

Diarienummer: 0493/19

Handläggare: Peter Grönberg
Tel: 031-3684024
E-post: peter.gronberg@goteborg.com

Fördjupad utvärdering av Göteborgs Kulturkalas 2019

Förslag till beslut i styrelsen för Göteborg & Co AB

Styrelsen föreslås besluta

- 1) Godkänna utvärdering av Göteborgs Kulturkalas 2019,
- 2) Översända utvärderingen till Göteborgs Stadshus AB.

Sammanfattning

Stadshus AB genomför årligen en ägardialog tillsammans med Göteborg & Co. Ägardialogen utgör det viktigaste instrumentet för god ägarstyrning och är ett strategiskt forum för framtids- och utvecklingsfrågor i relationen mellan ägare och moderbolag.

Ägardialogen avslutas med en summering av vad som framkommit under mötet och en sammanställning av de aktiviteter som bör genomföras för att öka den affärsmässiga samhällsnyttan med ägandet. Aktiviteterna sammanställs i en handlingsplan som beskriver aktiviteter, ansvar och tidplan. I handlingsplanen från 2018 års ägardialog beskrivs bl.a. följande aktivitet:

”Göteborg Co får i uppdrag att genomföra en fördjupad utvärdering av Kulturkalaset 2019, enligt den nya inriktningen, och återrapportera utfall och eventuella förändringar mot 2020.”

Göteborg & Co har i föreliggande ärende analyserat genomförandet och utvärderat resultatet av 2019 års kulturkalas som gått under namnet Gothenburg Culture Festival. I ärendet beskrivs även huvudsakliga förändringar och förflyttningar inför 2020 års genomförande.

Ekonomiska konsekvenser

På grund av vikande engagemang från externa finansiärer uppstod ett underskott på ca 4,5 mkr inför genomförandet av festivalen. Underskottet täcktes inom Göteborg & Co:s egen budgetram.

Olika Perspektiv

Barnperspektivet, Jämställdhetsperspektivet, Mångfaldsperspektivet, Miljöperspektivet och Omvärldsperspektivet

Föreliggande utvärdering bedöms inte ha direkt bäring på perspektiven, då den utgör en redovisning av genomfört evenemang och inte innebär förslag till förändringar i inriktning för kommande kalas. Ovanstående perspektiv kommer att hanteras inom ramen för framtida förslag till anpassningar och inriktningar för kalaset.

Bakgrund

Sedan 1991 har Göteborg & Co under ett par dagar i augusti månad anordnat ett evenemang i staden. Evenemanget har under åren gått under namnen Göteborgskalaset, Göteborgs Kulturkalas och Gothenburg Culture Festival (hädanefter kallat *kalaset*). Syftet med kalaset, såsom det formulerades av styrgruppen för Göteborgs Kulturkalas 2012, var att bidra till ett mänskligare och roligare samhälle. Genom evenemangets kraft uppmärksammas och stärks det rika kulturutbud som bidrar till att Göteborg och Västra Götaland blir än mer attraktivt att leva och verka i, samt att besöka. Kalaset är en tradition vars festplatser historiskt sett återkommer samma tid år efter år. På så sätt ges även möjlighet att skapa en långsiktigt fungerande infrastruktur utmed stråket där kalaset arrangeras vilket på sikt gynnar såväl kalaset som andra evenemang.

År 2017 beslutade styrelsen för Göteborg & Co att påbörja en förändringsprocess och därmed en ny riktning för kalaset. I september 2018 lade bolaget fram ett förslag om ett förändrat koncept för kalaset med inriktningen *Ett kalas för göteborgaren - med internationell attraktivitet*. Namnet fastställdes som Gothenburg Culture Festival och konceptet fokuserade på en större flexibilitet avseende både innehåll, tid och geografisk plats än de senaste årens genomförda Göteborgs Kulturkalas.

Ärendet

Stadshus AB genomför årligen en ägardialog tillsammans med Göteborg & Co. Ägardialogen utgör det viktigaste instrumentet för god ägarstyrning och är ett strategiskt forum för framtids- och utvecklingsfrågor i relationen mellan ägare och moderbolag.

Ägardialogen avslutas med en summering av vad som framkommit under mötet och en sammanställning av de aktiviteter som bör genomföras för att öka den affärsmässiga samhällsnyttan med ägandet. Aktiviteterna sammanställs i en handlingsplan som beskriver aktiviteter, ansvar och tidplan. I handlingsplanen från 2018 års ägardialog beskrivs följande aktivitet:

”Göteborg Co får i uppdrag att genomföra en fördjupad utvärdering av Kulturkalaset 2019, enligt den nya inriktningen, och återrapportera utfall och eventuella förändringar mot 2020.”

Enligt av Stadshus AB:s beslutad tidplan planerades en återrapportering av uppdraget att redovisas vid innevarande års ägardialog 2019-09-16 mellan Stadshus AB och Göteborg & Co. Med anledning av ordinarie rapport och utvärdering efter genomförande av kalaset som vanligtvis levereras mellan september och oktober, inkom Göteborg & Co 2018-12-06 till Stadshus AB med en begäran om att senarelägga återrapporteringen till december 2019. Begäran godkändes av Stadshus AB.

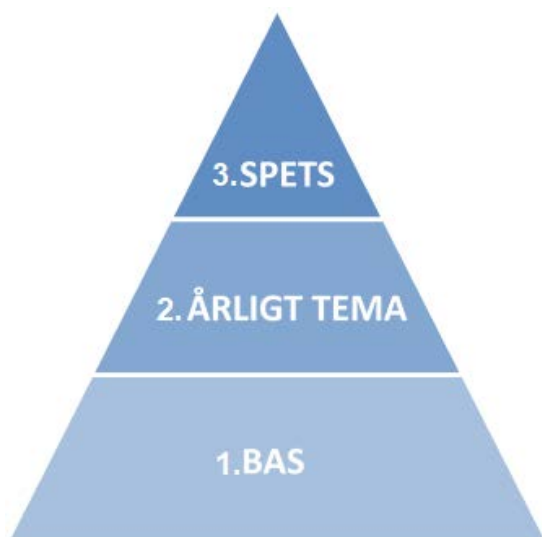
Gothenburg Culture Festival 2019

Kalaset historia sträcker sig drygt 25 år tillbaka i den. Föregångaren till Göteborgs Kulturkalas, Göteborgskalaset, anordnades för första gången i samband med att staden stod värd för VM i friidrott 1995. Innan dess genomfördes liknande evenemang, som förövning i staden, med start 1991. Drygt 15 år senare genomfördes Göteborgskalaset för sista gången i samband med EM-festen 2006. Under 2007 omarbetades konceptet till Göteborgs Kulturkalas, ett kortare evenemang med tydligare koppling till kulturella upplevelser inom musik, dans, film, opera, konst och teater. Under augusti 2018, ytterligare 10 år senare, genomfördes Göteborgs Kulturkalas för sista gången i sin nuvarande form, denna gång med Europride som spets.

Styrelsen för Göteborg & Co beslöt 2017 att påbörja en förändringsprocess och därmed ge en ny riktning för kalaset. Göteborg & Co ställdes då inför ett arbete med att designa om kalaset i syfte att stärka kopplingen till strategiska riktlinjer och stadens utveckling. Inför verksamhetsåret 2018 anlätades konsultbyrån Preera med uppdraget att samla in information i form av kunskap, idéer, förslag och tankar som skulle ligga till grund för framtagandet av "Framtidens kalas". Den 4 juni 2018 presenterades slutrapporten som ett underlag till förnyad inriktning.

Konsultrapporten tillsammans med Kulturkalaset's årliga rapporter var den huvudsakliga dokumentationen i arbetet med att ta fram en ny inriktning för kalaset. Målsättningen med uppdraget var att lansera ett utvecklat koncept 2019 med inriktningen *Ett kalas för göteborgaren - med internationell attraktivitet*. Konceptet skulle få en större flexibilitet än de senaste årens genomförda kalas avseende både innehåll, tid och geografisk plats. Arbetet gick under namnet "Framtidens kalas" och senare fastställdes namnet till Gothenburg Culture Festival.

I bolagets rekommendation för strategiska förflyttningar avseende framtidens kalas redovisades nedanstående modell:



1. Stärk basen genom tydligare koppling till Göteborg & Co:s uppdrag och målbild

- Betydelsen för destinationens och evenemangsstadens utveckling
- Hållbarhetsarbete inom alla dimensioner
- Upparbetade nätverk och samverkansplattformar
- Inkludering och integration
- Särskilt prioritera barnen
- Kompetens och erfarenhet sedan decennier

2. Bygg in flexibilitet och aktualitet i årligt tema

- Gällande innehåll, medverkande/medskapande, plats, tid etc.
- Skapar ökat utrymme för nytänk och innovation

3. Sätt särskilt ljus på "spetsen"

- Ett adderat värde som sticker ut - lockar besökare, skapar stolthet och "wow"
- Möjliggör intressenters medverkan och förutsättning för extern finansiering

Modellen är konstruerad på ett sätt basen skapar utrymme för Göteborg & Co att dra nytta av många års erfarenhet och förädla de värden som man vet att det finns en fortsatt efterfrågan på. På detta sätt kan flera av de redan framgångsrika koncept som tidigare har varit en självklar del av kalaset utvärderas, utvecklas och fortsättningsvis vara del av basen i framtidens kalas.

Det årliga temat skapar utrymme för fortsatt flexibilitet och innovation mellan åren samt ger varje kalas en tydlig profilering och ett koncept med möjlighet att skapa attraktion för en mängd olika människor, både i Sverige och i utlandet. Exempelvis var temat för 2019, i samband med European Choir Games (ECG), Röst & musik. Inom temat ryms möjlighet att låta rösten symbolisera ett flertal olika delar, beroende på vilken väg som bolaget väljer att gå.

Spetsen skapar i sin tur möjlighet för en uppseendeväckande attraktion som adderar det "lilla extra" till det årliga temat. Det finns ett antal värden som utmärker spetsen och skapar det genomslag som eftersträvas; den behöver leverera ett högt konstnärligt värde samtidigt som den lockar en stor publik som inte enbart består av återkommande besökare utan där många deltar i evenemanget för första gången. Spetsen behöver även bestå av internationellt stora artister eller akter. Därigenom skapas ett kalas för göteborgaren - med internationell attraktivitet.

Festivalnamnet

Namnet för kalaset fastställdes till Gothenburg Culture Festival. Namnet hade tidigare använts för festivalen i all kommunikation på engelska och i alla internationella sammanhang. Festivalnamnet skulle kommunicera strävan efter större internationalisering samt ett tydligare varumärke då enbart ett och samma namn skulle kommuniceras. Externt presenterades namnet som festivalens nya namn och förkortningen GCF. Reaktionerna var blandade, men eftersom besöksundersökningen inte har kunnat genomföras finns ingen säkerställd bild av festivalbesökarna syn på frågan. I media har bytet av namn ifrågasatts av två krönikörer och genom en del kritiska inlägg i sociala medier.

Arbetet med ny grafisk profil påbörjades i slutet av 2018 och presenterades på våren 2019 av den upphandlade reklambyrån Dear Friends, som hade till uppgift att ta fram en ett koncept med en flexibel grafisk profil som kan förändras utifrån teman och färger samt med möjlighet att använda festivalnamnet på såväl engelska som svenska. Uppdraget bedöms som väl investerat då festivalen fått en hållbar, flexibel och långsiktig lösning sett till den grafiska profilen. När styrelsen för Göteborg & Co i september 2019 beslutade att festivalens svenska namn fortsättningsvis skulle användas i svensk kommunikation var det således inga problem att göra anpassningen i den nya grafiska profilen. Det engelska namnet kommer att användas i kommunikation på engelska och riktad mot internationella besökare.

Flytt av vecka för genomförande

Beslut om byte av festivalvecka tog i syfte att skapa synergier mellan kalaset och evenemanget European Choir Games som genomfördes samtidigt. Insatsen innebar utmaningar för finansierare att medverka, vilket i förlängningen även fick konsekvenser för antalet programpunkter. Resultatet blev en halvering av antalet programpunkter i förhållande till 2018 och 750 000 besök mot förra årets 1,7 miljoner besök.

Övergripande utfall

- Budgeten minskade från ca 25 mkr till 19,7 mkr. Vidare uppstod ett underskott på ca 4,5 mkr, vilket täcktes inom Göteborg & Co:s egen budgetram.
- 90% av de externa finansierarna och sponsorerna valde att inte medverka, vilket fick ekonomiska konsekvenser. 80% av programarrangörerna från kulturlivet i Göteborg och i västra Götaland hade inte möjlighet att medverka.
- Kulturkalasets arbete med skolklasser i Göteborgs olika stadsdelar samt medverkan på olika stadsdelsfestivaler upphörde.
- Samarrangemanget med med European Choir Games bidrog till en övervägande del kvinnliga medverkande på scenerna under genomförandet. Fördelningen under 2019 var 57% kvinnor, 42% män samt 1% annan könstillhörighet jämfört med 2018 års 52% kvinnor, 46% män samt 2% annan könstillhörighet.

- Kapaciteten för publik begränsades till 20 000 - 25 000 genom att Götaplatsscenen flyttades till Kungstorget med en mindre etablering. En positiv effekt av detta var att en annorlunda etablering kunde testas på Kungstorget där ytan enbart användes för en scen och publik. Samtliga restaurangtält flyttades till Basargatan tillsammans med alla andra matförsäljare, dock inom ett inhägnat område.
- Besökssiffrorna sjönk till 750 00 besök från 1,7 miljoner jämfört med föregående år.

I enlighet med tidigare år upphandlas av Göteborg & Co en undersökning av kalaset, vilken används inom ramen för ordinarie utvärderingsprocess. Utvärderingen blir även del av en rapport som delas i digitalt och tryckt format. I bolagets uppdragsbeskrivning av innevarande års undersökning efterfrågades sammanlagt 1550 intervjuer från deltagare i kalaset. Specifikationerna uppgick till 600 turister, 200 publik till den arabiska artisten samt 150 barn. Det upphandlade företaget som genomförde undersökningen lyckades enbart genomföra ca 300 intervjuer, med hänvisning till väderlek samt för omfattande frågeformulär. Detta resulterade i ett för litet statistiskt underlag för att kunna säkerställa resultaten, vilket gör det omöjligt att jämföra statistik kring bl.a. nöjdhet, varumärke och generell måluppfyllelse med föregående år.

Göteborgs Kulturkalas 2020

Med erfarenheter från genomförandet av Gothenburg Culture Festival 2019 behandlades under Göteborg & Co:s styrelsemöte 2019-09-23 ett ärende rörande kalasets namn och genomförandevecka för kommande år. Under mötet beslutade styrelsen att fastställa vecka 33 för genomförande av kalaset 2020 samt principer för framtida beslut om genomförandevecka. Festivalens namn fastställdes tills vidare som Göteborgs Kulturkalas och att Gothenburg Culture Festival fortsatt endast används i internationella sammanhang. Utöver detta uppdrogs åt VD att återkomma med förslag till direktiv för ett uppdrag att utforma kalaset från år 2021. En första avstämning av uppdraget förväntas presenteras för styrelsen under mars månad 2020.

Bilagor

Bilaga 4 Förslag till beslut Framtidens Kalas 2018-09-24

Expedieras

Göteborgs Stadshus AB