

Inom ramen för Mötesstaden ska en strategisk plan tas fram för att i bred samverkan stärka det systematiska arbetet med vetenskapliga kongresser.

Ovanstående uppdrag tilldelades Göteborg & Co i kommunfullmäktiges budget 2018.

Göteborg & Co är stadens bolag och samverkansplattform med näringslivet, akademin och övriga offentliga aktörer för destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring.

Inom klustret turism, kultur och evenemang har Göteborg & Co i uppdrag att marknadsföra och medverka i utvecklingen av Göteborg som turist-, mötes- och evenemangsstad. Detta arbete bedrivs på olika sätt och sker i nära samverkan med en mängd intressenter varav många återfinns i näringslivet.

Göteborg & Co:s affärsområde Möten (som internationellt går under benämningen Convention Bureau) har som huvudsakligt uppdrag att marknadsföra och sälja in destinationen Göteborg till beslutsfattare av främst internationella vetenskapliga möten, politiska möten samt större företagsmöten. För ökad ekonomisk hållbarhet prioriteras möten som skapar hållbar tillväxt och som gagnar den lokala forskningen. Samverkan mellan det offentliga, näringslivet och akademin är grundläggande för bolagets arbete i frågan. Denna strategiska plan är ett uttryck för en ambition från stadens sida att genom denna samverkan ytterligare stärka det systematiska arbetet med vetenskapliga kongresser. En gemensam kraftsamling ska bidra till att stärka Göteborgs profil som mötesstad.

Innehåll

1. Bakgrund	3
2. Varför möten?	3
3. Världens mest hållbara mötes- och evenemangsstad.....	4
4. Globala utmaningar och möjligheter	5
5. Målbild	5
6. Förutsättningar	6
7. Tre strategier för att stärka mötesstaden.....	7
8. Handlingsplan	8
9. Arbetsprocess.....	10
10. Uppföljning och fortsatt arbetsprocess.....	11
11. Bilagor	12

1. Bakgrund

Mötesnäringen är en i allra högsta grad viktig del av besöksnäringen för att skapa hållbar tillväxt. Möten innebär, i jämförelse med många evenemang, en liten insats från samhälleliga resurser och har samtidigt ett högt förädlingsvärde. Mötesnäringen medför även positiva effekter utöver de rent turistekonomiska kopplat till kunskapsspridning, talangattraktion och kompetenshöjning samtidigt som den bidrar till utveckling av forskning, innovationsklimat och näringsliv i närområdet.

Destinationen Göteborg har satt upp ett ambitiöst långsiktigt mål mot 2030 om att dubblera besöksnäringen. De senaste årens investeringar i mötesanläggningar och hotell centralt i staden innebär en stor konkurrensfördel och gör Göteborg intressant för allt fler arrangörer av stora möten. Samtidigt står Göteborg inför sitt största utvecklingssprång i modern tid. Staden förväntas växa med nära en tredjedel fram till 2035 vilket innebär en ökning med 150 000 invånare samt 80 000 nya bostäder och arbetsplatser. Expansionen innebär stora investeringar och så småningom enorma konkurrensfördelar, dels för staden men även för näringsliv och akademi. Utvecklingen gör det än mer angeläget att fortsätta etablera en nära samverkan mellan det offentliga, privata och akademi i syfte att attrahera internationella vetenskapliga möten och världsledande forskare, vilket gynnar alla parter.

2. Varför möten?

Internationella möten attraherar forskning, talang och beslutsfattare till Göteborg. Internationella möten är av stor betydelse när det gäller att stärka och bygga Göteborgs varumärke som en stad där kunskap värdesätts och omsätts i praktik, samtidigt som staden ytterligare etableras som en mötesplats och kunskaps-hub för akademi och näringsliv. Vetenskapliga möten stärker universitetens globala forskningsrelationer, visar upp dess starka profilområden och samtidigt ökar stadens konkurrenskraft genom att attrahera samt behålla värdefull kompetens, både i form av forskare och studenter. Denna typ av möten har ofta medverkande av internationell lyskraft med de bästa inom sina discipliner.

Att värva vetenskapliga internationella möten är ett långsiktigt arbete som ger resultat först efter flera år. Samarbetet med akademien är av avgörande betydelse när det gäller att bedriva framgångsrika kandidaturer som leder till att Göteborg får stå värd och se till att strålkastarljuset sätts på den forskning som bedrivs i regionen samt på dess näringsliv. Ett intensifierat samarbete med näringslivet är ytterligare ett sätt att driva arbetet framåt och bredda de typer av möten som arrangeras i staden samt målgrupperna för dessa.

Vetenskapliga möten ger unika möjligheter att föra samman världsledande forskare med näringslivet och på detta vis skapa plattformar för kompetenshöjande insatser. Sahlgrenska Universitetssjukhusets styrelse beslutade i september 2016 om att löpande i sin verksamhet nyttja de vetenskapliga möten och kongresser som genomförs i Göteborg inom relevanta ämnesområden för fortbildning av hälso- och sjukvårdspersonal. Med innovativa metoder breddas deltagandet till att omfatta större grupper och skapa kunskapsspridning i

organisationen. Liknande former för samverkan diskuteras även inom Västra Götalandsregionen.

Utöver detta bidrar mötesnäringen i hög grad till ekonomiska och sociala värden i staden och har ett stort förädlingsvärde sett till de insatser och investeringar som görs.

Mötesnäringens huvudsakliga styrkor kan sammanfattningsvis beskrivas som följande:

- Sammanför näringsliv och akademi
- Varumärkesbyggande genom positionering av staden nationellt och internationellt
- Nationella och internationella samarbeten
- Profilerar Göteborg som kunskapsstad
- Student- och forskarrekrutering
- Komptenstutveckling
- Ekonomiska och sociala värden

3. Världens mest hållbara mötes- och evenemangsstad

Göteborg har tagit position som framstående destination för hållbara möten, genom stora investeringar, mötesanläggningar i toppklass och ett nära samarbete mellan akademi, stad och näringsliv.

Göteborgs satsningar på hållbar utveckling har bland annat lett till den internationella mötesorganisationens ICCA:s utnämning av staden som världens mest hållbara mötesdestination enligt Global Destination Sustainability Index (GDSI), både under 2016 och 2017. Mötesnäringen bidrar ytterligare till stadens sociala hållbarhetsarbete genom spridning och tillgängliggörande av kunskap från möten till allmänheten genom bland annat publika forum. Möten leder även till ökade turistekonomiska effekter genom att hotell, restauranger, och butiker får fler besökare och ökade intäkter vilket skapar sysselsättning och tillväxt i staden.

I 2018 års verksamhetsplan (för affärsområde Möten) har bolaget arbetat fram tre delstrategier för hållbarhetsarbetet; Förebild & föregångare och visa vägen, Uppmuntra och utmana aktörer och samarbetspartners, Hjälpa och inspirera till "hållbar konsumtion" av destinationen. Inom dessa tre strategier ryms uppemot 20 aktiviteter som alla bidrar till någon av hållbarhetsperspektiven. Stor vikt läggs vid informationsinsatser om hållbarhet i olika sammanhang, exempelvis i budfasen, vid "site-visits", i mötesambassadörsutbildningar, vid mässor samt i egna kanaler. Andra aktiviteter innebär att stötta arrangörer med information om vad destinationen gör och erbjuder ur hållbarhetsperspektiv, verka för nya innovationer och lösningar vid möten som bidrar till stadens hållbarhetsarbete, verka för hållbarhetscertifierade möten samt uppmana partners att kommunicera såväl destinationens som det egna hållbarhetsarbetet.

Verksamhetsplanens innehåll kring hållbarhet kommer att tillämpas även i denna strategiska planens processer.

4. Globala utmaningar och möjligheter

Konkurrens

Konkurrensen om att vinna värdskapet för internationella prestigefulla möten har ökat markant sedan millennieskiftet. En lång rad nya destinationer har moderniserats med nya kongress- och mötescenter och genom att ha inrättat välorganiserade Convention Bureaus (icke vinstdrivande organisation som med hjälp av nationella och internationella möten och evenemang bidrar till utvecklingen och marknadsföringen av en ort/region) som ger sig in i konkurrensen.

Finansieringsstöd

Ekonomi i mötena blir allt viktigare då mötesorganisationerna fokuserar på att säkra stabila intäkter från medlemmar och sponsorer för fortsatt utveckling. Det har blivit allt vanligare att de internationella organisationerna som arrangerar möten begär en lång rad kostnadsfria tjänster av värdstaden. Flera städer har dessutom väl utvecklade former av stöd till mötesarrangörerna i form av till exempel fri kollektivtrafik för mötesdeltagare. Utöver detta syns även en trend där värdstäder ger ekonomiskt stöd till arrangörer för att få stå som värd för möten.

Teknikutveckling och Festivalisering

Mötesorganisationerna efterfrågar ny digital teknik och ett närmare samarbete med mötesdestinationerna. Genom detta medverkar de till att driva innovation och förnyelse. Teknikutveckling förutses, enligt branschexperter, få långt större betydelse för konferensernas affärsmodeller i framtiden – det gäller exempelvis utbredningen av webbstreamade möten, Virtual Realitymöten och sociala medier samt plattformar för nätverkande vid möten. Idag ska möten vara unika upplevelser och värdstäderna behöver överraska genom att utveckla möten med ny teknik, sidoevents, plattformar för socialt nätverkande, marknadsföringsstöd och hållbara möteskoncept. Incitamentet till att delta i mötet på plats behöver stärkas. I event- och mötesbranschen kallas utvecklingen för "festivalisering" av möten och evenemang.

Starkare koppling till lokala näringslivet

Bland de ledande mötesdestinationerna i Europa ses en ny trend mot ett mer strategiskt och kvalitativt förhållningssätt till möten. Här är målet inte bara turistekonomiska vinster utan även möjligheten att visa upp och stärka städernas unika kompetenser inom särskilda områden såväl som att skapa värden och effekter som varar över tid.

5. Målbild

Göteborg är en globalt ledande destination för hållbara möten.

Målbilden för den strategiska planen har sin förankring i såväl destinationens affärsplan som Göteborg & Co:s affärsplan.

Destinationens målbild, framtagen i samverkan med 500 beslutsfattare, experter och representanter för olika delar av staden, regionen, akademien och näringen, visar vägen mot hur destinationen Göteborg ska utvecklas som en av de mest attraktiva storstadsregionerna i norra Europa att leva och verka i samt att besöka. Göteborg & Co:s affärsplan tydliggör bolagets roll och vilka aktiviteter som bolaget skall bidra med inom ramen för Destinationens affärsplan. Den tar sin utgångspunkt i Destinationens affärsplan, bolagets ägardirektiv, kommunfullmäktiges budget samt Göteborgs stads program och planer.

Tillsammans utgör de båda affärsplanerna grunden för hur Göteborg & Co har valt att hantera uppdraget kring att skapa en strategisk plan för möten.

6. Förutsättningar

För att Göteborg ska vara en relevant destination för internationella vetenskapliga kongresser krävs vissa grundläggande förutsättningar.

Tillgänglighet

Tillgänglighet är avgörande för en attraktiv destination vilket kräver fungerande infrastruktur och effektiva transporter. Det avser både tillgängligheten till Göteborg från hela världen och tillgängligheten inom staden.

Tillgänglighet handlar också om hur potentiella besökare hittar och identifierar Göteborg som resmål. Det är viktigt att utnyttja den digitala tillgängligheten och de möjligheter som den ger. Möten är ett sätt att tillgängliggöra kunskap. Genom att stimulera till publika arrangemang i samband med kongresser får en bredare målgrupp möjlighet att ta del av den senaste forskningen vilket bidrar till en öppen och tillgänglig stad.

Samverkan

I Göteborg är det offentliga, näringslivet och akademien historiskt sett bra på att samarbeta vilket har gjort Göteborg till en framgångsrik mötesstad och är fortsatt avgörande för konkurrenskraften. I framtiden kommer det att bli ännu viktigare att arbetet med att attrahera möten sker i samverkan med Göteborgs kunskapskluster, entreprenörer, kulturliv och stadsutveckling.

Convention Bureau

Genom Göteborg & Co:s affärsområde Möten har Göteborg en Convention Bureau som är en neutral partner som marknadsför hela mötesdestinationen. När mötesarrangörerna ska välja destination vill de få information om hela utbudet från tillgänglighet till hotell, anläggningar, shopping, nöjen, lokaltrafik, näringsliv och dörröppnare i staden.

Mötesanläggningar och hotellkapacitet

Göteborgs fördelar av att ha en stor integrerad mäss- och mötesanläggning i form av Svenska Mässan, i kombination med rikt utbud av anläggningar och hotell centralt i staden samt

framtida investeringsplaner, gör att det finns stor potential att växa som mötesstad. Ur ett omvärldsperspektiv blir det allt viktigare för destinationer som Göteborg att även i ett mer långsiktigt perspektiv kunna visa upp modern infrastruktur i form av attraktiva mötesplatser i en intressant stadsmiljö.

Akademi

Göteborg ligger långt fram som hållbar mötesdestination och har en stark universitets- och kunskapsmiljö att bygga på i sitt arbete med att attrahera möten och konferenser. Akademien med världsledande forskning och engagerade mötesambassadörer/mötesvärdar har genom sin kompetens och renommé en avgörande roll i värvningsarbetet av vetenskapliga möten. Arbetsbördan för den enskilde forskaren som tar på sig värdskapet av ett möte blir dock ofta omfattande. Här krävs ett nära samarbete mellan akademien och det offentliga för att stötta upp och förbättra förutsättningarna för att engagera sig i arbetet med att kandidera för möten.

Attraktiva upplevelser

Destinationens utbud av attraktiva upplevelser är viktigt när beslut ska tas om var ett möte ska förläggas. Göteborg behöver vara en destination som erbjuder hållbara, attraktiva och unika upplevelser.

Stöd från destinationen

För att kunna möta konkurrensen om möten på en internationell nivå behöver frågan om ekonomiska incitament för att förlägga möten i Göteborg beröras. Allt fler destinationer erbjuder exempelvis internationella organisationer fri kollektivtrafik för mötesdelegaterna. Genom att möjliggöra för deltagare i möten att erhålla kostnadsfria resor under den tid mötet pågår tillgängliggörs destinationen.

7. Tre strategier för att stärka mötesstaden

Göteborg har en stor potential men också utmaningar då det gäller att utvecklas som mötesstad. Utifrån de utmaningar som mötesstaden Göteborg står inför, samt de prioriteringar som framkommit i dialog med näringsliv, akademi, besöksnäring och det offentliga har tre strategiska områden identifierats.

För mötesnäringens långsiktiga utveckling och för att uppnå målbilden har tre strategier utformats;

1. **Värva möten med både volym och spets**
2. **Intensifiera samverkan med regionens näringsliv**
3. **Attraktiv stad för möten**

8. Handlingsplan

För att kunna genomföra huvuduppdraget och driva arbetet vidare med tre strategiska områden har tio åtgärder utformats i form av en handlingsplan. Ett framgångsrikt utförande av handlingsplanen förutsätter medverkan och samarbete av externa parter och i vissa fall strategiskt arbete på politisk nivå.

Strategi 1. Värva möten med både volym och spets

Genom att fokusera på att värva flera olika typer av möten skapas strategiska fördelar som gynnar arbetsmarknad och näringsliv såväl som staden och dess invånare.

Möten inom spetsområden ökar kompetensen lokalt och regionalt vilket skapar långsiktiga värden för samhället samtidigt som det är varumärkesbyggande för staden. Stora möten med många delegater möjliggör kunskapsutveckling på bred front samt har betydande turistekonomiska effekter och bidrar till att uppfylla destinationens kommersiella mål.

Strategi 2. Intensifiera samverkan med regionens näringsliv

Företag i regionen satsar stora resurser på forskning och utveckling och behöver därför rekrytera personal med spetskompetens. Internationella forskningskonferenser på hemmaplan kan bli ett verktyg för att tillvarata och profilera styrkeområden samt attrahera kompetens, talang och beslutsfattare.

Strategi 3. Attraktiv stad för möten

Stadens attraktivitet är en avgörande faktor i konkurrensen om internationella möten. Attraktiviteten innebär även konkurrensfördelar vid rekrytering av specialiserad arbetskraft.

Åtgärder

1. Stärka Göteborgs innovationsförmåga genom att stimulera möten mellan olika kunskapsområden, kulturer och erfarenheter. Stimulera till korsbefruktning så att olika discipliner kan mötas, ex. gaming kopplas ihop med kirurgi. Nyttja valda tillfällen för att utveckla nya interaktiva möteskoncept.
2. Utveckla rutin till fortbildning och kontinuerligt lärande på arbetsplatsen genom att nyttja vetenskapliga kongresser för kompetensutveckling.

3. Stötta och öka ungas deltagande i möten genom att ta fram en finansieringsmodell.
4. Verka för att attrahera strategiska möten inom identifierade områden som är av betydelse för det lokala näringslivet, akademien och staden. Nyttja möten för att behålla och rekrytera rätt kompetens t.ex. inom artificiell intelligens, e-hälsa, elektromobilitet och äldrevard.
5. Nyttja möten för stärkt konkurrenskraft vid studentrekrytering. Arbetstillfällen inom näringen kan bli en tillgång för studenter men också för medföljare till forskare, anställda och studenter.
6. Öka kännedomen internationellt om mötesstaden genom samarbete med kända varumärken som har sin verksamhet i Göteborg.
7. Aktivt marknadsföra staden genom att utveckla starka berättelser om Göteborg och det utvecklingsprång staden befinner sig i. Berättelserna ska engagera målgruppen i exempelvis sociala medier, så att budskapet bärs vidare. Genom att strategiskt värva möten som skapar plattformar för att berätta om och aktivt medverka i utvecklingen av Göteborg.
8. Utarbeta en välutvecklad process för publika arrangemang i samband med möten.
9. Nyttja drivkraften hos den yngre generationen. Satsa på rekryteringen av den nya generationens mötesambassadörer då de har en avgörande betydelse i värvningen av morgondagens vetenskapliga kongresser.
10. Säkerställa att möten nyttjas för att det globala samtalet ska föras i Göteborg inom till exempel hållbar stadsutveckling, integration, mänskliga rättigheter och entreprenörskap.

9. Arbetsprocess

Arbetet med att ta fram en strategisk plan för möten har gjorts i bred samverkan.

Processen inleddes med ett möte där representanter från akademi, stad, region, näringsliv och besöksnäring bjöds in att delta för att ge värdefulla inspel till hur den verksamhet respektive aktör representerar kan profilera stadens forskare, innovationer och företag genom internationella möten. Deltagarna som bjöds in kom från:

- Göteborgs stad
- Business Region Göteborg
- Västra Götalandsregionen
- Göteborgs universitet
- Chalmers tekniska högskola
- Sahlgrenska universitetssjukhuset
- Sahlgrenska akademien
- RISE forskningsinstitut
- Astra Zeneca
- Essity
- Dentsply Sirona
- Volvo Group
- Volvo Cars
- Svenska Mässan

Näringsliv och akademi har unika insikter i de olika branscher med discipliner som Göteborg & Co värvar möten inom och har möjlighet att bidra med värdefulla synpunkter som driver arbetet vidare. Ett viktigt led i arbetsprocessen har således varit att genomföra individuella möten med samtliga inbjudna parter för att fånga upp förslag till den strategiska planen för möten. Dessa möten borgar i sig för en bred förankring och god samverkan framöver. Individuella möten har förutom med ovan nämnda parter genomförts med företagen Cochlear samt Mölnlycke Healthcare. Mötena resulterade i identifiering av värdefulla möten och kongresser som företagen har intresse av att få förlagda till Göteborg. Detta systematiska arbetssätt kommer att fortsätta tillämpas av företagen i samverkan med Göteborg & Co, som i sammanhanget ses som en neutral part som representerar staden.

Under arbetets gång framkom tydliga signaler om ett stort intresse från näringsliv och akademi att delta i processen då internationella möten i Göteborg kan bidra till konkurrenskraften och attrahera rätt kompetens. Ökad synlighet och stärkta kontaktytor är andra värden som dessa möten genererar, vilka skattas högt av inblandade aktörer. Med detta i åtanke bjöds samma representanter som vid det inledande mötet in för en avstämning om innehållet i den strategiska planen inför beslut i Göteborg & Co:s styrelse.

Utöver detta har uppdraget att ta fram en strategisk plan för möten behandlats i styrgruppen för Göteborg & Co Möten där följande verksamheter är representerade:

- Göteborgs Stad
- Göteborgs universitet
- Sahlgrenska akademien
- Chalmers tekniska högskola
- Svenska Mässan
- Föreningen Storhotellgruppen
- Föreningen Göteborgshotellen
- Göteborgs restaurangförening
- Swedavia/Landvetter
- SJ
- Kongressarrangörsföretaget MCI

10. Uppföljning och fortsatt arbetsprocess

Nästa steg är att arbeta för att få hit de vetenskapliga kongresser som har identifierats under processen. Personer inom akademien behöver identifieras och engageras för att ansöka om kongresserna och det faktum att företag i regionen stöttar ansökningarna kommer kunna bidra till konkurrenskraftiga anbud.

Under processen har det inkommit förslag på fler internationella företag inom andra områden än Life Science och Fordon/Transport vilket kommer att följas upp under 2018 års andra hälft.

Den strategiska planen för möten följs upp mot destinationens och Göteborg & Co affärsplaner samt verksamhetsplaner.

I syfte att driva arbetet med åtgärderna i handlingsplanen framåt vill Göteborg & Co öppna upp för en bredare rollfördelning som sträcker sig utanför bolagets direkta ansvarsområden. Vissa av åtgärderna har inte bolaget mandat att genomföra självständigt utan kan endast realiserars i samverkan med externa aktörer. Bolaget har en lång tradition som samverkansplattform i staden kopplad till frågor rörande besöksnäringens utveckling och har goda erfarenheter av liknande samarbeten.

Göteborg & Co kommer i ett nästa skede etablera kontakter med de externa parter som krävs för att komma vidare i processen med att genomföra många av de åtgärder som formulerats i handlingsplanen.

För kontinuerlig uppföljning och med uppdrag att följa samt vidareutveckla dessa processer föreslås styrgruppen för Göteborg & Co Möten. I styrgruppen finns relevanta parter representerade men rekommenderas utökas med representation från Business Region Göteborg. Göteborg & Co, Näringslivsgruppen utgör också ett viktigt forum för regelbunden avstämning.

11. Bilagor

Koppling till andra styrande dokument

Den strategiska planen för möten har koppling till styrdokument såsom:

- Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030
- Göteborgs Stads näringslivstrategiska program 2018-2035
- Göteborgs Stads innovationsprogram 2018-2023