

FÖRSLAG TILL UTVECKLING AV BESÖKSNÄRING MED ANKNYTNING TILL HAV OCH FISK

Innehåll

Bakgrund och uppdrag	2
Nuläge.....	2
Marknadsföring och profilering.....	2
Destinationsutveckling	2
Företagsutveckling	3
Samordning av insatser	3
Styrande stadsövergripande program.....	3
Göteborgs stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030	3
Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018-2035.....	4
Etablerade samverkansformer	5
Tillväxt Turism	5
Hållbar destinationsutveckling – Strax utanför Göteborg/Next to Gothenburg.....	5
Företagsutveckling	5
Turistrådet i Västsverige.....	5
Business Region Göteborg.....	6
Etablerade samverkansformer kring mat.....	7
Förslag framåt	7

Bakgrund och uppdrag

Under 2018 formulerade stadsledningskontoret ett tjänstutlåtande rörande Fiske­näringens utveckling i Göteborg. Kommunstyrelsen tillstyrkte stadsledningskontorets förslag i tjänstutlåtande den 3 september 2018 och föreslog följande:

Göteborg & Co AB och Business Region Göteborg AB får i uppdrag att gemensamt, inom ramen för stadens program för besöksnäringens utveckling samt stadens närings­livsstrategiska program, och i samverkan med berörda intressenter, ta fram ett förslag för utveckling av besöksnäring med anknytning till hav och fisk. Uppdraget ska redovisas senast 2019-12-31.

Med tanke på det pågående fleråriga samarbete Göteborg & Co AB (GCO) och Turistrådet Västsverige (TRV) har kring internationell marknadskommunikation för Göteborg och Västsverige så har TRV konsulterats i arbetet med föreliggande uppdrag.

Nuläge

Besöksnäringen omsätter 30 miljarder i Göteborgsregionen, har runt 20 000 anställda och visat tillväxt 27 år i rad. Besöksnäringens anknytning till hav och fisk kan delas in i två huvudsegment, "mat" respektive "upplevelser", där utbudet av upplevelser har en tydlig utvecklingspotential i Göteborg. Längs Västkusten finns det ett utbud inom detta segment, t ex hummerfiske, sälsafari, ostronplockning och fiskarens restaurang. Segmentet "mat" är väl representerat i Göteborg, även om det också här finns en utvecklingspotential.

Marknadsföring och profilering

Kust, hav och mat från havet har stor betydelse för varumärket Göteborg. Inte bara för besökare, även de som bor i Göteborgsregionen ser kust, hav och mat från havet som viktiga inslag i upplevelsen av Göteborg. Göteborg & Co AB har i mätningar av kännedom och styrka i varumärket "Göteborg" kunnat konstatera att "hav och fisk" har ett mycket stort värde. Ett exempel är att den vanligaste frågan på turistbyråerna i Göteborg är hur besökaren kan komma till havet och skärgården.

Destinationsutveckling

Det krävs långsiktighet för att etablera och utveckla nya reseanledningar till en destination. I Göteborg saknas ett brett utbud av upplevelser med koppling till hav och fisk, med endast några få företag som ägnar sig åt att utveckla och kommunikativt erbjuda olika erbjudanden. Oftast krävs det också påhittiga och slitstarka entreprenörer (jfr entreprenörer bakom da Matteo, Garveriet, Jernbruket, hantverksölbryggerier, Wine Mechanics). Reseanledningar ska helst också generera affärer för företagen inom besöksnäringen. För några år sedan provade Göteborg & Co AB konceptet Go to Sea som ett sätt att lyfta destinationen under lågsäsong genom att samla delar av näringslivet och kommunikativt paketera en reseanledning. Projektet har övergått till Svenska Mässan som söker rätt format för att kunna bygga vidare på konceptet, projektet är samtidigt avslutat i tidigare regi.

Marknadskommunikation

Det offentliga gör redan idag en rad insatser som kan underlätta för de entreprenörer som vill starta och driva företag och utvecklingsprojekt. Bland annat genom att kommunicera reseanledningar och varumärket Göteborg i syfte att bidra till att destinationen fylls av nyfikna, köplystna besökare som vill handla produkter och tjänster av hög kvalitet.

Företagsutveckling

Det krävs ett långsiktigt fokus på att stödja entreprenörer som vill starta och utveckla sina företag. Det offentliga har en lång kompetens och ett väl utvecklat arbetssätt för detta. Företagande behöver både marknadsinsikt, kapital och insatser för kompetensutveckling.

Samordning av insatser

Besöksnäringens förutsättningar att utvecklas är delvis en lokal/regionalgemensam utmaning med flera olika organisationer verksamma inom olika delar av besöksnäringens utveckling. Idag arbetar bland annat följande organisationer med utvecklingsfrågor inom besöksnäringen:

- Göteborg & Co AB ansvarar för destinationsvarumärket Göteborg, driver marknadsnätverket för GR-området och tillför kompetens inom besöksnäringen till näringslivsansvariga-nätverket, samordnar delar av restaurang- och hotellnäringen, Göteborg Cityshopping och Göteborgs Skärgård som är en del av jubileumssatsningen 2021.
- Business Region Göteborg AB ansvarar för näringslivs- och företagsutveckling.
- Turistrådet Västsverige AB ansvarar för varumärket Västsverige och företagsutveckling med fokus bland annat på företagets digitalisering.
- Göteborgsregionen utgör geografiskt själva destinationen Göteborg och har samverkansavtal och organiserade nätverk med BRG och med GCO.
- Västra Götalandsregionen medfinansierar olika utvecklingsprojekt inom besöksnäringen.
- Delregionala samarbeten som ex Södra Bohuslän.

Tillväxt Turism var ett utvecklingsprojekt som BRG, GCO och TRV genomförde mellan 2016 - 2018. Projektet hade fokus på att utveckla nya eller befintliga "produkter" så att de blev "exportmogna". En effekt av projektet var bland annat ett samverkansdokument "Samverkansmodell och rollfördelning" där de tre organisationerna förtydligade sina respektive roller för besöksnäringens utveckling.

Kustkommunerna i Bohuslän (exklusive Göteborg) har skrivit på en avsiktsförklaring; "Ett enat Bohuslän" med syfte att samverka för besöksnäringens utveckling. Hav och mat från havet är ett bärande tema i avsiktsförklaringen och delar av området ingår i destinationen Göteborg.

Styrande stadsövergripande program

Göteborgs stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030

Stadens program för besöksnäringen syftar till att uppnå en hållbar tillväxt och en ökad livskvalitet för alla invånare i staden. För att det ska vara möjligt att nå målbilden om en fördubbling av turismen behöver många faktorer samverka. Både sådana som Göteborg Stad kontrollerar och sådana som ligger utanför stadens kontroll.

Stadens ambitioner och strategier tar sin utgångspunkt i besöksnäringens samlade vision och långsiktiga målbild. Arbetet med stadens ambitioner och strategier har föregåtts av strategiska samtal under 2016 mellan representanter för Göteborgs Stad, akademin och besöksnäringen i Göteborgsregionen, under ledning av Göteborg & Co AB, i syfte att samlas kring en målbild för Destinationen Göteborg fram till 2030:

2030 har turismen till Destinationen Göteborg fördubblats.

Prioriterade områden för stadens bidrag till besöksnäringens utveckling är:

1. Göteborgs Stad ska verka för att säkerställa investeringar i de verksamheter som utgör motorer för besöksnäringens utveckling.
2. Göteborgs Stad ska utarbeta långsiktiga hållbara finansieringslösningar för åtgärder som syftar till att utvecklar destinationen och staden.
3. Göteborgs Stad ska utveckla samverkansformerna för hållbar destinationsutveckling mellan såväl stadens olika delar som med näringsliv och akademi.
4. Göteborgs Stad ska i stadsplaneringen beakta besöksnäringens behov.
5. Göteborgs Stad ska aktivt verka för ett gynnsamt näringslivsklimat och en tryggad kompetensförsörjning.

Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018-2035

Det näringslivsstrategiska programmet beskriver hur staden ska arbeta med strategiska näringslivsfrågor på ett konkret, långsiktigt och målinriktat sätt. Det övergripande målet är att skapa förutsättningar för minst 120 000 nya jobb fram till 2035.

Programmet identifierar sex strategiska områden som behöver adresseras för att målen ska nås:

- Kompetensförsörjning
- Attraktionskraft
- Infrastruktur och tillgänglighet
- Markberedskap och fysisk planering
- Företagsklimat
- Innovationskraft

Arbetet med utvecklingen av besöksnäringen kopplat till hav och fisk knyter primärt an till följande delmål: Samhällsplanering samt Företagsklimat och Innovationskraft.

Mål två: Samhällsplanering	För att Göteborgs Stad ska lyckas nå målet, krävs ett strategiskt arbete inom hela det regionala samhällsplaneringsområdet, inklusive infrastruktur, tillgänglighet, markberedskap och fysiskt planering.	Kompetensförsörjning Attraktionskraft Infrastruktur och tillgänglighet Markberedskap och fysisk planering Företagsklimat
Mål 3: Företagsklimat och innovationskraft	Skapa gynnsamma förutsättningar för nya företag att etableras, befintliga företag att växa och innovationer att utvecklas.	Kompetensförsörjning Attraktionskraft Infrastruktur och tillgänglighet Markberedskap och fysisk planering Företagsklimat

Etablerade samverkansformer

Tillväxt Turism

Projektet "Tillväxt Turism" pågick år 2016 - 2018. En effekt av projektet är en tydlig rollfördelning mellan Business Region Göteborg AB, Göteborg & Co AB samt Turistrådet Västsverige AB kring vem som gör vad i utvecklandet av besöksnäringen.

Klart definierade roller för BRG, GCO och TRV kring utveckling av besöksnäring kan komma att bidra till en ökad tydlighet bolagen emellan såväl som för andra aktörer som får en tydligare bild över den hjälp de kan få från respektive bolag.

Hållbar destinationsutveckling – Strax utanför Göteborg/Next to Gothenburg

Strax utanför Göteborg/Next to Gothenburg är ett samarbete mellan Göteborg & Co AB, Turistrådet Västsverige AB och Västtrafik AB. Syftet är att få göteborgare och besökare i Göteborg att upptäcka mer av det som finns att göra nära stan; att få fler invånare att semestra i sitt närområde och att få besökare att stanna längre under sitt besök. De sex resmål som ingår är Alingsås, Floda & Nääs, Gunnebo Slott, Hönö, Marstrand och Styrso & Vrångö. Kommunikationen går ut på att visa vad dessa destinationer har att erbjuda och att det är både enkelt och snabbt att ta sig till och från Göteborg med kollektivtrafiken.

Nätverk för destinationsutveckling

Göteborg & Co AB är en samverkansplattform och driver en rad olika nätverk i syfte att stärka besöksnäringen. *Göteborgs Skärgård* är ett interkommunalt nätverk där såväl BRG och Öckerö kommun ingår i regi av Göteborg & Co AB, en fortsättning på det arbete GCO drivit under flera år i syfte att tillgängliggöra Göteborgs Skärgård för såväl göteborgare som besökare. Här fångas och hanteras frågor gemensamma för varumärket Göteborgs Skärgård, för att sedan slussas vidare till berörda parter (t ex toalettfrågan och skräpfrågan hänvisas vidare till Park och Naturförvaltningen).

Tillgänglig Skärgård är ett projekt som initierats och drivs av jubileumssatsningen 2021, Göteborg & Co AB. Projektet syftar till att öka tillgängligheten till Göteborgs Skärgård, bl.a genom en ny färjeförbindelse från Stenpiren till Hönö Klåva som invigdes sommaren 2018.

GR-marknadsnätverk drivs av Göteborg & Co AB i syfte att dela erfarenheter och kunskap och marknadsplanera destinationen Göteborg i samverkan inom GR-området.

GR näringslivsansvariga-nätverket drivs av Business Region Göteborg AB med kompetensmedverkan av Göteborg & Co AB.

Företagsutveckling

Business Region Göteborg AB och Turistrådet i Västsverige AB arbetar båda med företagsutveckling. I Tillväxt Turism har rollerna tydliggjorts och representanter för bolagen besöker varandra för att öka kunskapen om de tjänster som erbjuds.

Turistrådet i Västsverige

Den övergripande företagsutvecklingen på Turistrådet Västsverige AB syftar till att ge individuell hjälp till verksamheterna inom besöksnäringen för att de skall bli mer konkurrenskraftiga. Arbetet sker i nära samverkan med de lokala turistorganisationerna och övriga offentliga aktörer. Verksamheter på Världen-nivå¹ har en kontaktperson inom Företagsutveckling som utgör en länk mellan

¹ För att tydliggöra vilka insatser Turistrådet erbjuder och vad som krävs av en verksamhet för att ta del av dessa använder TRV ett system som kallas Sverige-Norden-Världen. Systemet tydliggör vilka krav TRV ställer på

verksamheten och övriga avdelningar inom TRV. Kontaktpersonen hjälper den enskilda verksamheten att ta del av de marknadsföringsinsatser som görs och att implementera det genom de utbildningar TRV gör; värdskap, kvalitet och hållbarhet, affärsmannaskap och digital närvaro. I Bohuslän har TRV jobbat under många år med utveckling av fiskeupplevelser kopplat till besöksnäringen. Olika typer av skaldjurssafaris finns längs hela kusten och erbjudandena ser olika ut beroende på vilken säsong det är och vilket skaldjur man fiskar. Många yrkesfiskare har sett att en differentiering av sin verksamhet kan gynna dem och göra att de kan kombinera yrkesfisket med en besöksnäringssinriktning med fokus på fisk och skaldjursupplevelser.

Business Region Göteborg

Business Region Göteborg AB stöttar företagande och entreprenörskap på flera sätt:

Kluster och innovation	Företagsutveckling	Etablering och investering
<ul style="list-style-type: none">• Klusterutvecklande insatser• Innovationsutvecklande insatser	<ul style="list-style-type: none">• Starta• Driva• Växa• Obestånd	<ul style="list-style-type: none">• Utländska etableringar och investeringar• Företagslots• Stadsutveckling

Kluster och innovation

Business Region Göteborg har i uppdrag att stötta näringslivet i Göteborgsregionen för att främja regionens utveckling, konkurrens och sysselsättningsnivå. Genom att förmedla kunskap och kontakter inom och mellan branscher ges förutsättningar för hållbar tillväxt och ökad innovationskraft. BRG erbjuder mötesplatser, nätverk och samarbetsmöjligheter.

Företagsutveckling

BRG arbetar med företagare och företag i olika skeden för att skapa förutsättningar för ett hållbart företagande i olika led.

På Yesbox – home of entrepreneurs samordnar BRG en mötesplats där flera olika aktörer som alla arbetar med nyföretagande och entreprenörskap finns representerade. Syftet är att underlätta företagsstarter och utvecklandet av nya idéer och innovationer.

Expedition Framåt är ett program för befintliga företag som vill utvecklas och växa. Som företag deltar man i programmet mot en avgift och kan ta del av workshops, seminarier och individuella rådgivningsinsatser.

Företagsakuten ger kostnadsfri rådgivning till företag som är i, eller riskerar att hamna i, obestånd.

Etablering och investering

Business Region Göteborg stöttar företag som vill investera eller etablera sig i regionen med kunskap, kontakter och samarbeten samt rådgivning rörande mark och lokaler. BRGs lotsar också företag genom Göteborgs stads förvaltningar och bolag i syfte att göra det enkelt att driva företag i Göteborg.

de som vill ta del av de insatser som görs. Genom detta system säkerställs att verksamheterna har möjlighet att delta i rätt sammanhang baserat på den mognadsgrad de har uppnått. Systemet används endast i kommunikationen mellan TRV och den aktuella verksamheten

Utveckling av Fiskhamnen

I kommunfullmäktiges beslut i detta ärende fick Higab i uppdrag att utreda förutsättningarna för Fiskhamnens framtida utveckling. Det har i andra sammanhang förts fram förslag att utveckla Fiskhamnen som ett tydligt besöksmål efter förebild från bl.a. Boston Pier, med bland annat ett ökat inslag av restauranger. BRG har regelbundet samråd med Higab och kan om det blir aktuellt inkludera Fiskhamnen i det fortsatta utvecklingsarbetet av besöksnäringens företagandet.

Etablerade samverkansformer kring mat

Göteborg & Västsverige har när det gäller matstrategisk utveckling en strategigrupp. I denna gruppering diskuteras de olika aspekterna på mat. Allt ifrån skolmat och äldreomsorgsmaten till producenters förutsättningar för att kunna ta fram bra varor, forskning och restaurangers utveckling. I denna gruppering ingår:

Göteborg & Co AB
Turistrådet Västsverige
Göteborgs Stad – måltidsservice
Visita
Lokalproducerat i väst
Västra Götalandsregionen

Business Region Göteborg AB
Göteborgs Stad – Miljöförvaltningen
Rise – Food and Flavor center
Göteborgs Restaurangförening
Länsstyrelsen Västra Götalands län

Gruppen har enats om att synka strategier när det gäller mat och för att stärka varandra och driva matfrågor för Göteborg och Västsverige. Sex fokusområden:

- **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**

Förslag framåt

Som en följd av projektet Tillväxt Turism träffas ingående parter några gånger per år för att gemensamt belysa och hantera aktuella frågor inom besöksnäringens behov inom företagsutveckling som gemensam branschinnovation, kompetensförsörjning mm.

I stadsledningskontorets tjänsteutlåtande 74/2018 slår man fast att besöksnäringen med anknytning till hav och fisk ska stärkas. BRG, GCO och TRV ser att den turism som bedrivs kustnära är viktig för regionen och närheten till havet är en av den viktigaste anledningen till att turister besöker regionen.

Ett fortsatt samarbete bör fokuseras på för tillfället aktuella frågor och behov. TRV erbjuder utbildning inom värdskap, kvalitet och hållbarhet, affärsmannaskap och digital närvaro. BRG erbjuder företagsutvecklande insatser på områden som affärsmodell, kompetensförsörjning, ledarskap och organisation. GCO ansvarar för varumärket Göteborg mot besöksnäringen, i syfte att stärka besöksnäringen.

Nämnda insatser från BRG och GCO, i samverkan med andra aktörer där så är önskvärt, syftar till att stärka Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring.

Den utveckling av besöksnäringen med koppling till fisk och hav som efterfrågas bör ske inom ramen för befintliga ansvarsområden och roller.