

# **Uppföljningsrapport augusti 2019, Bolag**

---

Göteborg & Co AB

# Innehållsförteckning

<b>1 Sammanfattning .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Resultatredovisning och verksamhetsanalys .....</b>	<b>4</b>
2.1 Väsentliga händelser och verksamhetens utveckling.....	4
2.2 Resultatanalys till och med perioden och helår .....	7
2.2.1 <i>Utfall till och med perioden</i> .....	8
2.2.2 <i>Prognos</i> .....	8
2.3 Utveckling inom personalområdet.....	8
2.3.1 <i>Personalvolym och lönekostnad</i> .....	8
2.3.2 <i>Övrig utveckling inom personalområdet</i> .....	8
2.4 Investeringar .....	9
2.4.1 <i>Projektredovisning</i> .....	9

# 1 Sammanfattning

Destinationen Göteborg redovisar sin starkaste juli-månad någonsin. Gästnätterna på hotell och vandrarhem ökade med hela 9 procent och med positiva indikationer för augusti gör detta att sommarsäsongen kommer sluta på ett starkt plus. Detta trots att boendekapaciteten bara ökat marginellt jämfört med förra året.

Hotellbeläggningen är högre i Göteborgsregionen under juni och juli jämfört med de andra svenska storstäderna enligt statistiken från SCB/Tillväxtverket, och branschens vedertagna lönsamhetsmått pekar på en generell god lönsamhet. Alternativa boendeformer som AirBnB och företagslägenheter ingår inte i statistiken.

Under perioden januari – juli ökade gästnätterna i Göteborgsregionen med 4 procent. En förändring är att det skett en förskjutning till en större andel svenska gäster. En trolig förklaring till detta är att SCB/Tillväxtverket i statistiken tidigare år haft en relativt stor andel gäster med ej angiven nationstillhörighet som räknats som internationella gäster. Denna grupp har nu minskats kraftigt och bestod sannolikt av en större andel svenskar än vad man tidigare insett.

	Jan – Juli 2019 (prel)	Mål 2019 helår	Utfall 2018
Tillväxt Turism (gästnätter)	4 %	4,9 %	1 %
Gästnätter totalt	2 935 000	5 400 000	4 844 727
Internationella gästnätter andel	28,3 %	32 %	29 %
Marknadsandel gästnätter	10,6 %	11,5 %	10,8 %

## Bolaget:

- Bolagets verksamhet följer i stort plan enligt uppsatta mål i affärsplan och budget med mindre avvikelser som dock inte påverkar resultatet. Däremot finns avvikelser i de övergripande målen för destinationen vilket syns i tabellen ovan.
- Nya evenemang som framgångsrikt värvats är bland annat: O-ringen 2024, JVM i ishockey 2022, och UEFA Women's Champions League final 2021.
- Gothenburg Culture Festival (GCF) och European Choir Games (ECG) låg samtidigt under vecka 32. ECG genomfördes enligt plan och lovordades av den externa arrangören. GCF genomfördes under delvis helt nya förutsättningar och kommer som alltid att utvärderas under hösten.
- Möten har varit involverat i flera komplexa värvningsprocesser som hittills under sommaren resulterat i sex värvade framtida möten med ett stort antal delegater.
- Jubileumsorganisationen går nu in i genomförandefasen. Flera nya roller är tillsatta och organisationen stärks efterhand som jubileumsåret utvecklas.
- För perioden redovisar bolaget ett resultat efter finansiella poster i linje med budget och prognosticerar ett nollresultat vilket motsvarar årets budgeterade resultat.

## 2 Resultatredovisning och verksamhetsanalys

### 2.1 Väsentliga händelser och verksamhetens utveckling

#### Destinationens utveckling

Destinationen Göteborg lämnar ett kraftigt styrkebesked med en ökning av gästnätter på hotell och vandrarhem med 9 procent i juli. Göteborg stärker sin position som sommardestination och inflödet av besökare har påverkats i liten grad av väderleken som varit ombytlig i sommar.

Beläggningen på hotell och vandrarhem är generellt mycket hög med 72 procent i juni och 85 procent i juli, vilket är högst av de svenska storstadsregionerna. I praktiken har Göteborg kapacitetsbrist och den planerade utbyggnaden med närmare 4 000 rum under perioden 2022 – 2026 är efterlängtat. I ett längre perspektiv kan konstateras att beläggningen legat på höga nivåer de senaste åren medan prisutveckling och lönsamhet ökat till rekordnivåer. Detta kan ligga till grund för fortsatt investeringsvilja och kan även antas öka lönsamhetsdelen i förädlingsvärdet.

Statistiken från SCB/Tillväxtverket visar en sammanlagd ökning av gästnätter med 4 procent under januari – juli. Det har skett en markant förändring i fördelningen mellan svenska och internationella gästnätter på så sätt att andelen svenskar ökat till 71,7 procent och internationella minskat till 28,3 procent. Tidigare år har förhållandet varit 70/30. Samma förändring märks i Stockholm.

Det finns en trolig förklaring till detta. I statistiken har i några år funnits en växande grupp av gäster i kategorin ”Ej angiven nationalitet”. Dessa har av SCB/Tillväxtverket räknats in i underlaget för internationella gäster. Storstäderna har länge påpekat det otillfredsställande i att inte veta säkert var dessa egentligen hör hemma och SCB/Tillväxtverket har tagit i frågan. Under året har denna kategori minskat kraftigt vilket påverkat fördelningen svenska/internationella gästnätter. Det vill säga att en andel av dem med stor sannolikhet i själva verket varit svenskar.

Det påverkar inte det totala antalet gästnätter, utan bara fördelningen mellan svenska/utländska. Förhoppningsvis innebär detta att vi i framtiden får ett bättre och mer tillförlitligt underlag på gästernas ursprung.

Både de nationella och stadens målsättningar bygger på beräkningar utifrån en utveckling av internationella gästnätter som nu kan ifrågasättas. En konsekvens blir att mer rättvisande nationell statistik innebär utmaningar mot uppsatta mål både nationellt och för Göteborg.

#### Väsentliga frågor och händelser

Under vår och sommar har Göteborg & Co:s affärsområden fortsatt implementering av affärsplanens strategier i sina verksamheter. Arbetet med många av de verksamhetsspecifika strategierna börjar visa konkreta resultat i bl.a. utvecklade möteskoncept, nyetableringar av evenemang och utveckling av säsonger och tematiska koncept.

En positiv tendens är även ökningen av bolagsövergripande samarbeten mellan affärsområdena i syfte att skapa synergier och mervärden. Detta märks inte minst inom Jubileumsarbetet inför 2021 där upptakten till jubileumsåret börjar synas på allvar inom flera affärsområden. Jubileumsorganisationen har växt och involverar många i hela bolaget på olika funktioner inför genomförandet.

Storstadssamarbetet med Stockholm och Malmö har fortsatt i höst för att säkerställa storstadsperspektiv i det arbete med framtida strategier för besöksnäringen inom

departementet och inom Svensk Turism. I september kommer storstäderna att ha en gemensam träff med Tillväxtverket som ett led i arbetet på nationell nivå.

Samarbetet med Göteborgsregionen har utvecklats till två nätverk, där det ena är ett marknadsnätverk som fokuserar på marknadsföring och kommunikation och det andra riktar sig till näringslivsansvariga. Syftet med det senare är att arbeta med besöksnärlingsfrågor på en strategisk nivå. Besöksnärlingsfrågor är alltid en del av nätverkets möte där Göteborg & Co har ansvar för frågan.

Sommarens stora evenemang Gothenburg Culture Festival (GCF) och European Choir Games (ECG) har genomförts inom de reviderade budgetramar som sattes upp i början av året. ECG visade sig ha svårare än förväntat att attrahera kommersiella samarbeten och flytten av GCF till vecka 32 innebar att färre partners kunde knytas till evenemanget.

### **Aktuellt**

Fotbollslandslaget tog brons i VM och Göteborg & Co arrangerade med kort framförhållning tillsammans med berörda myndigheter välkomstfesten på **Götaplatsen** för arrangören Svenska Fotbollförbundet. Närmare 30 000 fans tog emot medaljdamer i början av juli och det blev riktig feststämning när de åkte cortège genom staden. Ett bra exempel på vad staden kan åstadkomma med alla inblandade aktörer.

**Gothenburg Culture Festival (GCF)** och **European Choir Games (ECG)** är årets två största evenemang där bolaget haft ansvaret för projektledning och genomförande. Båda genomfördes framgångsrikt och den internationella rättighetshavaren för körfestivalen, Interkultur, var mycket nöjd med Göteborgs arbete. De tävlande körerna uppträdde för i stort sett utsålda hus, både de biljettförsålda konserterna i Partille Arena och tävlingsmomenten som genomfördes i Stora Teatern och flera andra lokaler.

Båda evenemangen färdigställer nu sina slutrapporter. GCF var ett nytt koncept som testades under en vecka tidigare än normalt med ett mycket varierande väder. Det bjöds på 700 programpunkter med hög kvalitet. För femte året i rad bjöds på en arabisk artist. Denna gången var det **Haifa Wehbe** som uppträdde på **Kungstorget** inför 12 000 personer som trotsat ösregnet. Sammantaget var det en mycket väl genomförd festival, men med färre besökare än tidigare år. En sedvanlig utvärdering av GCF kommer ske under hösten och utifrån den tas likt tidigare år beslut om eventuella förändringar. En erfarenhet från förra året är att tidigt lägga fast tidpunkt för festivalen så att finansiella och innehållslevererande partners kan ta ställning till sin medverkan.

**Scandinavian Invitation** på Hills golfbana i slutet av augusti blev en stor framgång med lovord från arrangörerna för Göteborgs förmåga som möjliggörare för den här typen av stora evenemang.

**Möten** har haft högtryck under sommaren. Från juni till början av september har 13 anbud färdigställts och 11 site visits. Stort fokus läggs på att öka antalet ansökningsprocesser som leder till positivt beslut, vilket också resulterat i vunna möten. Sedan juni har sex möten vunnits inom bland annat ortopedi, blodtransfusion, dammkonstruktioner, medicinsk vård och människa-datorinteraktion. Strategin i affärsplanen med ambition att öka fokus på värvning av möten i **storlekssegmentet** över 2 000 delegater, innebär att varje ansökan tar mer tid och personella resurser i anspråk. Konkurrenten om prestigefulla internationella möten ökar kontinuerligt och varje ansökningsprocess behöver vara väl genomarbetad och ha en mycket stark samt bred förankring lokalt, nationellt och internationellt för att skapa förutsättningar för positivt beslut. I regel krävs det 2–3 ansökningsomgångar innan mötet värvas till Göteborg. Sommarens aktiva arbete innebär att årets mål för antal bud och site visits är

nära att uppfyllas redan i september och att målet för antal delegatdygn är uppfyllt till 65 procent.

**Magasin Göteborg** som görs av Näringslivsgruppen ihop med BRG är en av de mest lästa bilagorna till Dagens Industri. Magasinet som gavs ut den 15 maj lästes i år av cirka 210 000 personer. Resultatet av läsarundersökningen visar de högsta siffrorna hittills under tidningens åttaåriga livslängd. Enligt läsarundersökningen har magasinet en genomsnittlig lästid på strax över nio minuter. Läsaren anser att tidningen är både intressant och har ett högt nyhetsvärde.

Projektet **Framtidsambassadörerna** har startats av Näringslivsgruppen. Inom ramen för konceptet är syftet att utforska kraften i digitalisering för att hitta lösningar för en hållbar värld och samtidigt skapa ökad måluppfyllelse för alla grundskoleelever. Innehållet i satsningen tar sin utgångspunkt i läroplanen men också för att möta FN:s globala mål, Agenda 2030.

**Jubileumsorganisationen** går nu in i genomförandefasen. Flera nya roller är tillsatta och organisationen stärks efterhand som jubileumsåret utvecklas. Två ärenden ligger till grund för det fortsatta jubileumsarbetet;

1) Jubileumsprocessen med öppen dialog, delaktighet i hela staden, fokusår, fler aktörer som tar sikte och jubileumssatsningar som beskrivas i det årliga ärendet **Utvecklad jubileumsplan 2020-2021** med budgetunderlag t om 2022.

2) Jubileumsårets utformning fortsätter utifrån den beslutade konkretiserade budgeten. 2021 blir ett år av upplevelser i fyra höjdpunkter: Nyårsfirande med ljusfest, Jubileumshelgen, Summering/Summit och Jubileumsupplevelser som binder samman året.

Inom ramen för arbetet att ta fram en ny evenemangstrategi har **Analys & omvärld** haft i uppdrag att fram ett **satellitkonto** för destinationen Göteborg. Satellitkonto för Sveriges besöksnäring publiceras av Tillväxtverket en gång per år och är en beskrivning av ekonomin i besöksnäringen t.ex. restaurant, hotell, transport, konsumtion m.m. Det är första gången en destination i Sverige kommer att ha tillgång till ett satellitkonto. Innebörden kommer att vara förståelsen för hur de ca 30 miljarderna, som är den uppskattade turismomsättningen i Göteborg, är fördelad. I en förlängning kommer det kunna innebära att man lättare kan identifiera styrkor och svagheter i destinationen som påverkar långsiktiga målsättningar för destinationen t.ex. målsättningen i Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling till 2030.

Antalet **kryssningsanlöp** har i sommar varit fler än vanligt. 65 anlöp med 115 000 passagerare och vid åtta tillfällen dubbla anlöp samma dag. Det ställer höga krav på organisation och logistik när många besökare samtidigt rör sig i staden. Bolaget har samarbetat med trafikkontoret och Göteborgs Hamn för att lösa svårigheter som har uppstått bland annat vid Masthuggskyrkan.

**Marknad och kommunikation** fokuserar på digital kommunikation med hög närvaro och aktivitet i sociala medier. I stort sett dagligen publiceras inlägg och Instagram Stories till en växande skara följare. Goteborg.com fortsätter attrahera och ökade antalet unika besökare i juli med 13 procent. Sedan 2015 har besökarna ökat med 50 procent och förväntas i år passera 3 miljoner. Som en del i PR-arbetet har Sverige fått ett ökat fokus med gott resultat. Under sommaren har också arrangerats besök för internationella journalister och influencers, främst från Tyskland, Storbritannien och Danmark.

### **Risk och utmaningar**

Bolagets dokument för **riskanalys** och riskbedömning omfattar cirka 50 punkter som värderas utifrån sannolikhet och konsekvens. I samband med delårsrapporteringen görs

ingen annan bedömning än tidigare. Den största risken, som också ligger utanför bolagets kontroll, är anknuten till bolagets grundfinansiering som kritiserats av konkurrensverket och som överklagats till förvaltningsrätten.

Riskerna för en så kallad hård **Brexit** verkar ha ökat på sista tiden samtidigt som många ekonomer varnar för lågkonjunktur. Konsekvenserna av Brexit kan innebära att resandet från Storbritannien, som är en av de prioriterade utlandsmarknaderna, minskar i det fall pundet försvagas avsevärt. Om den globala ekonomin samtidigt går in i en lågkonjunktur riskerar detta att minska det ordinarie affärsresandet. På längre sikt kan även det privata resandet påverkas.

Tillväxten har under affärsplanperioden varit lägre än vad som genomsnittligt krävs mot 2030, vilket utmanar målet om att fördubbla turismen. Tillväxt skapas genom **attraktivitet, kapacitet och tillgänglighet**. Bolagets bedömning är det för närvarande och ett par år framåt är boendekapacitet som är den begränsande faktorn. Ny kapacitet som är under produktion eller som är beslutad täcker delvis behovet.

Inför verksamhetsplanarbetet ser bolaget över sina **prioriteringar** utifrån två perspektiv. Det sker dels en prioritering mellan befintliga leveranser och den utvecklingsagenda som finns i bolagets treåriga affärsplan. Och dels en prioritering av åtgärder som ska ha effekt på kort eller längre sikt i syfte att möta den kapacitetsökning som beräknas komma 2022 – 2026, med nya reseanledningar för att få fler att välja Göteborg inom de olika segmenten evenemang, möten och privatturism.

Dessa prioriteringar görs bland annat mot bakgrund av att bolagets uppdragsersättning inte uppräknats på flera år, att budgetbeslutet 2019 innebar en minskning med 1,4 Mkr samt signaler om minskat utrymme i stadens budget 2020.

## 2.2 Resultatanalys till och med perioden och helår

### Resultaträkning i sammandrag

jan-aug 2019	Period				Helår			
	Mkr	Utfall	Budget	Avv.	Utfall fg år	Prognos	Fg prognos	Budget
Uppdragsersättning	79,4	79,8	-0,4	79,5	119,1	119,7	119,7	119,0
Försäljning	12,0	10,9	1,1	14,5	13,4	13,4	13,2	16,5
Samarbetsavtal mm	38,6	42,2	-3,6	62,2	47,3	45,7	54,4	74,4
Periodiserade projektintäkter	-0,9	0	-0,9	-5,8	3,0	1,9	1,8	-6,5
Intäkter	129,1	132,9	-3,8	150,4	182,8	180,7	189,1	203,4
Direkta produktkostnader	-3,6	-2,8	-0,8	-6,6	-4,0	-3,9	-3,9	-7,6
Personalkostnader	-56,5	-56,7	0,2	-55,4	-84,7	-85,4	-83,6	-82,8
Lokal- & kontorskostnader	-8,4	-6,9	-1,5	-7,8	-11,7	-10,4	-10,1	-11,9
Övr verksamhetskostnader	-51,7	-57,1	5,4	-78,6	-81,4	-80,5	-90,4	-113,0
Avskrivningar	-0,8	-0,7	-0,1	-0,7	-1,1	-1,1	-1,1	-1,2

Kostnader	-121,0	-124,2	3,2	-149,1	-182,9	-181,3	-189,1	-216,5
<b>Rörelseresultat</b>	<b>8,1</b>	<b>8,7</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>0</b>	<b>-13,1</b>
Finansiella intäkter	0,1	0	0,1	0	0,1	0	0	23,1
Finansiella kostnader	0	0	0	0	0	0	0	0
Beslutat koncernbidrag	0	0	0	13,5	0	0	0	13,5
<b>Resultat efter fin. poster</b>	<b>8,2</b>	<b>8,7</b>	<b>-0,5</b>	<b>14,8</b>	<b>0</b>	<b>-0,6</b>	<b>0</b>	<b>23,5</b>

### 2.2.1 Utfall till och med perioden

Periodens intäkter är något under periodiserad budget. Detta beror till största delen av lägre externa intäkter främst i Gothenburg Culture Festival och till viss del i European Choir Games, jämfört med ursprunglig budget.

Som en följd av de lägre intäkterna har även kostnaderna minskats genom såväl interna omprioriteringar som minskade kostnader.

Periodens resultat är i linje med periodiserad budget. Såväl Gothenburg Culture Festival som European Choir Games har nu haft sina genomföranden.

### 2.2.2 Prognos

I mars sänktes det prognostiserade resultatet från ett nollresultat efter finansiella poster till -0,6 mkr efter finansiella poster.

Resultatet från det nyligen genomförda European Choir Games förväntas bli bättre än senaste prognos och bolagets övriga verksamhetsdelar, inklusive Gothenburg Culture festival, förväntas hålla sig inom aktuella prognoser.

Mot bakgrund av ovanstående prognostiseras nu åter ett nollresultat för 2019

## 2.3 Utveckling inom personalområdet

### 2.3.1 Personalvolym och lönekostnad

Belopp i tkr	Utfall tom aug 2019	Utfall tom aug 2018	Prognos 2019	Bokslut 2018
Lönekostn. exkl arvoden	36 491	36 962	55 432	54 793
Arbetad tid (årsarbetare)	87	89	132	131
Lönekostnad per årsarbetare	419	415	420	418

Personalvolym och lönekostnad påverkas av att bolaget har olika projekt olika år och har en relativt stor andel visstidsanställda.

### 2.3.2 Övrig utveckling inom personalområdet

Ny VD, Peter Grönberg, tillträdde 3 juni.

I syfte att stärka det nära ledarskapet och i syfte att inleda organisationens anpassning till genomförande av jubiluemsåret 2021 fortgår arbetet med att vidareutveckla organisationen. Arbetet berör främst avdelningarna Evenemang och Marknad &



Kommunikation.

## 2.4 Investeringar

### Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mnkr	Utfall t o m aug	Prognos helår	Fg prognos helår	Budget helår
Nyinvesteringar	-	-	-	-
Reinvesteringar	0,2	0,2	-	-
<b>SUMMA INVESTERINGAR</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>		

### Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, i mnkr	Utfall perioden 2019
-	0
<b>Summa investeringar</b>	<b>0</b>

#### 2.4.1 Projektredovisning

### Projektredovisning investeringsobjekt, pågående och kommande projekt enligt investeringsplaner

Benämning projekt enl. inv. plan, i mnkr	Budget per projekt	Ack utfall tom perioden	Aktuell prognos för hela projektet	Beräknas färdigt (år, kvartal)

Göteborg & Co AB har inga investeringsobjekt och inte heller några investeringsplaner