

Besökares val av hållbara transportalternativ till Göteborg ska främjas genom bland annat information och vägledning

Uppdrag från kommunfullmäktige i Göteborgs Stad,
budgethandling för 2018

Inledning

I Göteborgs Stads budget för 2018 har Göteborg & Co fått i uppdrag att främja besökarens val av hållbara transportalternativ till Göteborg genom bland annat vägledning och information. Uppföljning av genomfört uppdrag görs i bolagets årsrapport för 2018. Redovisning av uppdraget kommer även att ske vid bolagets styrelses sammanträde 2018-12-06.

Bakgrund och kontext

Göteborg & Co:s uppdrag är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring. Verktygslådan för destinationsutveckling består bland annat av marknadsföring och kommunikation av destinationen, värvning och i några fall genomförande av evenemang. Vidare ingår att tillsammans med akademi och näringsliv värva internationella kongresser som utöver att bidra till besöksnäringens tillväxt också bidra till regionens forsknings- och innovationsmiljöer samt kompetensutveckling inom framförallt medicin och hälsa.

Bolaget i sig har inte särskilt stor klimatpåverkan, däremot har bolaget genom att agera samverkansplattform möjlighet att påverka besöksnäringens aktörer och potentiella besökare för att på så sätt främja en hållbar destination och klimat- och miljösmyta lösningar.

Tillgängligheten är av största betydelse för destinationens, liksom stadens näringslivs, möjlighet att växa. För att säkerställa denna tillgänglighet verkar bolaget för etablerandet av nya flyglinjer. Göteborg kan inte ensamt ändra på flygets förutsättningar eller de globala reseströmmarna men kan lyfta fram hållbara transportalternativ där det är möjligt och verka för ett hållbart transportsystem såväl lokalt som nationellt. Genom samverkan kring flygfrämjande åtgärder bedöms bolaget bättre kunna påverka klimatfrågor i positiv riktning än om bolaget står utanför ett samarbete. De internationella marknaderna bolaget fokuserar på är främst närmarknaderna – som också är de största marknaderna; Norge, Tyskland, Storbritannien och Danmark. I Göteborg finns också ett näringsliv med starka kopplingar till både Kina och Indien vilket gör att dessa marknader blir relevanta ur såväl näringslivs- som besöksnäringssperspektiv. I Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, bedöms i dagsläget att ökningen av besökare till del kommer att bestå av internationella gäster som flyger till Göteborg. Ökningen kan även ske genom att besökare stannar ytterligare en natt i staden. I en global kontext är det bättre att turister väljer att resa till en mer hållbar destination, som Göteborg, än till en ohållbar destination.

Göteborg & Co:s tre affärsområden Möten, Evenemang och Marknad & Kommunikation arbetar för att främja besökarnas val av hållbara transportalternativ till Göteborg genom insatser på områden där hållbart resande är ett alternativ idag. För att få till stånd hållbara transportalternativ från destinationens fjärrmarknader krävs åtgärder som till stor del ligger utanför bolagets kontroll. Här krävs politiska beslut samt utveckling av ny teknik och infrastruktur. I Miljöförvaltningens utredning "Fossilfritt Göteborg – vad krävs?" konstateras att "Det behövs mer forskning för att förstå drivkrafterna för privat flygande bättre och vad som behöver göras för att fler ska välja andra sätt att resa och semestra på, för att effektiva åtgärder ska kunna identifieras".

Sammanställning av Göteborg & Co:s insatser

Nedan följer en presentation av respektive affärsområde samt dess arbete för att främja besökarens val av hållbara transporter.

Vid sidan av dessa insatser anger Göteborg & Co:s affärsplan 2018-2020 att bolaget ska hitta former för att politiskt verka för utvecklad tillgänglighet via tåg.

Möten

Göteborg & Co Möten marknadsför och säljer in destinationen Göteborg till beslutsfattare av främst internationella vetenskapliga möten, politiska möten samt större företagsmöten. Göteborg & Co Möten arbetar kontinuerligt med att vidareutveckla forum där det offentliga, näringslivet och akademien kan mötas och enas om gemensamma åtgärder som är bra för mötesbranschen.

Affärsområdet har möjlighet att påverka besökarens val av färdmedel genom nätverksarbete, kommunikation och rådgivning. Möten gör därmed insatser för att få mötesarrangörer och andra partner att agera hållbart och kommunicera hållbart handlande till sina besökare.

Konkret innebär detta:

1. I anbud och trycksaker informerar affärsområdet arrangören/organisationen bakom mötet om hållbara färdmedel. Verktyg för att beräkna klimatavtryck, samt information om hur man arrangerar hållbara möten tillgängliggörs också på hemsidan:
 - <https://www.goteborg.com/convention-bureau/planera-mote/resa-till-goteborg/>
 - www.goteborg.com/convention-bureau/hallbarhet/hallbara-moten---sa-gor-du/
2. Vid planering av kongresser uppmuntras arrangörerna att ordna/prioritera fria transporter med lokaltrafiken. Vid exempelvis kongressen Aesop 2018 medverkade affärsområdet till att samtliga delegater försågs med 5-dagars västtrafik-kort. Detta påverkar naturligtvis inte hur delegaterna tar sig till Göteborg, men väl på destinationen får de hjälp att resa hållbart.
3. Vid flertalet site visits används flygbuss istället för taxi.

Evenemang

Affärsområdet Evenemang har i uppdrag att driva och stärka Göteborg som evenemangsstad genom att strategiskt utveckla och möjliggöra hållbara evenemang inom kultur och idrott.

Evenemang består av tre enheter: Värva och försäljning, Event Support och Projekt. Värva och försäljning fokuserar på kandidatprocesser av större nationella och internationella evenemang inom musik, kultur och idrott. Event Support bistår såväl interna och externa arrangörer och projektorganisationer med expertkunskap inom evenemangsledning, utveckling, logistik, infrastruktur, säkerhet och kommunikation. Projekt består av bolagets egna aktuella produktioner av evenemang. Hållbarhet är ett viktigt område för bolagets alla affärsområden och alla evenemang som produceras av Göteborg & Co 2018 är miljödiplomerade.

Evenemang påverkar besökarnas val av färdmedel genom kommunikation via egna produktioner av evenemang samt genom att inspirera arrangörer och samarbetspartners att agera och kommunicera hållbara val av färdmedel.

Konkret innebär detta:

1. I bud för större nationella och internationella evenemang informerar affärsområdet arrangören/organisationen/rättighetsägaren om hållbara transporter både för att ta sig till Göteborg och inom Göteborg.

2. Arrangörer uppmuntras att ordna/prioritera fria transporter med lokaltrafiken.
3. Vid flertalet site visits används kollektivtrafik.
4. I genomföranden av evenemang uppmuntras besökarna att gå, cykla eller använda kollektivtrafik.

Exempel på kommunikation kring hållbarhet vid evenemang:

Göteborgs Kulturkalas: <http://goteborgskulturkalas.se/sa-har-jobbar-vi-med-hallbarhet>

Vetenskapsfestivalen: <http://vetenskapsfestivalen.se/om-festivalen/en-hallbar-festival/>

Volvo Ocean Race med elbussar: <http://volvoceanracegoteborg.com/folkfest/>

Marknad & kommunikation

Affärsområdet Marknad & Kommunikation har i uppdrag att kommunikativt paketera reseanledningar, stärka och utveckla destinationens och bolagets varumärken, ansvara för extern kommunikation i alla kanaler som är övergripande för bolaget, ansvara för bolagets nationella och internationella destinations-PR, ge besökare information och service vid turistbyråerna och digitalt samt stödja bolagets affärsområden Evenemang och Möten samt Analys och omvärld i kommunikationsarbetet genom att utveckla och tillgängliggöra verktyg för kommunikation samt ge råd och stöd.

Via destinationens hemsida, turistbyråer och i kontakt med presumtiva besökare bidrar avdelningen till att få fler att välja hållbara färdmedel.

Konkret innebär detta:

1. På goteborg.com, finns information om hur man reser hållbart med tåg från Europa till Göteborg.
<https://www.goteborg.com/en/train-to-gothenburg/>
2. På sidan "Ta dig till Göteborg / Getting to Gothenburg" nämns buss och tåg före flyg för att enligt nudging-metodik "göra det lätt att välja rätt".
<https://www.goteborg.com/en/good-to-know/getting-to-gothenburg/>
3. Vid pressbesök där team Internationell marknadsföring & media-PR deltar används uteslutande flygbuss.
4. Medarbetarna på Besöksservice tar inte aktivt upp frågan, men vid förfrågan rekommenderar de alltid att välja bort egen bil och istället ta tåget till Göteborg. Detta inte minst eftersom det är svårt att ge råd kring parkering.
5. Med anledning av denna utredning har Besöksservice sett behovet av en mer aktiv procedur kring att tipsa om hållbara transportslag. Detta har lett till följande:

-Besöksservice inför en stående punkt på sitt veckomöte som handlar om hållbart resande och hur de ska förmedla det till destinationens besökare. Framförallt till de som inte kommit hit ännu, men även till dem som redan är här.

- Besöksservice ändrar ordningen på transportslag i trycksaken Göteborgsguiden och listar dem från och med 2019 i klimatvänlig ordning med flyget sist. Denna förändring har redan tidigare gjorts på goteborg.com och syftar till att göra klimatvänligt till ny norm där det är möjligt.

Ramverk för hållbarare transporter

En av besöksnäringens största utmaningar är klimatfrågan kopplat till resande, en utmaning som av alla prognoser att döma, inte kommer att minska. Detta är en utmaning som Göteborg & Co inte är ensamma om. Trots en tydlig målkonflikt i arbetet för en växande besöksnäring bedöms bolaget



behöva hantera transportfrågan i en samlad strategi och med ett mer aktivt förhållningssätt som inte begränsas till de hållbara transportslagen. Under Q1-Q2 2019 kommer ett bolagsövergripande ramverk för hållbarare transporter tas fram, med det övergripande målet att bidra till en minskning av bolagets och besökarnas klimatavtryck från resan till, och på, destinationen.