

**Tjänsteutlåtande**

Utfärdat 2020-12-04

**Handläggare**

Peter Grönberg

Telefon:031-368 40 00

E-post: peter.gronberg@goteborg.com

## Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030

**Förslag till beslut**

Styrelsen föreslås besluta;

Förslag till Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte mot 2030 i enlighet med bifogat underlag fastställs.

Förslag till Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte mot 2030 översänds till Stadshus AB för kännedom.

**Sammanfattning**

Vid Stadshus AB:s styrelsemöte 2019-09-30 beslöts att ge Göteborg & Co i uppdrag att ta fram förslag till konkretiserad evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030.

Föreliggande förslag till evenemangsstrategi utformas med balanserat fokus på attraktionskraft och social utveckling, samtidigt som goda reseanledningar för besökare över året säkerställs. Evenemangsstrategins målbild är att driva destinationens positionering och förflyttning mot *”Upplevelsestaden Göteborg – hyllad och erkänd provkörningsarena för hållbara liv i hållbara samhällen; som får förändring att hända!”*.

Med utgångspunkt i förslag till evenemangsstrategi kommer ett arbete med att skapa en konkretiserad handlingsplan för implementering och genomförande påbörjas efter årsskiftet.

Förslag till evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030 bifogas i sin helhet i bilaga.

**Beskrivning av ärendet**

Under ägardialog i oktober 2017 mellan Göteborg & Co och Stadshus AB fattades beslut om att ge Stadshus VD i uppdrag att utföra en genomlysning av evenemanget FEI EM i Ridsport. Arbetet resulterade i en handlingsplan där bland annat destinationens evenemangsstrategi var föremål för genomlysning. Genomlysningen av evenemangsstrategin avrapporterades i december 2018 och resulterade i att styrelsen för Stadshus gav VD i uppdrag att utarbeta beslutsunderlag och fördjupad konsekvensanalys relaterat till destinationens evenemangsstrategi.

Beslutsunderlaget utarbetades under våren 2019 av Stadshus i nära samverkan med Göteborg & Co och Got Event, i dialog med intressenter från Göteborgs Stad och externt, samt med insikter från fördjupade omvärldsanalyser. Slutgiltigt beslutsunderlag, med förslag på inriktning för fortsatt arbete med konkretiserad evenemangsstrategi, skickades

på remiss till de fyra bolagen inom klustret för Turism, Kultur och Evenemang (Göteborg Co, Got Event, Liseberg och Göteborgs Stadsteater).

Vid styrelsemöte 2019-09-30 beslutade Stadshus AB att uppdra åt Göteborg & Co att, utifrån inriktning i beslutsunderlaget, ta fram förslag till konkretiserad evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030. Vidare beslöts att jämte evenemangsstrategin, med utgångspunkt i densamma, uppdra åt Göteborg & Co att förbereda en genomförandeplan i syfte att möjliggöra ett snabbt genomförande.

## **Utveckling evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030**

I enlighet med beslut vid styrelsemöte i Stadshus AB 2019-09-30 utformas evenemangsstrategin med balanserat fokus på attraktionskraft (för näringsliv och inflyttande) med social utveckling (för boende och närregion) och samtidigt säkerställa goda reseanledningar för besökare över året/längre perioder. För att nå ambitionen pekas följande områden ut som särskilt betydelsefulla:

- Social utveckling
- Attraktionskraft
- Säkerställa goda mötesplatser
- Kapacitet för att, enligt särskild hantering, hantera större ”one-off”-evenemang

Från beslut i Stadshus AB framgår också tre särskilt uttalade viljor från intressenter och näringsliv att omhänderta i den nya strategin:

- Vill arbeta närmare staden; uttrycker intresse av, och är, delaktiga i att bygga samman staden
- Uttrycker stora möjligheter att gemensamt utveckla stora ”interna” möten inom näringslivet som kan göras till återkommande evenemang
- Utveckla samordning inom/med staden

### **Beredningsprocess**

Utvecklingen av föreliggande evenemangsstrategi har inledningsvis fokuserat på intern förankring genom operativa arbetsgrupper på avdelningsnivå så väl som bolagsövergripande, strategiska, diskussioner om dokumentet och dess framåtriktade positionering. Under 2020 års första kvartal presenterades arbetet för styrgruppen för affärsområdet Evenemang, samtidigt som utbrottet av covid-19 och dess omfattande konsekvenser för näringen blev ett faktum. Evenemangsstrategin har varit återkommande på AO Evenemangs styrgruppsmöten under året, och vid önskemål om fördjupad diskussion presenterats vid intressenters separata möten.

Arbetet med löpande förankring har under året pågått agilt utefter de förutsättningar som pandemins konsekvenser har inneburit. Ett starkt behov och engagemang för en fastslagen, långsiktig strategi för stadens utveckling som evenemangsarena har identifierats hos stadens många evenemangsaktörer och arrangörer. I skuggan av rådande pandemi har emellertid fokus för så gott som samtliga aktörer varit ett akut nuläge.

Under hösten 2020 har utvecklingen av evenemangsstrategin fortsatt i ledningsgrupp samt med planering av framtagande av genomförandeplaner tillsammans med såväl TKE-

klustret som externa aktörer. Den uppkomna situationen med förestående omorganisation inom Göteborg & Co har emellertid inneburit att arbetet inte kunnat drivas utefter fastställd tidplan. Efter fastställande av den nya organisationen har processen återigen intensifierats med ett antal workshops med formeringar från bolagets affärsområden samt specialistkompetenser.

## Överväganden och ställningstaganden

Nedan följer ett antal förtydliganden av de överväganden som bolaget behövt ta ställning till under arbetets gång.

- **Tidsperspektivet 2030**

Evenemangsstrategin ska gå i linje med de tidsperspektiv som finns utpekade i Besöksnäringensprogrammet, och tar sikte på 2030. De tre strategierna och den övergripande målbilden är långsiktiga och övergripande.

Positioneringsförskjutningen från ”Evenemangsstaden” till ”*Upplevelsestaden Göteborg som får hållbar förändring att hända*” är ett hållbart, trovärdigt och tillgängligt löfte, även med sikte mot 2050.

- **Synkronisering mellan program, planer och strategier**

Ett antal faktorer och perspektiv som genomsyrar framtagandet av en långsiktig evenemangsstrategi för Göteborg & Co adresseras även inom exempelvis Göteborgs Stads program för besöksnäringens långsiktiga utveckling mot 2030. Besöksnäringensprogrammet och evenemangsstrategin går hand i hand i flera avseenden. Det återstår emellertid att fastställa på vilken nivå olika grader av konkretiseringsinsatser ska genomföras. En förutsättning för evenemangsstrategin är att förverkligas tillsammans med andra program och planer. Arbetet pågår i såväl staden som på bolagsövergripande nivå för att på ett tydligare sätt länka samman målbilder och strategier.

- **Årliga genomförandeplaner**

I uppdraget står fastställt att komplettera strategin med genomförandeplaner, där strategier och mål bryts ner i årliga handlingsplaner per respektive område. En struktur för sådan plan finns framtagen, men föreslås synkroniseras med det nyligen initierade arbete rörande bolagets affärsplan för att undvika parallella processer. Affärsplanen beräknas färdigställas under Q1 2021.

- **Förverkligande med och genom andra**

Ett viktigt perspektiv som genomsyrat framtagandet av evenemangsstrategin har varit att skapa ett gemensamt engagemang och ägandeskap. Evenemangsstrategin har starkt inspirerats av den strategiska plan för möten som togs fram 2018, inte minst för att gå i linje med inriktningar där bolagets affärsområden kan stärka varandra ytterligare (utveckling av legacy, utveckling av hybridupplevelser, affärsstärkande korskopplingar mellan evenemang och möten m.m.), men också för att ge strategin ett format som arrangörer och evenemangsaktörer kan göra till sitt. Med en digital plattform blir evenemangsstrategin ett konkret verktyg för enskilda evenemangs egen utveckling, samtidigt som det på aggregerad nivå bygger en samlad kunskapshub för destinationen.

- **Social utveckling och hållbarhet**

I föreslagen evenemangsstrategi omfattas hela hållbarhetsbegreppet som yttersta mål, vari den sociala utvecklingen är en särskilt prioriterad dimension vid sidan om de ekologiska och ekonomiska perspektiven. Bolagets fastställda hållbarhetspolicy är grunden för evenemangsstrategins ställningstaganden. Strategins ambitioner gällande social utveckling samordnas med det inriktningsdokument för social hållbarhet som är under framtagande på bolaget.

- **Mätbarhet**

Under de senaste åren har samtalen om mätbarhet och effekter kopplade till evenemang varit många och komplexa, såväl internationellt som nationellt, men också internt på Göteborg & Co. I spåren av covid-19 har diskussionerna förstärkts och uppmärksammat nya dimensioner för att mäta och utvärdera upplevelseindustrin, inte minst ifråga om digitalt deltagande. Ovissheten om hur framtidens evenemang kommer att utformas, såväl på kort sikt som med sikte på 2030, är stor. Att slå fast mätbarhetsindikatorer fram till 2030 är närapå omöjligt i dagsläget. Klart är att det inte saknas modeller, indikatorer och mätningar, men att de i första hand behöver reduceras och kopplas till varandra och de större målen, (framför att hitta fullgoda mätetal inom varje kategori). Ett omfattande sådant arbete pågår internt på Göteborg & Co.

## Göteborgs evenemangsstrategi med sikte mot 2030



### Målsättning

Evenemangsstrategin tar sikte på 2030 med det yttersta målet att bidra till stadens programförklaring *Hållbar stad – öppen för världen* och en i alla dimensioner välmående och hållbar stad. Strategins övergripande ambition är att genom evenemang uppnå förändring genom att skapa samverkanskraft utifrån en gemensam idé om *livet som vi vill*

*leva det* – i varje del av staden och destinationen.

Genom inkludering, medskapande och samverkan med boende, verkande och besökande förvaltar evenemangsstrategin 400-årsjubileets löfte ”*få förändring att hända*” som plattform för hållbar samhällsutveckling, där evenemang pågår både fysiskt och digitalt, och i lika utsträckning under genomförande som däremellan.

Målsättningen är att Göteborg blir en omtalad förebild för att använda evenemang som drivkraft för stadsutveckling samt världsledande inom hållbar evenemangsutveckling.

Evenemangsstrategins förverkligande befäster Göteborgs position som ledande hållbarhetsregion och provkörningsarena för hållbara innovationer.

### **Positionering och förflyttning – strategins löfte**

Evenemangsstrategins målbild är att driva destinationens positionering och förflyttning mot *Upplevelsestaden Göteborg – hyllad och erkänd provkörningsarena för hållbara liv i hållbara samhällen; som får förändring att hända!*

Med fokus på förändringsdriv, växtkraft och upplevelsehöjd skapas unikt värde för evenemang i Göteborg. Med utgångspunkt i att skapa hållbar förändring, blir förändringen målet och evenemangen vägen. Traditionellt legacy efter genomförande, blir istället ett förutbestämt löfte om förändring.

En avgörande faktor för att uppnå positioneringen är destinationens hängivenhet till evenemang som förändringkatalysator och stadens aktörers samverkan för att som underliggande plattform i allt väsentligt skapa förutsättningar för att få hållbar förändring att hända.

Genom evenemangsstrategins förverkligande skapas stolthet hos göteborgare, nyfikenhet hos besökare och beundran hos en omvärld som inspireras av destinationens ledande hållbarhetsomställning.

Samtidigt uppstår ett samverkande system där evenemangseffekterna hållbar utveckling, attraktionskraft och ekonomiska effekter i varje del stärker varandra.



Förslag till evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030 bifogas i sin helhet i bilaga.

## Bedömning ur ekonomisk dimension

I Göteborgs Stads program för Besöksnäringens långsiktiga utveckling mot 2030 fastslås att Göteborgs Stad ska verka för att säkerställa investeringar i de verksamheter som utgör motorer för besöksnäringens utveckling, samt utarbeta långsiktigt hållbara finansieringslösningar för åtgärder som syftar till att utveckla destinationen. Evenemangsstrategin är i högsta grad kopplad till dessa insatser.

Flera finansieringsmodeller rörande såväl Göteborg & Co som helhet liksom enstaka och återkommande evenemang är under utredning och måste i dagsläget behandlas tillsammans. Målbilden är att säkerställa en långsiktig finansieringsplan för större evenemang med gemensamt syfte på 2030.

Förskjutningen från större fokus på destinationens egna återkommande evenemang framför enstaka nedslag av värvade evenemang, stärker attraktionskraft, ökar intäkter och skapar hållbart värde för såväl Göteborgs Stad som destinationen.

Förverkligande av evenemangsstrategin kan endast ske genom näringens aktörers framgång, vilket i sin tur stärker staden såväl ekonomiskt som ifråga om attraktionskraft.

Evenemangsstrategin tar sikte på att skapa en gemensam plattform och möjlighet till testarena för stadens många testbädds- och innovationsinitiativ, och därigenom bidra till Göteborgs Stads Innovationsprogram och dess målbild att Göteborgs stad ska vara erkänd som innovationsledande stad.

## Bedömning ur ekologisk dimension

Med ambitionen att driva positioneringen ”*Upplevelsestaden Göteborg – hyllad och erkänd provkörningsarena för hållbara liv i hållbara samhällen – som får förändring att hända*” visar föreslagen evenemangsstrategi en ambition i alla dimensioner av hållbar omställning. Förslaget till evenemangsstrategi är starkt kopplat till att nå måluppfyllelsen inom Göteborgs Stads program för Besöksnäringens utveckling mot 2030, vilket omhändertar frågeställningar kring både hållbart resande och hållbara evenemang.

Göteborgs Stad har som vision att staden ska vara en föregångare i miljö- och stadsutveckling och en av världens mest progressiva städer i att åtgärda klimat- och miljöproblem. Med föreslagen evenemangsstrategi skapas en plattform för att samverka med stadens alla invånare, verksamma och besökande för att få dessa omställningar att ske, och för att stärka Göteborgs position inom detta prioriterade område.

## Bedömning ur social dimension

Föreslagen strategi har stadens sociala utveckling och välmående som sitt yttersta mål och själva existensberättigande. Med strategin skapas förutsättningar för ett ökat fokus på mångfald, barnperspektiv, jämlikhet och jämställdhet genom kulturmöten till följd av ett rikt utbud kultur- och idrottsupplevelser.

Ett hela-staden-perspektiv med en riktad evenemangsstrategi för varje område i staden bidrar till en trygg och säker stad, öppnar upp för valfrihet och driver förutsättningar för

tillgänglighet för alla. Strategin bidrar till att skapa förutsättningar för en hållbar livsmiljö, för alla göteborgare.

## **Bilagor**

1. Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030

**Peter Grönberg, VD**