

Årsrapport 2019 Bolag

Göteborg & Co AB

Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	3
2	Verksamhetsanalys.....	5
2.1	Väsentliga händelser.....	5
2.2	Dotterbolag/Affärsområden.....	6
2.2.1	<i>Viktiga framtidsfrågor.....</i>	<i>9</i>
2.3	Analys av årets utfall	10
2.4	Investeringar	11
2.5	Bokslut.....	11
2.5.1	<i>Sammanfattande analys.....</i>	<i>11</i>
2.6	Utveckling inom personalområdet.....	12
2.6.1	<i>Personalvolym och lönekostnad.....</i>	<i>12</i>
2.6.2	<i>Övrig utveckling inom personalområdet.....</i>	<i>12</i>
2.7	Redovisning av uppdrag ifrån KS/KF som fördelats utanför kommunfullmäktiges budget	12
2.8	Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag	12
2.8.1	<i>Utvärdering av system för styrning, uppföljning och kontroll</i>	<i>12</i>
2.8.2	<i>Brukar-/kundorienterad kvalitetsledning</i>	<i>13</i>
2.8.3	<i>Sponsring.....</i>	<i>14</i>
2.8.4	<i>Övriga beslut och/eller uppdrag</i>	<i>14</i>
2.9	Kommunala ändamålet och befogenheterna.....	14
3	Uppföljning av kommunfullmäktiges budget	17
3.1	Kommunfullmäktiges mål/inriktningar	17
3.2	Kommunfullmäktiges uppdrag till styrelsen	18
4	Nyckeltalsredovisning	19

1 Sammanfattning

Arbetet inom Göteborg & Co följer de inriktningar som finns i bolagets ägardirektiv, styrelsens budgetdokument samt fullmäktiges budgethandling som kompletteras av destinationens och bolagets treåriga affärsplaner. Bolaget har utfört sitt uppdrag inom ordinarie budgetram. Detaljerad lägesrapport för respektive affärsområde framgår av föreliggande årsrapport.

Destinationen Göteborg attraherar allt fler besökare och för 2019 redovisas ytterligare en ökning av antal gästnätter. Under året prognosticeras att cirka 5 miljoner övernattningar (gästnätter) gjorts på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen. Det innebär en tillväxt på cirka fyra procent jämfört med föregående år, vilket är betydligt högre än de senaste två åren. En stor majoritet av gästerna kommer från Skandinavien. Över 70 procent av övernattningarna är från Sverige och av andelen internationella utgör Norge och Danmark drygt en fjärdedel. Andra större utlandsmarknader är Tyskland, Storbritannien, USA och Kina.

Hotellmarknaden i Göteborg kännetecknas av högt kapacitetsnyttjande. Den genomsnittliga rumsbeläggningen var fram till november 2019 högre i Göteborg än i de andra svenska storstäderna. Under sommarmånaderna och i samband med större evenemang, mässor och möten är det i praktiken fullbelagt. Det är tydligt att den ökande efterfrågan på boende hittills inte har kunnat mötas av en motsvarande ökning av kapacitet. Den planerade utbyggnaden med närmare 4 000 rum under perioden 2022 – 2026 är efterlängtd.

Göteborg utnämndes i oktober till European Capital of Smart Tourism 2020. Genom tävlingen vill EU-kommissionen belöna städer som utmärker sig för smarta, innovativa och inkluderande lösningar inom turism. För Göteborg blir detta en motor att driva ett utvecklingsarbete under nästa år på europeisk nivå. Göteborg blev också för fjärde året i rad utnämnd till världens mest hållbara destination av Global Destination Sustainability Index.

I hållbarhetsarbetet ska Göteborg & Co vara förebild och föregångare genom att underlätta en hållbar konsumtion av destinationens utbud, uppmuntra, inspirera och visa på goda exempel. I grund och botten handlar det om att alltid ha göteborgarnas bästa för ögonen.

Göteborgarna är också utgångspunkten i uppdraget att, sedan tio år tillbaka, driva kraftsamlingen inför Göteborgs 400-årsjubileum 2021. Vägen till jubileet har vi skapat nya samverkansformer, fått nya insikter och kunskaper om hur vi tillsammans kan göra Göteborg till en ännu bättre stad, med hållbara lösningar för framtiden.

Storstadssamarbetet med Stockholm och Malmö fördjupades under året för att säkerställa storstadsperspektiv i arbetet med den nationella strategi för besöksnäringen som färdigställs av näringsdepartementet för presentation under våren 2020.

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 besöksnäringens frågor på en strategisk nivå. Besöksnäringens frågor 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 budgetramarna. ECG visade sig ha svårare än förväntat att attrahera kommersiella samarbeten och flytten av GCF till vecka 32 innebär att färre partners kunde knytas till evenemanget. År 2020 kommer namnet Göteborgs Kulturkalas användas på svenska och Gothenburg Culture Festival på

engelska samt att genomföras under vecka 33.

Under året 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. Uppdraget att initiera och leda arbetet med handlingsplaner utifrån Stadens program för besöksnäringens utveckling till 2030 fortskrider i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser. En nyinrättad befattning som processledare för besöksnäringens program har bemannats, vilken sedan 1 december 2019 från bolagets sida leder arbetet med att genomföra uppdraget avseende programmet.

I slutet av året fick Göteborg & Co uppdraget att ta fram en evenemangsstrategi för Göteborgs Stad. Arbetet inleddes under vintern och fortsätter under första halvåret 2020.

Bolaget mäts mot uppsatta verksamhetsmål och visar generellt en god måluppfyllelse 2019. Bolaget bedöms därför aktivt ha bidragit till såväl sysselsättningseffekter som att göra Göteborg till en mer attraktiv stad för alla besökare, och dem som bor och verkar i staden.

2 Verksamhetsanalys

2.1 Väsentliga händelser

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. Främst handlar det om näringsens förmåga att skapa sysselsättning, både enklare och mer kvalificerade jobb, för att få fler i arbete och minska beroendet av försörjningsstöd.

Bolaget värvar och utvecklar större möten och evenemang, marknadsför destinationen samt bidrar 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.

Destinationen Göteborg visar kraftig tillväxt. 2019 är det mest framgångsrika året hittills när det gäller antal gäster på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen. Sammanlagt prognosticeras att cirka fem miljoner övernattningar (gästnätter) gjorts, vilket är cirka fyra procent högre än året innan. Svenska besökare dominerar med drygt 71 procent och den största utländska gruppen är från Norge med knappt 6 procent. Övriga stora utlandsmarknader är Tyskland, Storbritannien, Danmark, USA och Kina.

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. Det påverkar inte det totala antalet gästnätter, utan bara fördelningen mellan svenska/utländska. Förhoppningsvis innebär detta att det i framtiden blir 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.

Beläggningen på hotell och vandrarhem är generellt hög, 70 procent i genomsnitt fram till november och hela 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 efterlängtd. Det skapar möjligheter och ställer krav på destinationen att utveckla attraktiviteten för nya besökare.

År 2021 fyller Göteborg 400 år och det har fått saker att hända. Jubileumsfirandet utgår från göteborgarnas idéer och förslag och syftar till att göra Göteborg till en ännu bättre stad. Jubileumsåret inleds på nyårsafton 2020 och arbetet med planeringen av denna och andra höjdpunkter under året påbörjades under hösten.

I sitt fortsatta arbete med Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030 har Göteborg & Co att på bästa möjliga sätt driva arbetet med måluppfyllelse, handlingsplaner, åtgärder samt uppföljning och utvärdering efter omvärldens kort- och långsiktiga påverkan på verksamheten. En nyinrättad befattning som processledare för programmet har bemannats, vilken sedan 1 december 2019 från bolagets sida leder arbetet med att skapa framdrift i dess strategier.

Göteborg utnämndes i oktober till European City of Smart Tourism 2020. Ett initiativ från EU-kommissionen för att främja utvecklingen och stärka attraktiviteten av

européiska destinationer. Göteborg kommer under 2020 att genomföra ett program av aktiviteter och medverka vid seminarier och workshops både i och utanför Sverige. En projektgrupp har tillsatts som startat arbetet.

För fjärde året i rad placerades Göteborg högst i rankingen av hållbara städer i Global Destinations Sustainability Index. Fokuset på hållbarhet har ökat starkt inom näringen, kanske särskilt inom mötesindustrin, och Göteborg får stor uppmärksamhet internationellt för sitt arbete.

Bolagets hållbarhetsarbete kännetecknas av ett långsiktigt och integrerat miljö-och hållbarhetsarbete som strävar efter att förebygga och minimera negativ påverkan från verksamheten och som samverkansplattform bidra positivt till utvecklingen i stad och region.

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".

2.2 Dotterbolag/Affärsområden

Evenemang

Flera stora evenemang har värvats under 2019, bland dem damernas UEFA Champions League Final 2021, EM i Karate 2021, JVM i ishockey 2022 och O-ringen 2024. Arbetet med arrangörer, platser och arenor i staden har bidragit till nya etableringar med långsiktigt fokus, till exempel Gothenburg Design Festival och Way Out West Youth Programme.

Event Support har under 2019 kartlagt och därefter utvecklat samarbetet med externa arrangörer genom workshops och individuella möten. Volontärspoolen Team Göteborg, som syftar till att öka ungdomars attraktivitet på arbetsmarknaden, har under året samarbetat med bland annat P3 Guld, Göteborgsgiroten och European Choir Games.

För att sammanfalla med European Choir Games var Gothenburg Culture Festival i år förlagt till 6–11 augusti. Evenemanget var välbesökt med över 750 000 besökare under festivalens fem dagar. Årets huvudscen fanns på Kungstorget och det var där festivalens största stjärna, egyptisk-libanesiska sångerskan Haifa Webe underhöll tusentals glada och dansande åskådare.

Evenemanget, som utsågs till "Årets hållbara event 2018" byggde vidare på satsningen engångsfri festival bland annat genom att introducera pantstationer för matlådor, och introducerade även ett nytt restaurangområde med lokala matproducenter och bryggerier.

Under 2020 kommer evenemanget att återta namnet Göteborgs Kulturkalas i all kommunikation på svenska, och behålla Gothenburg Culture Festival för kommunikation på engelska.

European Choir Games samlade över 6000 körsångare från hela världen. Inviingskonserten med Eurovision Choir hölls inför ett utsålt Partille Arena och livesändes i 11 länder. Evenemanget illustrerade på bästa sätt hur staden kan fungera som arena, med 93 väl genomförda programpunkter runt hela Göteborg.

Veckan efter körsuccén bjöds det på golf i världsklass när Scandinavian Invitation kom till Hills i Mölndal 11–14 augusti. Det blev en rafflande tävling som avgjordes inför storpublik, och efteråt lovordade arrangörerna såväl samarbetet som evenemanget.

Utredningen av framtidens Julstaden har resulterat i att evenemanget från och med 2019 blir en säsong med evenemangsinslag och att den organisatoriska hemvisten flyttas till

avdelningen Marknad & Kommunikation.

Under 2020 har Evenemang ett antal operativa uppdrag, främst Handbolls-EM 10–14 januari och EM i trampolin 7–10 maj. Detta arbete sker i nära samarbete med Got Event.

Möten

Under året har Möten genomfört flera strategiska värvningsprocesser och aktiviteter. Antalet pågående ansökningsprocesser där bud har skickats motsvarar 220 000 delegatdygn.

Efter år av förberedelser genomfördes den strategiska satsningen Associations World Congress & Expo, 7–9 april på Svenska Mässan. AWC projektledes av Göteborg & Co Möten tillsammans med Association of Association Executives i samarbete med Svenska Mässan och kongressarrangörföretaget MCI. AWC samlade nära 500 personer, en stor andel med ledande befattningar inom internationella medicinska, vetenskapliga eller branschorganisationer och med egna kongresser som är intressanta för Göteborg. Bland deltagarna fanns drygt 20 speciellt inbjudna nyckelpersoner, var och en med kongresser som Göteborg är i fas att ansöka om.

Värdskapet gav möjlighet att visa upp hur en kongress kan genomföras hållbart och bidra till att inspirera den internationella mötesnäringen. Mötet hållbarhetscertifierades efter Svensk Miljöbas kriterier och hållbarhet, ur alla tre dimensionerna, gick som en röd tråd genom hela arrangemanget. AWC blev en succé hos både arrangör och deltagare som ansåg AWC 2019 i Göteborg vara den bästa kongressen hittills. Det var första gången kongressen hölls i Norden och innebar ett unikt tillfälle att visa upp Göteborg och stärka positionen som hållbar mötesstad.

European Human Genetics Conference, ESHG, arrangerades på Svenska Mässan den 15–18 juni med drygt 3 000 delegater. ESHG var här senast 2010, vilket visar att det är en nöjd kund som valt att komma tillbaka till Göteborg. Årets (2019) delegatundersökning visar att hela 98% har ett positivt helhetsintryck av Göteborg som destination.

Den 3–6 september deltog ca 2 000 personer på International Continence Society, ICS. Kongressen genomfördes på Svenska Mässan med hjälp av tongivande kongressarrangören Kenes

2019 var första gången som Göteborg fanns med som destination på branschmässan IMEX America, 10–12 september. Intresset från kunderna var stort och mässkalendern fylldes med intressanta kundmöten.

Under IBTM-mässan i Barcelona deltog Göteborg tillsammans med samarbetspartner i en egen monter, med placering i den skandinaviska delen, då Sverige som nation uteblev som utställare. Deltagandet blev mycket lyckat med mer än 150 förbokade individuella möten. Göteborg stack även ut genom att vara den dokumenterat mest hållbara destinationen.

Marknad & Kommunikation

Destinationens hemsida goteborg.com fortsätter att öka, och med drygt 3 miljoner unika besökare under 2019 slogs förra årets rekordsiffror. I sociala medier syns destinationen varje vecka året runt och följarrantalet ökar stadigt. Årets imageundersökning visar att Göteborg uppfattas som ett vänligt familjeresmål av såväl boende som besökare. Tillsammans med vänlighet lyfter vi fram innovation, kreativitet och hållbarhet allt mer i vår kommunikation.

Under året har avdelningen bland annat levererat en varumärkesplattform för

destinationen, en ny plan för bolagskommunikation och en ny plan för kriskommunikation. I samband med detta har vi genomfört en särskild mätning av bolagets interna kommunikation samt genomfört en utbildningsdag i kommunikativt ledarskap.

Ett gott samarbete med våra partner är avgörande för att destinationen ska nå uppsatta mål. Inom ramen för samarbetet med GoCONNECT och Visit Sweden har vi under året i samverkan med Qatar Airways genomfört en utökad marknadsbearbetning av såväl Kina som Indien. Kampanjen Next to Gothenburg, ett samarbete med Västtrafik och Turistrådet Västsverige som sjösattes under våren har visat sig vara framgångsrikt med sex mycket nöjda resmål från Alingsås till Styrso-Vrångö.

Intresset för destinationen Göteborg från internationella journalister och influerare är fortsatt högt. Vid sidan av sju prioriterade internationella marknader har vi också infört Sverige som en ny marknad, vilket har gett positivt resultat för PR-insatser med bland annat en 24-sidig bilaga om Göteborg i Aftonbladet och en bilaga i GT/Expressen på samma tema. Under Gothenburg Design Festival genomfördes en välbesökt pressresa på temat design och hållbarhet.

Ett bra värdskap genom Besöksservice och turistbyrån samt infopoints stärker destinationens attraktions- och konkurrenskraft. I år har vi genomfört destinationsutbildningar för både frontpersonal och hotellchefer.

Marknadsföring och kommunikation påverkar destinationens rykte. När fler kommunicerar varumärket Göteborg ökar trovärdigheten och att partners och branschkollegor i egna kanaler lyfter Göteborg gör att allt fler reseanledningar exponeras. Marknad & kommunikations verktygslåda med bilder, film och texter håller igång samtalet om Göteborg. Också evenemang och möten är viktiga plattformar för marknadsföring.

Näringslivsgruppen

Under 2019 har verksamheten tydligare riktats mot att stödja destinationens övergripande strategier, och gått från att vara bidragsgivare till att vara en resurs genom kunskap och ekonomiska insatser. Projekten Student Göteborg och Go Science har slagits ihop och fokuserar nu tydligare på internationella studenter och forskare under namnet Unimeet.

För andra året i rad arrangerades aktivitetssatsningen BonnierHoops i Biskopsgården. Där samlades har ungdomar samlats under hela sommaren och utmanade blåljuspersonal på streetbasketplanen, hängde i bokloungen, skrev poesi, pysslade och mycket mer. Utöver många lyckade aktiviteter anses projektet också ha bidragit till en minskning av antal anmälda brott i området.

Internationella Vetenskapsfestivalen är med sina ca 52 000 besök ett av Europas ledande populärvetenskapliga evenemang. Genomlysningen av dess juridiska hemvist är nu avslutad, nya tre-åriga avtal är tecknade med en uppräknad summa och med Göteborgs Stad som ytterligare huvudman. Det har också gjorts en kraftfull och lyckad satsning på ökad partnerfinansiering.

Under Rymdveckan i september firades 50-årsjubileet av den första månlandningen. Med stöd av Näringslivsgruppen och som en del av fokusåret Kunskap och Upplysning arrangerades cirka 150 aktiviteter kring rymdtemat för att lyfta fram Västsverige som en stark rymdregion.

Som en del av West Prides kompetenshöjande arbete fick fokusskolor en kostnadsfri utbildning för all personal på skolan, samt stöd och löpande konsultation i likabehandlingsarbetet under hela året. I gengäld åtog sig skolan att arbeta aktivt med att

få in HBTQ-frågor året om i sin utbildningsplan.

Under 2019 har startskottet gått för projektet Framtidsambassadörer. Syftet är att utforska kraften i digitalisering för att hitta lösningar för en hållbar värld och samtidigt skapa ökad kunskap inom natur och teknik för alla grundskoleelever.

2020 fortsätter Näringslivsgruppen att processleda fokusåret inför Göteborgs 400-årsjubileum. Temat för kommande år är Hållbart växande.

Analys & Omvärld

Analys & Omvärlds uppdrag samlar in, bearbetar, paketerar och kommunicerar information, underlag och kunskap på ett målgruppsanpassat sätt.

Ett systematiskt arbete kring insamling och strukturering av relevant data och mätetal har inletts. Det är ett grundläggande arbete som är nödvändigt för att kunna mäta utveckling och långsiktiga trender på destinationsnivå.

Under året påbörjades ett samtal med besöksnäringens aktörer och intresseorganisationer kring tillgängliga data relevant utifrån ett destinationsperspektiv. Årsstatistik kopplad till transport, handel och attraktioner samlades in och bearbetades. Även statistik från marknader och hotellnyckeltal från Statistiska Centralbyrån strukturerades och aggregerades för att avdelningen ska kunna följa långsiktiga trender, använda siffrorna i analysarbete och kombinera dem med andra datakällor.

Arbetet med att tillgängliggöra interaktiva självservice rapporter på hemsidan till externa målgrupper påbörjades under året. Avdelningen har även identifierat flera digitala databaser, tjänster samt externa rapporter och analyser som ger insikter om marknader, besökare och dess drivkrafter.

2.2.1 Viktiga framtidsfrågor

Internt:

I början av 2018 antog kommunfullmäktige ”Stadens program för besöksnäringens utveckling”. Det innebär en tydlig inriktning från Göteborgs Stad att turismen är av stor betydelse och att besöksnäringen spelar en viktig roll för utvecklingen till en attraktiv, levande och mer jämlik stad.

Arbetet med att i samverkan med berörda styrelser och nämnder ta fram handlingsplaner kopplade till besöksnäringens programmet fem strategier och dess nyckelfrågor pågår och omfattar flera av bolagets olika delar och ansvarsområden. Arbetet med handlingsplaner under programperioden fram till 2030 har sin utgångspunkt i att planeringsperioden är lång och att framtida behov inte i alla delar är kända. En utvärdering av arbetet är gjord 2019 och rapporten har sänds till Stadshuset AB för vidare hantering av kommunfullmäktige. Utvärderingen av programmet en gång per mandatperiod kommer vidare att säkerställa programmet aktualitet.

Strategierna anger att Göteborgs Stad ska:

1. Verka för att säkerställa **investeringar** i de verksamheter som utgör motorer för besöksnäringens utveckling
2. Utarbeta **långsiktigt hållbara finansieringslösningar** för åtgärder som syftar till att utveckla destinationen och staden
3. Utveckla **samverkansformerna för hållbar destinationsutveckling** mellan såväl stadens olika delar som med näringsliv och akademi
4. I **stadsplaneringen** beakta besöksnäringens behov

5. Aktivt verka för ett gynnsamt näringslivsklimat och en tryggad kompetensförsörjning.

Bolagets arbete med att genomföra uppdraget avseende besöksnäringens programmet kommer att intensifieras genom samordning och ledning av nyligen utsedd processledare (nyinrättad befattning) för programmet. Uppföljning och utvärdering av programmet för mandatperioden kommer enligt uppdrag att genomföras innan årsskiftet 2023/2024 och därefter vid 2027/2028.

Externt:

Turism och resande globalt fortsätter öka enligt alla prognoser. Det finns flera faktorer som kan påverka resandet negativt: lågkonjunktur, politiska omvälvningar, valutakurser, säkerhetsfrågor med mera. Nästan alltid har turismen återhämtat sig snabbt från sådana händelser och den långsiktiga trenden har bara brutits tillfälligt.

Klimatfrågan är den största utmaningen på global nivå som kräver statliga och överstatliga åtgärder. Den klimatpåverkan som turismen innebär bland annat genom transporter behöver hanteras på flera nivåer, såväl lokalt som internationellt.

2.3 Analys av årets utfall

Resultaträkning

Mkr	Bokslut 2019	Budget 2019	Avvikelse	Bokslut 2018
Uppdragsersättning	119,0	119,7	-0,7	119,0
Försäljning	13,7	13,2	0,5	16,5
Samarbetsavtal mm	47,5	54,4	-6,9	74,4
Periodiserade projektintäkter	0,8	1,8	-1	-6,5
Intäkter	181,0	189,1	-8,1	203,4
Direkta produktkostnader	-4,5	-3,9	-0,6	-7,6
Personalkostnader	-86,1	-83,6	-2,5	-82,8
Lokal & kontorskostnader	-12,5	-10,1	-2,4	-11,9
Verksamhetskostnader i övrigt	-76,7	-90,4	13,7	-113,0
Avskrivningar	-1,1	-1,1	0	-1,2
Kostnader	-180,9	-189,1	8,2	-216,5
Rörelseresultat	0,1	0	0,1	-13,1
Finansiella intäkter	0,1	0	0,1	0
Anteciperad utdelning	1,6	0	1,6	23,1
Finansiella kostnader	0	0	0	0
Nedskrivning av andelar i dotterbolag	-3,8	0	-3,8	0
Budgeterat koncernbidrag	0	0		13,5
Resultat efter finansiella poster	-2,2	0	-2,2	23,5

Årets rörelseresultat på 0,1 mkr är i linje med budget och prognos.

Resultat efter finansiella poster (inkluderar 1,6 mkr anteciperad utdelning från Stadsteatern samt en nedskrivning av värdet på Stadsteatern med 3,8 mkr (dessa poster är en del av Stadshuskoncernens bokslutsdispositioner).

Intäkterna är lägre jämfört med såväl budget som föregående år. En stor skillnad mot

årets budget förklaras av minskade externa intäkter för Gothenburg Culture festival/Kulturkalaset där flytten från vecka 33 till 32 innebar att ett antal samarbetspartners valde att stå över evenemanget 2019. Interna omprioriteringar gjordes för att säkerställa att evenemanget kunde genomföras enligt plan. Uppdragsersättning inkluderar, utöver 114 mkr 2019, även de pengar ur stadens centrala budget avseende 2021 som allokerats till bolaget.

Jämfört med föregående år förklaras skillnaden i omslutning, såväl intäkter som kostnader, i stort av att det under 2018 genomfördes ett Volvo Ocean Race.

2.4 Investeringar

Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mkr	Utfall 2019	Budget 2019	Utfall 2018	Budget/Plan 2020
Nyinvesteringar	-	-	-	-
Reinvesteringar	0,3	-	0,2	-
SUMMA INVESTERINGAR	0,3	-	0,2	-

Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, mkr	Utfall 2019
Summa investeringar	

Göteborg & Co AB:s finansiella anläggningstillgångar består i allt väsentligt av aktier i dotterbolag. Inga anskaffningar eller avyttringar har gjorts under året.

2.5 Bokslut

2.5.1 Sammanfattande analys

Bolaget har ett ekonomiskt utfall, före Stadshuskoncernens bokslutsdispositioner, som håller sig inom beslutad budget och bolaget har levererat på grunduppdraget enligt affärsplanen samt verksamhetsplaner för de olika affärsområdena.

Årets resultat inkluderar en anteciperad utdelning om 1,6 mkr från Stadsteatern. I årsredovisning 2019 föreslås utdelning av dessa 1,6 mkr till Stadshus AB.

Under året har den utdelning på 23,1 mkr, som föreslogs i årsredovisningen 2018, betalats ut till Stadshus AB.

Bolagets balansräkning består till största delen av andelar i dotterbolagen samt koncerninterna fordringar och skulder. De senare är relaterade till Stadshuskoncernens bokslutsdispositioner.

De koncerninterna posterna/bokslutsdispositionerna har netto inneburit en ökning av värdet på andelar i dotterbolag. Som en följd av detta behövdes även en nedskrivning av värdet på Stadsteatern göras. Denna post syns i resultaträkningen.

2.6 Utveckling inom personalområdet

2.6.1 Personalvolym och lönekostnad

	2 019	2018	2017
Kostnader för konsultarvode (se anvisn)	-	-	-
Lönekostnad (exkl arvoden och soc avg)	54 385	54 793	53 305
Årsarbetare - Arbetad tid (personalvolym)	128	131	130
Lönekostnad per årsarbetare	425	418	410

Personalvolym och lönekostnad påverkas av att bolaget har olika projekt olika år och av att en relativt stor andel visstidsanställda som är anställda vissa delar av året.

2.6.2 Övrig utveckling inom personalområdet

I syfte att stärka det nära ledarskapet och i syfte att inleda organisationens anpassning till genomförande av jubileumsåret 2021 har arbetet som inleddes 2018 med att vidareutveckla organisationen fortgått. Arbetet berör främst avdelningarna Evenemang och Marknad & Kommunikation. Ny VD, Peter Grönberg, tillträdde 3 juni.

Personalomsättningen är på ungefär samma nivå som de senaste åren. Antalet tidsbegränsat anställda varierar över tid beroende på olika projekt. Bland de tidsbegränsat anställda och timavlönade är merparten av de som inte är anställda som vikarier anställda inom Evenemang, Göteborg 2021 och Besökservice.

Under året har särskilda satsningar gjorts på arbetsmiljön. En utbildning har genomförts för chefer, arbetsledare, arbetsmiljöombud och fackliga representanter. Det har etablerats ett forum för enhetschefer där bland annat arbetsmiljöfrågor avhandlas. Ett inkluderande arbete med företagskulturen har inletts sedan tillträdet av ny VD.

Under oktober månad påbörjades en genomlysning och förändring av befintliga tjänsteleveranser samt organisatoriska anpassningar inom bolaget. Fokus låg på breddning av arbetsuppgifter, omprioritering av befintliga tjänster samt generell kompetensväxling, vilket förväntas driva verksamheten mot ett mer strategiskt arbetssätt och på så sätt möta affärsplanens utarbetade strategier och åtgärder samt destinationens långsiktiga målbild. Arbetet fortsätter under 2020.

Sjukfrånvaron är historiskt sett låg, men visade en svagt ökande trend under 2016 – 2018. Under 2019 har sjukfrånvaron åter börjat minska.

2.7 Redovisning av uppdrag ifrån KS/KF som fördelats utanför kommunfullmäktiges budget

2.8 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag

2.8.1 Utvärdering av system för styrning, uppföljning och kontroll

Enligt stadens dokument ”Riktlinjer för styrning, uppföljning och kontroll” ska styrelsen årligen, utvärdera och förbättra effektiviteten i systemet för intern styrning, uppföljning och kontroll. Som en del i kommunstyrelsens uppsiktsplikt ska styrelsen

rapportera resultatet från utvärderingen samt lämna en bedömning om systemet för styrning, uppföljning och kontroll fungerar på ett betryggande sätt. Styrelsen för Göteborg & Co genomförde och beslutade om en sådan utvärdering under sitt möte 2019-12-19.

Göteborg & Co har en organisationskultur där stark budgetkontroll, god ekonomisk hushållning och ett kommunikativt klimat genomsyrar hela bolaget, från högsta ledning till alla medarbetare. Då systemet för styrning, uppföljning och kontroll är helt beroende av organisationens, i synnerhet ledningens, kultur bedöms detta vara ett styrkeområde. Iakttagelserna från bolagets interna kontroll sammanfaller i stort med Stadsrevisionens granskning, där uppföljning av bolagets åtgärder inom bl.a. inköp och upphandling uppmärksammas. När det gäller resor har en tydlig förbättring noterats i bolagets interna uppföljning.

Göteborg & Co har ett systematiskt planerings- och uppföljningssystem som tar sin utgångspunkt i Göteborgs Stads riktlinjer och uppföljning månadsvis och vid uppföljningsrapporterna. Den treåriga-affärsplan som bryts ner i ettåriga verksamhetsplaner och budget följs upp och återrapporteras till styrelsen två gånger per år.

Göteborg & Co står besöksnäringen nära varför styrsignaler från marknaden fångas i ett tidigt skede vilket gynnar dem vi är till för – göteborgarna.

Under 2019 har, likt tidigare år, en systematisk riskanalys inklusive åtgärdsplan upprättats och tillsänts styrelsen. I samband med detta har även en intern kontrollplan för 2020 tagits fram och tillsänts styrelsen för beslut. I december tar styrelsen även del av återrapportering av utfört arbete och slutsatser enligt intern kontrollplan för 2019. Den riskbaserade styrningen har under året förbättrats genom stärkt förankring i ledningsgrupp och levandegörande av riskanalys och åtgärdsplan så att de blir en tydligt integrerad del av processer och beslutsfattande.

Göteborg & Co är ett förhållandevis litet bolag med korta beslutsvägar med nära dialog inom bolaget samt att ledningsgrupp samlas med korta intervaller under regelbundna former. På detta sätt kommer eventuella allvarliga avvikelser och brister snabbt till ledningens kännedom och kan hanteras. Detta är en styrka. Nära dialog med den omvärld som bolaget är till för, säkerställer att förbättringsarbete och verksamhetsutveckling bedrivs utifrån behov, vilket också är en styrka.

2.8.2 Brukar-/kundorienterad kvalitetsledning

Göteborg & Co har en rad målgrupper som är både väldigt breda (t.ex. turister, göteborgare, evenemangsbesökare) och tydligt avgränsade (t.ex. mötesdelegater, arrangörer av specifika evenemang). Andra viktiga målgrupper är besöksnäringens aktörer, akademien och övrigt näringsliv.

Bolaget genomför regelbundet mätningar av nöjdheten hos besökare av evenemang och delegater på större kongresser. Inom verksamhetens olika områden arbetar vi med styrgrupper, nätverk eller branschvisa organ som hotellgrupperingar och liknande vilka ofta fungerar som rådgivande och ibland beslutsfattande organ.

Till detta kan läggas de stora image-mätningar som med några års mellanrum genomförs bland göteborgare och besökare samt SOM-institutets undersökningar.

Utifrån resultatet av detta underlag anpassas verksamheten kvalitetsmässigt för att uppnå största möjliga tillfredsställelse hos våra målgrupper.

2.8.3 Sponsring

I Göteborg & Co:s uppdrag att marknadsföra och medverka i utvecklingen av Göteborg som turist-, mötes- och evenemangsstad ingår också att fungera som katalysator för andras idéer. Särskilt i en initial fas så behövs stöd och hjälp till dem som planerar genomföra ett helt nytt eller utveckla ett befintligt evenemang. Bolaget bidrar i första hand med kunskap och innovativa praktiska lösningar men det kan också handla om finansiellt stöd, personella resurser eller marknadsföring och utsmyckning. Detta är en del av arbetet med att skapa en konkurrenskraftig destination med ett starkt och varierat utbud, riktat såväl till besökare som göteborgare. Detta har av bolaget aldrig definierats som sponsring i den traditionella meningen; Affärsuppställning med prestation och motprestation.

2.8.4 Övriga beslut och/eller uppdrag

Göteborgs 400-årsjubileum 2021

År 2021 fyller Göteborg 400 år. Tusentals idéer har samlats in i öppen dialog med göteborgarna. Hela jubileumsprocessen följer den fastslagna planen. Som svar på det årliga uppdraget från KS ”att vidareutveckla planeringen av Göteborgs 400-årsjubileum” skall Utvecklad jubileumsplan 2020-2022 med budgetunderlag, levereras till budgetberedningen i mars. Det är av största vikt att framdriften och förverkligandet av Jubileumssatsningarna, sprungna ur göteborgarnas idéer, prioriteras av stadens utsedda projektägare för att säkerställa att jubileets mål nås och att förväntningar infrias enligt den nulägesrapport som KSAU tog del av 191118.

Många av stadens jubileumssatsningar har under 2019 genomfört inkluderande och publika aktiviteter som satt fokus på stadens utveckling och viktiga samhällsfrågor.

Intresset att vara med i den öppna jubileumsprocessen är stort och har genererat ytterligare hundratals initiativ som drivs av olika aktörer inom näringsliv, stad, region, akademi, stiftelser, organisationer och föreningar. Allt för att bidra till en ännu bättre stad.

Jubileumsårets utformning

Under 2019 har jubileumsåret tagit form enligt konkretiserat förslag till utformning av jubileumsåret som kommunfullmäktige ställde sig bakom (181220).

Kommunfullmäktige beslutade om en uppbyggnads- och genomförandebudget på 100 mkr för att verkställa att Jubileumsåret 2021 blir återkopplingen till göteborgaren och ett tillfälle att fira och manifestera det mångåriga arbete som pågått över hela staden. Det blir ett år av upplevelser för både göteborgare och besökare med bland annat; Invigning av Göteborgs 400-årsjubileum som startar på nyårsafton 2020, Jubileumshelgen 4-6 juni som sker i de historiska kvarteren, vid och på älven och i hela staden samt en hyllning till Göteborg i slutet av året som blickar in i framtiden.

2.9 Kommunala ändamålet och befogenheterna

Enligt kommunallagen ska kommunstyrelsen årligen pröva om den verksamhet som bedrivits av Göteborgs Stads aktiebolag under föregående kalenderår har varit förenlig med det fastställda kommunala ändamålet och utförts inom ramen för de kommunala befogenheterna. Detta innebär att kommunstyrelsen ska bedöma om verksamheten har varit kompetensförenlig och förenlig med de kommunalrättsliga principer som gäller för den aktuella verksamheten. Om kommunstyrelsen vid sin årliga prövning finner att ett kommunalt bolag bedriver verksamhet i strid med den kommunala kompetensen ska styrelsen lämna förslag till kommunfullmäktige om nödvändiga åtgärder.

Varje bolagsstyrelse ska i anslutning till årsredovisningen/årsrapporten göra ett uttalande huruvida verksamheten varit kompetensenlig och förenlig med de kommunalrättsliga principerna som gäller för verksamheten. Göteborg & Co AB gör nedan en bedömning för egen del.

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

Verksamhetsmålet i bolagsordningen för Göteborg & Co anger följande:

"Göteborg & Co AB utgör moderbolag för bolagen som ingår i klustret för Turism, Kultur och Evenemang och ska som sådant leda och samordna arbetet inom den egna koncernen. Göteborgs Stads ändamål med bolaget är att på övergripande nivå leda och samordna arbetet inom koncernen och medverka till att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen samt bidra till besöksnäringens utveckling inom Västra Götalandsregionen."

Under flera år har samarbetet med Göteborgsregionen skett utifrån att de kommuner som ser en nära koppling till besöksnäringen valt att samarbeta med Göteborg & Co med separata avtal. Arbetet med Tillväxt Turism, tillsammans med BRG och Turistrådet Västsverige, har skapat möjligheter att formalisera samverkan. Ett samverkansavtal rörande utvecklingen av besöksnäringen i Göteborgsregionen har utarbetats tillsammans med GR och färdigställt under oktober 2019. Det övergripande syftet med denna samverkan är att utveckla besöksnäringen och den hållbara destinationen och därigenom bidra till att stärka näringslivet och öka attraktiviteten för dem som besöker, bor och lever i Göteborgsregionen. Avtalet syftar till att reglera parternas samarbete och skapa förutsättningar för en fortsatt fördjupad samverkan. Målsättning är att bidra till gynnsamma förutsättningar för Göteborgsregionens besöksnäring och uppfattningen är att samarbete skapar synergier som inte skulle ha uppstått om parterna enskilt arbetade med destinationsutvecklingsfrågor.

Ägardirektivet för Göteborg & Co har ett tydligt fokus på bolagets roll som moderbolag och därmed relationen gentemot dotterbolagen med betoning på synergier, delaktighet, ledning och samordning. Även ägardirektivet betonar att bolaget på en övergripande nivå ska leda och samordna arbetet inom klustret och samtidigt driva egna tilldelade uppdrag inom turism, möten, evenemang och kultur. Under året har ett initialt arbete påbörjats kring att i nära dialog arbeta fram reviderade ägardirektiv för dotterbolagen inom TKE-klustret.

Det kommunala ändamålet i ägardirektivet anger vidare att "Uppdraget ska ske genom att kontinuerligt driva destinationsutveckling och –marknadsföring samt genom att agera samverkansplattform för besöksnäringens olika aktörer."

Ägardirektivet formulerar också de kommunala befogenheterna för bolaget.

Göteborg & Co har under 2019 bidragit till affärsmässig samhällsnytta genom att fungera som en ledande samverkansplattform och motor i att skapa hållbar tillväxt inom besöksnäringen. Främst handlar det om näringens förmåga att skapa sysselsättning, både enklare och mer kvalificerade jobb, för att få fler i arbete och minska beroendet av försörjningsstöd. På så sätt fungerar näringen i många avseenden som en katalysator för integration. Det handlar också om att skapa en mer attraktiv stad både för besökare och för invånare.

Samarbetet mellan Göteborg & Co och 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 besöksnäringens frågor på en strategisk nivå. Besöksnäringens frågor är alltid en del av nätverkets möte där Göteborg & Co har ansvar för frågan.

Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030 är ett av de mest grundläggande dokumenten för framdriften av bolagets verksamhet och ligger därmed till grund för strategier och verksamhetsplaner under affärsplaneperioden 2018 - 2022. Under 2019 har bolaget i högre utsträckning än tidigare prioriterat framdriften av programmet och resurssatt arbetet ytterligare. Programmet är fortsatt ett centralt dokument i bolagets arbete med att kontinuerligt driva destinationsutveckling, i enlighet med bolagets ägardirektiv. I slutet av året genomfördes även en första utvärdering av programmet i enlighet med uppdrag från Kommunfullmäktige.

Bolaget har under året levererat på de uppdrag som tilldelats bolaget i kommunfullmäktiges budget samt svarat mot tilldelade uppdrag från 2018 års ägardialog med Göteborgs Stadshus AB.

Göteborg & Co fastställer i nära samverkan med berörda kommunala aktörer principer för värvning och genomförande av evenemang, och svarar för en aktiv ledning, samordning och uppföljning av evenemangsverksamheten gällande affärsrelationer, marknadsföring och därtill kopplade eventuella sponsringsaktiviteter.

Göteborg & Co ska, utifrån ett hela staden perspektiv, besluta om större och strategiskt betydelsefulla evenemang, lämna förslag om finansiering samt ansvara för prioritering av avsatta medel för evenemangsverksamheten.

Under året har fortsatt resurssättning skett inom affärsområdet Analys & omvärld. I enlighet med ägardirektivet kommer bolaget fortsatt prioritera omvärldsbevakning och FoU. Analys & omvärld har till uppgift att stödja den strategiska utvecklingen genom att förse såväl bolag som partners med kunskap om omvärldsbevakning och analys, konsumentbeteende och annan relevant kunskap som kan fungera som beslutsunderlag för såväl bolag som styrelse.

På uppdrag av kommunfullmäktige ska Göteborg & Co svara för beredning av ärenden som har samband med besöksnäringens utveckling. Detta har gjorts i flera avseenden, bl.a. i samband med utredningen "utveckling av besöksnäringen med anknytning till hav och fisk i Göteborg".

3 Uppföljning av kommunfullmäktiges budget

3.1 Kommunfullmäktiges mål/inriktningar

Styrelsen och inriktningsmålen

Styrelsen har tagit sig an målen genom att kartlägga/matcha inriktningarna utifrån bolagets kärnverksamhet och hållbarhetsramverk. Kartläggningen/matchningen gav att fyra målinriktningar bedömdes som icke relevanta medan bolaget genom verksamheten i olika grad arbetar med, påverkar och bidrar till måluppfyllelse för övriga tolv.

Särskilt fokus

- Göteborg är en företags- och tillväxtvänlig stad.
- Göteborg en stad där människor jobbar och försörjer sig själva.

Verksamheten har alltid fokus på samverkan för att utveckla staden som attraktiv destination såväl som att möjliggöra för utvecklingen av stadens besöksnäringens aktörer. Under året har därför fortsatt utveckling av samverkansforumet Besöksnäringens Forum (BNF) prioriterats. Bolaget har under året också inlett arbetet med att ställa om organisationen för att möta framtida utmaningar och möjligheter, vilket bland annat inneburit en prioritering på kompetensväxling. Fokus har legat på digitalisering och ökat kunskapsinnehåll med syfte att skapa ytterligare förutsättningar för bolaget som möjliggörare och på så sätt bidra till utvecklingen av en företags- och tillväxtvänlig stad.

En stark besöksnäring skapar arbetstillfällen varav många instegsjobb. Förmågan att säkra besöksnäringens kompetensförsörjning en strategisk fråga för destinationen som helhet vilket identifierats och lyfts fram i ägardialogen. Göteborg & Co arbetar med frågan i flera olika sammanhang. Bland annat i samarbete med GR och BRG för att kartlägga kompetens- och utbildningsbehov för besöksnäringen samt undersöka förutsättningarna för skraddarsydda utbildningar och matchningsprogram.

Det för staden och regionen gemensamma arbetet i syfte att utveckla besöksnäringens kompetensförsörjning tar sin utgångspunkt i Göteborgsregionens övergripande kompetensråd, som till sig har kopplat ett särskilt råd för besöksnäringens kompetensutveckling, där företrädare för Göteborg & Co återfinns i såväl rådet som i dess arbetsutskott. Besöksnäringens kompetensråd medger genom sin breda representation både lokal, regional och nationell samverkan i frågan. Bolaget har vidare ett omfattande samarbete med en rad olika insatser tillsammans med både BNF som genom uppdrag i ägardirektivet är knutet till bolaget och Business Region Göteborg AB som är stadens näringslivsbolag.

Bolaget, genom Näringslivsgruppen, stödjer även specifika arbetsmarknadsfrämjande aktiviteter såsom jobbmässan Skarpt Läge.

- Alla göteborgare har tillgång till kultur.
- Göteborg har ett rikt utbud av idrott och fritid som är tillgängligt för alla.

Ett brett och tillgängligt utbud av kultur, idrott och andra typer av upplevelser bidrar till en attraktiv stad för både boende och besökare, liksom för etablering av nya verksamheter.

Genom att marknadsföra staden och ett brett utbud av evenemang och upplevelser bidrar Göteborg & Co till att skapa en levande stad med någonting för alla, där varken fysiska eller språkliga begränsningar ska hindra deltagande.

T ex syftar marknadsföringsstrategin "Always on" till att vara närvarande och innehållskapande kontinuerligt under året. Den ständiga närvaron kompletteras med

särskilda satsningar under perioder som traditionellt anses som lågsäsong exempelvis Höststaden och Julstaden.

Arbetet att identifiera, kommunicera och på så sätt tillgängliggöra utbudet fortsätter i bred samverkan med region, stad och näring. Värlandet av möten och evenemang liksom stöd för utvecklingen av evenemang – befintlig evenemangsportfölj och nya tillkommande evenemang, är insatser för ett brett och mångfaldigt utbud. Bolagets ambition är att bidra till ett balanserat utbud av kultur- och idrottsevenemang.

Gothenburg Culture Festival (Göteborgs Kulturkalas) som Göteborg & Co arrangerar på Kommunfullmäktiges uppdrag är ett konkret exempel på att möjliggöra tillgång till kultur för alla göteborgare. 2019 gjordes 750 000 besök på de 52 festivalplatserna med sammanlagt 747 programstarter av mångfaldiga kulturupplevelser och allt gratis.

Under 2019 arrangerades dessutom European Choir Games i samarbete med Interkultur och Körcentrum Väst/Kultur i Väst med stöd av Västra Götalandsregionen. Evenemanget fungerade som ett sätt att sätta ljus på körsången i regionen samt var också ett evenemang tillgängligt för alla.

Måluppfyllelse

Bolaget bedömer måluppfyllelsen för de utvalda inriktningsmålen som god.

Prognos visar på fortsatt ökning av gästnätter (2019: 5 060 000 st (2018: 4 820 000 st)) liksom den turistekonomiska omsättningen (2019: 37,5 mdr kr (2018: 31 mdr kr)), däremot något färre arbetstillfällen (2019: 19 000 (2018: 19 200)).

De övergripande mått på attraktivitet som mäts idag visar:

SOM-undersökningen visar att 86% av göteborgarna är stolta över sin stad. En minskning med 2 procentenheter sen föregående mätning, vilket är tillbaka till tidigare nivå.

Imageundersökning visar att 86% av besökarna är positiva till Göteborg som en stad att besöka. En ökning med 4 %-enheter sen föregående mätning.

Även för övriga inriktningsmål bedöms bolagets bidrag till stadens måluppfyllelse som god.

Capital of Smart Tourism 2020 och att för fjärde året i rad rankas som #1 i benchmarken Global Destination Sustainability Index visar att arbete, förutom med ovan nämnda, med bland annat diskriminering och mänskliga rättigheter, tillgänglig stad för alla och hållbar livsmiljö bidrar till en attraktiv stad.

Bolagets budget är i balans vid utgången av året.

4 Nyckeltalsredovisning

	Utfall 2019	Budget/målvärde 2019	Utfall 2018	Utfall 2017	Utfall 2016
NMI	-	-	60	57	67
HME	-	-	76	76	80
Rörelseresultat	0,1	0	-13,1	0,5	1,1
Resultat efter finansiella poster	-4,0	0	23,5	1,4	1,1
Soliditet	93,7 %	-	95,9 %	95,5 %	21,2 %
Justerat eget kapital	1 089,5	-	1 073,0	1 064,6	19,1
Eget kapital	1 087,2	-	1 070,5	1 062,0	16,5

Resultat för NMI (Nöjd Medarbetarindex) och HME (Hållbart Medarbetarengagemang) har för tidigare medarbetarundersökningar målsatts och redovisats. 2019 har inte någon medarbetarundersökning genomförts. Bolaget planerar att ta fram en ny medarbetarundersökning under 2020.

Justerat eget kapital = Eget kapital plus egetkapitaldelen av obeskattade reserver (skattesats 21,4% 2019, tidigare år 22,0 %)