

Format Års- och hållbarhetsredovisning 2018

Årsredovisningen för 2018 har upprättats på samma sätt som tidigare år.

2018 har bolaget för första gången valt att även inkludera hållbarhetsredovisningen, vilket givit en samlad redovisning benämnd "Års- och hållbarhetsredovisning 2018".

Tidigare år har ett enkelt wordformat använts för den originalårsredovisning som undertecknas av styrelsen mfl, för att sedan skickas till Bolagsverket. Därefter har en layoutad variant av årsredovisningen lagts ut på webben.

Enligt E&Y, våra externa revisorer, ställs det nu högre krav på att den "originalårsredovisning" som undertecknas och skickas till Bolagsverket ska vara densamma som den som läggs ut på webben. Därför presenterar bolaget 2018 en layoutad produkt redan som "originalårsredovisning". Det kommer alltså att vara samma produkt som läggs ut på webben och detta kommer att ske snabbare än tidigare år.

Sidorna 37-39 i bifogade Års- och hållbarhetsredovisning kommer att bytas ut mot E&Y's revisionsberättelse respektive lekmannarevisorernas granskningsrapport i original.

ÅRS- OCH HÅLLBARHETS- REDOVISNING

2018-01-01 – 2018-12-31

för Göteborg & Co AB

Org nr 556428-0369

go:teborg&co

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.

Göteborg & Co ägs av Göteborgs Stad. Det innebär att vi arbetar för en hållbar stad, öppen för världen.

Bilder: Anders Wester, Beatrice Törnros, Cumulus, Dick Gillberg, Frida Winter, Johanna Frejme, Jorma Valkonen, Julia Sjöberg, Krister Engström, Lo Birgersson, Marie Ullnert, Markus Holm, Mika Aberra, Niklas Bernstone, Per Pixel Petersson, Peter Kvarnström, Superstudio D&D, Svenska Mässan & Gothia Towers, Tim Kristensson



**Göteborgs
Stad**

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Styrelsen och tillförordnade verkställande direktören för Göteborg & Co AB avger härmed följande års- och hållbarhetsredovisning.

ÅRSREDOVISNING

- 4. INLEDNING
- 6. DESTINATIONENS UTVECKLING
- 8. AFFÄRSPLANER FÖR EN NY TID
- 10. FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE
- 14. Evenemang
- 16. Möten
- 18. Marknad & kommunikation
- 20. Näringslivsgruppen + Analys & Omvärld
- 22. Göteborg 400 år 2021
- 24. Resultat och ställning
- 24. Turistutveckling i Göteborgsregionen
- 24. Förslag till vinstdisposition
- 25. Eget kapital
- 26. RESULTATRÄKNING
- 27. BALANSRÄKNING
- 29. KASSAFLÖDESANALYS
- 30. NOTER TILL BALANS- OCH RESULTATRÄKNING
- 37. REVISIONSBERÄTTELSE
- 39. GRANSKNINGSRAPPORT

HÅLLBARHETSREDOVISNING

- 42. PRIORITERINGAR FÖR EN HÅLLBAR UTVECKLING
- 46. VÄLKOMNANDE DESTINATION
- 50. POSITIVA EFFEKTER PÅ LOKALSAMHÄLLET
- 52. KLIMAT- OCH MILJÖSMART DESTINATION
- 56. SCHYSSTA VILLKOR
- 60. GRI-INDEX

NU FORTSÄTTER RESAN MOT FRAMTIDENS DESTINATION

Göteborg fortsätter växa. De kommande åren blir en språngbräda mot framtidens destination där besöksnäringen spelar en viktig roll för att bygga en levande stad. Vi har en spännande tid framför oss.

Antalet gästnätter ökade i Göteborgsregionen för 27:e året i rad och under många perioder var hotellen fullbelagda, vilket betyder att kapaciteten inte motsvarar potentialen. I ljuset av efterfrågan, Göteborgs starka attraktionskraft och Stockholms och Malmös utveckling under 2018 som visar att investeringar och tillgänglighet driver tillväxt, ser vi fram mot kommande år då planerade investeringar ökar antalet hotellrum med runt 30 %.

Som mötesstad är Göteborg en stigande stjärna. Allt fler arrangörer visar intresse för Göteborg och möter då anläggningar och ett samarbete mellan stad, näringsliv och akademi på internationell toppnivå. I april 2019 arrangeras Associations World Congress i Göteborg vilket blir en fantastisk möjlighet att visa upp Göteborgs ambitioner för stora delar av den internationella mötesindustrin.

Evenemang är en del av Göteborgs identitet. De årliga evenemangen lockar hundratusentals besökare varje år och de tillfälliga evenemangen är destinationens skyltfönster och plattformar för samarbete och kommunikation. Volvo Ocean Race, Nordea Masters och Göteborgs Kulturkalas i samband med EuroPride är några av årets stora genomföranden. Under 2019 ser vi bland annat fram mot European Choir Games. Evenemanget genomförs i samband med Gothenburg Culture Festival som tillsammans med fortsatt fokus på barnen tar med sig maten, musiken och möten mellan människor från Kulturkalaset.

Med bara två år kvar till 2021 tog kommunfullmäktige i slutet av 2018 beslut om planen för jubileumsfirandet. Det ger oss förutsättningar att skapa ett fantastiskt jubileumsår som bygger ett brett deltagande mot visionen att Göteborg år 2021 är internationellt känt som en modig förebild för hållbar och balanserad tillväxt.

Destinationens målbild att fördubbla turismen fram till 2030. 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. Göteborg & Co visar vägen genom att

uppmuntra till ett ekologiskt och socialt perspektiv, visa framgångsrika exempel i våra egna arrangemang, utbilda och informera.

Flygets expansion innebär en stor klimatmässig utmaning som måste hanteras. Vi behöver kontinuerligt uppmuntra till spårbinden trafik där det är möjligt. Men faktum kvarstår; Göteborgs geografiska läge gör att flyget kommer fortsätta vara av största betydelse för tillgängligheten från länder där tågförbindelser inte är tillräckligt konkurrenskraftiga. Samtidigt arbetar vi med miljödiplomering av våra egna och våra samarbetspartners verksamheter och evenemang.

Göteborg blev för tredje året utnämnt till världsledande i hållbarhet enligt Global Destination Sustainability Index. Det bekräftar att destinationen är på rätt väg, och innebär ett ansvar för oss att leda utvecklingen vidare utifrån de strategier som satts upp. Arbetet följer FN:s Global Compacts tio principer för hållbar utveckling och redovisas i vår hållbarhetsredovisning.

När vi sammanfattningsvis blickar tillbaka på 2018 och våra gemensamt uppsatta mål är vi verkligen på väg i rätt riktning, i många fall når vi våra mål och på vissa områden har vi fortfarande en bit kvar.

Möjligheterna är stora att tillsammans med alla intressenter kunna leverera ännu mer nytta för göteborgarna, stärka destinationens varumärke och bidra till en tillväxt som är både hållbar och balanserad. Det är med tillförsikt vi ser fram mot 2019.



Camilla Nyman
VD t.o.m. november 2018
Göteborg & Co AB



Anders Söderberg,
Tf VD fr.o.m. december 2018
Göteborg & Co AB



DESTINATIONENS UTVECKLING

Göteborgsturismen fortsatte växa under 2018. Antalet gästnätter på hotell och vandrarhem beräknas till 4,82 miljoner och rumsbeläggningen är mycket hög. Det var i praktiken fullbelagt under delar av året och de investeringar i ny boendekapacitet som planeras kommande år är välkomna. Arbetet med att utveckla destinationens attraktivitet i takt med det ökade utbudet av boende är en viktig uppgift för bolaget.

TILLVÄXT MED ETT SYFTE

Göteborg har nästan tre decennier av oavbruten tillväxt i besöksnäringen och alla prognoser pekar mot ett fortsatt ökat resande, både nationellt och internationellt. Bland europeiska turiststäder är ett stort diskussionsämne balanserad turism, eller balanserad tillväxt. Det handlar om att attrahera rätt sorts besökare och nå rätt målgrupper, inte främst om volym. Vissa städer är hårt ansatta av överturism, där de mest kända exemplen är Amsterdam, Barcelona och Venedig. De flesta andra städer upplever en balanserad och hållbar tillväxt, men är uppmärksamma på problemet. Samtidigt som turismen skapar sysselsättning och ekonomiskt inflöde kan effekten av överturism komma i konflikt med invånarnas bästa.

Göteborg & Co arbetar för göteborgarnas bästa vilket utläses i bolagets nya uppdragsbeskrivning som att "alla ska gynnas av en växande besöksnäring". Det införlivas nu av många andra städer som en strategisk riktning och förutsättning för balanserad turism.

Göteborg har länge arbetat med att i värvningsprocesser selektivt välja vilka möten och evenemang som är bra för destinationen och ligger i linje med övergripande strategier och generella förutsättningar. Även detta synsätt

börjar anammas av allt fler städer i omvärlden. Göteborg befinner sig i ett utvecklingssprång där staden förväntas växa kraftigt de kommande åren. Besöksnäringen har en viktig roll att spela i den utvecklingen. Inte bara för att generera arbetstillfällen, utan även för att bidra till en levande och mer jämlik stad.

SAMVERKAN SKAPAR ATTRAKTIVITET

Genom Göteborgs nya strategiska plan för Möten skapas en stark koppling till nyttan för forskning, kompetenshöjning och näringslivets utveckling. Evenemang följer en utveckling där det fortfarande är intressant med stora sportevenemang då och då, men där samverkan med de årligen återkommande evenemangen blir allt mer betydelsefull. Destinationens totala utbud av reseanledningar skapas av många stora och små aktörer. Göteborg & Co stimulerar genom att samverka med intressenter och entreprenörer där nya teman och säsonger är en viktig del. Höststaden med Halloween på Liseberg är ett exempel på detta. En del i arbetet har varit projektet Tillväxt Turism som drivits tillsammans med Business Region Göteborg och Turistrådet Västsverige.

TILLGÄNGLIGHETEN

En stor majoritet av besökarna till Göteborg kommer landvägen från Sverige eller Norge. För besökare längre bort ifrån och för de internationella företagen i regionen är flyget en förutsättning. Destinationen arbetar med flygfrämjande åtgärder utifrån näringslivets och besöksnäringens behov. Bra tågförbindelser tillsammans med direktförbindelser med flyg till utvalda storstadsregioner är förutsättningar för tillväxt. (statistik över turistutvecklingen i Göteborgsregionen finns i tabell på sid 24)

DESTINATIONEN GÖTEBORG 2018

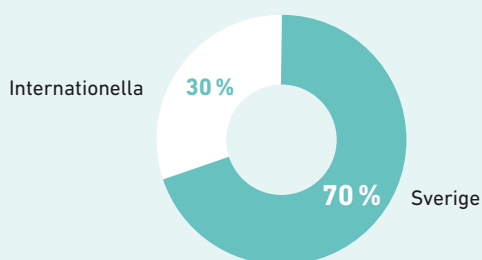


GÄSTNÄTTER PÅ HOTELL OCH VANDRARHEM

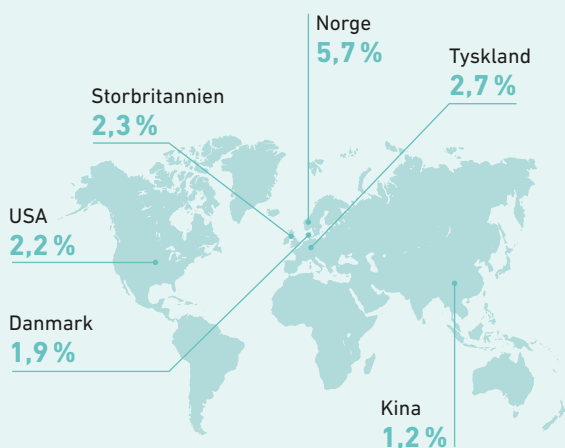
4 820 000

(prognos)

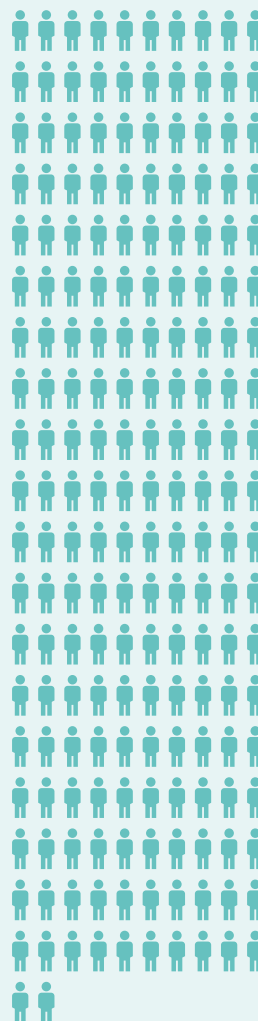
FÖRDELNING GÄSTNÄTTER



DE SEX STÖRSTA UTLANDSMARKNADERNA



% av totala antalet gästnätter.



ÅRSARBETEN I BESÖKSNÄRINGEN

19 200



TURISMOMSÄTTNING

31 MILJARDER KR

ANDEL CERTIFIERADE HOTELL OCH MÖTESANLÄGGNINGAR

92 %

Hotell

100 %

Mötesanläggningar

AFFÄRSPLANER FÖR EN NY TID

I början av 2018 fattade kommunfullmäktige beslut om att anta Stadens program för besöksnäringens utveckling till 2030. Där finns en rad strategier och mål för hur destinationen ska kunna fortsätta växa mot målbilden om en fördubbling av turismen.

MÅLBILD:

DESTINATIONEN GÖTEBORG SKA TILL 2030 HA FÖRDUBBLAT TURISMEN GENOM ATT VARA EN INTERNATIONELL FÖREBILD OCH ALLTID UTMANA HÅLLBARHETSBEGREPPEN

DESTINATIONENS 5 STRATEGIER

1

VÄRVA MÖTEN MED BÅDE
VOLYM OCH SPETS

4

FÖRBÄTTRA
TILLGÄNGLIGHETEN

2

MANIFESTERA
GÖTEBORG GLOBALT

5

DELA MED OSS AV ETT
LEVANDE GÖTEBORG

3

SKAPA INNOVATION
FÖR MORGONDAGEN



I den nya globala ekonomin har turismen blivit en basnäring för städer, regioner och nationer. Den har också en erkänt viktig roll i samhällsutvecklingen vad gäller att skapa hållbar tillväxt, arbetstillfällen och för att utveckla infrastruktur och ökad livskvalitet. Men det finns också baksidor som risk för överturism och transporternas klimatpåverkan.

Destinationen arbetar långsiktigt och nu tar vi stegen mot 2030-målet om en fördubbling av turismen med en besöksnäring som än mer vill bidra till en hållbar utveckling. Huvudfrågan är inte om turismen till Göteborg ska öka, utan hur den ska göra det. Svaret är: hållbart och med göteborgarnas bästa för ögonen.

WAY TO GROW – WAY TO GO

För första gången har gjorts en separat affärsplan för destinationen och en för Göteborg & Co. De hänger samman och baseras båda på 2030-programmet.

Affärsplanerna för destinationen och bolaget lanserades under året i en populärversion där man kan ta del av bakgrund, strategier och mål. Att tillväxten ska vara hållbar är en grundsten och genomsyrar alla strategier. Besöksnäringens aktörer bidrar till destinationens samlade attraktionskraft medan Göteborg & Co:s roll är att staka ut riktningen, se till att alla går mot samma mål och inte glömmer vikten av att utvecklingen sker på ett hållbart sätt.

Utifrån affärsplanen har samtliga avdelningar på Göteborg & Co utarbetat sina planer med strategier och mål. En stor uppgift för bolaget är också att koordinera insatserna från andra bolag och förvaltningar för att uppfylla ambitionerna i 2030-programmet. Det kan gälla att vara en resurs i stadsplaneringsfrågor eller bidra till att det för besöksnäringen viktiga behovet av kompetensförsörjning tillgodoses så långt det är möjligt.

GÖTEBORG & CO KOMMER 2018–2020 UR ETT DESTINATIONSPERSPEKTIV FOKUSERA PÅ ATT:

1. Leda destinationens utveckling genom samverkan och kunskap
2. Få människor att mötas genom upplevelser, möten och evenemang
3. Dela berättelser och nyheter om Göteborg med världen

HÅLLBARHETSSTRATEGIER

1. Göteborg & Co:s hållbarhetsarbete utgår från tre bolagsövergripande strategier som växelverkar och stärker varandra:
2. Vi ska vara förebild och föregångare och visa vägen i det vi gör och har rådighet över.
3. Vi ska uppmuntra och utmana destinationens aktörer och samarbetspartners att utvecklas i hållbar riktning.
4. Vi ska inspirera och hjälpa till hållbar konsumtion av destinationens utbud.

Göteborg & Co har varit processägare för ”Turista i sin egen stad”, ett uppdrag med målet att göteborgarnas möjlighet att turista i sin egen stad ska öka. I jämförelse med att resa till annan ort är det hållbart att turista hemma vilket också stärker det lokala utbudet. Det skapar också möjligheter att bemöta det som sker på vissa europeiska destinationer där lokalborna blivit alltmer kritiska mot turismen och de negativa följder den kan medföra om man glömmer bort de tre hållbarhetsdimensionerna. Vi vill även fortsatt se stolta göteborgare som välkomnar besökarna till sin stad. Denna utveckling stärks genom att besöken fördelas på ett hållbart sätt – över året och över stadens olika delar – och genom att visa göteborgarna på allt fantastiskt vår stad har att erbjuda. Genom att bidra till höjd livskvalitet för göteborgarna skapas också starka ambassadörer för destinationen.

FÖRVALTNINGS- BERÄTTELSE

KONCERN- OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Göteborg & Co AB är helägt av Göteborgs Stadshus AB (org.nr 556537–0888) till 100 % med säte i Göteborg som i sin tur är helägt av Göteborgs Stad.

Göteborg & Co AB äger 100 % av aktierna i Got Event AB (org.nr 556015–9823), Liseberg AB (org.nr 556023–6811) och Göteborgs Stadsteater AB (org.nr 556016–7875). Moderbolaget Göteborgs Stadshus AB (org.nr 556537–0888) upprättar koncernredovisning.

INFORMATION OM VERKSAMHETEN

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. Sedan 1991 har det varit stadens bolag för att samordna och strukturera arbetet med att utveckla besöksnäringen i Göteborgsregionen i nära samverkan med staden, näringslivet och akademien.

Bolaget värvar och utvecklar större möten och evenemang, marknadsför destinationen samt stimulerar till att skapa reseanledningar. Bolaget skapar affärsmässig samhällsnytta genom att fungera som samverkansplattform och motor för destinationsutveckling, bidra till hållbar tillväxt inom besöksnäringen samt bidra till en attraktiv destination och levande stad för både besökare och göteborgare.

Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnande styrdokumentet som anger fullmäktiges mål och inriktningar för mandatperioden och budgetåret. Göteborg & Co:s uppdrag och långsiktiga inriktning styrs av bolagsordning och ägardirektiv samt Göteborgs Stads olika strategiska program där programmet för besöksnäringens utveckling är av särskilt betydelse. Utöver det styrs bolagets verksamhet av Destinationens Göteborg och bolagets treåriga affärsplan, som utarbetats i samverkan med besöksnäringen, akademien och andra offentliga aktörer. Bolagets omsättning fluktuerar mellan åren beroende på mängden uppdrag och evenemang. Bolaget visar ett rörelseresultat på -13,1 mkr vilket tillsammans med det budgeterade koncernbidraget på 13,5 mkr ger ett resultat på 0,4 mkr, vilket är i linje med det budgeterade och prognostiserade

nollresultatet. Resultatet föregående år var 0,5 mkr.

Styrelsen och verkställande direktören bedömer att verksamheten är i linje med kommunens ändamål med sitt ägande av bolaget och att bolaget har följt de principer som framgår av 3 § i bolagsordningen.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER OCH UTVECKLING UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Året har kännetecknats av en fortsatt tillväxt för besöksnäringen i Göteborg. Under 2018 prognosticeras att knappt ca 4,82 miljoner gästnätter har gjorts på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen vilket är en ökning med 1 procent jämfört med året innan.

Hotellbeläggningen i Göteborg är hög vilket speglar den stora efterfrågan på kommersiellt boende. Perioderna med mycket hög beläggning blir allt fler och bristen på ledig kapacitet hämmar tillväxten. Statistiken omfattar dock inte nya alternativa boendeformer som AirBnb och liknande. Enligt undersökningar som genomförts i sommar och jämförelser med andra storstäder så är indikationen att allt fler väljer dessa boenden, särskilt om det är internationella gäster.

Samtidigt har under året investeringar i nya hotell offentliggjorts som fram till 2025 planeras ge stora tillskott av boendekapacitet. Men det är tidigast 2022 som effekten av detta kommer att märkas.

Bolaget var ansvarigt för projektledning och genomförande av Volvo Ocean Race den 14–21 juni. Evenemangsområdet i Frihamnen hade fri entré och bjöd på underhållning och aktiviteter. Det omfattande programmet med seminarier i regi både av staden och näringslivet var välbesökt och fick goda omdömen. Det dåliga vädret gjorde dock att den stora folkfesten uteblev.

Göteborgs Kulturkalas arrangerades samtidigt med EuroPride den 14–19 augusti och blev en stor framgång besöksmässigt. Under hösten beslutades att förändra och tematisera Kulturkalaset. Det kommer under namnet Gothenburg Culture Festival att 2019 arrangeras med temat "Röst och musik" samtidigt med European Choir Games.

I januari beslutade kommunfullmäktige om Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling som blir



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

vägledande för verksamhetens inriktning de kommande åren. Detta program var utgångspunkten när destinationens och bolagets affärsplaner arbetades fram i nära samverkan med besöksnäringsen och akademien. Bolagets uppdragsformulering arbetade om för att bättre anpassas till omvärldens krav och förväntningar.

Under våren 2018 färdigställdes den externa granskningen av EM i ridsport. Baserat på denna beslutade Göteborgs Stadshus AB att fem olika insatser skulle genomföras i en samlad handlingsplan. Bland annat gjordes en genomlysning av destinationens evenemangsstrategi samt förslag på åtgärder hur arbetssättet inom TKE-klustret skulle kunna förbättras. Uppdraget redovisades i slutet av året och kommer ligga till grund för en fortsatt utveckling av arbetssätt och ansvarsområden inom evenemangsverksamheten inom klustret och ett fortsatt arbete med att utveckla en evenemangsstrategi för destinationen.

KOMMUNFULLMÄKTIGES MÅL OCH UPPDRAG

Bolaget har under året bidragit till de kommunfullmäktiges mål som styrelsen har prioriterat och levererat på de uppdrag som tilldelats bolaget i kommunfullmäktiges budget samt svarat mot tilldelade uppdrag från 2017 års ägardialog med Göteborgs Stadshus AB.

Under året har uppdraget att ta fram en strategisk plan för att stärka det systematiska arbetet med vetenskapliga möten slutförts. Planen presenterades under hösten och blir ett verktyg för att i nära samverkan mellan näringsliv, akademi och stad utveckla mötesstaden.

Göteborg & Co har i uppdrag att leda, samordna, kommunicera och följa upp planeringen av Göteborgs 400-årsjubileum 2021. Den utvecklade jubileumsplanen lämnas årligen in till stadens budgetberedning och innefattar jubileumsarbetets delar. I december har också planen för Jubileumsårets utformning 2021 godkänts av kommunfullmäktige. Den beskriver hur staden kan fira Göteborgs 400-åriga historia och manifestera allt det som har åstadkommit på vägen till 2021 och göra ett bestående avtryck för framtiden.

REGIONAL OCH NATIONELL SAMVERKAN

Destinationen Göteborg omfattar ett större geografiskt område än staden och en besökare bryr sig inte om kommungränser. I regel anses Göteborgsregionens 13 kommuner ingå i destinationen. Genom samverkansavtal med Göteborgsregionen arbetar bolaget med hela destinationen. För att växa och öka antalet internationella besökare finns också ett flerårigt avtal med Turistrådet Västsverige och Visit Sweden i syfte att samordna resurserna på prioriterade utländska marknader för att få största möjliga effekt i marknadsföringen.

FRAMTIDSUTSIKTER

Det globala resandet ökade med 5 procent under de första nio månaderna 2018 enligt FN:s turistorgan UNWTO. Det är alltså en fortsatt stark tillväxt i besöksnäringsen internationellt. Göteborg ökar i gästnätter för 27:e året i rad. Tillväxten bromsas av brist på boendekapacitet. Perioderna då hotellen är i stort sett fullbelagda blir allt fler och det har knappt tillkommit någon ny kapacitet under de senaste åren. Investeringsviljan är stark bland besöksnäringens aktörer och för närvarande finns planer på närmare 4 000 hotellrum fram till 2025, en ökning av destinationens boendekapacitet med cirka 30 procent, vilket kommer avhjälpa bristen och ge förutsättningar att nå det långsiktiga målet om en fördubbling av turismen fram till 2030. Det är tidigast efter 2021 som några av de större projekten planeras att vara färdiga. Redan nu har bolaget börjat arbeta med åtgärder för att möta kapacitetstillväxten.

De nya affärsplanerna för destinationen och bolaget är omsatta i handlingsplaner som stödjer de fastslagna strategierna för möten, evenemang och marknad/kommunikation. Att tillväxten måste vara hållbar är numera en förutsättning. Inom det området ligger Göteborg långt framme och har tre år i rad utnämnts till världens ledande hållbara destination.

Kompetensförsörjning är en av de stora frågorna för besöksnäringsen. De stora satsningarna som Göteborg har framför sig kommer öka rekryteringsbehovet framför allt inom hotell och restaurang. Läs mer om framtidsfrågor under verksamhetsbeskrivningarna på sid 14–22.

RISK OCH OSÄKERHET

Årligen genomförs en riskanalys relaterat till bolagets övergripande och operativa mål. Där listas olika händelser som direkt eller indirekt kan påverka verksamheten negativt. Bland dessa kan särskilt nämnas följande:

- Det överklagade beslutet från Konkurrensverket 2017 avseende Göteborgs Stads finansiering av bolaget är ännu inte avgjort. Målet är av stor principiell betydelse och påverkar formerna för bolagets finansiering och förutsättningarna för motsvarande verksamheter inom EU.
- Göteborgs möjlighet att konkurrera om stora internationella evenemang försvagas på grund av tillgång till attraktiva arenor, ekonomiska villkor eller dålig tillgänglighet.
- Externa risker som beror på händelser i omvärlden såsom ekonomisk oro, lågkonjunktur eller terrorhandlingar kan ha stor påverkan på bolagets möjligheter att nå sina mål. Dessa är utanför bolagets kontroll men påverkar turismen och resandet i stort. Otrygghet på gator och torg är också en risk som kan hanteras genom proaktiv kommunikation och ett

kontinuerligt trygghets- och säkerhetsarbete med myndigheter och Göteborgs Stad.

- I Göteborg pågår flera stora infrastrukturprojekt som innebär att framkomligheten är begränsad på vissa ställen. Detta kan sprida bilden av en otillgänglig stad vilket kan innebära att arrangörer och besökare väljer bort Göteborg.

HÅLLBARHET

Bolaget ska genom ett långsiktigt och integrerat miljö- och hållbarhetsarbete sträva efter att förebygga och minimera negativ påverkan från verksamheten och som samverkansplattform bidra positivt till utvecklingen i stad och region. Bolaget miljödiplomerades första gången 2008. Göteborg & Co:s verksamhet är inte tillstånds- eller anmälningspliktig enligt miljöbalken.

Miljöarbetet bedrivs systematiskt utifrån Svensk Miljöbas nationella miljöledningsstandard och ska präglas av ständiga förbättringar.

Resor och transporter är en förutsättning för bolagets uppdrag men är också en betydande miljöaspekt. Omfattningen på påverkan från resor fluktuerar mellan åren beroende på mängden värvningsprocesser, evenemang och andra uppdrag. Tjänsteresorna klimatkompenseras genom Göteborgs Stads interna klimatkompensation.

Göteborg & Co omfattas ej av lagkravet att upprätta en hållbarhetsredovisning. Bolaget har ändå valt att upprätta en hållbarhetsredovisning i enlighet med Global Reporting Initiatives standarder för hållbarhetsredovisning (2016) på tillämpningsnivå ”Core”. Hållbarhetsredovisningen återfinns på sidorna 40–63.

PERSONAL

Göteborg & Co ska vara en attraktiv arbetsplats där jämställdhet och mångfald är en självklarhet. Bolaget vill uppfattas som en nyskapande, kreativ och professionell organisation som arbetar aktivt och målfokuserat med tydlig värdegrund. Under året har omorganisationer genomförts på två större avdelningar som fått nya chefer. I slutet av året lämnade VD bolaget och en tillförordnad har utsetts samtidigt som rekrytering av ny ordinarie VD påbörjats.

Den årliga medarbetarundersökningen genomförs under hösten och redovisas i februari nästkommande år. Resultatet från 2017 års undersökning visar att bolagets värden ligger över eller i nivå med index för Göteborgs Stads bolag på de flesta områden som gäller hållbart medarbetarengagemang, psykosocial arbetsmiljö, organisatorisk tillit med mera. Dock har värdena för bolaget sjunkit något jämfört med föregående år (2016). De faktorer som minskat mest var nöjd medarbetarindex, organisatorisk tillit och attraktiv arbetsgivare. Bakgrunden till detta kan vara den anpassning av organisationen som till stora delar genomförts under 2017 och 2018. Svarsfrekvensen var 91 %.

Sjukfrånvaron är historiskt sett låg, men visar en svagt ökande trend under 2016–2017. Under föregående höst när antalet sjukskrivningar ökade ytterligare utarbetades en särskild handlingsplan för arbetsmiljö av arbetsmiljökommitté, bolagets ledning och fackliga representanter. Det arbetet har fortsatt under 2018. Personalomsättningen är på ungefär samma nivå som året innan.



EVENEMANG

År 2018 bjöd på en fullspäckad evenemangssommar med Volvo Ocean Race, Nordea Masters, Göteborgs Kulturkalas och EuroPride. Plus alla årligen återkommande evenemang som fyllde staden. Med en ny organisation är avdelningen beredd att möta framtidens utmaningar.

AFFÄRSOMRÅDETS UPPDRAG

Evenemangsavdelningen ska driva och stärka Göteborg som evenemangsstad genom att strategiskt utveckla, möjliggöra och genomföra hållbara evenemang inom kultur och idrott. Kort sagt levandegöra en hållbar evenemangsstad.

ORGANISATION FÖR EN NY TID

Under första halvåret organiserades avdelningen om och består nu av tre enheter:

Värva och försäljning positionerar och säljer in Göteborg genom att värva eller etablera större nationella och internationella evenemang inom musik, kultur och idrott. Detta görs i nära samverkan med aktuella rättighetsägare, organisationer eller förbund.

Event Support bistår arrangörer och projektorganisationer, internt och externt, med expertkunskap inom evenemangsledning, utveckling, logistik, infrastruktur, säkerhet och kommunikation. Här finns även volontärspoolen Team Göteborg.

Projekt består av bolagets aktuella produktioner av evenemang. Under 2018 har genomförts: Vetenskapsfestivalen, Volvo Ocean Race, Göteborgs Kulturkalas, Student Göteborg och Julstaden.



MÅLBILD 2030: NORRA EUROPAS LEDANDE HÅLLBARA EVENEMANGSSTAD

SUMMERING AV VERKSAMHETSÅRET

Två större evenemang som värvats under 2018 är EM i karate 2021 och Master-VM i friidrott 2022. Totalt har avdelningen varit involverat i ett 40-tal pågående processer när det gäller värva eller etableringar.

Den 14–21 juni välkomnades Volvo Ocean Race till Göteborg med ett stort evenemangsområde på Frihamnen. Det var fri entré till underhållning och aktiviteter och det bjöds på segling i världsklass. Staden och näringslivet stod för ett omfattande seminarieprogram som blev välbesökt medan det publika programmet påverkades negativt av dåligt väder under en stor del av veckan.

Göteborgs Kulturkalas arrangerades samtidigt med EuroPride och det blev en stor folkfest. För fjärde året i rad arrangerades en konsert med en arabisk artist på Götaplatsen som lockade 40 000 åskådare.

2019 hålls European Choir Games samtidigt med det nya Gothenburg Culture Festival och arbetet med detta startade under hösten. Arrangörerna av EM i handboll och EM i trampolin, båda 2020, har också börjat planeringen i samverkan med oss. Diskussioner pågår gällande teman och koncept för Gothenburg Culture Festival från år 2020 och utredning pågår om den framtida utvecklingen av Julstaden och Student Göteborg.

EVENEMANGS AFFÄRSSTRATEGIER

1

GÖRA NYTT OCH GÖRA NYTTA

Evenemangsbranschen är i ständig utveckling och en uppgift är att utveckla nya koncept som kan ligga till grund för framtida succéer för Göteborg som evenemangsstad. Arbetet med att utveckla Gothenburg Culture Festival (framtidens kalas) startades under hösten och kommer fortgå under 2019.

3

LEDA ARBETET MED HÅLLBARA EVENEMANG

Kulturkalaset blev 2018 utsett till Årets hållbara event av Aktuell Hållbarhet och har blivit en förebild med sitt hållbarhetsarbete. Erfarenheter från detta arbete ska vi ta vidare i syfte att bli en ledande plattform för samverkan när det gäller hållbara evenemang och ställa högre krav på oss själva och våra partners.

2

ÖKAT DESTINATIONSFOKUS I VÄRVNINGS- OCH UTVECKLINGSARBETET

Evenemang fungerar som plattformar för destinationer som vill positionera sig både nationellt och internationellt. Därför är en prioritet att i värvningen fokusera på evenemang med stor potential att föra ut destinationen Göteborg. Under 2018 har avdelningen arbetat med ett flera potentiella kandidaturer inom idrott.

4

LEDA, DRIVA OCH STÄRKASAMVERKAN

De stora infrastruktursatsningar som sker i Göteborg ställer höga krav på samverkansmodeller och arbetssätt vad gäller evenemangsfrågor. Event Support har under året tagit initiativ och varit drivande i de nätverk där arrangörer, stadens förvaltningar och myndigheter träffas och arbetar med frågorna.

MÖTEN

För tredje året i rad blev Göteborg 2018 utnämnt till världens ledande hållbara destination. Detta tillsammans med ett aktivt värvningsarbete och en ny strategisk plan lägger grunden för en stark framtida utveckling för mötesdestinationen Göteborg.

AFFÄRSOMRÅDETS UPPDRAG

Mötesavdelningen ska aktivt värva stora kongresser och företagsmöten som för samman akademi och näringsliv i regionen med forskning och utveckling på hög internationell nivå. Detta görs genom att marknadsföra och sälja in destinationen Göteborg till beslutsfattare av främst internationella möten, politiska möten samt

större företagsmöten. Internationellt arbetar man under namnet Gothenburg Convention Bureau.

STRATEGISK PLAN FÖR FRAMTIDA MÖTEN

Möten är av största vikt för destinationen och kommunfullmäktige gav förra året Göteborg & Co i uppdrag att ta fram en strategisk plan för att stärka det systematiska arbetet med vetenskapliga kongresser. Planen lanserades under hösten och bygger på en bred gemensam kraftsamling av näringslivet, akademien och staden. Den innehåller strategier och åtgärder för att Göteborgs profil som mötesstad ska bli ännu tydligare och skapa bättre förutsättningar för lokal forskning, företagande och hållbar tillväxt.



MÅLBILD 2030: GLOBALT LEDANDE DESTINATION FÖR HÅLLBARA MÖTEN

SUMMERING AV VERKSAMHETSÅRET

Det blev en fantastisk framgång för Göteborg när Global Destination Sustainability Index utsåg världens ledande hållbara destination i november. Göteborg toppade för tredje året i rad med 94 poäng av 100 möjliga. Indexet mäter 50 destinationers hållbarhetsarbete ur tre dimensioner: ekologisk, social och ekonomisk. Detta visar att Göteborg ligger långt framme och vikten av ett nära samarbete mellan näringen och staden i dessa frågor.

Under 2018 har Möten varit involverade i ett 40-tal budprocesser där offert lämnats och framgångsrikt värvat 35 framtida möten som totalt omfattar nästan 100 000 delegatdygn. Därtill har 26 visningsresor för arrangörer genomförts. Återkopplingen från kunderna var mycket positiv och uppmärksammades i internationell mötespress.

Mötesambassadörerna har, genom sin expertis och renommé, en avgörande roll i att Göteborg kan attrahera vetenskapliga möten. För att säkra återväxten av mötesambassadörer har en utbildning genomförts i samverkan med Chalmers, Göteborgs Universitet och flera kongressarrangörsföretag.

I början av året värvades Associations World Congress & Expo som genomförs i april 2019. Det är en fantastisk möjlighet för Göteborg att visa upp staden och dess styrkor för en viktig grupp beslutsfattare inom mötesindustrin.

MÖTENS AFFÄRSSTRATEGIER

1

VÄRVA MÖTEN MED BÅDE VOLYM OCH SPETS

Fokus på värvningsarbetet har under året till viss del ändrats till att sikta på större möten. Detta har resulterat i att flera av årets bud rör möten i storleken 2 000–6 700 delegater. Strategiska satsningar och aktiviteter har också genomförts med syfte att öka värvningen av större möten, exempelvis genom att bjuda in 40 internationella kunder till en visningsresa i samband med Svenska Mässans 100-årsjubileum.

Möten inom spetskompetensområden ökar kompetensen lokalt och regionalt, vilket skapar långsiktiga värden för samhället samtidigt som det stärker stadens varumärke. Att värva möten inom områden som mänskliga rättigheter och sociala frågor bidrar till stadens långsiktiga mål. Samarbetet med Västra Götalandsregionen har stärkts och en rutin för att nyttja medicinska kongresser för kompetenshöjning har tagits fram.

2

INTENSIFIERA SAMVERKAN MED REGIONENS NÄRINGS-LIV

Som ett led i processen med den strategiska planen har ett nära samarbete inletts med en rad stora företag med internationellt kända varumärken i regionen. Detta har lett till identifiering av ett 40-tal möten som bedöms värdefulla att få förlagda till Göteborg. Arbetet har redan resulterat i vunna möten och nya budprocesser.

3

NYTTJA GÖTEBORG SOM ARENA FÖR ATT UTVECKLA NYA MÖTESKONCEPT

Under året har Göteborg stärkt förmågan att utveckla koncept och innehåll i nära samverkan med arrangörer och partners. Två internationella exempel är skolmötet AESOP som höll 20 mobila workshops med koppling till stadsutveckling och sociala projekt samt stroke-mötet ESOC som gjorde aktiviteter för praktiker, studenter och allmänhet.

MARKNAD & KOMMUNIKATION

En professionell kommunikation stärker destinationen Göteborg och bidrar till ett attraktivt Göteborg. Under det senaste decenniet har det skett en revolution inom marknadskommunikation, traditionella kampanjer har minskat i betydelse för en ständigt pågående dialog i digitala kanaler.

AFFÄRSOMRÅDETS UPPDRAG

Marknad & Kommunikation utvecklar och kommunicerar teman och säsonger som reseanledningar samt ett värdskap i toppklass. Avdelningen ansvarar för bolagets kommunikation samt stärker Göteborg som destinationens varumärke och säkerställer att kommunikationen är digital, innovativ och tillgänglig.

TVÅ AVDELNINGAR BLEV EN

År 2018 bildades den nya avdelningen Marknad & Kommunikation som en sammanslagning av tidigare Privatturism samt Kommunikation. Avdelningen består nu av fyra enheter:

PR och kampanj som marknadsför destinationen till potentiella besökare, media och influencers samt med bearbetning av reseledet.

Inhouse är bolagets resurs för produktion av kommunikationsmaterial och är även ansvarigt för sociala kanaler och goteborg.com.

Teman & säsonger bidrar till utvecklingen av nya säsonger och reseanledningar i samarbete med partners.

Värdskap & besöksservice möter besökarna som är här, driver Göteborgs två turistbyråer, infopoints i Göteborgs skärgård samt callcenter.



MÅLBILD 2030: SKANDINAVIENS MEST OMTALADE DESTINATION

SUMMERING AV VERKSAMHETSÅRET

Destinationens webbsida goteborg.com ökar stadigt och hade 2,7 miljoner unika besökare 2018. Antalet följare och interaktioner i sociala kanaler ökar också.

Bolaget har arrangerat cirka 175 internationella mediebesök för bloggare och journalister vilket har resulterat i exponering av destinationen i flera kanaler.

Två större destinationskampanjer har genomförts tillsammans med Liseberg mot marknad Sverige/Norge (höstkampanj och julkampanj) samt sex olika flygkampanjer (mot Storbritannien, Tyskland, Polen och Spanien). Paketering och kommunikation av reseanledningar (evenemang samt teman – Volvo Ocean Race, EuroPride, Nordea Masters, natur, mat, design, alla hjärtan, Höststaden, Julstaden).

Arbete har genomförts med att säkerställa destinationsperspektivet i större evenemang och möten.

Projektet Tillväxt Turism (med Business Region Göteborg och Turistrådet Västsverige) har under året arbetat för att skapa fler hållbara företag inom besöksnäringen samt nya exportmogna produkter. Projektet har nått målet med företags- och affärsutveckling av 50 företag och påbörjat eller lanserat 20 nya produkter/rutter.

Göteborgs skärgård är ett samarbete mellan Göteborg & Co, Öckerö Kommun och Stadsdelsnämnden Väster. Styröbolagets nya färjelinje Stenpiren–Hönö Klåva blev en succé med 33 439 passagerare. Även Öckeröborna har nyttjat färjan för att åka in till Göteborgs centrum.

MARKNAD & KOMMUNIKATION AFFÄRSSTRATEGIER

1

UTVECKLA SÄSONGER OCH TEMATISKA KONCEPT SOM SKAPAR INTRESSE FÖR GÖTEBORG SOM RESMÅL

Ett koncept som utvecklades ytterligare 2018 var Höststaden. Med Halloween på Liseberg som motor är detta på väg att etableras som en ny säsong i Göteborg. Arbetet med teman & säsonger har fokus på shopping, mat, design och natur (främst skärgård) samt höst och jul.

3

FINNAS DIGITALT DÄR BESÖKARNA ÄR

Marknadskommunikation och kampanjer styrs alltmer mot digitala och sociala kanaler. Under året har fokus ökat på den ständiga digitala närvaron för att erbjuda besökaren inspiration. Det har också medfört att trycksaksproduktionen under 2018 förväntas minska med 15 procent.

2

MARKNADSFÖRA GÖTEBORG GENOM ATT KOMMUNICERA PÅ ETT NYTT OCH INNOVATIVT SÄTT OCH I NYA KANALER/ PLATTFORMAR

En ny varumärkesplattform för destinationen har arbetats fram under året i samarbete med Visit Sweden för att bättre kunna fokusera marknadsinsatserna till respektive målgrupp, internationellt och nationellt. Gemensamt material för internationell marknadsföring har tagits fram inom ramen för samarbetet med Västsvenska Turistrådet och Visit Sweden.

4

LYFTA GÖTEBORGS VÄRDSKAP TILL NYA NIVÅER

Turistbyråerna i Göteborg tog 2018 emot 383 000 besök och personalen där är experter på destinationens utbud. Men det är inte alltid som besökarna söker sig till turistbyråerna. Därför har riktade utbildningsinsatser gjorts för frontpersonal på hotell och anläggningar samt guider. För att öka kunskapsnivån om destinationen hos dessa har tre heldagsutbildningar genomförts under året samt två kunskapsseminarier om internationella marknader. Under året har Göteborg tagit emot 43 kryssningsanlöp till Amerikakajen med ca 54 000 gäster.

NÄRINGSLIVS-GRUPPEN

Regionens framtida konkurrensförmåga och hållbara välfärd är i fokus för Näringslivsgruppen. Under 2018 har flera strategiska samarbeten inletts och fördjupats med bland annat Vetenskapsfestivalen, Ung Företagsamhet och olika projekt för att öka inkludering och verka för långsiktig kompetensförsörjning.

AFFÄRSOMRÅDETS UPPDRAG

Näringslivsgruppen ska vara en plattform för samverkan mellan näringsliv, organisationer, kommuner och akademi i arbetet med att stärka och utveckla Göteborgs konkurrens- och attraktionskraft. Genom initiativ och projekt ska man stimulera till långsiktig kompetens-

försörjning och inkludering för att bidra till en attraktiv, levande och hållbar storstadsregion.

LÅNGSIKTIGA STRUKTURER

2018 har präglats av ett förändringsarbete där insatserna går till att bygga långsiktiga och hållbara strukturer. Det innebär att verksamheten inriktats tydligare till att stödja destinationens övergripande strategier, samt att den gått från att vara bidragsgivare till att vara en resurs genom kunskap och finansiella insatser.

Flera strategiska samverkansprojekt har startats, både inom bolaget och med externa parter, där syftet är att skapa plattformar och därmed förutsättningar för långsiktiga engagemang.



MÅLBILD 2030: EN ATTRAKTIV OCH HÅLLBAR STORSTADSREGION DÄR IDÉER, VERKSAMHETER OCH MÄNNISKOR VÄXER TILLSAMMANS

SUMMERING AV VERKSAMHETSÅRET

Några av de större väsentliga händelserna under året som även är exempel på hur de långsiktiga strategiska plattformarna har utvecklats:

De framgångsrika jobbmässorna Skarpt Läge och At your service, där unga människor oavsett förutsättningar fick möjlighet att träffa presumtiva arbetsgivare. 143 hel- och deltidsanställningar förmedlades på Skarpt Läge i februari.

Internationella Vetenskapsfestivalen med sina ca 50 000 besök och ett av Europas ledande populärvetenskapliga evenemang, hade i år en spektakulär invigning med Max Tegmark som hologram. En genomlysning av Vetenskapsfestivalens juridiska hemvist är igångsatt ihop med ett strategiskt visionsarbete med sikte på 2021

som inkluderar en ökning av antalet huvudmän och deras grundfinansiering.

På initiativ av Bonnier och Bokmässan startades ett arbete för att skapa evenemang för sommarlovslediga barn. Tillsammans med flera olika partners arrangerades BonnierHoops! i Biskopsgården med aktiviteter. Det var allt från street basket, poetry slam, kampsporter, vattenlek, rap-skola etc.

Fokusåret Kunskap och Upplysning 2019 innebär att projekt som Näringslivsgruppen stöttar kan förädlas och kopplas ihop långsiktigt som en del i det livslånga lärandet och kompetensförsörjning. Detta är exempelvis Vetenskapsfestivalen, Future Skills, Ung Företagsamhet, jobbmässan Skarpt Läge, #gbgtechweek och Connect2Capital.

NÄRINGSLIVSGRUPPENS AFFÄRSSTRATEGIER

1

UTVECKLA SAMARBETSFORMER

Samverkansformerna för de långsiktiga projekt och engagemang Näringslivsgruppen arbetar med har utvecklats och ytterligare strukturerats under 2018. Det gäller bland annat; Student Göteborg, Vetenskapsfestivalen, Ung Företagsamhet, arabiska artisten på Kulturkalaset och Göteborgs Symfoniker. Ett nytt bolag (Essity) har kommit in som medlem. Arbetet med PR och nyhetspublicering är etablerat i varje projekt.

2

INITIERA OCH FACILITERA NYA PROJEKT

I ansökningsförfarandet till Näringslivsgruppen har en hållbarhetsdimension adderats samt en värderingsprocess tagits fram och etablerats. Under året har en rad satsningar på fokusområdena inkludering och kompetensförsörjning initierats och genomförts. Näringslivsgruppen processleder fokusåret Kunskap och Upplysning 2019 (inom Göteborgs 400-årsjubileum) och jobbar i nära samverkan med Business Region Göteborg i det näringslivspolitiska programmet inom området kompetensförsörjning.

3

SYNLIGGÖRA OCH ÖKA KUNSKAPEN OM GÖTEBORG

Projekten som Näringslivsgruppen varit engagerade i 2018 är ett medel som bidrar till att öka medvetenheten om Göteborg, regionen och dess attraktionskraft. Löpande intern och extern kommunikation har skett i olika kanaler på både lokal, nationell och internationell nivå. Magasin Göteborg producerades i samarbete med Business Region Göteborg. Med 210 000 läsare var denna Dagens Industris mest lästa bilaga under året.

ANALYS & OMVÄRLD

Kunskap om näringen och omvärlden har varit en viktig del av verksamheten sedan bolaget bildades. Göteborg & Co har varit en föregångare inom branschen globalt under många år. En av nycklarna till den positionen är ett starkt fokus på kunskap och mod att iscensätta kunskapen i aktivitet. Kopplingen till akademien har varit ovärderlig för att kunna få stöd och leda i bevis.

För att starkare fokusera på rollen som kunskapsnav och bygga en struktur har Analys & Omvärld inrättats som en egen avdelning under året.

Under året har genomförts flera mätningar av stora evenemang i staden som Volvo Ocean Race, Göteborgsvarvet och Göteborgs Kulturkalas med EuroPride. Mätningar har även gjorts med fokus på turistbyråernas service till besökare.

Ett annat arbete som påbörjats under året är att tillsammans med besöksnäringen ta fram en struktur för en bred undersökning för att skapa en bild av hur besökarna till destinationen ser ut.

VÄGEN BEREDS FÖR GÖTEBORGS 400-ÅRSJUBILEUM 2021

År 2009 fick Göteborg & Co i uppdrag att ta fram en plan för stadens 400-årsjubileum. Sedan dess har tusentals göteborgare varit delaktiga i processen och bidragit med idéer och förslag kring stadens utveckling. Många av stadens förvaltningar och bolag är involverade och driver förverkligandet av dessa idéer och projekt i form av jubileumssatsningar.

Flera av jubileumssatsningarna har tagit stora kliv i utvecklingen medan några fortsatt har utmaningar i förverkligandet och i ett fall skjutits på framtiden. Under 2018 har leveransen till jubileumsåret 2021 prioriterats samt vilken nytta och värde jubileumssatsningarna bidrar med till stadens utveckling. Jubileumsorganisationen har stärkts med programchef och konstnärlig ledare.

FRÅN IDÉ TILL VERKLIGHET

Jubileumsorganisationens roll att leda, samordna, kommunicera och följa upp har under året uppmuntrat till tvärssektoriell samverkan, öppen dialog och fler möten mellan människor. En lång rad aktiviteter och händelser har genomförts. Några jubileumssatsningar som har genomförts under 2018 är exempelvis: regnlekplatsen i Renströmsparken, färjetrafik mellan Stenpiren och Hönö, Strandparken i Frihamnen, musiklägret Side by Side av El Sistema och Göteborgs Stadstriennial.

FOKUSÅR 2018–2020

Fokusårens metodik med systematiserad delaktighet har involverat såväl stad, region, näringsliv som föreningar

och medborgare. Under 2018 har temat varit Go Global med fokus på hur staden välkomnar världen till 400-årsjubileet. Evenemangen Volvo Ocean Race, Nordea Masters, Kulturkalaset och EuroPride har använts som mötesplatser. Där har göteborgaren haft möjlighet att vara delaktig genom olika aktiviteter.

Temat för fokusår 2019 är Kunskap och Upplysning. Kompetensförsörjning är en särskilt aktuell fråga och utbildning akademi och science parks kommer att få viktiga roller. Vetenskapsfestivalen blir en betydelsefull plattform. Det avslutande fokusåret i perioden 2020 kommer samla effekterna av alla jubileumssatsningar i temat Hållbart Växande.

JUBILEUMSÅRET 2021

Kommunfullmäktiges beslut i december innebär att det nu har satts ett ramverk för firandet under jubileumsåret och att det beviljas medel på 100 mkr för att genomföra fyra stora höjdpunkter.

1. 2021 inleds med ett nyårsfirande som kommer att öppna ridån för jubileumsåret, och som sedan fortsätter att lysa upp vinterperioden med en konstnärlig ljusutställning utomhus.
2. Jubileumshelgen 4–6 juni. Den officiella födelsedagshelgen firas till minne av att stadsprivilegierna skrevs på den 4 juni 1621 av Gustav II Adolf.
3. Den stora ManiFESTen som summerar jubileumsåret med en hyllningsfest som positionerar Göteborg inom hållbar tillväxt, mänskliga rättigheter och demokrati.
4. Som fjärde höjdpunkt binds året samman genom en mångfald av upplevelser i hela staden som manifesteras och kommuniceras under jubileumsåret.



RESULTAT OCH STÄLLNING

Bolagets utveckling vad gäller några centrala resultatmått och nyckeltal framgår av följande uppställning (belopp i tkr):

	2018	2017	2016	2015	2014
Rörelseintäkter	203 447	196 252	241 755	249 874	199 933
Resultat efter finansiella poster	10 009	1 370	1 122	-1 166	1 237
Balansomslutning**	1 118 488	1 115 346	90 022	69 224	68 605
Soliditet*	95,9 %	95,5 %	21,2 %	26,7 %	28,6 %
Medelantal anställda	106	105	112	113	112
Omsättning per anställd	1 919	1 869	2 159	2 211	1 780

* Eget kapital + 78 % av obeskattade reserver/balansomslutning.

** Under 2017 gjordes en omvänd fusion med Göteborg & Co Kommunintressent AB. Bolaget blev då ägare till tre dotterbolag, vilket påverkade balansomslutningen..

TURISTUTVECKLING I GÖTEBORGSREGIONEN

	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Total turistsättning Mkr	31 100	30 200	27 700	25 600	22 900	22 100
Marknadsandel av kommersiella gästnätter på hotell och vandrarhem	11,0 %	11,1 %	11,3 %	11,0 %	10,7 %	10,4 %
Antal gästnätter, 1 000-tal	4 820	4 777	4 696	4 488	4 050	3 740
Antal sysselsatta inom rese- och turistnäringen	19 200	18 600	17 600	17 100	16 700	16 100

För år 2018 redovisas prognosvärden, för övriga år redovisas utfall.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	1 043 196 259
Årets resultat	23 089 802
Kronor	1 066 286 061

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

utdelning till aktieägare	23 084 100
i ny räkning överförs	1 043 201 961
Kronor	1 066 286 061

I övrigt framgår bolagets resultat av verksamheten under året, samt ställningen vid årets slut av efterföljande resultat- och balansräkning.

Koncernbidrag har lämnats till	kkkr
Göteborgs Stadshus AB	15 700
Liseberg AB	26 000
Göteborgs Stadsteater AB	3 595
Koncernbidrag har erhållits från	kkkr
Got Event AB	15 700
Göteborgs Stadshus AB	43 095

EGET KAPITAL

	Aktiekapital	Reservfond	Balanserade vinstmedel	Årets resultat
Ingående balans	3 000 000	1 208 540	1 056 874 527	921 732
Vinstdisposition			921 732	-921 732
Utdelning till aktieägarna			-14 600 000	
Årets vinst				23 089 802
Utgående balans	3 000 000	1 208 540	1 043 196 259	23 089 802

RESULTATRÄKNING

	Not	2018	2017
Rörelseintäkter	1	203 447 296	196 252 470
Kostnad för sålda tjänster		-7 613 753	-8 489 393
Övriga externa kostnader	2, 3	-124 865 585	-106 316 317
Personalkostnader	4, 5	-82 839 876	-79 704 783
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	6	-1 182 700	-1 262 217
Summa rörelsekostnader		-216 501 914	-195 772 711
Rörelseresultat		-13 054 618	479 759
Resultat från andelar i koncernföretag	7	23 084 100	910 000
Ränteintäkter och liknande resultatposter		23 545	399
Räntekostnader och liknande resultatposter		-43 872	-19 675
Resultat efter finansiella poster		10 009 155	1 370 483
Bokslutsdispositioner	8	13 630 000	52 020
Skatt på årets resultat	9	-549 353	-500 771
Årets resultat		23 089 802	921 732

BALANSRÄKNING

	Not	2018-12-31	2017-12-31
TILLGÅNGAR			
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	6	4 100 117	5 131 174
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	10	1 032 151 120	1 032 151 120
Andra långfristiga värdepapper	11	146 000	146 000
Summa anläggningstillgångar		1 036 397 237	1 037 428 294
Omsättningstillgångar			
Varulager, handelsvaror		820 785	587 020
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		18 812 214	16 634 281
Fordringar bolag inom Gbg Stadshus AB		29 811 933	30 308 596
Skattefordran		2 819 866	2 667 251
Övriga fordringar		25 125 663	17 795 694
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	12	4 557 214	9 751 957
Summa kortfristiga fordringar		81 126 890	77 157 779
Kassa och bank	13	143 025	173 309
Summa omsättningstillgångar		82 090 699	77 918 108
SUMMA TILLGÅNGAR		1 118 487 937	1 115 346 401

BALANSRÄKNING FORTS

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital

Bundet eget kapital

Aktiekapital (30 000 aktier, kvotvärde 100 kr/st)	3 000 000	3 000 000
Reservfond	1 208 540	1 208 540
	4 208 540	4 208 540

Fritt eget kapital

Fusionsdifferens	0	1 007 211 864
Balanserade vinstmedel	1 043 196 259	49 662 663
Årets resultat	14 23 089 802	921 732
	1 066 286 061	1 057 796 259

Summa eget kapital

1 070 494 601 **1 062 004 799**

Obeskattade reserver

15 **3 254 161** **3 384 161**

Kortfristiga skulder

Leverantörsskulder	15 170 132	17 220 582
Skulder till bolag inom Gbg Stadshus AB	5 954 723	15 103 210
Övriga kortfristiga skulder	3 049 080	2 244 853
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	16 20 565 240	15 388 796

Summa kortfristiga skulder

44 739 175 **49 957 441**

SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER

1 118 487 937 **1 115 346 401**

KASSAFLÖDESANALYS

	Not	2018	2017
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		10 009 155	1 370 483
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet		1 182 700	14 952 217
Betald skatt		-701 969	-478 517
<i>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</i>		10 489 886	15 844 183
<i>Förändringar av rörelsekapital</i>			
Varulager		-233 765	72 577
Kortfristiga fordringar		4 623 857	-21 568 844
Kortfristiga skulder		-5 218 267	-22 036 216
Kassaflöde från den löpande verksamheten		9 661 711	-27 688 300
Investeringsverksamheten			
Investering i inventarier		-151 643	-2 004 136
Infusionerade medel		0	1 528 502
Förvärv av aktier i dotterbolag		0	-25 000
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-151 643	-500 634
Finansieringsverksamheten			
Erhållna koncernbidrag		13 500 000	0
Amortering av skuld		0	-1 200 000
Utbetald utdelning		-14 600 000	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-1 100 000	-1 200 000
Årets kassaflöde		8 410 068	-29 388 934
Likvida medel vid årets början, inkl. koncernkontot		16 682 001	46 070 935
Likvida medel vid årets slut, inkl. koncernkontot	17	25 092 069	16 682 001

NOTER TILL BALANS- OCH RESULTATRÄKNING

Allmän information

Koncernredovisning upprättas inte med hänvisning till undantaget till i Årsredovisningslagen 7 kap. 2 §.

Redovisningsprinciper

Göteborg & Co AB tillämpar Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNR 2012:1 *Årsredovisning och koncernredovisning* ("K3").

Koncernbidrag

Erhållna och lämnade koncernbidrag redovisas som bokslutsdisposition i resultaträkningen. Erhållna aktieägar-tillskott redovisas direkt mot fritt eget kapital.

Andelar i koncernföretag

Andelar i dotterföretag redovisas till anskaffningsvärde. Utdelning från dotterföretag redovisas som intäkt när rätten till utdelning bedöms som säker och kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Nedskrivning av andelar i dotterföretag görs vid bestående värdenedgång.

Avskrivningar

Avskrivningar enligt plan grundas på anläggningarnas ursprungliga anskaffningsvärde och fördelas över den beräknade ekonomiska livslängden. Inventarier skrivs av med 20 % per år då deras ekonomiska livslängd bedöms vara 5 år.

Skillnaden mellan avskrivningar enligt plan och bokförda avskrivningar redovisas som bokslutsdisposition.

Varulager

Varulagret har värderats enligt lägsta värdets princip, d.v.s. till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. Vid bestämmande av anskaffningsvärde har först-in-först-ut-principen tillämpats. Verkligt värde utgörs av beräknat försäljningsvärde med avdrag för beräknad försäljningskostnad.

Fordringar

Fordringarna är upptagna till de belopp varmed de beräknas inflyta. Övriga tillgångar och skulder är upptagna till nominella belopp om icke annat framgår av nedanstående notanteckningar.

Intäkter

Uppdragsersättning från Göteborgs Stad intäktsförs det år kostnader uppstår som ersättningen skall kompensera.

Bolaget vinstavräknar utförda tjänsteuppdrag med fast pris när arbetet avslutas. Detta innebär att pågående tjänsteuppdrag värderas i balansräkningen till direkt ned-

lagda utgifter samt med avdrag för fakturerade dellikvider. I samband med bokslut görs en bedömning av uppdragets slutresultat. Om en förlust befaras och bedöms föreligga bokförs denna i sin helhet.

Övriga intäkter redovisas när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt och när huvudsakligen alla risker och rättigheter som är förknippade med ägandet övergått till köparen, vilket normalt inträffar i samband med leverans av varor eller tillhandahållande av tjänster.

Skatter

Periodens skattekostnad eller skatteintäkt består av aktuell och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är den skatt som beräknas på det skattepliktiga resultatet för en period. Uppskjuten skatt beräknas utifrån den s.k. balansansatsen, vilket innebär att en jämförelse görs mellan redovisade och skattemässiga värden på bolagets tillgångar respektive skulder. Skillnaden mellan dessa värden multipliceras med aktuell skattesats, vilket ger beloppet för den uppskjutna skattefordringen/-skulden. Uppskjutna skattefordringar redovisas i balansräkningen i den omfattning det är sannolikt att beloppen kan utnyttjas mot framtida skattepliktiga resultat. Riksdagen beslutade i juni 2018 om en sänkning av bolagsskattesatsen i två steg. Uppskjutna skatteskulder/skattefordringar som förväntas realiseras under åren 2019–2020 värderas således till 21,4 %, samtidigt som övriga poster värderas till 20,6 %.

Leasing

Samtliga leasingavtal redovisas som operationella leasingavtal, vilket innebär att leasingavgiften fördelas linjärt över leasingperioden.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar. Med likvida medel avses kassa och bank. Tillgodohavande på koncernkonto redovisas som likvida medel.

Moderbolag

Göteborg & Co AB ägs till 100 % av Göteborgs Stadshus AB (556537-0888).

Intäkterna kommer till 9 % (2017: 7 %) från andra Göteborgs Stadshus-bolag och 4 % (2017: 8 %) av kostnaderna för posterna "kostnader för sålda tjänster" samt "övriga externa kostnader" går till andra Göteborgs Stadshus-bolag.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Inga väsentliga händelser har inträffat efter balansdagen.

Not 1 Rörelseintäkter

	2018	2017
Uppdragsersättning från Göteborgs Stad	118 970 000	115 700 000
Intäkter från tjänsteförsäljning	16 581 045	21 168 360
Marknadsföringserättning, projektmedel och övriga intäkter från ägare och intressenter	67 896 251	59 384 110
	203 447 296	196 252 470

Not 2 Arvode och kostnadsersättningar

	2018	2017
Revisionsuppdrag Ernst & Young AB	151 643	114 692
Revisionsuppdrag Stadsrevisionen	191 101	202 326
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdrag Ernst & Young AB	149 354	141 396

Med revisionsuppdrag avses lagstadgad granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning. Med begreppet revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget avses sådan granskning av förvaltning eller ekonomisk information som följer av författning, bolagsordning, stadgar eller avtal och som utmynnar i en rapport eller någon annan handling utöver revisionsberättelsen samt rådgivning eller annat biträde som förordas av iakttagelser vid ett granskningsuppdrag. Övriga tjänster är sådana tjänster som inte hänförs till vare sig revisionsuppdrag, revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget eller skatterådgivning.

Not 3 Leasing

De väsentliga leasingavtalen avser hyresavtal för bolagets lokaler på Möllevägens Gata och Kungälvsparken. I dessa avtal finns en indexuppräkning enligt KPI. Avtalet avseende Möllevägens Gata löper till och med 2022 och förlängs 36 månader om det ej sägs upp. Avtalet avseende Kungälvsparken löper till och med 2024 och förlängs 36 månader om det ej sägs upp. Övriga leasingavtal avser t.ex. kopieringsmaskiner.

	2018	2017
Räkenskapsårets betalda leasing	7 122 659	6 764 058
Avtalade framtida leasingavgifter:		
Inom ett år	7 192 651	6 577 285
Två till fem år	23 558 797	9 511 689
Senare än fem år	2 287 200	6 861 600

Not 4 Personal

	2018	2017
Män	29	26
Kvinnor	77	79
	106	105

Medelantalet anställda enligt ovan har beräknats i relation till företagets normala årsarbetstid.

För att ge en mer fullständig bild av sysselsättningen i företaget framgår nedan antalet personer som under året varit tillsvidareanställda respektive haft en tidsbegränsad anställning t.ex. projektanställning, säsongsanställning, vikariat eller uppdragstagare.

	Antal årsarbeten 2018	Antal personer 2018
Tillsvidareanställd personal	71	106
Visstidsanställd personal / Uppdragstagare	35	290
	106	396

Not 5 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2018	2017
Styrelse, VD och vVD		
Löner och andra ersättningar	1 881 781	1 764 790
Sociala kostnader	1 208 031	1 162 998
Varav pensionskostnader	(496 359)	(487 149)
Övrig personal		
Löner och andra ersättningar	53 317 220	52 073 225
Sociala kostnader	23 198 101	21 976 101
Varav pensionskostnader	(5 241 682)	(4 770 340)
Totalt		
Löner och andra ersättningar	55 199 001	53 838 015
Sociala kostnader	24 406 132	23 139 099
Varav pensionskostnader	(5 738 041)	(5 257 489)

Bolaget har en tillförordnad VD. Tillförordnad VD är tillika administrativ chef med ett tillsvidareanställningsavtal.

Könsfördelning bland ledande befattningshavare

	2018		2017	
	Antal	Varav män	Antal	Varav män
Styrelseledamöter	7	29 %	7	43 %
Ledningsgrupp	10	50 %	11	27 %

Not 6 Inventarier

	2018-12-31	2017-12-31
Ingående anskaffningsvärden	15 291 697	15 909 231
Inköp	151 643	2 004 136
Försäljning/utrangering	-651 456	-2 621 670
Utgående anskaffningsvärden	14 791 884	15 291 697
Ingående planenliga avskrivningar	10 160 523	11 516 273
Årets planenliga avskrivningar	1 182 700	1 262 217
Försäljning/utrangering	-651 456	-2 617 967
Utgående planenliga avskrivningar	10 691 767	10 160 523
Utgående planenligt restvärde	4 100 117	5 131 174

Not 7 Resultat från andelar i koncernföretag

	2018	2017
Anteciperad utdelning	23 084 100	14 600 000
Nedskrivning av andelar i koncernföretag	0	-13 690 000
	23 084 100	910 000

Not 8 Bokslutsdispositioner

	2018	2017
Förändring av periodiseringsfond	-720 000	307 600
Förändring överavskrivningar	850 000	-255 580
Erhållet koncernbidrag	58 795 000	77 800 000
Lämnat koncernbidrag	-45 295 000	-77 800 000
	13 630 000	52 020

Not 9 Skatt på årets resultat

	2018	2017
Aktuell skatt	-549 353	-500 771
Uppskjuten skatt	0	0
Skatt på årets resultat	-549 353	-500 771

Avstämning årets skattekostnad

Redovisat resultat före skatt	23 639 155	1 422 503
Skatt beräknas med skattesats 22 %	-5 200 614	-312 951
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-425 557	-387 090
Skatteeffekt av nedskrivningar	0	-3 011 800
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	5 078 502	3 212 000
Uppskjuten skatt	0	0
Schablonintäkt på periodiseringsfonder	-1 684	-930
Summa	-549 353	-500 771

Not 10 Andelar i koncernföretag

	2018	2017
Ingående anskaffningsvärde	1 032 151 120	0
Andelar i dotterbolag genom fusion	0	1 008 441 120
Lämnat aktieägartillstånd	0	37 400 000
Nedskrivning av andelar	0	-13 690 000
Utgående anskaffningsvärde	1 032 151 120	1 032 151 120

			2018-12-31	2017-12-31
	Antal andelar	Kapital andel %	Bokfört värde	Bokfört värde
Liseberg AB				
556023-6811, Göteborg	419 998	100,0 %	975 188 000	975 188 000
Got Event AB				
556015-9823, Göteborg	15 000	100,0 %	30 771 000	30 771 000
Göteborgs Stadsteater AB				
556016-7875, Göteborg	79 941	100,0 %	26 192 120	26 192 120
			1 032 151 120	1 032 151 120

Not 11 Andra långfristiga värdepapper

	2018-12-31	2017-12-31
Svensk Turism AB, 556452-7157, Stockholm	146 000	146 000
Kvotvärde är för ovanstående aktier 100 kr/st och EK uppgick till 6 619 000 kr 2018		

Not 12 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	2018-12-31	2017-12-31
Personalrelaterade	44 456	124 450
Hyreskostnader	1 907 294	1 832 962
Projektrelaterade	1 486 361	4 834 029
Övrigt	1 119 103	2 960 516
	4 557 214	9 751 957

Not 13 Ställda säkerheter

	2018-12-31	2017-12-31
Resegaranti (Bankgaranti)	50 000	50 000

Not 14 Vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	1 043 196 259
Årets resultat	<u>23 089 802</u>
Kronor	1 066 286 061

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

utdelning till aktieägare	23 084 100
i ny räkning överförs	<u>1 043 201 961</u>
Kronor	1 066 286 061

Not 15 Obeskattade reserver

	2018-12-31	2017-12-31
Akkumulerade överavskrivningar	407 802	1 257 802
Periodiseringsfond 2014	358 000	358 000
Periodiseringsfond 2015	285 459	285 459
Periodiseringsfond 2016	724 900	724 900
Periodiseringsfond 2017	758 000	758 000
Periodiseringsfond 2018	720 000	0
	3 254 161	3 384 161

Not 16 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	2018-12-31	2017-12-31
Personalrelaterade	7 732 168	7 356 550
Projektrelaterade	4 822 010	1 754 209
Övrigt	8 011 062	6 278 037
	20 565 240	15 388 796

Not 17 Likvida medel

	2018-12-31	2017-12-31
Av posten utgör tillgodohavande på koncernkontot	24 949 044	16 508 692

GÖTEBORG DEN 8 FEBRUARI 2019

Håkan Linnarsson
Ordförande

Kia Andreasson

Monica Djurner

Eva Flyborg

Pär-Ola Mannefred

Hanna Friberg

Kerstin Billmark

Anders Söderberg
Tf. VD Göteborg & Co AB

Vår revisionsberättelse har lämnats den 8 februari 2019
Ernst & Young AB

Hans Gavin
Auktoriserad revisor

Vår granskningsrapport har angivits den 8 februari 2019

Annika Hofmann
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

Lars-Gunnar Landin
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

REVISIONSBERÄTTELSE

REVISIONSBERÄTTELSE

GRANSKNINGSRAPPORT

HÅLLBARHETS- REDOVISNING 2018





PRIORITERINGAR FÖR EN HÅLLBAR UTVECKLING

Göteborg & Co arbetar för att göra Göteborg till en ännu bättre stad. För att lyckas med det strävar bolaget efter att ta ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvar och att alltid utmana hållbarhetsbegreppet. Göteborg & Co är en liten organisation men genom att själv visa på goda exempel och samverka med andra kan man påverka många aktörer i en hållbar riktning. På så sätt bidrar bolaget till långsiktigt hållbar tillväxt inom besöksnäringen i Göteborg.

NY AFFÄRSPLAN VÄGLEDER

Destinationens målbild är en fördubbling av turismen från 2015 till 2030 genom att vara en internationell förebild och alltid utmana hållbarhetsbegreppen.

Göteborg & Co har under 2018 tagit fram en ny affärsplan, WAY TO GO, för 2018–2020 som beskriver hur bolaget på bästa sätt ska säkerställa att destinationens mål uppfylls och därigenom skapa värde för Göteborg. Läs mer på sid 8.

LÖPANDE INTRESSENTDIALOG

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.

Bolaget arbetar i aktiv samverkan med olika aktörer och intressenter. Intressenternas erfarenheter och synpunkter är viktiga för vidareutvecklingen av verksamheten.

Som samverkansplattform bygger bolagets verksamhet på löpande dialog med intressenterna. Bolagets viktigaste intressenter är medarbetare, ägare, klusterbolag och samarbetspartners i form av de lokala besöksnäringföretagen, lokala arrangörer och rättighetsägare, akademien samt förvaltningar och bolag i staden. Dessa grupper var mycket aktiva och delaktiga i framtagandet av både Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030 och destinationens affärsplan. Besökare och göteborgare är också viktiga intressenter, de är målgrupper för det bolaget gör. Dialogen med dessa breda grupper är av naturliga skäl en utmaning. Bolagets nya avdelning för Analys & Omvärld har under året börjat ett arbete för att ta fram ytterligare utvecklad kunskap om besökarna och deras preferenser. Se sid 21.

Bolagets övriga intressenter är leverantörer, media, regionala, nationella och internationella branschorganisationer, myndigheter, nationella och internationella arrangörer och rättighetsägare, researrangörer och potentiella besökare. I urvalet av intressenter för löpande intressentdialog är fokus på de primära intressentgrupperna och en bred representation med olika perspektiv och erfarenheter av såväl bolaget som Göteborg som destination har eftersträövats.



GÖTEBORG & CO:S PRIMÄRA INTRESSENTER

Intressent	Kanal för dialog
Ägare - Göteborgs Stad gm Göteborgs Stadshus AB	Bolagsstämma, styrelsemöten, ägardialog, års- och delårsrapporter, koncernråd.
Medarbetare	Medarbetarsamtal, avdelnings-/gruppmöten, internkonferenser, medarbetarundersökning.
Samarbetspartners - Besöksnäringens företag genom Besöksnäringens Forum (BNF): representanter för storhotellgruppen, göteborgshotellen, restaurangföreningen, shoppingen, möten, akademien, transportföretagen och Göteborgsregionens kommunalförbund. - Lokala arrangörer, ambassadörer och rättighetsägare.	BNF-möten, BNF adjungerade i styrelsen, styrgrupper och samverkansgrupper, nyhetsbrev. Samverkans- och nätverksgrupper exempelvis nätverk för årligen återkommande evenemang, GCB medlemsmöte, nyhetsbrev.
Besökare - Nationella och internationella	Sociala medier, besöksservice, intervju- och enkätundersökningar.
Medborgare/Göteborgare	SOM-undersökning, digitala kanaler, besöksservice, via ägaren.
Göteborgs Stads förvaltningar och myndigheter	"Nålsögat" (samverkansgrupp av tillståndsmyndigheter, blåljus och tekniska förvaltningar), samverkansgrupper och råd.
Klusterbolag - Liseberg, Got Event, Göteborgs Stadsteater	Vd-råd och tematiska klusterråd såsom ekonomi, hållbarhet, kommunikation, HR, digitalisering och inköp.

Bolagets styrelse är politiskt tillsatt, representanter från besöksnäringen (Besöksnäringens Forum) är adjungerade i styrelsen. Varje affärsområde har styrgrupper med representanter från affärsområdets viktigaste intressenter, styrgrupperna träffas regelbundet. Medarbetare i bolaget driver och representerar i olika samverkansgrupper och råd i stadens förvaltningar.

ÖVERGRIPANDE MÅLBILD

DESTINATIONEN GÖTEBORG SKA TILL 2030 HA FÖRDUBBLAT TURISMEN GENOM ATT VARA EN INTERNATIONELL FÖREBILD OCH ALLTID UTMANA HÅLLBARHETSBEGREPPET.

FÖRDJUPAD INTRESSENTDIALOG OCH VÄSENTLIGHETSANALYS

Under 2017 genomförde Göteborg & Co en fördjupad intressentdialog med utvalda intressenter. Ett tiotal representanter för verksamhetens viktigaste intressenter, såsom ägaren, evenemangsarrangörer, hotell, turistorganisationer med flera, intervjuades för att få deras syn på bolagets viktigaste ansvar.

Resultatet från den fördjupade intressentdialogen diskuterades och nyanserades i en workshop med representanter från olika delar av verksamheten, vilket resulterade i tolv väsentliga hållbarhetsfrågor. Väsentlighets-

analysen är en viktig grund för samsyn kring bolagets viktigaste prioriteringar för en hållbar utveckling.

Under 2018 har analysen utvecklats och konkretiserats ytterligare för att fungera som ett ännu bättre underlag för styrning av arbetet. Se bild 1 Göteborg & Co:s väsentliga frågor. Detta arbete kommer att fortsätta under 2019.

GLOBALA MÅL OCH UTVECKLAD STYRNING

De väsentliga frågorna har under året även matchas mot kommunfullmäktiges mål och samt de Globala målen för hållbar utveckling (se bild 2). Att se på bolaget i

Välkommande destination - Brett utbud - Tillgängligt och inkluderande - Tryggt och säkert	Klimat- och miljösmart destination - Klimatsmarta resor - Systematik och miljöcertifiering - Hållbar mat
Positiva effekter på lokalsamhället - Attraktiv stad - Jobbskapande och kompetensförsörjning - Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor	Schyssta villkor - God arbetsmiljö - Affärsetik - Hållbara upphandlingar och inköp

Bild 1: Göteborg & Co:s hållbarhetsområden med tillhörande väsentliga frågor.



Bild 2: De Globala mål som Göteborg & Co främst bidrar till genom verksamheten.



relation till de Globala målen och dess delmål hjälper till att förstå verksamheten i ett större sammanhang och vad som måste göras för att bidra till en hållbar värld. Bolaget kommer under 2019 arbeta vidare med att rusta den nya organisationen i hållbarhetsfrågor och konkretisera målsättningar och systematik för uppföljning samt vidare implementering av de tre bolagsövergripande strategierna för hållbarhetsarbetet. Se sid 9.

Här finns förbättringspotential. Även kommunikation kring arbetet med hållbarhetsfrågor och att lyfta goda exempel bland våra samarbetspartners är viktiga utvecklingsområden.

STYRDOKUMENT OCH ANSVAR

Bolaget styrs på övergripande nivå av ägardirektiv, kommunfullmäktiges budget, destinationens och bolagets treåriga affärsplan och styrelsens mål och inriktningsdokument samt Göteborg Stads program, policys och riktlinjer. I styrdokumentet är hållbarhetsperspektivet i relevanta delar integrerat. Göteborg & Co genomförde första miljödiplomeringen 2008 och har sen dess haft ett systematiskt miljöarbete i ständig utveckling.

Göteborg & Co:s hållbarhetsstrategi driver och utvecklar hållbarhetsarbetet, i samarbete med bolagets olika avdelningar, och rapporterade under 2018 till administrativ chef. Ytterst ansvarig för hållbarhetsarbetet är vd.

RISKER OCH RISKHANTERING

Bolagets ledningsgrupp genomför årligen en riskanalys som omfattar analys av risker såväl utifrån destinationens perspektiv som ur bolagets perspektiv. Riskanalysen fastställs av bolagets styrelse. Risker som bolaget ej kan påverka bevakas med beredskap att hantera. De risker som bolaget har någon grad av rådighet över hanteras av ansvarig/-a chefer i åtgärdsplaner. De risker som identifierats som de mest väsentliga för kommande år beskrivs närmare på sid 12–13. Ur ett hållbarhetsperspektiv kan, utöver förutsättningarna för stadens

🕒 CASE: ÅTERIGEN BÄST I VÄRLDEN PÅ HÅLLBARHET

Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) slog för tredje året i rad fast att Göteborg är den globalt ledande hållbara mötes- och evenemangsdestinationen. Det betyder mycket för staden och besöksnäringen. GDS-Index jämför hur väl olika städer uppfyller en lång rad krav på hållbarhet ur social, ekonomisk och ekologisk dimension. Alla städer bedöms utifrån ett 40-tal kriterier, exempelvis hur bra staden är på återvinning, avfallshantering, jämställdhet, antikorruption, miljöcertifiering av hotell och anläggningar, utsläpp av växthusgaser, tillgänglighet och trafiksituation. Även destinationsbolagets insatser, strategi och arbete för att stötta, utbilda och driva på näringen bedöms. Göteborg får höga poäng inom samtliga områden. Högt betyg i hållbarhet betyder mycket när Göteborg ska hävda sig i konkurrensen med andra städer när det gäller stora möten, evenemang och investeringar.

finansiering av bolaget och besökarens säkerhet/upplevda trygghet, särskilt pekas på klimatförändringar med extremväder som följd, psykosocial arbetsmiljö samt efterlevnad av inköps- och upphandlingspolicies (LOU).

Mer långsiktiga risker ur ett destinationsperspektiv att bevaka och hantera är överturism, kompetensförsörjning och klimateffekter även kopplade till flyg och resande.

VÄLKOMNANDE DESTINATION

Alla som besöker eller lever i Göteborg ska känna att de är en del av staden och att utbudet är till för dem. Integration är en av de största utmaningarna som det moderna samhället står inför. I Göteborgs Stads arbete för en jämlik stad är syftet att minska skillnader i livsvillkor och hälsa. Göteborg & Co arbetar för att alla ska kunna ta del av utbudet i Göteborg, oberoende av kön, tro, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsnedsättning, ålder och språk.

BESÖKSNÄRING FÖR ALLA

Besöksnäringen medverkar till att bygga broar mellan människor från olika kulturer och den gör staden mer attraktiv med ett bredare utbud av kultur, nöjen, restauranger, kaféer, utflyktsmål och handel. Göteborg & Co bidrar genom att marknadsföra staden och satsa på ett brett utbud av evenemang och upplevelser för alla. Bolaget verkar, i samverkan med näringen, för att utbudet ska spegla stadens invånare och målet är att det ska finnas något för alla och att det inte ska finnas några fysiska eller språkliga begränsningar i att kunna delta vid ett evenemang. Dessutom ska delar av utbudet vara helt gratis och fritt att delta i för alla som bor eller besöker Göteborg.

ETT BRETT UTBUD AV EVENEMANG

2030 ska Göteborg vara norra Europas ledande hållbara evenemangsstad. Evenemang är en snabbt växande

sektor med tydliga synergier för turism och besöksnäring, men också en sektor med hård konkurrens om stora internationella evenemang lämpliga för Göteborg. Göteborg & Co ska driva och stärka Göteborg som evenemangsstad genom att strategiskt utveckla, möjliggöra och genomföra hållbara evenemang inom kultur och idrott. Evenemangsverksamheten ska verka för att bredda evenemangsutbudet för människor i alla åldrar, av olika kön och med olika bakgrund.

Under året har Göteborg & Co genom stöd och rådgivning eller genom värvprocesser varit involverade i 120 evenemang. Dessutom har bolaget själv genomfört fem evenemang: Volvo Ocean Race samt de årligen återkommande Internationella Vetenskapsfestivalen, Göteborgs Kulturkalas, Student Göteborg och Julstaden. Under året var fördelningen av antalet evenemang som bolaget varit involverade i 40 % idrottsevenemang och 60 % musik- och kulturevenemang.

Göteborg & Co arbetar för anpassningar som gör det möjligt för alla att besöka och ta del av utbudet oavsett förutsättningar. Evenemangen arbetar i olika grad med fysisk tillgänglighet. Många av de evenemang som Göteborg & Co genomför eller på andra sätt bidrar till är gratis och tillgängliga för alla. Under året genomfördes flera evenemang som vem som helst kunde ta del av helt utan kostnad, exempelvis Volvo Ocean Race och Kulturkalaset som även samorganiserades med EuroPride.



🔗 CASE: VETENSKAPSFESTIVALEN

Vad är vi? var temat för 2018 års Internationella Vetenskapsfestival. Temat belystes från en rad olika infallsvinklar. Det handlade om alltifrån hur vi agerar som kollektiv och hur celler kommunicerar med varandra till demokratifrågor och var gränsen går mellan att vara en människa och artificiell intelligens.

Vetenskapsfestivalen i Göteborg är Sveriges största årligen återkommande kunskapsfest och ett av Europas ledande populärvetenskapliga evenemang. 2018 års festival var den tjuogoandra i ordningen – ett unikt evenemang med hundratals programpunkter, med mer än 1 000 timmars vetenskap, öppet och gratis för alla. Programmet bygger på tre spår: Skolprogrammet, som är till för elever i för- och grundskolan, Öppna programmet, öppet för allmänheten, samt Fackprogrammet som är en samverkansplattform och mötesplats för forskare, media, pedagoger, politiker och näringsliv. Festivalens grundidé är att vara tillgänglig, tvärvetenskaplig, kreativ och inkluderande.

INTERNATIONELLA MÖTEN SOM ÖPPNAR UPP FÖR ALLMÄNHETEN

Göteborg & Co har i uppdrag att aktivt värva stora kongresser och företagsmöten till Göteborg som för samman akademi och näringsliv i regionen med forskning och utveckling på hög nationell och internationell nivå. Göteborg & Co kan inte direkt påverka innehållet på möten med där det finns frågor som är av brett intresse uppmuntrar bolaget till aktiviteter som gör att innehållet kommer en bredare allmänhet till del.

Exempel på ett möte med många publika inslag var European Stroke Organisation Conference – ESOC som genomfördes i maj 2018. Där erbjöds gymnasie-studenter kostnadsfritt endagsinträde och guidades av läkarstudenter. Vidare besökte lokala och internationella forskare fyra gymnasieskolor och det hölls också ett kostnadsfritt seminarium om stroke för allmänheten i Göteborgs Universitetsaula i Vasaparken. Efteråt hölls en efterkonferens med höjdpunkter från ESOC för sjuk-sköterskor och ambulanspersonal samt press/media.

Andra exempel från året är Advances in Architectural Geometry Symposium, AAG, som hade en öppen kvällsföreläsning och Conference on Radiation Effects on Components and Devices – RADECS som hade en publik aktivitet där Christer Fuglesang var en av talarna.

Under året genomfördes 36 möten som Göteborg & Co varit delaktiga i att värva till Göteborg, samt 37 möten värvades inför kommande år. Göteborg & Co har

ingen direkt rådighet över den fysiska tillgängligheten vid möten i Göteborg. Däremot främjar bolaget utvecklingen av frågan genom samarbete med såväl arrangörer som möteslokaler och anläggningar som har mycket hög tillgänglighetsstandard. En länk till Tillgänglighetsdatabasen – en databas som visar på tillgänglighetsstandarden för olika anläggningar kommer att finnas i den nya versionen av Venue finder. Venue finder är ett verktyg primärt för mötesköpare att hitta rätt anläggningar som passar kraven och förutsättningarna för mötet och inkluderar konferensanläggningar och hotell. Verket lanseras under våren 2019.

KOMMUNIKATION SOM INKLUDERAR

Göteborg & Co jobbar aktivt för att ha en medveten och inkluderande kommunikation. Bland annat finns riktlinjer för att språket ska vara enkelt och tillgängligt för alla. Det finns också riktlinjer för normkritisk bildanalys som anger vad man ska tänka på vid val av bilder i bolagets kommunikation. Utifrån detta har Göteborg & Co under 2018 sett över bildbanken och kompletterat med bilder med större mångfald och normkritiska perspektiv.



TRYGGA OCH SÄKRA MILJÖER

De senaste åren har naturkatastrofer, terrorism, klimat-hot med mera, bidragit till en trend mot ökad otrygghet i samhället. Göteborg & Co jobbar proaktivt, bland annat med riskanalyser och risk- och krisövningar inför egna evenemang. När det gäller evenemang där Göteborg & Co stöttar arrangören blir rollen rådgivande och kravställande för att säkerställa att evenemanget uppfyller vissa säkerhetskriterier, dessa kriterier varierar utifrån behoven kopplat till respektive evenemang och sammanhang. Göteborg & Co arbetar också i samverkan med myndigheter (polis, räddningstjänst, sjukvård, trafik-kontoret m.m.) i olika typer av nätverk men också inför ett specifikt evenemang. Göteborg & Co har deltagit i ett arbete som PKMC (PreKatastrof Medicinskt Center) drivit med Göteborgs universitet, för att ta fram en mall där arrangörer får ett antal frågor angående evenemanget och dess säkerhet. Formuläret är nu i bruk och skickas ut till arrangörer från tillståndsenheten på polisen när en ansökan lämnas in.



🕒 CASE: KULTURKALASET

– EN TRYGG OCH VIKTIG MÖTESPLATS

På Göteborgs Kulturkalas kan människor mötas och uppleva saker tillsammans. Besöksundersökningen bekräftar att atmosfären, stämningen, folkfesten och samhörigheten är det som i högst grad framhålls som det bästa med Kulturkalaset. Kulturkalaset uppfattas som en plats som underlättar för människor att mötas och Kulturkalaset gör staden tryggare.

På Kulturkalaset ska ingen känna sig exkluderad på grund av kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet/-uttryck, religion eller ålder. I största möjliga mån skapas fysisk tillgänglighet som exempelvis läktare för rullstolar och syn- och teckenspråkstolkning. Kulturkalaset bjöd på hela 1 469 programstarter och som vanligt präglades programmet av stor variation och bredd. 4 500 personer medverkade i programmet och på Kulturkalasets scener uppträdde 52 % kvinnor, 46 % män och 2 % med annan könstillhörighet.

Under årets genomförande anmälades fyra incidenter till festivalens sambandscentral. Incidenterna handlade om brand, ofredande och skador. Två av dessa incidenter anmälades även till polisen. Relativt storleken på evenemang är det förhållandevis få anmälningar, men varje incident tas på största allvar. Varje incident analyseras för att förebyggande åtgärder ska vidtas så att likande händelser inte inträffar igen. Utöver detta gjorde Göteborgs stadsmuseum en polisanmälan för en incident, ett hot mot publiken och föreläsarna, under en EuroPride-programpunkt.

🕒 CASE: KULTURKALASET SATSAR PÅ INTEGRATION

Kulturkalaset har under fyra år i rad bokat en världskänd arabisk artist för att attrahera en breddad målgrupp. I år stod den libanesiska superstjärnan Nancy Ajram på scen. Tidigare år har Nawal El Zoghbi, Najwa Karam och Elissa lockat en stor och till stor del ny publik till Kulturkalaset. Konserten på Götaplatsen i augusti drog årets festivals största publik med över 40 000 personer.

Förhoppningen med att bjuda in arabiska artister till Kulturkalaset är att nå nya målgrupper som annars inte känner sig inkluderade i festivalens programutbud, bidra till att minska segregationen och öka invånarnas identifikation till sin stad Göteborg.

Tidigare år har de arabiska artisternas publik skilt sig från Kulturkalasets övriga besökare genom att de i mycket större utsträckning inte gjort andra kulturbesök under året. Från 2017 har skillnaden minskat drastiskt. Från att 30–40 % av publiken inte gjorde några andra kulturbesök under året blev resultatet förra året 11 %. Jämförelsesiffran för Kulturkalasets övriga besökare är 8 %. Utvecklingen är markant och visar att en reell förändring skett.

🕒 CASE: EUROPRIDE 2018

EuroPride 2018 var ett samarrangemang mellan West Pride och Stockholm Pride, som även samorganiserades med Göteborgs Kulturkalas.

EuroPride har arrangerats sedan 1992. Varje år tilldelas en europeisk pridefestival rättigheterna att använda titeln av organisationen European Pride Organisers' Association, EPOA, ett nätverk av europeiska Pride-organisationer.

För första gången någonsin delades värdskapet av två städer, med budskapet "Two cities, one country – for a united Europe open to the world". Genom parollen ville arrangörerna lyfta blicken från Sverige och belysa mångfald, alla människors lika rättigheter, integration och hylla hbtq-kultur i Europa och världen.

Mest uppmärksammat och publikdragande var EuroPride Parade. Paraden startade på Heden, passerade Brunnsparken och gick uppför Avenyn innan den avslutades med en ceremoni på Götaplatsen. Antalet deltagare i paraden var 25 000 personer medan cirka 50 000 besökte den som åskådare. Totalt antal deltagare i EuroPride Göteborg 2018 var 225 000 personer.

POSITIVA EFFEKTER PÅ LOKALSAMHÄLLET

Turismen och besöksnäringen skapar arbetstillfällen för många människor. Ett ökat utbud av evenemang, restauranger, hotell, möten och upplevelser bidrar till att göra Göteborg till en ännu bättre stad att leva och verka i. Göteborg & Co bidrar till samhällsnytta genom att fungera som en ledande samverkansplattform och motor i att skapa hållbar tillväxt inom besöksnäringen. Samtidigt strävar bolaget att genom verksamheten sätta fokus på viktiga samhällsfrågor.

HÅLLBAR FÖRDUBBLING AV TURISMEN TILL 2030

Besöksnäringen i Göteborg har upplevt absolut tillväxt varje år sedan 1991. Nu fortsätter arbetet med att utveckla besöksnäringen i Göteborg med nya utmaningar, ny kraft och nya strategier. Destinationens målbild är en fördubbling av turismen från 2015 till 2030 genom att vara en internationell förebild och alltid utmana hållbarhetsbegreppen. Genom målbilden vill besöksnäringen ta ett ökat ansvar för Göteborgs utveckling. Under 2018 har destinationen Göteborg antagit en ny affärsplan, WAY TO GROW, för 2018–2020 som beskriver hur man ska genomföra detta. Affärsplanen behandlar bland annat destinationens strategiska utmaningar och mål, samt mätetal. Viktiga strategier handlar om att manifestera Göteborg globalt, lyfta samverkan till en ny nivå, skapa innovation för morgondagen, förbättra tillgängligheten och dela med sig av ett levande Göteborg. Göteborg & Co har också tagit fram en ny affärsplan, WAY TO GO, för 2018–2020 som beskriver hur bolaget på bästa sätt ska säkerställa att destinationens mål uppfylls och därigenom skapa värde för Göteborg. Se sid 8–9.

ATTRAKTIV OCH HÅLLBAR STORSTADSREGION

Göteborg växer och det är inte bara mängden besökare som ska öka. Fram till år 2035 ska staden ge plats för 150 000 nya göteborgare, 80 000 nya bostäder och

arbetsplatser. Detta skapar utmaningar – men också stora möjligheter för Göteborg som destination.

Göteborg & Co verkar för att Göteborg ska vara en attraktiv och hållbar storstadsregion där idéer, verksamheter och människor växer tillsammans. Turismen och besöksnäringen i Göteborgsregionen fortsätter utvecklas positivt såväl avseende gästnätter som sysselsättning och turismomsättning. Se sid 7 samt tabell sid 24. Under 2018 har Göteborg stått värd för flera stora händelser, såsom bland annat Volvo Ocean Race och Europride, vilket attraherat många besökare. Även det vanliga privatresandet har ökat. Speciellt sommartid är Göteborg en destination med mycket stor attraktionskraft med besökare både från resten av Sverige men också de nordiska länderna och mer långväga ifrån.

Göteborg ska enligt den strategiska planen för Möten "attrahera möten som identifierats som strategiskt viktiga för näringslivet, akademien och staden." Mötesbranschen skapar tillväxt och profilerar stadens forskning, innovationer och företag. Allt detta stärker Göteborg som en attraktiv plats att studera, verka och investera i. Under året har bolaget tagit fram en strategisk plan för att ytterligare stärka Göteborg som mötesstad och därmed skapa bättre förutsättningar för lokal forskning, företagande, kompetensutveckling och hållbar tillväxt.

BESÖKSNÄRING SOM SKAPAR JOBB

Besöksnäringen skapar sysselsättning, både enkla och mer kvalificerade jobb, vilket får fler i arbete. Kompetensförsörjningen inom besöksnäringen är en av de främsta utmaningarna, särskilt inom restaurang. Här finns stora möjligheter att slussa in unga och nya göteborgare på arbetsmarknaden. Göteborg & Co:s satsningar och aktiviteter för att skapa jobb har bidragit till både praktikplatser och konkreta arbetstillfällen, detta bland annat genom jobbmässan Skarpt läge, som Näringslivsgruppen är samarbetspartner till. För att väcka intresse för besöksnäringen genomfördes under året även At your service (se case).

► CASE: JOBB OCH MÖJLIGHETER I BESÖKSNÄRINGEN

Föreningen Skarpt Läge arrangerade i september 2018 jobbmässan At your service, en mötesplats för arbets-sökande och arbetsgivare med fokus på besöksnäringen. Under tre timmar kom 754 arbetssökande på Scandic Crown för att träffa arbetsgivare som bland annat Liseberg, Scandic, Casino Cosmopol. De 20 arbetsgivare och utbildningsanordnare som ställde ut är alla anslutna till besöksnäringen och erbjöd över 150 st olika typer av jobb på hotell, restaurang, inom turism och handel. Alla hade något att erbjuda i form av jobb, studier eller praktik. At your service bygger på ett samarbete mellan Näringslivsgruppen på Göteborg & Co, Visita, Scandic, Arbetsförmedlingen och Föreningen Skarpt Läge. Resultatet av mässan blev totalt 32 jobb, varav 14 heltid och 18 deltid, samt totalt 41 intervjuer till olika jobb.

Jobbmässan Skarpt läge som arrangerades i februari 2018 resulterade i 143 jobb. Uppföljningen som gjordes sex månader senare visade att 60 % av de som fick ett arbete jobbar kvar. Tidigare jobbmässor och mötesplatser som Föreningen Skarpt Läge har ordnat har resulterat i 3 000 besökare och över 600 anställningar de senaste tre åren.

FOKUS PÅ VIKTIGA SAMHÄLLSFRÅGOR

Göteborg & Co verkar för att genom besöksnäringen belysa viktiga samhällsfrågor så som jämställdhet, mångfald, hälsa, miljöhänsyn och integration. Näringslivsgruppen verkar bland annat för inkludering och jobbskapande, exempelvis stöttades under året projekten Skarpt läge (se ovan) och Bonnier Hoops (se case).

Ytterligare ett exempel är värvandet av Congress of the Association of Europe Schools of Planning, AESOP 2018, som belyste stadsutveckling och sociala projekt i olika miljöer. Under kongressen genomfördes 20 mobila workshops, i stad och region, som bland annat berörde klimat- och bostadsutmaningar. Den lokala bostadspolitiken utforskades, och diskussioner fördes om planeringsinstrument i relation till bostadsutbud, utmaningar och lösningar ur olika aktörers perspektiv på bostadsmarknaden.

European Stroke Organisation Conference, ESOC 2018, (läs mer på sid 48) fokuserade på strokebehandling och nådde ut till en bred publik med föreläsningar om folkhälsa. Run Against Stroke var en aktivitet som också genomfördes under ESOC 2018. I samarbete med GöteborgsVarvet fick deltagarna möjlighet att springa halvmaran med budskapet om att träning förebygger stroke.

► CASE: BONNIER HOOPS

Under hela sommarlovet erbjöds det gratis aktiviteter för Biskopsgårdens ungdomar genom projektet Bonnier Hoops. En streetbasketplan, ett bibliotekstält och en läshörna monterades upp i Svarte Mosse, Biskopsgården, i början av juni och stod sen kvar under hela sommarlovet. Området var öppet från måndag till lördag och välkomnade dagligen mellan 80 och 150 ungdomar till många aktiviteter. Basketturneringar, rap workshop, grillning och läsning var en del av programmet som erbjöds. Bonnier Hoops avslutades på Bokmässan med en stor streetbasketplan, boklounge och en spoken word tävling.

De flesta besökarna under sommaren var mellan 11–20 år och målgruppen var primärt 12–18 år. Antalet besökare under hela sommaren var ca 7 000 personer, 600 böcker delades ut under projektet och det bidrog till att 15 ungdomar fick sommarjobb. Enligt polisen var det den lugnaste sommaren i Svarte Mosse på 13 år.

Syftet med Bonnier Hoops är att få fler barn att läsa, men också att skapa en trygg plats för ungdomarna att vara på under sommarlovet. Bonnier Hoops är ett projekt som Bonnier står bakom i samarbete med bland andra Näringslivsgruppen, föreningar, staden och blå-ljusorganisationer

MOTVERKANDE AV BESÖKSNÄRINGENS NEGATIVA EFFEKTER

Internationell forskning pekar på att ökande besöksnäring leder till ökad risk för svarta jobb, människohandel samt efterfrågan på sexuella tjänster och därmed även prostitution och trafficking. Genom att använda besöksnäringens och Göteborg & Co:s befintliga samverkansplattformar kan strukturella förutsättningar skapas som främjar social hållbarhet och motverkar trafficking och prostitution inom besöksnäringen. Bolaget har ett fortsatt samarbete med Social Resursförvaltning och Länsstyrelsen avseende arbetet mot människohandel. Under 2018 gjordes inga utåtriktade aktiviteter men ambitionen framåt är att uppföljning av konferensen Destination Göteborg mot Människohandel som genomfördes senhösten 2017 ska göras i någon form. Syftet med konferensen var att erbjuda besöksnäringens aktörer kunskap i frågan samt visa konkreta sätt att engagera sig.

En annan negativ effekt som konsekvens av besöksnäringen är den ökade påfrestningen på stadens allmänna platser. Göteborg & Co verkar för att sprida utbudet till olika platser runt om i staden liksom att identifiera och utveckla nya evenemangsplatser.

KLIMAT- OCH MILJÖSMART DESTINATION

Den senaste tidens extremväder och klimatrapporter har satt allt större fokus på att klimatfrågan är en av vår tids största ödesfrågor. Göteborgs Stad har som mål att minska sin miljö- och klimatpåverkan för att bli en hållbar stad med globalt och lokalt rättvisa utsläpp. Branschens stora utmaning handlar om att bidra till bättre förutsättningar för minskad klimatbelastning från resande. Göteborg & Co bidrar också genom att arbeta för systematiskt miljöarbete vid möten, evenemang och hos samarbetspartners.

KLIMATSMART RESANDE EN STOR UTMANING

Klimatsmarta resor är branschens knäckfråga. Destinationens målbild är att fördubbla turismen till 2030. En ökad turism bidrar positivt till samhällsekonomin men innebär också belastningar på miljön. 70 % av Göteborgs besökare är svenska och i det sammanhanget är bilen det vanligaste färdmedlet. I dag domineras det internationella resandet av flyget där tåget i dagsläget inte kan konkurrera. Se sid 7 samt tabell sid 24. Så länge möjligheterna till fossilfritt resande är begränsade är ökat resande inte förenligt med stadens mål om minskad klimatpåverkan.

Göteborg som destination har dock förhållandevis goda förutsättningar för klimatsmart besöksnäring. Exempelvis innehar Göteborg–Landvetter Flygplats den högsta nivån av miljöackreditering och över 90 % av

person- och fordonskilometrarna i Göteborgs kollektivtrafik genomförs med förnybar energi, men det finns mycket kvar att göra. Hela samhället är beroende av många aktörer i trafiksystemet och Göteborg & Co:s viktigaste möjligheter att minska miljöpåverkan från resandet är dels att lyfta fram hållbara transportalternativ där det är möjligt, dels att verka för ett hållbart transportsystem.

KLIMATSMART SEMESTER

Under 2017 hade bolaget ett uppdrag från kommunfullmäktige att göra en kartläggning av hur valet av hållbara transportalternativ till Göteborg kan främjas. Under 2018 har fokus legat på att främja besökares val av hållbara transportalternativ till Göteborg genom utökad information och vägledning. Som en konsekvens kommer t.ex. ordningen på transportslag i trycksaken Göteborgsguiden att ändras och 2019 listas utifrån klimativänlig ordning.

På goteborg.com kommuniceras hur besökare kan ta sig till Göteborg. Det mest klimatsmarta alternativet presenteras först i listningen och flyget sist. När det gäller såväl i värvande och genomförande av möten och evenemang uppmanas besökaren att på plats gå, cykla eller åka kollektivt.

Med 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 att lyfta de hållbara transportslagen. Under 2019 kommer ett bolagsövergripande ramverk för hållbarare transporter

tas fram, med det övergripandet målet att bidra till en minskning av bolagets och besökarnas klimatavtryck från resan till, och på, destinationen.

Under året har Göteborg & Co varit delaktiga i att ta fram en kalkylator för klimatsmart semester, i samarbete med staden, akademi och olika regionala och nationella aktörer. Klimatsmart Semester, klimatsmartsemester.se, är en digital plattform med verktyg och kunskapsinnehåll som främjar människors möjligheter att turista med låg klimatpåverkan. Dessutom vill projektet bidra till besöksnäringens hållbarhetsarbete, bland annat genom kunskapsspridning och möjlighet för verksamheter inom näringen att lägga in egna värden för klimatprestanda.

FÖRDEL MED KORTA AVSTÅND

Globala trender inom besöksnäringen visar på att den yngre generationen har ett alltmer holistiskt perspektiv och gärna väljer att besöka platser med ren luft och rent vatten. Det gör att Skandinavien och mindre städer ligger bra till.

För mötes- och evenemangsverksamheten är destinationens möjligheter med "allt inom gångavstånd" och konceptet "allt under ett tak" som arenorna Scandinavium och Svenska Mässan tillsammans erbjuder, en viktig konkurrensfördel i värvningsprocesser. Detta minskar i sin tur arrangörens transportbehov. För att kunna erbjuda kollektivtrafik för mötesdelegater och evenemangsbiljetter förs sedan länge dialog med Västtrafik om att hitta konkurrensmässiga och fungerande affärsmodeller. I dagsläget erbjuds evenemang och mötesarrangörer kollektivtrafik till reducerade priser. På mötessidan finns också en trend mot ökat intresse för att klimatkompensera för de koldioxidutsläpp som mötesdeltagarnas resor ger upphov till, en möjlighet Göteborg & Co lyfter för arrangören.

TRANSPORTFRÅGAN FINNS ALLTID MED

Göteborg & Co lyfter alltid frågan om resor och transporter i dialog med olika arrangörer. Likaså är utgångsläget alltid flygbuss och kollektivtrafik under pressbesök och site-visits. I de fall miljödiplomering av möten och evenemang är aktuellt ingår ett systematiskt arbete med dessa frågor i diplomeringen. Det handlar om alltifrån kartläggning av resor och krav på fordon till samarbete med kollektivtrafiken och kommunikation.

MILJÖDIPLOMERING OCH RÅDGIVNING

Bolaget uppmanar och utmanar alla arrangörer att utveckla sitt miljö- och hållbarhetsarbete och erbjuder rådgivning och stöd i arbetet, genom exempelvis individuella rådgivningsmöten, analys hjälp och hjälp med att hitta olika kontakter och informationskällor. Göteborg & Co har som målsättning att alla evenemang som bolaget har

full rådighet över eller ett avgörande inflytande över ska miljödiplomeras, vilket återigen också blev utfallet för året. Under 2018 bistod Göteborg & Co i förberedelserna för miljödiplomering av ett möte och två evenemang. Dessa genomförs i samverkan med externa arrangörer under 2019.

Att miljödiplomera sin verksamhet innebär att ett miljöledningssystem enligt kraven i Svensk Miljöbas införs. Miljöledningssystemet är ett verktyg för att skapa ordning och reda i miljöarbetet och minska verksamhetens miljöbelastning. Det bidrar med mer miljösmarta val av produkter och tjänster och krav på leverantörer att vara med och bidra i en positiv riktning. På så sätt skapar det ringar på vattnet. När det gäller upphandling generellt i bolaget har Göteborg & Co under året anställt en upphandlingsspecialist för att skapa bättre systematik kring kravställning och uppföljning på leverantörer, där miljöperspektivet är en viktig del.

Göteborg & Co har som mål att bidra till att stärka samarbetspartners hållbarhetsarbete. Det är ofta en utmaning och ett långsiktigt arbete att få externa arrangörer att gå hela vägen till en miljödiplomering. Förutsättningen för samverkan är dock alltid ambitionen att tillsammans flytta fram positionerna vad gäller hållbarhetsarbetet. Således erbjuder Göteborg & Co rådgivning och stöd, t.ex. i form av miljötips för resor, resurshantering, mat och dryck, boende etc, även för de möten och evenemang som inte direkt väljer att miljödiplomeras.

EN AV DE GRÖNASTE HOTELLSTÄDERNA I VÄRLDEN

I Göteborg är 92 % av alla hotell och 100 % av alla mötesanläggningar miljöcertifierade. Enligt GDS-Index gör detta Göteborg till en av de grönaste hotellstäderna i världen. Göteborg & Co är här med och stöttar och driver på hotellen och anläggningarna, men de väljer själva om och hur de ska certifiera sig. Certifiering sker i enlighet med etablerade standarder, exempelvis Svanen, Svensk Miljöbas, Green Key eller ISO 20121.

VIKTEN AV ATT LEVA SOM MAN LÄR

Göteborg & Co miljödiplomades första gången 2008 och har ett systematiskt miljöarbete. Exempelvis ska alla resor som bolagets egna medarbetare genomför följa resepolicyn och klimatkompenseras enligt Göteborgs Stads policy för klimatkompensation. Resepolicyn innebär bland annat att det minst klimatpåverkande färdmedlet ska väljas och resan genomföras på ett kostnadsmedvetet sätt. Under året har en ny miljöutbildning tagits fram som kommer att genomföras inom verksamheten under 2019. Syftet är att alla avdelningar ännu tydligare ska kunna se sitt bidrag och arbeta med verksamhetens viktigaste miljöfrågor.



GÖTEBORG SOM MATSTAD

Mat är glädje som dessutom skapar jobb och tillväxt. Maten har länge varit en strategisk reseanledning för destinationen. Krögare och producenter arbetar tillsammans i en väl utvecklad samverkan för att stärka Göteborg som en matupplevelsestad. Lika viktigt är det västsvenska regionsamarbete där bland annat lokal matproduktion spelar en viktig roll, liksom att skapa förutsättningar för småskaliga producenter att växa upp för en hållbar lönsamhet. Göteborgs Stad har också arbetat medvetet med en ekologisk profil för att utveckla de egna verksamheterna.

För att utveckla samarbetet inom region och stad kring mat på ett strategiskt plan har Göteborg & Co initierat Matstrategigruppen för Göteborg och Västsverige. Gruppen har enats om sex fokusområden att utveckla:

- Måltidsturism som ett verktyg för att utveckla destinationen.
- En kreativ region skapar förutsättningar för hållbar livsmedelsproduktion.
- Den mångfald vi har i stad och region ska få ta plats i matstaden.
- Säkerställa kompetensutveckling som tydligare matchar behovet i stad och region.
- Lokal mat i fler sammanhang.
- Vi ska servera mat från hållbar produktion till förskola, skola och äldreomsorg.

Under 2018 var bolaget delaktigt i genomförandet av konferensen Tomorrows Food Travel tillsammans med Centrum för Turism vid Göteborgs Universitet, Visit Sweden och Turistrådet Västsverige. Konferensen hade fokus på mat och hållbarhet med inriktning mot besöksnäringen och hade drygt 200 nationella och internationella deltagare.

Göteborg & Co verkar också genom möten och evenemang för utvecklingen av hållbara restauranger och leverantörer. Kravställning och samverkan är viktiga delar i arbetet. Exempelvis innehåller miljö-diplomeringen av möten och evenemang krav på ekologiska livsmedel och måltider, vegetariska alternativ och fisk från hållbara bestånd.

► CASE: ENGÅNGSFRIKT KULTURKALAS

För att minska avfallet har Göteborgs Kulturkalas bestämt att evenemanget ska bli fritt från engångsförpackningar. Målet är att kunna ha helt engångsfria evenemang 2021, men redan i år kunde omkring 6 500 tallrikar och bestick samt tusentals glas i engångsmaterial undvikas.

Under det första året av projektet har Kulturkalaset testat tre system: ett engångsfritt matområde kallat Green Corner, servering av öl i flegångsglas på Kungstorget, samt att uppmuntra besökare att använda matlådor.

I Green Corner diskades porslin, glas och bestick i en diskcontainer, alltså en stor restaurangdiskmaskin placerad i container. Fyra försäljare var kopplade till satsningen och alla provsmakningar och matlagningsaktiviteter under veckan kunde genomföras helt utan engångsprodukter.

På Kungstorget serverade krögaren öl i flegångsglas istället för engångsglas, vilket är det vanliga på svenska festivaler.

Besökare uppmuntrades även att använda flegångsmatlådor, vilket möjliggjordes genom en rad kommunikationssatsningar och ett ekonomiskt incitament. I samtliga matförsäljares avtal ingick att besökare som tog med egen matlåda skulle få 10 % rabatt. Därför fanns det utöver miljövinning även en ekonomisk fördel för besökaren – mat i engångsmaterial blev helt enkelt dyrare. Många besökare var positiva till idén om att ta med egen matlåda, och nästan 2 500 personer som köpte mat tog tillfället i akt att få rabatt.

Engångsfritt Kulturkalas är ett treårigt projekt som genomförs i samarbete med förvaltningen Kretslopp och vatten. Kulturkalaset fick också med satsningen utmärkelsen Årets hållbara event 2018 som delades ut under konferensen Hållbar Besöksnäring arrangerad av nyhetsmediet Aktuell Hållbarhet.

SCHYSSTA VILLKOR

Göteborg & Co arbetar för att stärka besöksnäringen som en attraktiv bransch, både genom att ställa krav på leverantörer, agera affärsetiskt och erbjuda schyssta villkor och god arbetsmiljö för de egna medarbetarna. I och med att bolaget till stor del påverkar andra i en hållbar riktning är det viktigt att själva agera hållbart och vara ett bra föredöme.

OMORGANISATION HAR PRÄGLAT ÅRET

2018 har präglats av en omorganisation som framför allt berört avdelningarna Evenemang samt Marknad & Kommunikation. Bolaget har under året anställt tre nya chefer och det är delvis nya medlemmar i ledningsgruppen. VD slutade vid årsskiftet 2018/2019 och en tillförordnad VD är på plats. Rörligheten har påverkat medarbetarna och bolaget lägger stort fokus på att landa den nya organisationen och hitta bra arbetssätt framåt.

VIKTIGT FOKUS PÅ SCHYSST ARBETSMILJÖ

En god arbetsmiljö för alla medarbetare är centralt för att Göteborg & Co ska kunna genomföra bolagets uppdrag på ett bra sätt och uppnå bolagets mål. Det är emellanåt hög arbetsbelastning och höga krav på flexibilitet. Stress inför deadlines och högtintensiva arbetsperioder påverkar medarbetarna. Detta är något Göteborg & Co ständigt jobbar med för att förbättra. Det kontinuerliga arbetsmiljöarbetet innefattar arbetsmiljöromd och medarbetarsamtal och i den årliga medarbetarundersökningen kartläggs bland annat den psykosociala arbetsmiljön. Göteborgs Stad har som mål att sjukfrånvaron inom staden ska minska. För Göteborg & Co landade den 2018 på 4,99 %, vilket är en ökning mot 2017 då siffran var 3,45 %.

Sjukfrånvaron är historiskt sett låg men visade en svagt ökande trend under 2016–2017. Under föregående höst när antalet sjukskrivningar ökade ytterligare

utarbetades en särskild handlingsplan för arbetsmiljö av arbetsmiljökommitté, bolagets ledning och fackliga representanter. Det arbetet har fortsatt under 2018, bland annat har bolaget genomfört hälsoprofilsbedömningar och infört att även arbetsmiljöombud deltar vid de stående månadsmötena mellan HR, VD och fackliga representanter för att fånga upp frågor kring arbetsmiljön i ett tidigt stadium. Ett dokument med förtydliganden om arbetstid och tillgänglighet har också tagits fram. Friskvårdsbidrag, cykelförmån, massage och företagsrabatt på gym är andra delar som ska bidra till välmående medarbetare.

UTMANINGAR SYNS I MEDARBETARUNDERSÖKNING

Den årliga medarbetarundersökningen (för Göteborgs Stad) genomförs under hösten och redovisas i februari nästkommande år. Resultatet från 2017 års undersökning visar att bolagets värden ligger över eller i nivå med index för Göteborgs Stads bolag på de flesta områden som gäller hållbart medarbetarengagemang, psykosocial arbetsmiljö, organisatorisk tillit med mera. Dock har värdena för bolaget sjunkit jämfört med föregående år (2016). Indikatorerna med störst minskning var Nöjd Medarbetarindex, Organisatorisk tillit och Attraktiv arbetsgivare. Resultatet för Nöjd medarbetarindex blev 57 mot föregående års 67. Hållbart medarbetarengagemang, en annan viktig indikator som omfattar styrning, motivation och ledarskap, visade också den en minskning; från 80 (2016) till 76 (2017). Bakgrunden till dessa minskningar kan vara den anpassning av organisationen som till stora delar genomförts under 2017 och 2018. Svarsfrekvensen på undersökningen var 91 %.

Både på bolagsnivå och inom respektive avdelning har handlingsplaner arbetats fram för att vända siffrorna. Övergripande ligger fokus på kommunikation, struktur, delaktighet och arbetsmiljö.



MEDARBETARE I SIFFROR

	2018	2017	2016	2015
Sjukfrånvaro %	4,99	3,45	3,4	3,42
Arbetsskador, antal rapporterade*	2	3	3	5

*För 2018 är siffran prognos och ej fastställd. Siffrorna avser när skadan uppstod, ej när den anmälades. I arbetsskadeanmälningar ingår arbetssjukdom, arbetsolycka och färdolycksfall.

	2018	2017	2016	2015
Nöjd medarbetarindex*	67	57	67	67
Hållbart medarbetarengagemang*	80	76	80	81

*Resultat för 2018 finns ej tillgängligt när denna rapport skrivs och därför redovisas mål.

	Kvinnor	Män	Under 30 år	30-49 år	Över 50 år
Styrelse*	5	2	1	1	5
Ledningsgrupp	5	5	0	4	6
Alla anställda**	72	22	2	64	28

*Exkl suppleanter. **Siffrorna avser tillsvidareanställda i december 2018.

Övrig personaldata redovisas på sid 32.

TYDLIGARE VÄGLEDNING KRING ANTI-KORRUPTION

Göteborg & Co arbetar i enlighet med Göteborgs Stads policy och riktlinje mot mutor vilken är upprättad i linje med Institutet Mot Mutors Kod om gåvor, belöningar och andra förmåner i näringslivet. Under hösten 2018 har en specifik anvisning för Göteborg & Co arbetats fram. I den beskrivs stadens ståndpunkt men också ställningstaganden i olika situationer som är anpassade till bolagets verksamhet. Det underlättar för dialog om frågorna. Anvisningen omfattar aspekter kring mutor, jäv och intressekonflikter och kommer att behandlas av styrelsen i början på 2019. Därefter kommer den implementeras i verksamheten, genom diskussion och utbildning inom respektive avdelning. Arbetet syftar, förutom till riskminimering, till att underlätta för medarbetarna att göra rätt i olika situationer. Korruption är en risk framför allt inom områdena inköp och representation. Genom internrevision görs stickprov på hur verksamheten följer policies och riktlinjer.

MÅNGFALD OCH LIKABEHANDLING ALLTID PÅ AGENDAN

Mångfald och likabehandling är centralt för Göteborg & Co både i extern kommunikation och inom verksamheten. Bolaget vidareutbildar kontinuerligt alla medarbetare i normkritiskt tänkande och inkludering.

Göteborgs Stad har som mål att den strukturella

könsdiskrimineringen ska upphöra och Göteborg & Co antar årligen en jämställdhets- och mångfaldsplan som bolaget arbetar efter. Planen grundar sig på Göteborgs Stads likabehandlingsarbete och budgetmål för lika-behandling, med utgångspunkt i ett jämlikt Göteborg. I samband med den årliga revideringen av mångfaldsplanen görs en kartläggning utifrån kön inom en rad olika parametrar för att säkerställa jämställdhetsarbetet inom verksamheten. Resultatet är en del av underlaget för nästa årsplan. Göteborg & Co arbetar även för att underlätta möjligheten att kombinera föräldraskap och arbetsliv.

MOBBNING OCH TRAKASSERIER

Vid 2017 års medarbetarenkät var det 5 % (varav 0 % av extern part) som uppgav att de har blivit utsatta för kränkande särbehandling och mobbning i arbetet. 1 % har uppgivit att de har varit utsatta för sexuella trakasserier i arbetet (av extern part). I och med #metoo adresserades frågan i kommunikation internt med samtliga medarbetare och bolagets noll-tolerans deklarerades tydligt samt vikten av att anmäla om något inträffar.

GÖTEBORG & CO BIDRAR TILL ARBETSTILLFÄLLEN

Göteborg & Co tar årligen emot ett antal praktikanter från olika verksamheter, exempelvis från YH-utbildning och universitet samt genom samarbeten med syfte att hjälpa grupper/personer som står långt från arbets-



marknaden. Praktikanterna bereds plats på olika lång tid. 2018 tog Göteborg & Co emot 10 praktikanter, samtliga på avdelningen Evenemang. Tre av praktikanterna som hade sin praktik under våren fick också tillfällig anställning för arbete under sommarens evenemang. Turistbyrån hade under året 31 säsongsarbetare och tog också emot två feriejobbare från stadens satsning på sommarjobb för gymnasieungdomar. Två avdelningschefer har under året haft en "skugga" från Göteborgs Stads chefsförsörjningsprogram Morgondagens Chef 2017/2018. Under nästa år kommer bolaget arbeta för att ta in praktikanter mer systematiskt även till andra avdelningar.

POLICYS OCH KRAV VID INKÖP OCH UPPHANDLING

Göteborg & Co omfattas som kommunalt bolag av lagen om offentlig upphandling samt Göteborgs Stads policy och riktlinje för upphandling och inköp. Policyn sätter upp krav för att bidra till en hållbar stad. Hänsyn ska tas till klimat- och miljöpåverkan, mänskliga rättigheter i arbetslivet samt FN:s Barnkonvention. Vid större tjänstekontrakt och entreprenader ska utredas om det är möjligt och lämpligt att ställa krav som innebär att personer som står långt ifrån arbetsmarknaden ges möjlighet till sysselsättning. Dock är Göteborg & Co:s tjänsteupphandlingar oftast för små för att det ska vara möjligt att ställa det kravet. Göteborgs Stad har som mål att öka andelen hållbara upphandlingar.

UPPHANDLINGAR OCH AVTAL

Göteborg & Co hade under 2018 totalt ca 934 leverantörer. Bolaget använder till den del det är möjligt

Göteborgs Stads ramavtal, där krav ställts på miljö och sociala frågor. Beroende på Göteborg & Co:s specifika verksamhet täcker befintliga ramavtal endast en liten del av behovet och bolaget gör då egna upphandlingar. Beroende på inköpsvärdet görs antingen en annonserad upphandling eller en direktupphandling. Exempel på sådant som upphandlas är ljud, ljus, scen, tält och catering och annat som behövs till genomförandet av evenemang. Bolaget försöker, där så är möjligt och lämpligt, att göra egna ramavtal. Göteborg & Co har många små leverantörer som upphandlas för ett enstaka tillfälle för särskilt ändamål. När det gäller exempelvis stora kända artister eller konstnärer till evenemang är en upphandling sannolikt inte möjlig (av konstnärliga skäl). Oavsett om det görs en annonserad upphandling eller en direktupphandling ska Göteborgs Stads policy följas och direktupphandlingar över 50 000 kr ska dokumenteras.

Genomföranden och projekt såsom exempelvis Kulturkalaset, Vetenskapsfestivalen, Julstaden och Volvo Ocean Race är miljödiplomerade, vilket medför att miljöhänsyn tas vid inköp till dessa.

UTVECKLAD SYSTEMATIK FÖR UPPHANDLING OCH INKÖP

Under 2018 har Göteborg & Co rekryterat en upphandlingsspecialist som är ett värdefullt stöd i upphandlingar och som påbörjat ett arbete för att ta fram en tydligare vägledning för inköp och upphandling. Syftet är att skapa ett mer enhetligt arbetssätt när det gäller genomförande av, kravställan vid och uppföljning av upphandlingar. Avtalsuppföljning är ett viktigt område som behöver utvecklas inom bolaget.

GRI-INDEX

Detta är Göteborg & Co:s andra hållbarhetsredovisning. För 2018 har års- och hållbarhetsredovisningen upprättats som en samlad redovisning. Redovisningen har upprättats i enlighet med Global Reporting Initiatives Standarder för hållbarhetsredovisning (2016) på tillämpningsnivå "Core" och beskriver Göteborg & Co:s arbete med viktigaste hållbarhetsfrågor. Göteborg & Co upprättar hållbarhetsredovisning årligen.

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
GRI 101 (2016) Grundläggande principer GRI 102 (2016) Generella upplysningar					
ORGANISATIONSPROFIL					
102-1	Organisationens namn	Göteborg & Co AB			
102-2	Affärsmodell, viktigaste varumärkena, produkterna och/eller tjänsterna		8-9, 14-21		
102-3	Lokalisering av organisationens huvudkontor	Göteborg			
102-4	Lokalisering av organisationens verksamhet/-er	Göteborg			
102-5	Ägarstruktur och företagsform		10		
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	Sverige och internationellt genom marknadsföring och samarbeten.			
102-7	Den redovisande organisationens storlek		24, 32		
102-8	Information om personalstyrka och annan arbetskraft, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor, region och kön	Bolaget bedriver all sin verksamhet i Göteborg. Heltidsanställda (december): 94 personer Deltidsarbetande (timanställda under året): 13 personer Genomsnittligt antal anställda under året: 106 personer		Princip 6	Mål 8
102-9	Beskrivning av organisationens leverantörskedja	Under 2018 har bolaget haft totalt 934 leverantörer.	59		Mål 12
102-10	Väsentliga förändringar för organisationen och dess leverantörskedja under redovisningsperioden		10, 12, 56		
102-11	Beskrivning av om och hur organisationen följer försiktighetsprincipen	Göteborg & Co bedriver ett proaktivt och aktivt arbete för att minska påverkan på miljön i både sin egen verksamhet och verksamhet där bolaget är samarbetspart. Under 2019 kommer verksamheten att miljödiplomerar på nytt.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 13 & 15

GRI Standards (Core)	Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-12	Externt utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklarationer, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer	4, 44, 53		Mål 17
102-13	Betydande medlemskap i organisationer och/eller nationella/internationella lobbyorganisationer	Visita, ECM -European Cities Marketing, IAEH – International Association of Event Hosts, ICCA – International Congress and Convention Association, SNCVB – Swedish Network of Convention Bureaus, SES – Sponsring & Eventsverige, GMIC Sweden.		Mål 17

STRATEGI

102-14	Uttalande från VD	4		
--------	-------------------	---	--	--

ETIK OCH INTEGRITET

102-16	Beskrivning av organisationens värdegrund, etiska principer och regler för uppförande	13, 44, 58		
--------	---	------------	--	--

STYRNING

102-18	Redogörelse för organisationens bolagsstyrning	12, 45		
--------	--	--------	--	--

KOMMUNIKATION OCH INTRESSENTER

102-40	Intressentgrupper som organisationen har kontakt med	42–43		Mål 17
102-41	Andel av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	Alla utom vd omfattas av kollektivavtal.	Princip 3	Mål 8
102-42	Beskrivning av identifiering och urval av intressenter	42		Mål 17
102-43	Tillvägagångssätt vid kommunikation med intressenter	42–43		Mål 17
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts i intressentdialogen	43–44, 56		Mål 17

TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR REDOVISNING

102-45	Enheter som inkluderas i organisationens finansiella rapporter	Göteborg & Co AB. Dotterbolag upprättar egna årsredovisningar. Koncernredovisning upprättas av Göteborg Stadshus AB.		
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar	43–44		
102-47	Redogörelse för samtliga väsentliga ämnesområden som identifierats	44		

HÅLLBARHETSREDOVISNING

GRI Standards (Core)	Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-48	Förklaring till effekten av förändringar av information som lämnats i tidigare redovisningar och skälen för sådana förändringar	44		
102-49	Väsentliga förändringar som gjorts i redovisningen sedan föregående redovisningsperiod	44		
102-50	Redovisningsperiod	2018-01-01 – 2018-12-31		
102-51	Datum för publicering av den senaste redovisningen	Mars 2018		
102-52	Redovisningscykel	Kalenderår, följer räkenskapsåret.		
102-53	Kontaktpunkt för frågor angående redovisningen och dess innehåll	Katarina Thorstensson, hållbarhetsstrateg katarina.thorstensson@goteborg.com		
102-54	Redogörelse för rapportering i enlighet med GRI Standards redovisningsnivåer	60		
102-55	GRI-index	60–63		
102-56	Redogörelse för externt bestyrkande	Hållbarhetsredovisningen är inte externt bestyrkt.		
Ämnesspecifika upplysningar				
200	EKONOMI			
203 (2016)	Indirekt ekonomisk påverkan			
103-1, 2, 3	Styrning	8–9, 43–45, 50–51		
203-2	Betydande indirekt ekonomisk påverkan	50–51		Mål 4, 5, 8, 12 & 16
205 (2016)	ANTI KORRUPTION			
103-1, 2, 3	Styrning	42–45, 58		
205-2	Kommunikation och utbildning kring anti-korruptionspolicys och rutiner	58	Princip 10	Mål 16
300	Miljö			
308 (2016)	MILJÖBEDÖMNING AV LEVERANTÖRER			
103-1, 2, 3	Styrning	4–45, 59		

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
308-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån miljökriterier	254 nya leverantörer 2018, 115 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, 15 av dessa lokala ramavtal och resten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 12
400	SOCIAL PÅVERKAN				
403 (2016)	HÄLSA OCH SÄKERHET				
103-1, 2, 3	Styrning		42–45, 56		
403-2	Arbetsskador och sjukfrånvaro		56, 58		Mål 8
405 (2016)	JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD				
103-1, 2, 3	Styrning		42–45, 58		
405-1	Köns- och åldersfördelning i styrelse, ledning och bland övriga medarbetarkategorier.		58	Princip 6	
406 (2016)	ICKE-DISKRIMINERING				
103-1, 2, 3	Styrning		42–45		
406-1	Fall av diskriminering och vidtagna åtgärder.		58	Princip 6	Mål 10
413 (2016)	LOKALSAMHÄLLET				
103-1, 2, 3	Styrning		8–9, 42–45, 50–51		
413-1	Verksamhetsgrenar med lokalt samhälls-engagemang		50–51	Princip 1	Mål 3, 4, 5, 8, 10, 11, 12 & 16
414 (2016)	SOCIAL BEDÖMNING AV LEVERANTÖRER				
103-1, 2, 3	Styrning		42–45, 59		
414-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån sociala kriterier	254 nya leverantörer 2018, 115 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, 15 av dessa lokala ramavtal och resten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.	59	Princip 2 Princip 3 Princip 4 Princip 5	Mål 8 & 12



go:teborg&co