersevenemang inom idrotten (veteraner). Denna målgrupp är stor, köpstark och reslysten.		●	●	Värva 2 deltagarintensiva evenemang under perioden. Med start 2019.		1	1	300 kkr per år Investering 3 mkr vid bud
Öka destinationens synlighet tillsammans med befintliga stora internationella, årligen återkommande evenemang (tex. Gothia Cup, GöteborgsVarvet, Way Out West, Göteborgs Filmfestival, framtidens Kalas).	●	●	●	Välja ut 3-5 befintliga årligen återkommande externa evenemang per år och tillsammans med dem öka destinationens synlighet. Med start 2018.	3	5	5	Omstyrning av verksamheten inom ram
Välja ut ett antal årligen återkommande externa evenemang och tillsammans med dem göra en långsiktig utvecklingsplan.		●	●	Välja ut 5 årligen återkommande externa evenemang per år och tillsammans med dem göra en långsiktig utvecklingsplan. Med start 2019.		5	5	
Se över hur kunskapsprojekten Student Göteborg och Internationella Vetenskapsfestivalen ska bedrivas och utvecklas i framtiden.	●	●						
Alla egna produktioner ska ha hållbarhet som en bärande strategi samt bidra till att flytta fram hållbarhetspositionen i ett internationellt perspektiv, i alla tre dimensioner.		●	●	100% av våra egna produktioner ska ha hållbarhet som en bärande strategi samt bidra till att flytta fram hållbarhetspositionen i ett internationellt perspektiv. Med start 2019.		1	1	
Kravställa att bolagets samarbetspartners ska erbjuda ett attraktivt och brett utbud med hållbarhetscertifierade arenor, arrangörer och evenemang.	●	●	●	Kravställa att bolagets samarbetspartners ska erbjuda ett attraktivt och brett utbud med hållbarhetscertifierade arenor, arrangörer och evenemang. Med start 2019.	Utveckla arbetssätt	Implementera	Utveckla och utvärdera	
Ta fram ramverk och verktyg som hjälp till samarbetspartners.		●	●	Ta fram ramverk och verktyg som hjälp till samarbetspartners. Med start 2019.	Ta fram ramverk och verktyg	Implementera	Utveckla och utvärdera	
Etablera oss i fler och nya nätverk för kunskapsutbyte lokalt, nationellt och internationellt.	●	●		Etablera oss i fler och nya nätverk för kunskapsutbyte lokalt, nationellt och internationellt. Med start 2019.		X	X	

Evenemang

Leda och ta ansvar i arbetet med omstrukturering och förbättringsåtgärder, exempelvis utveckling av tillståndsnätverket Nålsögat.

Främja kompetenshöjning och förmedla kompetenser mellan arrangörer samt dela med oss av vår egen erfarenhet till arrangörer och samarbetspartners.

Utveckla och ta ansvar för arbetet med riskanalys i såväl internt som externt arrangerade projekt.

Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
18	19	20					
●	●	●	Leda och ta ansvar i arbetet med omstrukturering och förbättringsåtgärder, exempelvis utveckling av tillståndsnätverket Nålsögat. Med start 2018.	Utveckla arbetssätt	Implementera	Utveckla och utvärdera	
●	●		Arrangera 4 st utbildningstillfällen/år för externa arrangörer. Med start 2019.		4	4	
●	●		Riskanalys ska finnas i 100% av våra egna produktioner och externt arrangerade projekt där vi är medarrangörer. Med start 2019.		1	1	

Näringslivsgruppen

Strategi: Vi ska utveckla samverkansformer

Förädla och vidareutveckla våra upparbetade plattformar det vill säga strategiska långsiktiga verksamheter.

Skapa synergier och växelverkan i befintliga verksamheter och nya projekt.

Skapa förutsättningar för kreativa idéer genom att slussa och lotsa in nya aktörer.

Genomförs
18 19 20

Mål

18 19 20 Kommentar



Etablera årlig dialog kring varje långsiktig verksamhets riktning och strategi

6



Skapa en intern arbetsmodell för projekt- och bidragsprocessen

1



Arbeta fram ett kommunikationskoncept för att synliggöra och skapa kännedom om NLGs verksamhet

1

Strategi: Vi ska initiera och facilitera nya projekt.

Stödja olika organisationer och projekt. Det handlar både om finansiering och rådgivning och ges framförallt till projekt i uppstarts- eller utvecklingskedan.

Initiera och ha en drivande roll under den första tiden, exempelvis påverka genom styrgrupper.

Verka för att tillsammans med Göteborg & Co utveckla och skapa nya evenemang, möten och kulturprojekt.

Identifiera och aktivt hitta nya modeller/projekt genom benchmarking, omvärldsbevakning och inventering.



Skapa en processmodell för bidragshantering för nya projekt

1



Antal nya uppstartade projekt/verksamheter som följer NLGs övergripande mål

10

10

10



Etablera en starkare och mer formaliserad samverkan/arbetsmodell mellan Evenemang, Möten och NLG

2



Strategi: Vi ska synliggöra och öka kunskapen om Göteborg.

Paketera och sprida information om våra insatser och projekt till våra samverkansaktörer.

Nyttja de grupper och individer vi når genom våra insatser som ambassadörer för Göteborg.

Använda Göteborgs 400-årsjubileum och temaår i vårt arbete och kommunikation.

Kommunicera i strategiska utvalda kanaler om våra insatser i Göteborg och regionen.



Omstyrning av verksamheten inom ram



Omstyrning av verksamheten inom ram



Omstyrning av verksamheten inom ram



Omstyrning av verksamheten inom ram

Ekonomi, HR, IT och Admin

Fyra gemensamma strategier som mer eller mindre vävs in i samtliga åtgärder, se bolagets affärsplan

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Förändra styr- och uppföljningsmodellen och därefter förbereda för och införa kommunalgemensamma ekonomitjänster. (E)	●	●	●	Kommungemensamma ekonomitjänster införda		X		Förbered 2018 Systeminförande 2019, arbetsätt 2018-2019
Skapa tydliga hållbarhetskrav för upphandlingar och nyttja Göteborg Stads systemtjänster för bolagets egna ramavtal samt för direktupphandlingar. (E)	●							Kompetensutveckling 2018
Rekrytera genom nya kanaler och införa Göteborgs Stads rekryteringssystem. (HR)	●	●						
Skapa internkommunikationsplan och utbilda i hur vi kommunicerar och agerar. (HR)	●							Tillsammans med kommunikation/internkommunikation
Utveckla introduktion och hur vi tillvaratar talanger och successionsplanerar. (HR)		●						
Effektivisera bolagets processer och lyfta in mer ur Office 365-plattformen. (IT)	●	●	●					Kompetensutveckling Office Processutveckling Planera 2018, Genoföra 2019-2020
Utveckla omvärldsbevakning för att möta krav på digitalt driven processutveckling och för marknadsbevakning av verktyg för insamling och analys av besökarinformation m.m. (IT)	●	●	●					Tillsammans med Omvärld & Analys
Skapa en effektiv och ändamålsenlig dokumenthantering för hela bolaget (Adm)	●				X			

Hållbarhet

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Strategi: Vi ska vara förebild och föregångare och visa vägen i det vi gör och har rådighet över.								
Våga testa nya sätt, ny teknik, nya modeller och processer för att utvecklas i hållbar riktning.	●	●	●	<i>Internationellt ledande hållbar destination; Finalist i GDS-Index Innovation Award/antal nya hållbara modeller, lösningar.</i>	finalist/1	finalist/1	finalist/1	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Använda/implementera internationella ramverk och medverka i internationella sammanhang.		●	●	Internationellt ledande hållbar destination		implementering	följs upp/revideras	Förstudie 2019, Implementera 2019
Driva och påverka branschen i hållbarhetsfrågor – internationellt, nationellt, lokalt.	●	●	●	<i>Internationellt ledande hållbar destination; antal aktiviteter, medverkande i relevanta sammanhang</i>	3	3	3	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Strategi: Vi ska uppmuntra och utmana destinationens aktörer och samarbetspartners att utvecklas i hållbar riktning.								
Dela och utveckla kunskap och erfarenheter.	●	●	●	<i>Attraktivt, brett och hållbart utbud: skapa/möjliggör aktiviteter (se också åtgärder #95 & #97)</i>	4	4	4	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
(På olika sätt) stötta och motivera våra samverkanspartners.	●	●	●	<i>Attraktivt, brett och hållbart utbud: genomförda stödinsatser (se indikatorer i GDS-Index)/möjliggjorda miljödiplomerade möten, evenemang och verksamheter</i>	2/4	2/5	2/6	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Tillsammans identifiera gemensamma utmaningar och utveckla hållbarhetslösningar och hållbara innovationer.	●	●	●	<i>Skapa/bidra till hållbar affärs- och samhällsnytta; antal utmaningsdrivna hållbara lösningar/innovationer</i>		1	1	Identifiera under 2018 Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Strategi: Vi ska inspirera och hjälpa till hållbar konsumtion av destinationens utbud.								
Kommunicera "hur vi gör i Göteborg".	●	●	●	Internationellt ledande hållbar destination/Attraktivt, brett och hållbart utbud; bud/site-visits/pressbesök/fsgaktiviteter med hållbara inslag	80%	100%	100%	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Kommunicera destinationens hållbara alternativ.	●	●	●	Internationellt ledande hållbar destination/Attraktivt, brett och hållbart utbud; bud/site-visits/pressbesök/fsgaktiviteter med hållbara inslag	80%	100%	100%	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Dela goda exempel och vara generösa att dela våra erfarenheter.	●	●	●	Internationellt ledande hållbar destination/Attraktivt, brett och hållbart utbud; delta i intressenters/branschsammanhang	3	3	3	Genomförs genom affärsområdenas verksamhetsplaner
Hållbarhetsfunktionens åtgärder (sammanväver de tre strategierna, se bolagets affärsplan)								
Utveckla en tydligare struktur för styrning, ledning och kvalitetssäkring av hållbarhetsarbetet.	●			Engagerade medarbetare i hållbarhetsarbetet /Internationellt ledande hållbar destination	ja	följs upp/revideras	följs upp/revideras	Skapar möjlighet att bolagets hållbarhetsstrategier tas in i affärsområdenas verksamheter.
Kompetensutveckla medarbetare och säkra erfarenhetsåterföring inom och mellan avdelningar och med övriga aktörer.	●	●	●	<i>Engagerade medarbetare i hållbarhetsarbetet; kompetensutvecklingsaktiviteter/medarbetare som deltagit vid 1 el fler tillfällen</i>	4/100%	4/100%	4/100%	2018 struktur modell plan., 2019-2020 genomför
Utveckla en strukturerad omvärldsbevakning.		●		Internationellt ledande hållbar destination	ingen aktivitet 2018	ja	följs upp/revideras	Samverkan Analys & Omvärld

Hållbarhet

	Genomförs			Mål	18	19	20	Kommentar
	18	19	20					
Uppmärksamma och dela såväl egna som andra aktörers hållbarhetsarbete och goda exempel.	●	●	●	Attraktivt, brett och hållbart utbud; skapa kommunikationsaktivitet	12	12	12	2018 struktur modell plan., 2019-2020 genomför
Nyttja destinationens styrkor till att generera ytterligare affärs- och samhällsnytta.	●	●	●	Skapa/bidra till hållbar affärs- och samhällsnytta; internationellt ledande hållbar destination; finalist GDS-Index Innovation Award/antal möten&evenemang med legacyplan	finalist/1	finalist/1	finalist/1	2018 struktur modell plan., 2019-2020 genomför
Involvera och öka samverkan med och mellan besöksnäringens aktörer och Göteborgs Stads verksamheter.	●	●	●	Skapa/bidra till hållbar affärs- och samhällsnytta; internationellt ledande hållbar destination; placering GDS-Index/skapa tillfällen/aktivitet att öka samverkan	#1/3	#1/3	#1/3	Arbetsätt ("Sustainable Gothenburg"?)
Kartlägga riskområden och attraktioner som på sikt kan innebära trängsel och skapa utträngningseffekter.	●			Attraktivt, brett och hållbart utbud	ja	följs upp/ revideras	följs upp/ revideras	Analys & Omvärld