

Års- och hållbarhets- redovisning 2020

2020-01-01 – 2020-12-31

för Göteborg & Co AB

Organisationsnummer 556428-0369

go:teborg&co

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.

Göteborg & Co är moderbolag i klustret Turism, Kultur och Evenemang där Liseberg, Got Event och Göteborgs Stadsteater ingår.

Göteborg & Co AB är ett helägt dotterbolag till Göteborgs Stadshus AB, som ägs till 100 % av Göteborgs Stad.

Till destinationen Göteborg räknas Göteborgsregionens 13 kommuner som alla är en del i arbetet med utveckling och marknadsföring. Andra viktiga parter är besöksnäringens aktörer, akademin, kulturliv, övrigt näringsliv, Turistrådet Västsverige och delar av Göteborgs Stad.

Göteborg & Co arbetar inom fem verksamhetsområden: Möten, Evenemang, Marknad & Kommunikation, Näringslivsgruppen och Staben inklusive Analys & omvärldsbevakning. En beskrivning av varje område finns i förvaltningsberättelsen.

Styrelsen och verkställande direktören för Göteborg & Co AB med säte i Göteborg, avger härmed följande årsredovisning avseende räkenskapsåret 2020-01-01 – 2020-12-31.



**Göteborgs
Stad**

Innehållsförteckning

VD-ord: Alltid fokus på vårt uppdrag	4
Turismen och destinationens utveckling 2020	6
Verksamhetsåret.....	8
Hållbarhetsredovisning	18
Prioriteringar för en hållbar utveckling	20
Välkomnande och inkluderande destination	28
Växande och välmående destination	34
Klimatsmart destination	40
Schyssta villkor	44
Förvaltningsberättelse	48
Finansiella rapporter	62
Resultaträkning	64
Balansräkning.....	65
Kassaflödesanalys	67
Noter till balans- och resultaträkning	68
Revisionsberättelse	76
Granskningsrapport.....	77
GRI-index	78

Bilder: Peter Kvarnström, Geoffrey West, Beatrice Törnros, Niklas Bernstone, Steampipe Production Studio, Victor Zackrisson, Mikael Gustavsen, Emmy Jonsson, Marie Ullnert, Valentine Experience, Fredrik Nystedt/Rockfoto.nu, Elin Rein, Frida Winter, Happy Visuals, Mia Höglund, Studiografen, HisingenByDay, Universeum, Per Pixel Petersson, Superstudio D&D.



Alltid fokus på vårt uppdrag

Med stora förhoppningar och en välfylld evenemangs- och mötesportfölj gick vi in i 2020. Ett par månader senare förändrades allt. Många fick ställa om, men också ställa upp för varandra, i ett år som präglats av förändring.

Göteborg & Co:s grunduppdrag har däremot inte förändrats: Vi ska få fler att upptäcka och besöka Göteborg. Leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination i bred samverkan. Sällan har den uppgiften känts så viktig att hålla fast vid som 2020.

Vi vet alla vad som hände i mars när länder stängde ner och resandet i stort sett upphörde. Besöksnäringens hela ekosystem drabbades hårt när besökare, intäkter och omsättning försvann över en natt. Många reseanledningar som vi tagit för givna fanns inte. Liseberg och Svenska Mässan har tvingats ställa in. Arenorna har varit tomma.

Göteborg & Co har gjort stora omställningar i verksamheten för att anpassas till en omvärld som ser helt annorlunda ut än för ett år sedan. I vår roll som samverkansplattform har vi stöttat besöksnäringens aktörer i den akuta situationen, men också haft blicken framåt. Följt utvecklingen både hemma och internationellt. Delat med oss av kunskap och

fortsatt att berätta om vad destinationen Göteborg har att erbjuda besökare och göteborgare.

Vetenskapsfestivalen och Bokmässan blev digitala och mötesbranschen har rustat sig för att Göteborg ska kunna ta position som hybridmötesstad. Digitaliseringen har tagit stora kliv och vi har under året startat utvecklingen av destinationens dataplattform i samarbete med flera partners.

400-årsjubileet kommer spänna över flera år med ett symboliskt firande 2021 och fortsätter mot en final 2023. Näringslivsgruppen har som alltid varit en stor tillgång i att stödja projekt som utvecklar vår stad och destination. I samverkan med partners och aktörer har vi drivit kommunikationen av destinationen framåt.

Hållbarhet kommer vara än viktigare i en återhämtning och vi kan vara stolta över att Göteborg är en internationell förebild. Det fick vi bekräftat när Lonely Planet i november utnämnde Göteborg till "Best in travel - Sustainable city stay".



Digitala möten, naturupplevelser och att umgås med familjen har präglat tillvaron för många av oss under året när de stora reseanledningarna fått ställas in eller skjutas fram.

Vårt hållbarhetsarbete har inte tagit paus utan vidgats och fördjupats under året för att stötta näringen och staden. Vi leder arbetet vidare enligt strategier som följer FN Global Compacts principer och med målsättning att genom samverkan bidra till att uppfylla Agenda 2030.

Titeln som European Capital of Smart Tourism 2020 har inneburit ett utökat internationellt kontaktnät och Göteborg har deltagit i och arrangerat ett stort antal webinarer med andra europeiska städer för att utbyta kunskap och erfarenheter. Under hösten lanserades webbsajten 101 Sustainable Ideas som är en frukt av detta samarbete.

Göteborg & Co:s förändringsresa handlar bland annat om nya strukturer för ägande, finansiering och samverkansformer. Men också om hur vi ska vara organiserade på bästa sätt. Under 2021 ska vi ha en ny affärsplan klar som är anpassad till nya förutsättningar. På så sätt kommer vi att vara bättre rustade att möta framtiden.

En framtid som i skrivande stund är allt annat än tydlig. Tydlig är däremot längtan efter kulturen, idrotten, människor, dagen då Liseberg öppnar, mässor och möten. Allt det som är själen och hjärtat i en stad som Göteborg. Den tiden kommer och då ska destinationen vara redo och förberedd.

Peter Grönberg
Vd Göteborg & Co AB



Turismen och destinationens utveckling 2020

Året har inneburit stora påfrestningar för besöksnäring och destinationer i hela världen när land efter land infört omfattande åtgärder för att bekämpa smittspridningen av covid-19. Storstäderna blev mest utsatta när internationellt resande avstannade och hemmamarknaden blev viktigare.

Besöksnäringen har visat stabil tillväxt sedan början av 1990-talet. 2020 är ett rejält hack i den kurvan. En stadig återhämtning kommer ske först när pandemin stannat av och människor känner sig trygga att börja resa igen.

Göteborg inledde året starkt. I januari och februari ökade gästnätterna kraftigt jämfört med föregående år och besöksnäringen såg fram emot ett år med många evenemang, utsålda konserter på Ullevi och flera stora möten. Alla indikationer pekade mot ännu ett år av tillväxt för destinationen Göteborg.

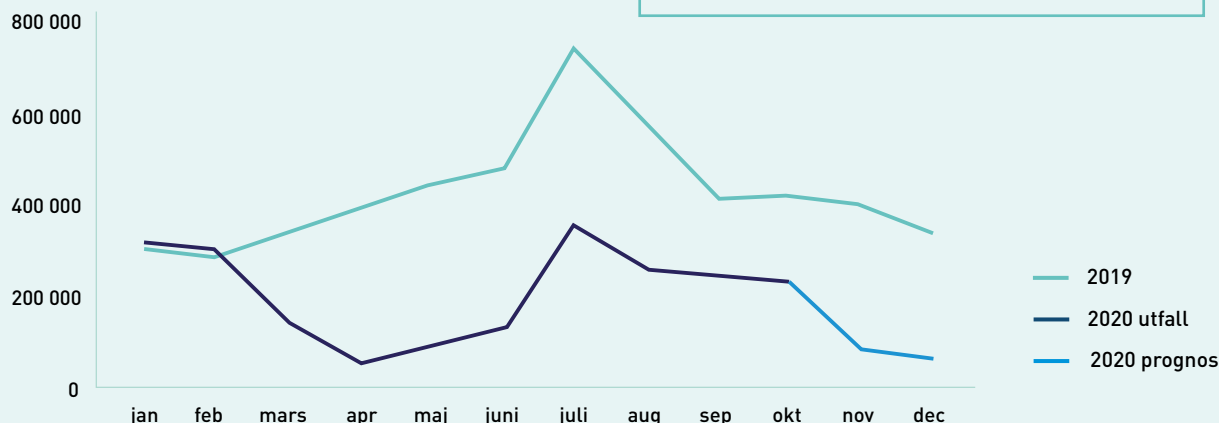
Effekterna av pandemin märktes omedelbart när restriktioner infördes i alla delar av världen under mars månad. I Göteborg minskade gästnätter och omsättning kraftigt un-

der andra kvartalet när det internationella resandet i princip upphörde. Reseplaneringar som normalt attraherar stora mängder besökare flyttades framåt i tiden eller ställdes in. Liseberg, Svenska Mässan, arenor och kulturscener tvingades stänga ner stora delar av verksamheten.

Enligt FN:s turistorgan UNWTO minskade internationella flygresor globalt med cirka 80 % under januari – oktober, vilket stämmer överens med minskningen av antal passagerare på Landvetter flygplats. European Travel Commission räknar med att turismen i Europa minskar med drygt 60 % under 2020 och att det dröjer till 2024 innan resandet är tillbaka på tidigare årsnivåer. Som med alla prognoser råder stor osäkerhet.

Gästnätter

Hotell, stugbyar och vandrarhem



Källa: SCB/Tillväxtverket, preliminär statistik jan-okt 2020

* egen prognos nov-dec baserad på förväntad nedgång av hotellens beläggningsgrad.

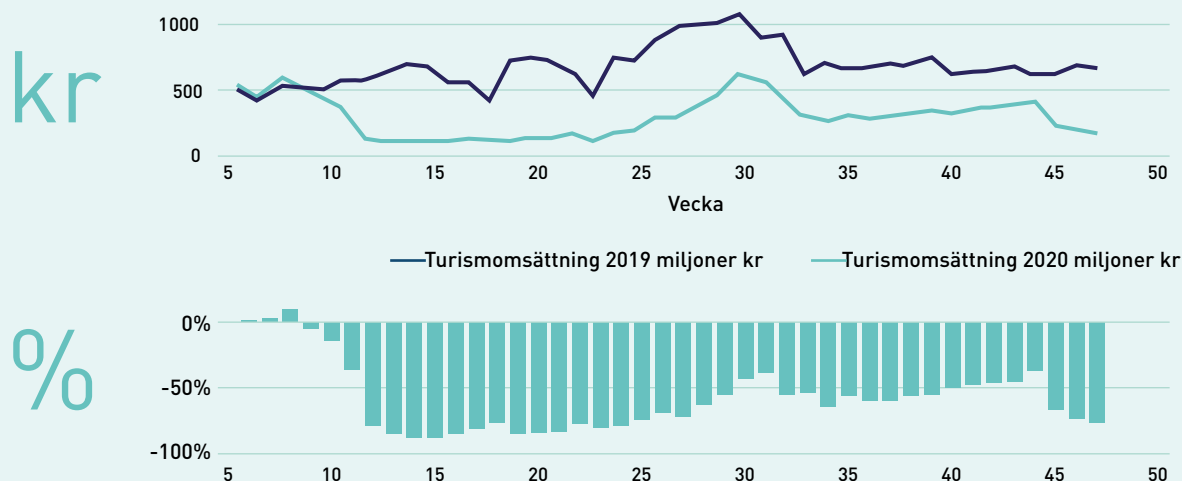
Turismomsättning

Veckovis, Göteborgsregionen

33,7 miljarder 2019

14 MILJADER

PROGNOS 2020*



Källa: Beräkningsmodell utvecklad av Göteborg & Co utifrån grunddata från Benchmarking Alliance, Nationell turistsatellitkontoberäkningar (TSA) och SCB/Tillväxtverket.

*egen prognos för helåret 2020

Besöksnäringens aktörer, både i Sverige och utomlands, fokuserade på en sommarsäsong med huvudbudskapet "hem-ester" där uppmaningen var att ta del av besöksnäringens utbud i sin närregion och stödja de lokala näringsidkarna.

Det procentuella tappet av svenska gästnätter var som störst under månaderna i årets andra kvartal, sammanlagt -71 %. En tydlig förbättring skedde under det tredje kvartalet juli–september, där tappet sammanlagt var -34 % i Göteborgsregionen. När smittspridningen i Europa ökade i oktober/november och följdes av nya restriktioner sjönk beläggning och gästnätter på nytt.

Pandemins effekter och negativa inverkan på besöksnäringen har slagit olika. Både i Sverige och utomlands har storstäder och destinationer med en normalt stor andel internationella besökare drabbats mer. Göteborg och Malmö har klarat sig bättre än de nordiska huvudstadsregionerna. Antalet gästnätter på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen uppskattas 2020 bli cirka 2,3 miljoner, jämfört med 5 miljoner året innan.

Inom destinationen Göteborg har centralt belägna hotell, shoppingstråk, besöksmål och restauranger haft en nedgång. Däremot hade många naturnära besöksmål, boendeanläggningar och restauranger i Göteborgs kranskommuner hög be-

läggningsgrad under sommaren. Samma trend kan ses runt om i hela världen.

Göteborg & Co har under året utvecklat nya verktyg för att bättre kunna följa utvecklingen. Under våren lanserades Besöksnäringsskollen där statistik över gästnattstal och turismomsättning i Göteborgsregionen redovisas veckovis.

I november släpptes Gästnattsskollen med statistik från SCB/Tillväxtverket och möjlighet att göra jämförelser flera år bakåt i tiden.

Tillväxtverket har gjort en omfattande förändring av sin beräkningsmodell för den nationella statistiken, och därför reviderat siffrorna för åren 2017 – 2019. Turismomsättningen för 2018 i Sverige beräknas nu till 304,2 miljarder, jämfört med tidigare 336,7 miljarder. Omsättningen för Göteborgsregionen har därför justerats (Se tabell sid 60).

Sysselsättningseffekterna är mycket svårbedömda under detta exceptionella år. Därför kan uppgift om antal sysselsatta inom besöksnäringen 2020 inte publiceras i detta skede.

I slutet av året kom positiva signaler om effektiva vacciner. När vaccinering kan komma igång kommer detta ha stor betydelse för när restriktionerna kan lättas och människor känner sig trygga att resa igen.

Verksamhetsåret

Göteborg & Co har en mycket bred och mångfacetterad verksamhet. Bolaget stöttar besöksnäringen ur många aspekter och är inblandat i många och skiftande projekt årligen. Under 2020 har besöksnäringen varit under hård press, men mycket har också varit positivt. Här har vi samlat ett urval av händelser och insatser där Göteborg & Co medverkat.

Göteborg vann Lonely Planets hållbarhetspris

17 november offentliggjorde Lonely Planet sin årliga lista Best in travel som innehöll vinnare i tre olika kategorier för 2021; hållbarhet, mångfald och gemenskap. Göteborg vann i kategorin hållbarhet och utsågs därmed till den bästa hållbara staden i världen att besöka, Best Sustainable City Stay.

I sin motivering skriver Lonely Planet följande: "Göteborg har varit högst rankat i Global Destinations Sustainability Index sedan 2016 och stadens progressiva, mätbara lösningar för hållbarhet imponerade

vår expertpanel. Med det regionala klimatmålet att bli fossilfritt till 2030 var Göteborg den första staden i världen att införa gröna obligationer för att driva fram investeringar i klimatgynnande lösningar. 97 % av kollektivtrafiken går på förnybart drivmedel, 95 % av hotellen är ekocertifierade, centrala Göteborg är en miljözon och flygplatsen är ackrediterad enligt den högsta nivån i programmet Airport Carbon Accreditation."





Göteborg är världens mest hållbara destination

Göteborg har sedan 2016 rankats som världens mest hållbara destination i det ansedda Global Destinations Sustainability Index. 2020 gjordes ingen ny mätning med anledning av pandemin varför 2019 års ranking gäller även för 2020.

www.goteborg.com



Ny bolagssajt och ny Goteborg.com

Det har skrivits mycket kod under året. Såväl destinationens officiella besöksajt goteborg.com som Göteborg & Co:s bolagssajt goteborgco.se har fått rejäla ansiktslyft.



Destinationen på promenad

För att kunna erbjuda en direkt och interaktiv visning av destinationen har sociala medier-ansvarige på Marknad & Kommunikation gjort regelbundna Instawalks (direktsända promenader på Instagram). Tusentals tittare från hela världen har följt med och strosat i Haga, vandrat på Amundön och hälsat på älgar i Slottsskogen.





Året som European Capital of Smart Tourism

Under hösten 2019 utsågs Göteborg till European Capital of Smart Tourism. Utmärkelsen delas ut av EU-kommissionen och belönar städer som utmärker sig inom tillgänglighet, hållbarhet, digitalisering samt kulturarv/kreativitet. Redan i sitt tävlingsbidrag underströk Göteborg sin ambition att dela med sig av kunskap och erfarenheter till andra destinationer. Något som verkligen sattes på prov under året.

Bland annat deltog bolaget i en lång rad digitala seminarier, kongresser och utbildningar med fokus att dela med sig av kunskaper och lärdomar inom bland annat hållbarhetsområdet. Under året har insatser och nya samarbeten initierats lokalt, nationellt och internationellt och också med nya näringar.

Ett stort fokus har under året handlat om digitaliseringsfrågor.

Som ett sätt att visa ledarskap och samtidigt bjuda in till ömsesidigt lärande och inspirationsutbyte skapade Göteborg & Co webbsidan 101SustainableIdeas.com som samlar idéer som kan utveckla turismen med stöd av Globala målen för hållbar utveckling. Här kan man läsa många inspirerande exempel från världen över och få inspiration till såväl nya affärsmodeller som hållbara lösningar. Staden Surabaya i Indonesien har exempelvis börjat ta emot pantflaskor som betalning inom kollektivtrafiken som ett sätt att minska mängden plastskräp.

600 000

Så många tog del av Bokmässan digitalt 2020. Läs mer om Göteborg & Co:s roll i digitaliseringen av mässan. på sid 29.



Göteborgs Kulturkalas prisades

I januari 2020 fick Göteborgs Kulturkalas pris på Återvinningsgalan för "Årets Återanvändare", då de genom ett samarbete med Björkfrihet, klädde personal och volontärer i återanvända kläder.

Hållbarhetsgruppen inom affärsområdet Evenemang tog under året också fram en hållbarhetsguide med checklistor som kommer kunna användas som ett stöd åt partner, och för att hållbarhetssäkra egna arrangemang.

50 / 50

Göteborg Film Festival med jämställt program

Årets upplaga av Göteborg Film Festival blev världens första filmfestival med ett jämställt filmprogram (hälften av filmerna var regisserade av kvinnor). Läs mer om Göteborg & Co:s roll i festivalen på sid 38.



71 794

i publiken på Göteborg Horse Show

Bra publiksiffror för Gothenburg Horse Show

Gothenburg Horse Show är ett av Göteborgs stora, återkommande evenemang. Inför årets upplaga inledde bolaget ett mer fördjupat samarbete med Got Event kring att utveckla den nationella och internationella marknadsföringen av evenemanget. Årets upplaga arrangerades 19-23 februari och sågs av 71 794 personer i publiken.

Branschnytt med Studio Göteborg & Co

För att ge bransch och allmänhet tillgång till uppdaterad information om den aktuella händelseutvecklingen och om bolagets verksamhet lanserades den streamade livesändningen Studio Göteborg & Co. I cirka 15 avsnitt har bolagets programledare diskuterat ämnen som "Mötesstadens framtid", "Sveriges rykte i världen" och "När börjar vi flyga igen?" med inbjudna gäster.





Barn och unga på digitalt läger

I juni varje år sedan 2014 har det stora musiklägret Side by Side by El Sistema – en av stadens jubileumssatsningar inför 2021 – samlat barn och unga från hela världen i Göteborg. År 2020 bestämde sig Göteborgs Symfoniker, som organiserar lägret, för att ställa om till digitalt och samla deltagarna på plattformen Side by Side: Digital. Över 700 barn deltog.

Lokala näringsidkare lyftes fram i årets stora kampanjer

Kampanj: För ditt Göteborg

I slutet av mars lanserades kampanjen För ditt Göteborg för att stödja besöksnäringen i hela Göteborgs-regionen. Den digitala kampanjen syftade till att visa göteborgarna hur man kan hjälpa sina lokala butiker, kaféer, kulturutövare, krogar och så vidare genom krisen. Den köpta kommunikationen nådde 96 % av den satta målgruppen och landningssidan på goteborg.com fick mellan lansering och 31 maj 26 461 sidvisningar.



Succé för kampanjen Upplev ditt Göteborg

Sommarkampanjen Upplev ditt Göteborg riktades till framförallt göteborgare och boende i närområdet. Grundidén var att få göteborgare att tipsa om sina bästa guldkorn i destinationen. Alla har sitt unika sätt att se på Göteborg och att dela med sig av detta gör att man kan skapa en ny bild av sin egen hemstad. Landningssidan på goteborg.com hade 1 juli–31 augusti 56 096 sidvisningar. Utöver det användargenererade innehållet och diverse köpt kommunikation i sociala medier och display ingick tolv influencer-samarbeten i kampanjen. Detta samarbete resulterade i en exponering på över 1,1 miljoner visningar och 44 004 interaktioner.

Nytt samarbete – mellan konkurrenter

I mars genomfördes EU City Summit i Bryssel. Göteborg & Co deltog i en marknadsförings- och säljaktivitet riktad mot mötesorganisationer som genomfördes för första gången på initiativ av städerna Florens, Lyon, Salzburg, Rotterdam, Valencia, Ljubljana och Göteborg. Städer som har många likheter och ofta tävlar om samma kongresser. I december samlade de samarbetande städerna företrädare för nio internationella och europeiska organisationer till en digital sammankomst i form av en "Happy hour". Syftet var att öka kännedomen om nätverket och förklara hur organisationerna kan dra nytta av att destinationerna samarbetar.



Möte om digital vård digitaliserades

Vitalis är ett ledande möte om e-hälsa och årets möte samlade politiker, näringsliv och organisationer som Sveriges Kommuner och Regioner för att diskutera hur den digitaliserade vården kan bidra till förbättrad folkhälsa. Mötet genomfördes digitalt med 350 förinspelade kunskapsföreläsningar i kombination med den livesända interaktiva konferensen. Den digitala utställningen och föreläsningarna fanns sedan att se ända till årets slut. För Svenska Mässan och mötesstaden blev Vitalis ett bra exempel på hur framgångsrika hybridmöten kan arrangeras.



Rekordbra år för Magasin Göteborg

Näringslivsgruppen producerar tidningen Magasin Göteborg i samarbete med Business Region Göteborg. Som vanligt gick årets upplaga som bilaga till Dagens Industri. "Hållbar tillväxt – för alla" var det bärande temat för magasinet som speglar och lyfter det moderna och innovativa Göteborg. Enligt läsarundersökningen för 2020 har magasinet fått sitt högsta observationsvärde någonsin under sin 10-åriga historia och även lästiden har slagit nytt rekord.



Icebug tog emot Companipriset

Varje år delar Näringslivsgruppen ut Göteborgs Companipris och årets vinnare blev Icebug. Göteborgsföretaget är världens första klimatpositiva tillverkare av outdoor-skor. Företaget uppmärksammas bland annat för sitt föredömliga arbete med hållbarhetsfrågor i alla dimensioner och för sitt sätt att utmana sin bransch.

Årets brunnslöckspoet utsedd

Genom jubileumssatsningen Rain Gothenburgs projekt med brunnslöckspoesi hedras Göteborgspoeten Anna Greta Wide (1920-1965) med att få en av sina dikter ingjuten på 50 brunnslöck. Poesilocken finns att hitta över hela staden. Förutom att uppmärksamma poesin sätter satsningen ljuset på vår viktiga infrastruktur för regnvattenhantering.



Geely anslöt sig till Närings- livsgruppen

Näringslivsgruppen består av företag som tillsammans vill göra positiva insatser i Göteborgsregionen. Näringslivsgruppen arbetar med att attrahera nya medlemsföretag och under 2020 anslöt sig den kinesiska fordonstillverkaren Geely Sweden Holdings AB. Näringslivsgruppen fick också en ny ordförande i Matti Ahlqvist (Astra Zeneca).



Besöksnäringen tar tempen på näringen

Göteborg & Co ska vara ett kunskapsnav för besöksnäringsfrågor och under året lanserades Besöksnäringskollen – ett nytt inslag på goteborgco.se där bolaget presenterar statistik och fakta om hur det går för näringen. Förutom att ge branschen tillgång till viktiga siffror om bland annat belägningsgrad, omsättning och antal varsel inspirerade besöksnäringen till mediarapportering och reportage med bolagets representanter i expertrollen.



100 platser, 10 illustratörer – en stad

2020 fortsatte 400-årsjubileets projekt Hela Stadens Galleri sin ambulerande utställningsverksamhet. Årets utställning 100 platser, 10 illustratörer – en stad, producerades tillsammans med stadsdelsförvaltningarna och den ideella föreningen Göthenburgo. Göteborgare i alla delar av staden tillfrågades om sina favoritplatser och smultronställen och en illustratör per stadsdel engagerades. Till 2021 samlas alla illustrationer på en Jubileumskarta som alltså utgår från invånarnas egna tips om stadens mest intressanta platser och byggnader.



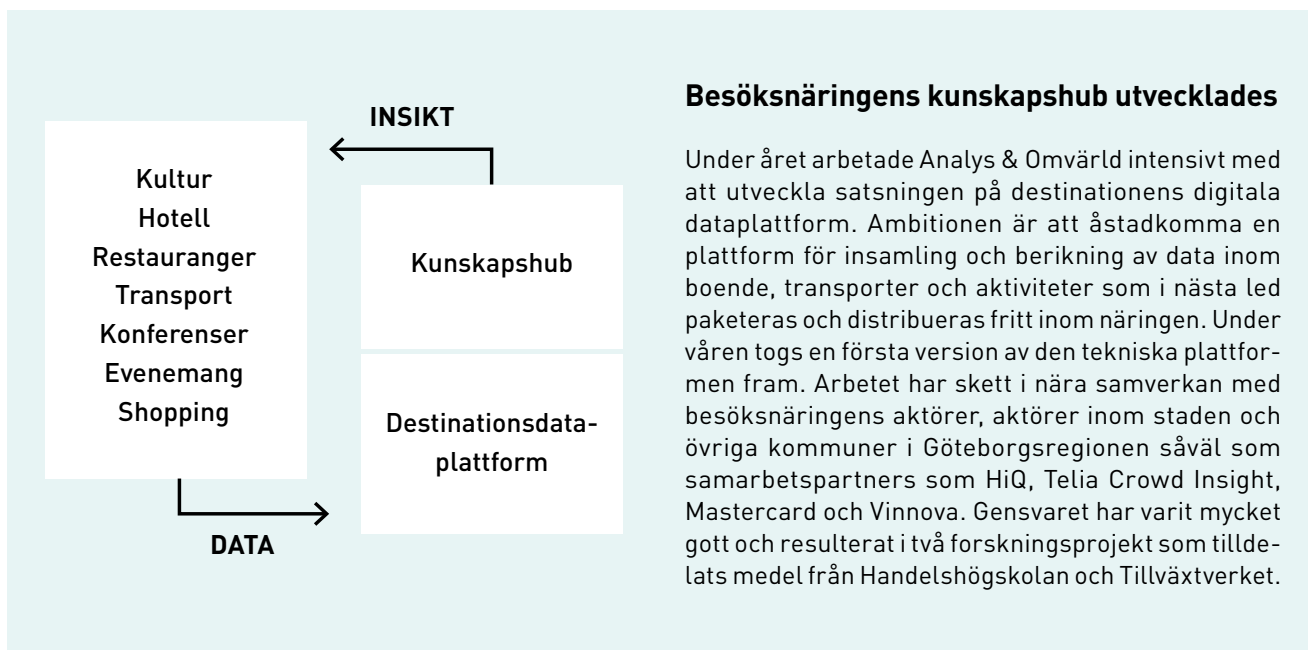
Vetenskapsfestivalen

Årets upplaga av Vetenskapsfestivalen blev helt digital. Antalet programpunkter bantades rejält, men festivalen fick stor geografisk spridning och många uppskattade den digitala tillgängligheten. Läs mer på sid 31.



Jubileumslåt utsedd

I samarbete med Brouhouse arrangerade 400-årsjubileet en tävling för att ta fram Göteborgs "jubileumslåt". Av 70 bidrag röstade göteborgarna fram Katarina Hemlins låt "Vi vill leva, vi vill dö i Göteborg" som vinnare. Låten har spelats in i musikstudio och fått både video- och karaokeversion så att skolklasser och andra kan sjunga den i olika sammanhang.



Besöksnäringens kunskapshub utvecklades

Under året arbetade Analys & Omvärld intensivt med att utveckla satsningen på destinationens digitala dataplattform. Ambitionen är att åstadkomma en plattform för insamling och berikning av data inom boende, transporter och aktiviteter som i nästa led paketeras och distribueras fritt inom näringen. Under våren togs en första version av den tekniska plattformen fram. Arbetet har skett i nära samverkan med besöksnäringens aktörer, aktörer inom staden och övriga kommuner i Göteborgsregionen såväl som samarbetspartners som HiQ, Telia Crowd Insight, Mastercard och Vinnova. Gensvaret har varit mycket gott och resulterat i två forskningsprojekt som tilldelats medel från Handelshögskolan och Tillväxtverket.

Agnes Wold prisades

Agnes Wold utsågs till Årets Göteborgare. Juryn består av representanter från Göteborg & Co, tidningen GT och Sveriges Radio P4 Göteborg. Juryns motivering löd:

"Agnes Wold är professor och folkbildare. Utrustad med kunskap baserad på forskning, kryddat med en god portion humor och formuleringskonst, är hon en vetenskaplig influerare av stora mått. Under pandemiåret har hon använt alla till buds stående media för att sprida förnuft och sans i en svårtolkad omvärld. Agnes Wold bidrar stort till Göteborgs rykte som kunskapsstad och är en värdig Årets Göteborgare 2020."





Ljuskonstnärer satte färg på Julstaden

Årets julstad fick anpassas för att inte skapa trängsel, men bjöd bland annat på nio spektakulära ljuskonstverk, körsång från Paddanbåten och en digital julkalender på goteborg.com med tips på juliga upplevelser.



Livemusik lockade

Sarah Klang var en av artisterna som spelade live för en publik på nätet. I samarbete med GP gjordes nio konserter under året med olika artister på tre klassiska göteborgsarenor: Pustervik, Liseberg och Stora Teatern. Publikgenomsnitt: drygt 11 000 per konsert.

Deltagarrekord för Skarpt Läge

Jobbmässan Skarpt Läge, som arrangeras med stöd av Näringslivsgruppen, fortsätter att växa och leverera goda resultat. Årets mässa, på Chalmers Conference Center, sammanförde 1 658 besökare med 40 arbetsgivare. Totalt skapades 73 arbeten under året trots pandemin.

Värvade möten

Världsläget gjorde det svårt att resa och därför erbjöd Göteborg digitala site-visits med 360°bilder av mötesanläggningar. Totalt värvades tolv framtida möten med nära 50 000 delegatdygn till Göteborg. Under 2020 var 50 möten planerade, men 45 av dem ställdes in eller flyttades till ett annat år. Stort fokus har varit på att säkra genomförande av 2021 års inbokade möten i någon form.



Drive-in-bio på Bananpiren

Som en del av Göteborg & Co:s ambition att bidra till ett brett utbud aktiviteter i staden stöttade bolaget drive-in-bion på Bananpiren. Under april och maj gjordes 25 visningar av bland annat Min pappa Marianne, Knives Out och Sune Best Man. Drive-in-bio skänkte biostämning utan smittrisk.

Möten prisas för samverkan

Affärsområdet Möten har under de senaste åren gjort en rad strategiska satsningar för att öka kännedomen om och stärka mötesstaden Göteborg. Två av dessa satsningar var värdskapet för IAPCO:s styrelsemöte samt värdskapet för det internationella kongressarrangörsföretaget KENES Groups ledning. Det har bidragit till att Göteborg fått mycket uppmärksamhet internationellt och bidragit till flera vunna kongresser. I februari tilldelades Göteborg priset IAPCO Driving Excellence – Recognition Award för destinationens förmåga till samverkan.



Många goda nyheter – trots allt

Under normala omständigheter välkomnar och guidar bolagets PR-team flera journalister och influerare i veckan. 2020 fick bolaget framför allt satsa på att bistå skribenterna med digitalt material men 50 lyckades ändå besöka destinationen. Arbetet resulterade i många fina artiklar och inlägg och ett sammanlagt antal läsare per upplaga på 224 miljoner för marknaderna Norge, Danmark, Tyskland, och Storbritannien. Motsvarande siffra för USA och Kina blev 115 miljoner läsare per upplaga.

Göteborgs Kulturkalas fortsatte arbetet mot engångsplast

Göteborg & Co använder evenemang som testarenor för hållbara lösningar. Som en del av detta har Göteborgs Kulturkalas under flera år arbetat för att bli ett engångsfritt evenemang. Istället för plastgafflar och papperstallrikar har man exempelvis inrättat diskstationer. 2020 blev det inget Kulturkalas men ett nytt pantsystem för takeawaylådor kunde ändå testas på ett antal restauranger och kaféer. Mot en pantavgift kunde man kvittera ut en matlåda som man sedan kunde lämna tillbaka på alla de anslutna restaurangerna. Panten registreras i appen Pantapå och man kan välja om man tar ut pengarna eller låter dem stå kvar till nästa gång man vill hämta lunch. Testet utvärderas under våren 2021.





Hållbarhets- redovisning



Prioriteringar för en hållbar utveckling

Göteborg & Co arbetar för att göra Göteborg till en hållbar stad genom att ta ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvar samt genom att alltid utmana hållbarhetsbegreppet. Via samverkan med andra aktörer inom besöksnäringen bidrar Göteborg & Co till ett levande Göteborg med hållbara, attraktiva och unika upplevelser.

Hållbarhet för Göteborg & Co

Göteborg & Co:s arbete ska leda till hållbar tillväxt och bidra till att stärka Göteborg som hållbar destination, så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring. Destinationens målbild är att till 2030 ha fördubblat turismen genom att vara en internationell förebild och alltid utmana hållbarhetsbegreppen.

Turismen och bolagets verksamhet påverkar människor och samhälle och gör avtryck på miljön. Detta innebär att vår verksamhet, våra handlingar och beslut, kan vara en kraft för positiv påverkan och förändring. I destinationens och upplevelsernas alla delar ska hänsyn tas till människor, miljö, ekonomi och samhälle, med inställningen att ständigt förbättra och flytta fram positionerna.

Göteborg & Co ska vara en internationellt ledande plattform för samverkan när det gäller hållbar destinationsutveckling och innovativ och hållbar utveckling av turism-, mötes- och evenemangsindustrin. Hållbarhetsarbetet grundar sig på UN Global Compacts tio principer, UN World Tourism Organisations definition på hållbar turism och Globala målen för hållbar utveckling. Göteborg & Co arbetar för att göra Göteborg till en hållbar stad genom att ta ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvar samt genom att alltid utmana hållbarhetsbegreppen. Via samverkan med andra aktörer inom besöksnäringen bidrar Göteborg & Co till ett levande Göteborg med hållbara, attraktiva och unika upplevelser.

Information om bolagets verksamhet och styrning finns på sid 50–59.





Göteborg & Co:s viktigaste hållbarhetsfrågor

I Göteborg & Co:s uppdrag genomsyrar hållbarhet allt arbete. Bolaget inspirerar, stöttar och möjliggör andra aktörers hållbarhetsarbete, och tar samtidigt ansvar för att den egna verksamheten utvecklas i hållbar riktning. Göteborg & Co har identifierat fyra prioriterade hållbarhetsområden. Inom respektive område ryms tre viktiga hållbarhetsfrågor som verk-

samheten fokuserar på. Områdena och frågorna har identifierats och prioriterats utifrån intressenternas förväntningar samt verksamhetens faktiska påverkan. Väsentlighetsanalysen är validerad och fastställd av bolagets ledningsgrupp i senaste version under 2019.

Välkomnande och inkluderande destination

- Brett utbud
- Tillgänglig och inkluderande
- Trygg och säker

Klimat- och miljösmart destination

- Klimatsmarta resor
- Resurseffektivitet
- Hållbar konsumtion

Växande och välmående destination

- Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen
- Jobbskapande och kompetensförsörjning
- Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor

Schyssta villkor

- God arbetsmiljö
- Affärsetik
- Hållbara upphandlingar och inköp



Hållbarhetsstrategier

Göteborg & Co:s hållbarhetsarbete utgår från tre bolagsövergripande strategier som växelverkar och stärker varandra:

1

Vi ska vara förebild och föregångare och visa vägen i det vi gör och har rådighet över.

2

Vi ska uppmuntra och utmana destinationens aktörer och samarbetspartners att utvecklas i hållbar riktning.

3

Vi ska inspirera och hjälpa till hållbar konsumtion av destinationens utbud.

Göteborg & Co:s kärnvärden ska genomsyra det vi gör och hur vi bemöter varandra

Mänsklig

Pluralistisk

Inspirerande



Utifrån de viktigaste hållbarhetsfrågorna för bolaget har ledningen identifierat att man har särskilt stor påverkan på och möjlighet att bidra till ovan Globala mål.

Bidrag till det Globala målen och Agenda 2030

Globala målen för hållbar utveckling är en agenda antagen av FN och som riktar sig till alla stater, företag och individer, med syfte att till år 2030 avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor i världen, främja fred och rättvisa samt lösa klimatkrisen. Genom Globala målen kan alla bidra till att agendan uppnås till år 2030. Göteborg & Co jobbar för att maximera de positiva effekterna och minimera de negativa effekterna av sitt uppdrag, och därigenom bidra till en hållbar utveckling och Globala målen. Bolagets uppdrag återfinns tydligt i tre av Globala målens delmål:

Bolagets uppdrag återfinns tydligt i tre av Globala målens delmål:



Intressentdialog

Göteborg & Co:s verksamhet som samverkansplattform bygger på löpande dialog med en rik uppsättning intressenter, och deras åsikter är viktiga för bolagets och destinationens utveckling. Göteborg & Co:s styrelse är politiskt tillsatt, men består även av adjungerade representanter från besöksnäringen. Varje affärsområde i bolaget har i sin tur styrgrupper med viktiga intressenter som träffas regelbundet.

Aldrig förr har dialogen med intressenter varit viktigare än under 2020. Givet de stora utmaningar besöksnäringen stått inför har Göteborg & Co:s roll som samlande kraft nyttjats till fullo. Bolaget har bjudit in till kontinuerlig dialog och

arbetat närmre näringen än någonsin.

Redan vid början på utbrottet av pandemin mobiliserade bolaget för att möta behovet av snabb och förståelig information om vad som skedde och hur det påverkade besöksnäringen. Arbetet organiserades så att alla medarbetare kunde ta fram och förmedla kunskap på ett organiserat sätt. Göteborg & Co:s etablerade nätverk och förankring i besöksnäringen lokalt, nationellt och internationellt utnyttjades för att snabbt samla insikter som kunde förmedlas till politiker, näringsliv och stödjande strukturer.

Göteborg & Co:s primära intressenter

Intressent	Dialogformer	Viktiga frågor för intressentgruppen
Ägare Göteborgs Stad.	Bolagsstämma, styrelsemöten, ägardialog, års- och delårsrapporter, koncernråd	Bidrag hållbar tillväxt, hållbar stad, attraktiv stad, budget i balans
Medarbetare	Medarbetarsamtal, avdelnings-/gruppmöten, internkonferenser, medarbetarundersökning m.m.	Arbetsmiljö, hållbara tjänster (evenemang, möten osv)
Samarbetspartners Besöksnäringens företag. Lokala arrangörer.	Besöksnäringens Forum, styrgrupper, samverkansgrupper, nätverksgrupper, medlemsmöten och nyhetsbrev	Varierat utbud i staden, samarbeten, attraktiv stad, kompetensförsörjning
Besökare	Sociala medier, besöksservice, intervju- och enkätundersökningar	Brett utbud, tillgänglighet
Göteborgare	SOM-undersökning, digitala kanaler, besöksservice, via ägaren	Utbud till för göteborgarna, hållbar stad, tillgänglighet, jämlikhet, jobbskapande
Förvaltningar och myndigheter	Samverkansgrupper och råd	Bidrag till hållbar tillväxt, arbeta i enlighet med stadens planer och program
Klusterbolag Liseberg, Got Event, Göteborgs Stadsteater.	Vd-råd och tematiska klusterråd	Samarbeten, attraktiv stad, tillgänglighet

Hållbarhetsramverk

Bolaget styrs på övergripande nivå av ägardirektiv, kommunfullmäktiges budget, destinationens och bolagets treåriga affärsplan och styrelsens mål och inriktningsdokument samt Göteborgs Stads program, policyer och riktlinjer. I styrdokumenterna är hållbarhetsperspektivet integrerat. Verksamheten miljödiplomerades första gången år 2008 och har sen dess ett systematiskt miljöarbete i ständig utveckling. Göteborg

& Co:s hållbarhetsstrateg driver och utvecklar hållbarhetsarbetet i samarbete med bolagets olika avdelningar. Sedan våren 2020 ingår hållbarhetsstrategen i bolagets ledningsgrupp. Arbetet har också förstärkts med en strateg som på deltid fokuserar på sociala hållbarhetsfrågor. Ytterst ansvarig för hållbarhetsarbetet är bolagets verkställande direktör.



Mellan juni och december streamades nio konserter från Pustervik, Liseberg och Stora Teatern. Sammanlagt 15 artister medverkade: Smith & Tell, Sarah Klang, Parham, Arvingarna, Linnea Hendriksson Bohuslän Big Band med flera. Detta gjordes i samarbete med Luger, LiveNation, United Stage och lokala aktörer. Konserterna producerades och streamades av Göteborgs-Posten.



Välkomnande och inkluderande destination

Alla som besöker eller lever i Göteborg ska känna att de är en del av staden och att utbudet är till för dem. Göteborg & Co arbetar för att alla ska kunna ta del av utbudet i Göteborg, oberoende av kön, tro, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsvariation, ålder och språk. Bolaget ska också bidra till trygga och säkra upplevelser. Uppdraget att leda och samordna stadens 400-årsjubileum har skapat engagemang hos många göteborgare och involverar stora delar av staden. De många Jubileumssatsningarna har gett möjlighet att nå ut till fler på nya sätt.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- Brett utbud
 - Tillgängligt och inkluderande
 - Trygghet och säkerhet
-



Inom området Välkomnande destination har bolaget identifierat att de bidrar särskilt till Globala målen 5 Jämställdhet, 10 Minskad ojämlikhet, mål 16 Fredliga och inkluderande samhällen samt mål 17 Genomförande och partnerskap.

Brett utbud

Besöksnäringen skapar möten mellan människor och gör staden mer attraktiv genom nöjen, restauranger, kaféer, kultur, utflyktsmål och handel. Genom att marknadsföra staden och genom att skapa förutsättningar för ett brett utbud av evenemang och upplevelser bidrar Göteborg & Co till att skapa en levande stad med någonting för alla, där varken fysiska, sociala eller språkliga begränsningar ska hindra deltagande. Under 2020 har Göteborg & Co arbetat hårt för att stötta befintliga verksamheter så att de ska klara sig genom den pågående krisen. Bolaget har också tillsatt en strateg som ska driva och stödja arbetet med att ytterligare tillgängliggöra kultur.

Ett annorlunda år för möten och evenemang

I januari stod Göteborg värd för EM i Handbolls svenska gruppspel. Det blev ett evenemang med mycket bra besökarantal och turistekonomisk omsättning. Även Göteborg Film Festival och Gothenburg Horse Show hann arrangeras innan pandemin slog till och medförde att årligen återkommande evenemang som Gothia Cup, Göteborgsvarvet, Partille Cup, Way Out West och Göteborgs Kulturkalas fick ställas in.

Under året har Göteborg & Co stöttat arrangörer i att ställa om och/flytta fram evenemang. Bolaget har också tagit aktiv del i att skapa hybrida evenemangsformer. Tillsammans med Göteborgs-Posten arrangerade bolaget konserter på arenor i Göteborg som sändes digitalt via tidningens plattform. Varje konsert med artister som Arvingarna, Sarah Klang, Sabina Dumba och Jonathan Johansson sågs i snitt av 15 000 konsertbesökare från hela landet. Långt fler än som hade

kunnat se dem i normal, fysisk form.

Även Bokmässan genomfördes digitalt. Genom affärsområdet Evenemang bidrog bolaget med finansiering till en digital plattform för mässan. Bokmässan hade i år över 600 000 digitala besök vilket är långt många fler än de fysiska besöken på mässan ett "vanligt" år.

Att hybridevenemang kommer att bli ett bestående fenomen står klart. Göteborg & Co kommer därför fortsätta bidra till de lokala arrangörernas förmåga att genomföra lönsamma evenemang där en del av publiken inte är på plats i Göteborg.

Även Mötesindustrin har ställts inför ett innovationssprång av sällan skådat slag. Då restriktioner satt stopp för att genomföra helt igenom fysiska möten har en kapplöpning om positionen som ledande inom hybrida möten inletts. Som världens mest hållbara destination och tack vare stadens goda tekniska infrastruktur ligger Göteborg bra till. Det positiva med hybridmöten är att de är miljömässigt hållbara, att de kan leva över längre tid och nå ut till fler. Då de kan göras mer publika har de också en positiv demokratieffekt.

Framöver kommer hybrida mötesformer att vara en självklarhet – snarare än en konkurrensfaktor. På sikt är det således fortfarande Göteborgs unika förmåga till samverkan mellan mötesindustrin, den lokala akademien och näringslivet som kommer vara det som särskiljer oss från andra mötesdestinationer. Vetenskapliga möten är bra ur turistekonomiskt perspektiv, men framför allt bidrar de till utveckling av forskning, innovationsklimat och näringsliv i närområdet.



Nya reseanledningar i covid-19:s spår

Destinationen kommunicerar normalt med människor från hela världen men under 2020 flyttade fokus till lokal, regional och nationell målgrupp. I kommunikationen lyftes utomhusaktiviteter och säkra upplevelser. Ett stort fokus har legat på hur man kan upptäcka destinationen på covidanpassade sätt, bland annat genom utomhusaktiviteter och i den stadsnära naturen. Detta har präglat allt från innehållet på goteborg.com till vad som lyfts fram i PR-sammanhang. Pandemin har därmed påverkat bilden av destinationens utbud. Sammantaget har bilden av destinationen breddats.

Julstaden garanterade julkänsla

Ljusinstallationer på flera platser, körsång i Paddanbåtar och digitala upplevelser blev bärande delar av Julstaden Göteborg 2020. När Liseberg inte tilläts ha öppet så satsade Göteborg & Co på upplevelser som var anpassade för att besökare ändå skulle kunna njuta av Julstaden. Vinterljusen lös fram till mitten av februari..

Fler digitala och interaktiva upplevelser från goteborg.com

Då destinationens långväga målgrupper varit hindrade att besöka oss fysiskt har det varit viktigt att tillgängliggöra Göteborg där besökarna befinner sig – online – och erbjuda nya digitala upplevelser. Marknad & Kommunikation genomförde under året ett tjugotal så kallade Instawalks (direktsända promenader på Instagram) vilket lockade stort engagemang och som varje vecka följdes av hundratals människor från hela världen.

På goteborg.com skapades också en sektion kallad "Göteborg Online", där information om hur man kan upptäcka destinationen online finns. Gå på museer online, upptäck konserter digitalt eller lyssna på olika poddar från Göteborg. Som vanligt erbjöd hemsidan en mycket stor bredd av upplevelser, inte bara i stadskärnan utan i princip alla delar av destinationen.

Kanske var juldekorationer extra viktiga under 2020.

Tillgängligt och inkluderande

Segregation och ökande klyftor är stora utmaningar. I Göteborgs Stads arbete för en jämlik stad är syftet att minska skillnader i livsvillkor och hälsa. Göteborg & Co arbetar för ett brett utbud, tillgängligt oberoende av kön, tro, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsvariation, ålder eller språk. Bolaget verkar också för att delar av utbudet ska vara gratis i staden. Givet pandemisituationen har det fysiska utbudet begränsats för alla, men den digitala tillgängligheten till bland annat evenemang, museer och teatrar ökat.

Besöksservice fortsatte välkomna

Göteborgs turistinformation, kallad Besöksservice, stärker destinationens värdskap med både turistbyrå och genom chatt, mail, telefon, broschyrställ, infopoints och kompetensutveckling i destinationskunskap. 2020 gjordes cirka 60 000 besök på de båda turistbyråerna – att jämföra med cirka 400 000 under 2019. Med tanke på minskningen av antalet besökare på destinationen är denna utveckling inte överraskande. Under året centraliserades verksamheten till Kungssportsplatsen och turistbyrån i Nordstan stängdes.

Göteborgarnas syn på staden undersöktes

För att få en djupare förståelse för hur göteborgarna ser på dagens citykärna och hur den kan göras än mer attraktiv att besöka genomförde bolaget en undersökning bland allmänheten i Göteborg och närliggande kranskommuner.

49 personer som bor i Göteborg eller närliggande kranskommuner deltog i sex fokusgrupper. Som tillägg till den kvalitativa undersökningen gjordes också 800 intervjuer varav 200 på persiska, somaliska och arabiska.

Resultatet från denna undersökning beräknas vara klar i slutet på januari 2021.

Vetenskapsfestivalen blev digital

Att digitala evenemang kan bidra till ökad tillgänglighet är årets upplaga av Vetenskapsfestivalen ett gott exempel på. Ett normalår lockar festivalen runt 50 000 – 60 000 besök i ett program med runt 1000 programpunkter för skola, allmänhet och bransch. Årets helt digitala upplaga hade bara 100 programpunkter men nådde ut i hela landet och internationellt. 10 länder var representerade på invigningen som hölls på engelska och på lärarkonferensen deltog lärare från 217 orter i hela Sverige. Inte minst uppskattade funktionsnedsatta och äldre i karantän digitaliseringen.



Att Vetenskapsfestivalen blev digital gjorde att fler kunde ta del av utbudet utan att resa till Göteborg, samtidigt som antalet programpunkter fick bantas.

400-årsjubileet bjöd in äldre på smygfirande

6 mars 2020 firade Göteborgs 400-årsjubileum att det var 300 dagar kvar till jubileet och en särskild inbjudan gick ut till en äldre målgrupp genom Äldrerådet i Göteborg som inkluderar alla stadens pensionärsorganisationer. Firandet ägde rum på Turistbyrån dit många hade med sig souvenirer från Göteborgs 300- och 350-årsfiranden.

Unga driver viktiga frågor genom 400-årsjubileet

Göteborgs 400-årsjubileum har en ung referensgrupp som bildades 2014 inför fokusåret Av och med unga. Gruppen, Power to the Youth, består av 16 personer mellan 16-26 år från alla stadsdelar. Medlemmarna i gruppen är timanställda och syftet är att bidra med ett ungt perspektiv. I slutet av september tog Power to the Youth över 400-årsjubileets Instagram-konto där de bland annat belyste fördomar mot unga samt genomförde en tävling om barnkonventionen. I syfte att lyfta metoder kring hur man kan inkludera unga i stadsutvecklingsfrågor medverkade också den unga referensgruppen på Beyond 2020 – en internationell konferens för hållbart byggande. Syftet med konferensen är att definiera den globala byggsektorns betydelse för att världen ska nå FN:s mål för hållbar utveckling.

Satsning på HBTQ-utbildning

Näringslivsgruppen satsar på West Prides utbildningsverksamhet som är en del i det avgörande arbete som görs för att förändra attityder och öka kännedom kring normkritik och HBTQ-personers livssituation. West Pride arbetar för att förbättra HBTQ-kunskapen i skolor som ett verktyg för att påverka och forma värderingar. Under läsåret 2019/2020 har projektet nått 5 278 elever cirka 400 pedagoger och annan skolpersonal samt elevhälsopersonal på 31 skolor i Göteborg och Västra Götaland.





Genom att bidra till en stad där medborgarna trivs stärker man också destinationen. Bonnier Hoops är ett bra exempel på insatser som gör Göteborg till en bättre plats att bo på - och att besöka.

Trygghet och säkerhet

Om trygghet och säkerhet tidigare handlade om oro för terrorbrott, kriminalitet, trakasserier och övergrepp, natur katastrofer med mera dominerade smittspridning och hygien 2020. Både inom bolaget och i kommunikation till allmänheten låg fokus på att sprida korrekt och användbar information om covidläget samt att stötta och bidra till säker anpassning av näringsens verksamheter. Från och med mars månad hade goteborg.com en rödmarkerad länk till krisinformation överst på sidan och sajten användes för att sprida information om Göteborgs Stad arbete för att göra staden trygg och säker under pandemin.

Kommunikationsstöd till mötesindustrin

Bolaget tog också fram nya kommunikationsverktyg för mötesbranschen, bland annat en ny destinationsfilm med fokus på säkerhet, som använts för att berätta vad man gör för att

skapa trygga mötessituationer: anpassar lokaler till glesare sittning, ställer om från buffémat till portionsservering, möjliggör hybridmöten med mera.

Bonnier Hoops fortsatte skapa trygghet i Biskopsgården

Sommarlovsaktiviteten Bonnier Hoops genomfördes i fysisk form. Under hela sommarlovet arrangerades aktiviteter inom basket, skrivande och läsning i stadsdelen Biskopsgården. Precis som tidigare år märktes en positiv effekt i form av minskad brottslighet under tiden aktiviteterna pågick. Bonnier Hoops har arrangerats sedan 2018 och är ett samarbete mellan Bonnierförlagen, Svenska Basketbollförbundet, Göteborgs Stad, Polisen, Näringslivsgruppen, Bokmässan, Bostadsbolaget, Poseidon, Bo Bra och Västra Hisingen Basket.

Växande och välmående destination

Göteborg & Co verkar för att Göteborg ska vara en attraktiv och hållbar storstadsregion där idéer, verksamheter och människor växer tillsammans. Besöksnäringen skapar arbete och ekonomisk tillväxt i staden, och möjliggör att viktiga samhällsfrågor kan lyftas fram.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen
 - Jobbskapande och kompetensförsörjning
 - Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor
-



Inom området Växande och välmående destination har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till Globala målen 5 Jämställdhet, 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 10 Minskad ojämlikhet, 11 Hållbara städer och samhällen, 12 Hållbar konsumtion och produktion samt mål 16 Fredliga och inkluderande samhällen.



Under 2020 blev behovet av stöd till de lokala näringsidkarna större än någonsin och Göteborg & Co ansträngde sig hårt för att bidra till fortsatt lönsamhet.

Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen

Besöksnäringen skapar arbetstillfällen för många människor. Ett ökat utbud av evenemang, restauranger, hotell, möten och upplevelser bidrar till att göra Göteborg till en ännu bättre stad att leva och verka i. Genom att Göteborg & Co fungerar som samverkansplattform och motor i att skapa hållbar tillväxt inom besöksnäringen, ges ett väsentligt bidrag till samhällsutvecklingen.

1991–2019 upplevde besöksnäringen i Göteborg nästan tre decennier av obruten tillväxt mätt i gästnätter. I mars 2020 kom det stora trendbrottet och få är de aktörer som kan visa på några riktigt positiva siffror från året. Vad gäller covid-19:s ekonomiska följder för besöksnäringen har storstadsregionerna drabbats värst och många företag har slagits ut. I detta sammanhang har Göteborg & Co:s roll blivit extra central och tydlig för näringen.

Fakta och omvärldsbevakning i fokus

Under året lade Göteborg & Co stort fokus på att stötta näringen genom krisen. En av åtgärderna innebar att tillsätta en arbetsgrupp för omvärldsbevakning. Gruppen bevakade bland annat hur andra destinationer arbetade för att tackla covid-19 och förde användbara insikter vidare till besöksnäringens aktörer. Vidare genomförde bolaget ett antal undersökningar i egen regi, bland annat rörande svenskars semesterplaner under sommaren, och försåg branschen med viktiga kunskaper bland annat genom scenariobeskrivningar.

Mätningar och undersökningar

Under året har ett antal undersökningar genomförts i syfte att ge en lägesbild kring utbud och efterfrågan inom näringen. Bland annat har man under våren utfört djupintervjuer med hotell, besöksmål, restauranger och handel i regionen för att undersöka hur näringen påverkats av krisen. Resultatet följdes upp med en kvalitativ studie om invånarnas semesterplaner 2020 för att försöka se in i framtiden och läsa av efterfrågan.

Vidare har bolaget genomfört en undersökning om hur uteblivna evenemang påverkar invånare och besökare. 50–60% av de tillfrågade anger att livskvaliteten har påverkats negativt av avsaknaden av evenemang. Likaså har såväl fokusgruppsundersökning och en kvantitativ undersökning genomförts om innerstadens attraktivitet. Bolaget gör också, tillsammans med Swedish Network of Destination Management Organisations en studie om svenskarnas resande samt en gemensam rapport om hotellmarknadens utveckling i samverkan med Business Region Göteborg.

Slutligen visade den årliga SOM-undersökningen att 86% av göteborgarna tycker att Göteborg är ”en stad att vara stolt över”. 96% tycker att det finns många bra restauranger och 94% ansåg att det är en bra stad att bo i. Göteborgarnas åsikter är viktiga. Turismen ska växa, till nytta för alla som bor här.

Satsningar på "Svemester" och lokal målgrupp

Under senare år har destinationen arbetat hårt för att expandera på utlandsmarknader som Storbritannien, Tyskland, Danmark, Norge, USA och Kina. Svenskarna har länge kommit mer eller mindre av sig själva men under 2020 blev de, och göteborgarna, destinationens allra mest prioriterade målgrupp. I en tid då städer förknippats med smitta blev det viktigt att visa på vad man faktiskt kan uppleva tryggt och säkert i Göteborg samt att hjälpa den lokala näringen få kunder till sina verksamheter.

I slutet av mars lanserade bolaget kampanjen För ditt Göteborg för att stödja besöksnäringen i hela Göteborgsregionen. Detta var en digital kampanj med syfte att visa göteborgaren hur man kan stötta sina lokala butiker, kaféer, kulturutövare, krogar och så vidare. Den köpta kommunikationen nådde 96 % av den satta målgruppen.

Även sommarens stora kampanj Upptäck ditt Göteborg väckte stort engagemang bland göteborgarna och hashtaggen #upplevdittgöteborg fylldes snabbt på med inspirerande tips från allmänheten. Kampanjen är ett bra exempel på hur de boende kan agera ambassadörer för sin stad och hashtaggen har fortsatt användas långt efter kampanjens slut.

Under hösten sjösattes samverkansinitiativet "Lyft Göteborg med kommunikation". Syftet är att samla aktörer och företag i destinationen kring nya sätt att gemensamt kommunicera Göteborg, stärka varumärket och locka till besök.

Möten värvades till staden

I början av året genomfördes tolv internationella site-visits som kan leda till att möten inom exempelvis juridik, hållbarhet, högre utbildning och medicin förläggs i Göteborg.

När pandemin brutit ut ställde affärsområdet Möten

snabbt om till att erbjuda digitala site-visits. Man har också fotograferat elva mötesanläggningar i 360 grader för att kunna visa upp stadens fördelar online. Pandemin utgör ett stort test för mötesbranschen med flyttade och inställda möten. Göteborg & Co arbetar för att underlätta för branschen genom kommunikation, fortsatt värvning för framtiden och kontakter med arrangörer.

Under 2020 var 50 möten registrerade, som bolaget varit delaktiga i att värva, men bara fem genomfördes varav ett avbröts efter halva kongressen till följd av nya restriktioner. Tolv av de ursprungliga 50 mötena ställdes in och 25 är flyttade till annat år. 8 har ställt om till en helt virtuell mötesform.

12 möten värvades att genomföras de kommande åren, vilket genererar strax under 50 000 delegatdygn. Innan pandemin var målet 48 möten och 120 000 delegatdygn.

Evenemang bokades om – och värvades

Pandemin har påverkat hela evenemangindustrins ekosystem. Föreningslivet, de stora ungdomsturneringarna och de breda, folkliga evenemangen som Göteborgsvarvet har alla fått kämpa för sin överlevnad vilket också påverkar Göteborgs förmåga att värva nya evenemang.

För att hjälpa branschen att skademinimera hjälpte bolaget arrangörer att flytta fram evenemang som inte kan hållas till följd av smittan och restriktionerna. Exempelvis kommer JVM i ishockey att genomföras 2023 istället för 2021. Att de flyttas fram istället för ställs in gör att de behåller sin ekonomiska betydelse för staden.

Under 2020 värvades 5 evenemang till Göteborg (målet var 12). Bland annat golftävlingen Scandinavian Mixed som kommer att hållas på Vallda Golf & Country Club i juni 2021.





Besöksnäringen behöver alltid kompetens. Praktik och jobb för unga är viktiga för att på sikt förse branschen med arbetskraft.

Jobbskapande och kompetensförsörjning

Besöksnäringen är en stor jobbskapare som attraherar människor med olika erfarenhet, bakgrund och utbildning. 2020 kom dessvärre att handla mycket om varsel och konkurser men mycket positivt har också skett genom samverkan där Göteborg & Co deltagit.

Samverkan central för kompetensförsörjning

Kompetensförsörjningen inom besöksnäringen är i normalfall en brännande fråga – och den blev inte mindre prioriterad under 2020. På grund av varsel och uppsägningar riskerar branschen mista ovärderlig kompetens till andra näringar. Göteborgsregionen och Turistrådet Västsverige driver Kompetensrådet där Göteborg & Co och Business Region Göteborg medverkar. Inom ramen för samarbetet initierade bolaget möten kring skräddarsydda utbildningar för dem som står längst från arbetsmarknaden.

Vid sidan av Kompetensrådet och dess arbetsutskott bildades ett extrainsatt SWAT-team där även representanter för Arbetsförmedlingen ingår. Gruppen har arbetat för att permitterad besöksnäringspersonal ska få tillfälliga jobb inom värden.

Under hösten medverkade bolaget också i ett ”innovationslabb” på temat attraktiva, hållbara jobb, med fokus på att fånga upp de cirka 1 700 personer som i dagsläget varslats, permitterats eller sagts upp.

Göteborgs Kulturkalas ordnade nya sommarjobb

I och med att Göteborgs Kulturkalas ställdes in stod också ett stort antal rekryterade sommarjobbare utan jobb. För

Göteborg & Co var det viktigt att kunna erbjuda dessa göteborgs ungdomar sysselsättning och Kulturkalasets personal fick i uppdrag att hitta nya arbetsuppgifter åt 150 ungdomar. Inriktningen begränsades till två olika val: att sätta upp teaterföreställningar eller arbeta med renhållning i stadsmiljön. Resultatet blev att 121 ungdomar genomförde sina sommarjobb.

Inom Göteborg & Co:s satsning på unga evenemangsvärdar, Team Göteborg, låg 2020 års fokus på utbildning, återhämtning och utveckling. Team Göteborg hade under året 113 medlemmar.

Näringslivsgruppen möjliggör karriärer

Jobbmässan Skarpt Läge som stöts av Näringslivsgruppen genomfördes som fysisk mässa i februari med 40 utställare och 1 658 deltagare. Totalt skapades 73 jobb genom mässan. Sedan det fysiska genomförandet har Skarpt Läge kompletterats med en digital plattform, Jobbpoolen, som syftar till att hitta sysselsättning för unga mellan 16–30 år.

Näringslivsgruppen är också drivande i Ung Företagsamhet och Unimeet Gothenburg. Det senare är ett projekt som syftar till att internationella studenter och gästforskare ska lära känna sin nya stad. Inom ramen för Unimeet Gothenburg arrangeras Career Day där syftet är att skapa nätverk med företag i regionen och möjliggöra framtida karriärer i Göteborg. I och med pandemin genomfördes Career Day digitalt.

Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor

Göteborg & Co arbetar för att belysa och bidra till utvecklingen av viktiga samhällsfrågor så som jämställdhet, mångfald, hälsa, miljöhänsyn och integration genom besöksnäringen. I bolagets egna satsningar är detta ett genomgående tema, bland annat genom egna evenemang och aktiviteter, men också i samband med internationella kongresser och möten.

Möten i Göteborg ska göra skillnad

Göteborg & Co arbetar sedan många år för att värva kongresser och möten som kan skapa positiva bestående avtryck och bidra till en hållbar utveckling i staden – så kallad legacy. Detta kan handla om möten som bidrar till ekonomiska effekter genom att para ihop internationella aktörer med lokala företag, möten som bidrar genom publika evenemang där göteborgarna får tillgång till nya rön och kunskap eller möten som kan/vill bidra till utveckling av systemstrukturer till exempel inom vården. Legacyskapande har blivit allt viktigare för mötesorganisationerna och bygger på nära samverkan mellan intressenter vilket är komplext men en kompetens och styrka som Göteborg besitter. Under 2020 har bolaget därför lagt ytterligare mer kraft på att utveckla förutsättningar för framgångsrikt legacyskapande.

Göteborg Film Festival först med jämställt program

Årets upplaga av Göteborg Film Festival blev världens första filmfestival med ett jämställt filmprogram där hälften av filmerna var regisserade av kvinnor. Göteborg & Co stöttar festivalen och ger varje år stöd till utvecklingsinsatser och hållbarhetsinsatser som påverkar och skapar internationellt intresse. Årets satsning på The Gynecological Cinema Chair där konstnären Anna Odell bjöd in makthavande män som Jan Guillou, Thomas Bodström och Börje Salming till ett samtal om jämställdhet, makt och empati sittandes i en gynekologstol rönt mycket uppmärksamhet.

Agenda 2030 i fokus när Framtidsambassadörer lärde sig om rymden och kropp och hälsa

I projektet Göteborgs Framtidsambassadörer, som drivs av Göteborgs grundskoleförvaltning, Universeum, Göteborgs 400-årsjubileum och Näringslivsgruppen, utforskas olika sätt att stärka lärandet och fördjupa ämneskunskaperna i naturvetenskap och teknik. Målet med Göteborgs Framtidsambassadörer är att grundskoleelever ska utvecklas smart, hållbart och inkluderande med utgångspunkt i skolans behov, Universeums lärmiljöer, Agenda 2030 och Globala målen för hållbar utveckling. Under 2020 har lärare och grundskoleelever arbetat med koncepten ”Kropp och hälsa” och ”Rymden”.



En attraktiv destination är en destination där medborgarna trivs. Göteborg & Co är involverat i många projekt som stärker barn och unga. Inom Framtidsambassadörer samverkar bolaget med bland annat Universeum.

Klimat- och miljösmart destination

Göteborg är en grön stad, med parker, skog och vatten alldeles runt hörnet. Det är en liten storstad där det mesta ligger på gångavstånd. Turismens och Göteborg & Co:s verksamhet gör avtryck på klimatet och miljön. Bolaget ska genom sin verksamhet, beslut och handlingar minska påverkan från den egna verksamheten, och genom samarbete och kommunikation bidra till en hållbar destination.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- Klimatsmarta resor
 - Resurseffektivitet
 - Hållbar konsumtion
-



Inom området Klimat- och miljösmart destination har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till Globala målen 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 11 Hållbara städer och samhällen, 12 Hållbar konsumtion, 13 Bekämpa klimatförändringen, 14 Hav och marina resurser och 15 Ekosystem och biologisk mångfald.



Klimatsmarta resor

Transporterna är en av besöksnäringens största utmaningar. Destinationens målbild är att fördubbla turismen till 2030. En ökad turism bidrar positivt till samhällsekonomin men innebär också belastningar på miljön. Normalt uppmuntrar bolaget besökare på destinationen att ta sig fram kollektivt. I år har detta inte varit möjligt/önskvärt ur ett smittspridningsperspektiv varför det också blivit svårare att marknadsföra till exempel delar av Göteborgs skärgård. Att Göteborg är en stad med det mesta inom gångavstånd är en stor fördel och med elsparkcyklar och låncyklar från Styr & Ställ har det funnits alternativ att lyfta fram kommunikativt. Inte minst för mötesdelegater är det möjligt att ta cykeln mellan hotell och möteslokal.

För besöksnäringen är omställning till ett hållbart transportsystem av största vikt. Göteborgs Stad har som mål att vara klimatneutralt till år 2030 och att ha ställt om transportsystemet till samma år. Som ett led i detta deltar Göteborg & Co i elektrifieringssatsningar i staden bland annat i ett projekt med syfte att utöka mängden laddplatser i det offentliga rummet och vid stadens mest populära besöksmål.

Under 2020 inledde bolaget en kartläggning av verksamhetens klimatpåverkan i hela värdekedjan, och kommer göra beräkningar av dessa poster till ett klimatbokslut för 2020. Under 2021 ska mål för bolagets klimatutsläpp att sättas.

Antalet flygresor ökade men utsläppen minskade

Resor och transporter är en förutsättning för bolagets uppdrag men är också en betydande miljöaspekt. Omfattningen av påverkan från resor fluktuerar mellan åren beroende på mängden värvningsprocesser, evenemang och andra uppdrag.

Notera att redovisningen för tjänsteresor släpar ett år. Här redovisas därmed 2019 års resultat.

Under 2019 ökade antalet flygresor från föregående år till 392 stycken varav 6 under 50 mil. Utsläppen för bolagets flyg- och bilresor blev sammanlagt 158,1 ton CO₂. Flygresorna stod för 151,7 ton vilket är en minskning jämfört med 2018, trots att antalet flygresor ökat.

	2019	2018	2017	2016	2015
Utsläpp av CO₂ [TON]*					
Flyg	151,66	172,00	186,13	232,25	275,59
Totalt koldioxidutsläpp bilresor	6,48	5,14	6,62	3,84	4,46
Totalt koldioxidutsläpp	158,14	177,14	192,76	236,09	280,05
Antal flygresor [enkelresor]					
Flygresor under 50 mil	6	7	17	33	33
Flygresor över 50 mil	386	321	430	513	401
Totalt antal flygresor	392	328	447	546	434
Arbetad tid - årsarbete	128	131	130	138	140
CO₂/årsarbetare	1,24	1,35	1,48	1,71	2,00

*Bilresor omfattar leasad företagsbil, tjänsteresor med bilpool och egen bil. Utsläppsdata från taxi saknas. Emissionsfaktorer för 2019 års beräkningar är enligt följande.

Resor med egen bil: Schablon - 146 g/km (genomsnitt för personbilar i Sverige 2019, Transportstyrelsen) Drivmedel: CO₂- Schablon, Drivmedelsfakta 2019, Gröna Bilister

Flyg: Uppgifterna om flygresor och klimatpåverkan kommer från respektive resebyrå.

Informationen hämtad från Göteborgs stads underlag för beräkning av klimatkompensation för tjänsteresor sammanställt av Trafikkontoret, Göteborgs stad.

Resurseffektivitet

Göteborg & Co miljödiplomerades första gången 2008 och bolaget följer Göteborgs Stads miljöprogram med målet att staden ska vara en föregångare i miljö- och stadsutveckling och en av världens mest progressiva städer i att åtgärda klimat- och miljöproblem. Ett systematiskt arbete finns på plats med syfte att minska verksamhetens miljö- och klimatpåverkan, bland annat genom att göra hållbara inköp och ställa krav på leverantörer, samt genom utbildning av bolagets medarbetare. Bolagets identifierade miljöaspekter är resor och transporter, resurshantering genom inköp och upphandling och avfallshantering, mat och livsmedel. Bolagets största positiva aspekt är den möjlighet till påverkan som rollen som samverkansplattform innebär. På sidan 17 kan du läsa om hur Göteborgs Kulturkalas arbetar mot engångsartiklar och engångsplast - ett exempel på hur bolaget driver på utvecklingen mot ökad resurseffektivitet.

Hållbar konsumtion

Göteborg & Co ska bidra till hållbar konsumtion såväl av besöksnäringens utbud som inom besöksnäringen själv. Detta kan handla om att genom kommunikation lyfta fram hållbara alternativ i staden, och uppmuntra besökarna till att agera hållbart under sin vistelse i staden genom att exempelvis välja kollektiva färdmedel, miljömärkta hotell och restauranger med hållbar mat på menyn.

I Göteborg finns det fler än 12 600 hotellrum och 95 % av alla hotell i Göteborg är miljöcertifierade och innehar tredjepartsmärkning som Svanen, Green Key, Svensk Miljöbas Miljödiplomering, ISO 20121 eller ISO 14001.

På göteborg.com finns bland annat information om hur besökare kan bo hållbart på hotell, klimat- och miljömärta restauranger och tips på butiker med hållbarhetsfokus. I den egna verksamheten finns rutiner avseende resurshantering och avfallsminimering. En stor påverkansmöjlighet när det gäller resurshantering är genom evenemangsverksamheten och de evenemang som bolaget har rådighet över.



Schyssta villkor

För Göteborg & Co är det självklart att arbete för hållbar utveckling även genomsyrar den egna verksamheten. Därför pågår en ständig utveckling och förbättring av det interna hållbarhetsarbetet. Som offentligt ägd verksamhet är det också viktigt med en transparent upphandling och en hög affärsetik. Naturligtvis vill bolaget också agera på ett sätt som gör att de anställda trivs och mår bra på jobbet.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- God arbetsmiljö
 - Affärsetik
 - Hållbara upphandlingar och inköp
-



Inom området Schyssta villkor har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till Globala målen 3 God hälsa och välbefinnande, 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 10 Minskad ojämlikhet, 12 Hållbar konsumtion och produktion och 16 Fredliga och inkluderande samhällen.



Under 2020 hölls allt från arbetsintervjuer till internationella kongresser via digitala plattformar som Microsoft Teams. Året innebar ett tekniksprång för bolaget i stort och de positiva aspekterna kommer tas tillvara även efter pandemin.

God arbetsmiljö

Medarbetarna är en av Göteborg & Co:s viktigaste tillgångar och en god arbetsmiljö är centralt för verksamheten. Året innebar stora utmaningar för arbetsmiljön – både fysiskt och psykosocialt – och bolaget har arbetat för att ställa om sina arbetssätt och ta hand om medarbetarna under en period präglad av pandemin.

Från och med april blev det möjligt att jobba hemifrån för att undvika smittspridning och tillgången till nya digitala hjälpmedel som Microsoft Teams, upplevdes som positivt av många då det ökade den enskildes flexibilitet samt effektiviteten i arbetet. För att garantera en god arbetsmiljö också i hemmet har bolaget erbjudit utrustning som kontorsstol, skärm, headset och så vidare.

Vad gäller stress har pandemin medfört att vissa haft mer att göra än vanligt, och andra mindre. Många har upplevt stress av att se hur påverkad besöksnäringen blivit.

Utveckling av organisationen

Som en följd av pandemins påverkan på näringsens ekonomiska situation minskade bolagets externa finansiering med 20 miljoner kronor. På grund av detta samt att Göteborgs 400-årsjubileum förlängts från 2021 till 2023, krävde en anpassning av organisationen med personalneddragningar som följd. 11 personer sades upp och 24 erbjöds nya tjänster.

Nytt verktyg för medarbetarundersökning

2020 upphandlades Winningtemp, ett system som skickar ut ett antal frågor till medarbetarna veckovis. Svaren följs upp på respektive avdelnings arbetsplatsträffar. Syftet är att ha en kontinuerlig kommunikation och uppföljning. Tidigare har Göteborg & Co nyttjat Göteborgs Stads årliga Medarbetarenkät. En kompletterande enkät med samma frågor som ställs i stadens enkät görs även på årsbasis med syfte att mäta samma frågor som i resten av koncernen. Det är denna enkät som ligger till grund för Medarbetarindex som anges i denna redovisning.

Fokus på diskrimineringsgrunderna

Göteborgs Stad har som inriktningsmål att staden ska vara fri från diskriminering och där mänskliga rättigheter är självklara. Göteborg & Co antar årligen en jämställdhets- och mångfaldsplan. Planen grundar sig på Göteborgs Stads lika-behandlingsarbete och mål för likabehandling.

Under 2020 har inga fall rapporterats in till HR om diskriminering eller kränkande särbehandling.

Under 2021 kommer arbetet mot diskriminering att utvecklas och breddas för att säkerställa att man jobbar med alla diskrimineringsgrunder i hela verksamheten, i allt från rekrytering till kommunikation och krav i upphandlingar.

Affärsetik

Göteborg & Co omfattas av Göteborgs Stads policy och riktlinje mot mutor, upprättad i linje med Institutet Mot Mutors Kod mot mutor.

Korruption är en risk framför allt inom områdena inköp och representation. Genom internrevision görs årligen stickprover på hur verksamheten följer policys och riktlinjer. Årets revision gav inga avvikelser eller anmärkningar.

Under 2020 har samtliga anställda fullgjort utbildningen "Mutor och jäv" som bygger på bolagets lokala anvisning "Anvisningar mot mutor och jäv i Göteborg & Co AB".

Under året har inga anmälningar om misstänkta oegentligheter inkommit.

Hållbara upphandlingar och inköp

Göteborg & Co är ett kommunalägt bolag och omfattas därför av lagen om offentlig upphandling. Bolaget omfattas även av Göteborgs Stads policy och riktlinje för upphandling och inköp, vilken ställer upp krav för att bidra till en hållbar stad. Hänsyn ska enligt denna tas till klimat- och miljöpåverkan, mänskliga rättigheter i arbetslivet samt FN:s Barnkonvention.

Att arbeta för hållbara upphandlingar och inköp är viktigt för Göteborg & Co. I och med detta ställer bolaget alltid vid annonserade upphandlingar, krav enligt nedan.

- Miljö & hållbarhetsarbete
- Jämställdhet & mångfald
- Arbetsrättsliga villkor
- Konventioner
- Antidiskrimineringsklausul
- Antikorruption

För att säkerställa en hög kvalitet inom upphandling och inköp arbetar Göteborg & Co med kontinuerlig behörighetsutbildning inom området. Behörighetsutbildning genomförs i intern regi och omfattar grundläggande kunskap i LOU och stadens inköpsstöd. Sammanlagt har drygt 100 personer genomfört utbildningen under år 2019/2020.

Medarbetare i siffror

	2020	2019	2018	2017
Sjukfrånvaro %*	2,46	2,84	4,99	3,45
Arbetskador, antal rapporterade**	3	4	2	3

* Siffran för sjukfrånvaro 2019 är korrigerad då felaktig siffra rapporterades 2019

** Siffrorna avser när skadan uppstod, ej när det rapporterades. I arbetsskadeanmälningar ingår arbetssjukdom, arbetsolycka och färdolycksfall.

	2020	2019	2018	2017
Nöjd medarbetarindex*	-	-	60	57
Hållbart medarbetarengagemang**	77	-	76	76

*Under 2019 genomfördes ingen medarbetarenkät då formen för detta sågs över. Under 2020 har ny medarbetarenkät implementerats. **NMI mäts dock inte längre.

	Kvinnor	Män	Under 30 år	30-49 år	Över 50 år
Styrelse*	5	2	1	3	3
Ledningsgrupp	6	6	0	3	9
Alla anställda**	77	26	0	70	33

*Exkl suppleanter. **Siffrorna avser tillsvidareanställda i december 2020.

Övrig personaldata redovisas på sid 70.



An aerial photograph of a coastal town with buildings and greenery, situated on a peninsula. Two ferries are moving across the water, leaving white wakes behind them. The sky is clear and blue.

Förvaltnings berättelse



Koncern- och ägarförhållanden

Göteborg & Co AB är helägt av Göteborgs Stadshus AB (org. nr 556537–0888) till 100 % med säte i Göteborg som i sin tur är helägt av Göteborgs Stad.

Göteborg & Co AB äger 100 % av aktierna i Got Event AB

(org.nr 556015–9823), Liseberg AB (org.nr 556023–6811) och Göteborgs Stadsteater AB (org.nr 556016–7875).

Moderbolaget Göteborgs Stadshus AB upprättar koncernredovisning.

Information om verksamheten

Göteborg & Co ska stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen när det kommer till turism, möten, evenemang och kultur. Arbetet ska ske genom att kontinuerligt driva destinationsutveckling och marknadsföring samt utgöra en samverkansplattform för näringslivet olika aktörer. Bolaget är även ansvarigt för att marknadsföra staden som destination, såväl nationellt som internationellt.

Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnande styrdokumentet som anger fullmäktiges mål och inriktningar för mandatperioden och budgetåret. Göteborg & Co:s uppdrag och långsiktiga inriktning styrs av bolagsordning och ägardirektiv samt Göteborgs Stads olika strategiska program där programmet för besöksnäringens utveckling är av särskilt betydelse. Utöver det styrs bolagets verksamhet av Destinationens Göteborg och bolagets treåriga affärsplan, som utarbetats i samverkan med besöksnäringen, akademien och andra offentliga aktörer.

Bolaget har under året fortsatt arbetet med att ställa om organisationen för att möta framtida utmaningar och möjligheter, vilket bland annat inneburit prioritering av kompetensväxling. Fokus har legat på digitalisering och ökat kun-

skapsinnehåll med syfte att skapa ytterligare förutsättningar för bolaget som möjliggörare och på så sätt bidra till utvecklingen av en tillväxtvänlig stad med stark besöksnäring.

Bolaget arbetar fortsatt efter den strategiska förändringsagenda som presenterades för styrelsen i slutet av 2019. Under hösten startade arbetet inför en ny affärsplanperiod. I samband med detta planeras även att ta fram en modell för vilken position som bolaget ska ta i förhållande till en destination med nya förutsättningar som en konsekvens av covid-19.

Bolagets omsättning fluktuerar mellan åren beroende på mängden uppdrag och evenemang. För 2020 har bolagets intäkter från externa partners minskat som följd av den ekonomiska krisen inom besöksnäringen. Åtgärder för att hantera detta sattes in i ett tidigt skede. Bolaget visar ett rörelseresultat på 1,8 mkr. Föregående års rörelseresultat var 0,1 mkr.

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



Väsentliga händelser och utveckling under räkenskapsåret

Året började starkt med god utveckling i januari och februari. Resten av året såg mycket lovande ut med många stora evenemang och möten inbokade. År 2020 hade förutsättningar att bli ännu ett år av tillväxt för destinationen Göteborg. När effekterna av covid-19 spreds över världen så ledde det till en samhällskris med radikalt förändrade förutsättningar för näringsliv, företagande och sysselsättning. För turism och besöksnäring globalt och i Sverige beskrivs pandemin och dess konsekvenser som den största krisen någonsin då den berör i stort sett hela näringen i hela världen.

Pandemin innebär mycket stora ekonomiska konsekvenser för internationell turism och besöksnäring, där efterfrågan i vissa delar av näringen sjunkit till nära noll. Krisen har också påverkat synen på och förutsättningarna för resande, där frågor som hälsa och säkerhet, digitala möten och fokus på lokala marknader blivit centrala.

De restriktioner som införts har haft omfattande påverkan på verksamheten inom Göteborg & Co:s samtliga affärsområden. Sedan mitten av mars har i princip alla större kultur- och idrottsevenemang, möten och mässor ställts in eller flyttats fram. Liseberg har inte tillåtit öppna under året och det råder fortsatt en osäkerhet hur verksamheten kommer påverkas under kommande år, vilket medfört att värdet på aktierna skrivits ner med 156 mnkr i årets bokslut. Svenska Mässan har ställt in det mesta av sin verksamhet och arenor-

na har stått tomma. Det internationella resandet har varit minimalt och osäkerheten om hur länge detta kommer fortsätta gör framtiden osäker.

Vid tidigare kriser och lågkonjunkturer har turism, resande och besöksnäring varit motståndskraftigt och återhämtat sig snabbare än andra branscher. Denna gång är besöksnäringen bland de hårdast utsatta. Storstäder har haft en större nedgång än mindre städer. I Göteborgsregionen har besöksnäringen tappat 55 % av turismomsättningen. Hotellens beleggning har fluktuerat kraftigt under året. Under sommar och höst märktes en förbättring när de inrikes reserestriktionerna lättades. När nya restriktioner infördes i oktober och november blev det ett stort bakslag för hela besöksnäringen. År 2020 pekar preliminära siffror på att cirka 2,3 miljoner gästnätter gjorts i Göteborgsregionen, vilket är mindre än 50 % av föregående års resultat.

Effekterna av pandemin är omfattande för hela destinationen. Stora och små arrangörer av idrotts-, kultur- och nöjesevenemang, som är en stor del av det som skapar en levande och attraktiv stad, har i princip fått ställa in all publik verksamhet. Samma gäller mässor och möten. Detta drabbar i sin tur kulturarbetare, arenor, anläggningar, scener, leverantörer, restauranger, transportörer, handel, föreningar med flera.



Evenemang är en väsentlig del av destinationens DNA och även om de inte gick att genomföra fysiskt under året var det viktigt för Göteborg & Co att bidra till att Göteborgs status som levande evenemangsstöd upprätthölls. Därför satsade bolaget mycket på att stötta stadens kulturarrangörer i deras digitala satsningar.

Göteborg & Co har under året inlett en förändringsresa som omfattar tre områden:

1

Ny struktur för ägande, finansiering och samverkan.

Det ekonomiska bortfallet för stora delar av besöksnäringen har stor påverkan på bolagets externa finansiering. I juli fastställdes konkurrensverkets utslag från 2017 gällande Göteborgs Stads finansiering av bolaget. Utredningen att hitta ny finansieringsmodell startades 2019 och är i en slutfas. Under 2021 beräknas en ny struktur finnas klar för finansiering och samverkan med ägare och besöksnäring.

2

Ny affärsplan

Innevarande affärsplan löper ut 2021 och processen att ta fram en ny plan startades under hösten. Detta sammanfaller med behovet att anpassa verksamheten till det nya normaltilståndet där flexibilitet till snabba förändringar i omvärlden ställer nya krav på organisationen.

3

Utveckling av organisationen

Bolaget har efter förhandlingar fastställt en ny organisationsmodell för att bättre anpassa verksamheten till de nya förutsättningarna. Förändringen påbörjades under hösten och kommer fortsätta under 2021.

Som många andra företag och organisationer så har bolaget ställt om stora delar av verksamheten. I september fattades det politiska beslutet att flytta fram större delen av Göteborgs 400-årsjubileum till 2023. Det innebär att planer måste revideras och organisationen ställas om för att säkerställa ett senare genomförande.

De två årliga evenemang som Göteborg & Co är ansvarigt för, Göteborgs Kulturkalas och Internationella Vetenskapsfestivalen, kunde inte genomföras som planerat. Istället gjordes Vetenskapsfestivalens program om till en digital festival som hölls i månadsskiftet september/oktober. Kulturkalasets resurser nyttjades för att förstärka Julstaden i december.

På nationell och internationell nivå har bolaget haft regelbundna kontakter och utbyte av erfarenheter med de andra svenska storstäderna, Visita, Svensk Turism, Visit Sweden, Tillväxtverket, European Cities Marketing med flera.

När Göteborg utnämndes till European Capital of Smart Tourism 2020 lanserades ett ambitiöst program för att under året driva ett utvecklingsarbete på europeisk nivå genom ett stort antal internationella möten och mässor. Även här blev det stora omställningar och det har istället varit ett omfattande utbyte digitalt.

Bolagets arbete med analys och omvärldsbevakning har utvecklats i högt tempo för att kunna tillhandahålla besöksrelaterad kunskap till aktörer och partners.

Under året har nya verktyg skapats och arbetet har inletts med att bygga en unik dataplattform för besöksnäringen.

Då det internationella resandet minskat till mycket låga nivåer har marknadsföringen av destinationen i huvudsak riktats till målgrupper i närområdet. Kampanjer i syfte att stödja den lokala näringen genomförts samtidigt med uppmaningar om att följa myndigheternas riktlinjer för att hindra smittspridning. Budskapen har koordinerats med Göteborgs Stad.

Samarbetet med Göteborgsregionen har utvecklats i två nätverk: det ena med fokus på marknadsföring och kommunikation och det andra på näringslivsfrågor på strategisk nivå. I det sistnämnda har utvecklingen av dataplattformen och omvärldsbevakningen varit en aktuell fråga.

Kommunfullmäktiges mål och uppdrag

Bolaget har under året bidragit till de kommunfullmäktiges mål som styrelsen har prioriterat och i en global krissituation så långt det varit möjligt levererat på de uppdrag som tilldelats bolaget i kommunfullmäktiges budget samt svarat mot tilldelade uppdrag från 2019 års ägardialog med Göteborgs Stadshus AB. Målet om ökat antal gästnätter har inte varit möjligt att uppnå under 2020.

400-årsjubileet

Göteborg & Co har i uppdrag att leda, samordna, kommunicera och följa upp planeringen av Göteborgs 400-årsjubileum. Efter en konsekvens- och riskanalys genomförts på grund av det osäkra läget togs i slutet av september beslut av kommunfullmäktige att skjuta fram genomförandet till 2023, med ett symboliskt firande 2021. Jubileumsorganisationen och hela bolaget ser över strukturen, programmet och möj-

ligheterna framåt tillsammans med alla aktörer anpassat till de nya förutsättningarna.

Besöksnäringens programmet

Uppdraget att driva Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling till 2030 har fortsatt med att involvera relevanta förvaltningar och bolag inom Göteborgs Stad. Samverkan kommer att vara en nyckelfaktor i den fas av anpassning och återhämtning som följer i spåren av pandemin. Förutsättningarna för besöksnäringen har mot bakgrund av covid-19 förändrats i grunden. Aktiviteterna i handlingsplanen ska hjälpa destinationens besöksnäring att återhämta sig och ge aktörer förutsättningar att på ett snabbt och hållbart sätt få igång sina verksamheter. Syftet är att säkerställa en framgångsrik besöksnäring i Göteborg också för framtiden.

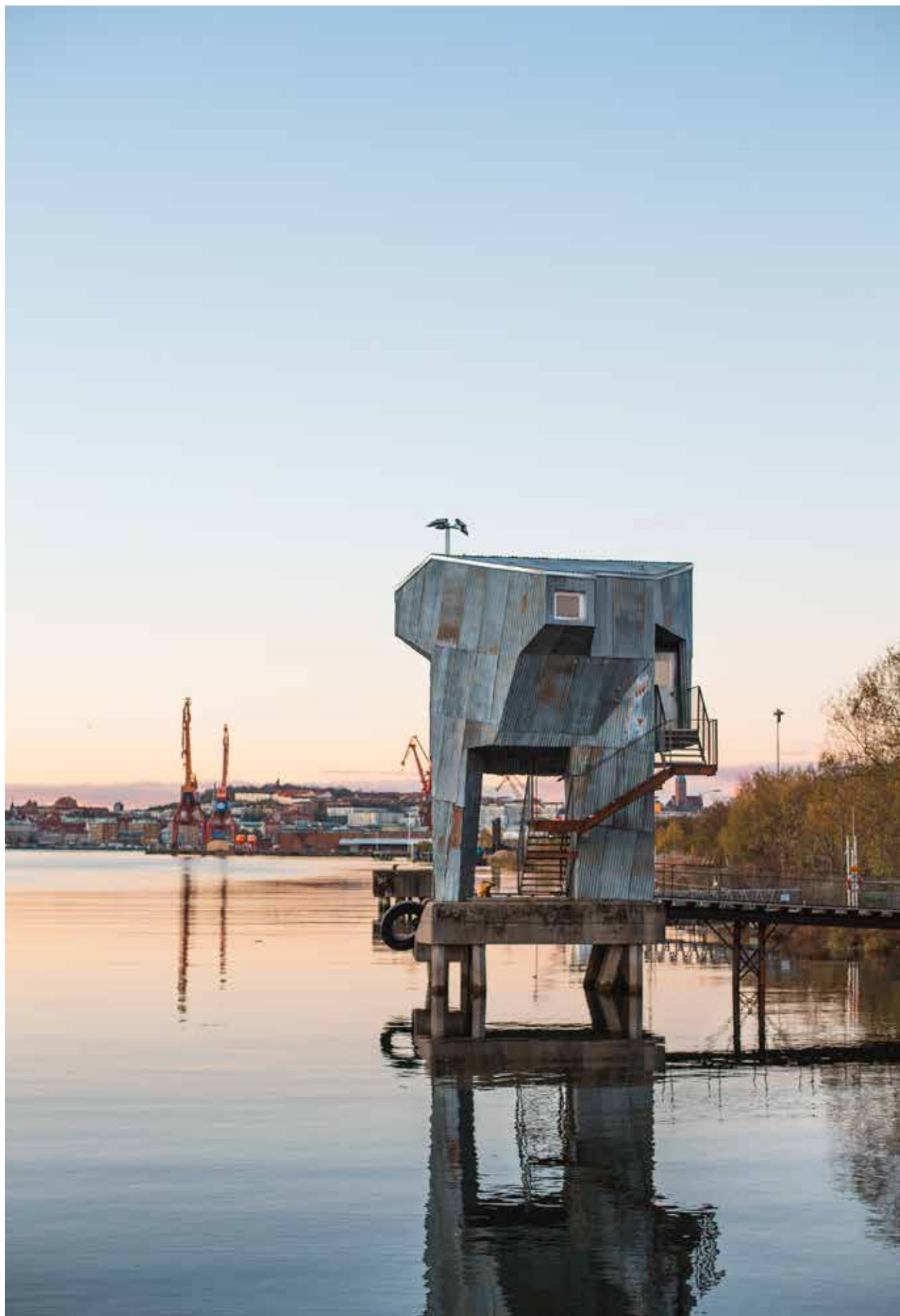
Regional och nationell samverkan

Samverkan har länge varit en av destinationens framgångsfaktorer och i tider av osäkerhet blir samverkan än mer betydelsefull. Destinationen Göteborg anses i regel omfatta Göteborgsregionens 13 kommuner. Det övergripande syftet med 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.

Under 2020 har samverkan intensifierats vad gäller mark-

nadsföring av reseanledningar till målgrupper från närområdet och andra svenskar. Den ökande satsningen på omvärldsbevakning och datadriven kunskap involverar hela regionen.

Ett stort fokus under året har varit att stödja näringen genom en nära samverkan. Nätverk och grupperingar har träffats med hög frekvens och åtgärder har tagits fram i samarbete med Business Region Göteborg och Turistrådet Västsverige.



Organisation

Göteborg & Co är organiserat i följande affärsområden: Stab (inklusive Analys & Omvärld), Möten, Evenemang, Näringslivsgruppen samt Marknad & Kommunikation. Här följer en kort beskrivning av verksamheten under respektive område:

Stab

Staben samverkar nära med hela bolaget och samverkar nära med bolagets ledning och affärsområden, med ägare, klusterbolag och samarbetspartners i form av besöksnäringens företag, arrangörer och rättighetsägare, akademi samt förvaltningar och bolag i staden. Staben består av tre områden; samordning & hållbarhet, analys & omvärld samt upphandling & IT.

Avdelningens arbete har under 2020 utgjort en central del av bolagets proaktiva roll som samverkansplattform och kunskapshubb, genom en anpassad, aktiv kommunikation och ökad omvärldsbevakning med lokalt, regionalt, nationellt och internationellt perspektiv. Som följd av pandemin har arbetet intensifierats och utvecklats i snabb takt.

Staben har skapat och tillämpat nya metoder och arbets sätt för såväl omvärldsbevakning som analys men även ansvarat för en rad operativa insatser. Som exempelvis stöd till besöksnäringens aktörer i form av inrättandet av kommunikations- och dialogforum med relevanta myndigheter och förvaltningar i staden samt en rad åtgärder inom kompetensförsörjning knuten till branschen. Detta arbete har varit en del i ett under året fördjupat samarbete med BRG och GR.

Ett annat fokus har varit att utveckla och formalisera satsningen på skapandet av en digital kunskapshubb. Covid-19 har accelererat behovet av databaserad kunskap och därmed bolagets arbete med destinationens digitala dataplattform.

Möten

Göteborg ska aktivt värva stora kongresser och företagsmöten som för samman akademi och näringsliv i regionen med forskning och utveckling på hög nationell och internationell nivå. Detta uppnås genom att marknadsföra och sälja in destinationen Göteborg till beslutsfattare av främst internationella möten, politiska möten samt större företagsmöten. Kort sagt, att attrahera möten, forskning, talang och beslutsfattare till Göteborg.

Efter en positiv och normal inledning av året förändrades allt i mitten av mars. Sedan dess har möten flyttats, ställts in eller genomförts digitalt. Flera åtgärder vidtas för att långsiktigt minimera den negativa inverkan som pandemin har

för mötesstaden Göteborg. Alla mötesprocesser analyseras för att se vilka som kan ha effekt på kort respektive lång sikt. Även nationella och nordiska möten analyseras för att möjliggöra en snabbare återgång när det vänder.

Det långsiktiga värvningsarbetet har resulterat i att ett antal framtida möten värvats till Göteborg. Samtidigt har ett intensivt arbete pågått för att säkra genomförande av de möten som planeras under 2021. Arrangörer ser allt mer hybrid- eller hubbmöten som ett alternativ och Göteborg har möjlighet att ta en position som ledande i Sverige för den här typen av möten.

Evenemang

Evenemangsavdelningens uppdrag är att driva och stärka Göteborg som evenemangsstad genom att strategiskt utveckla, möjliggöra och genomföra hållbara evenemang inom kultur och idrott. Inom affärsområdet finns tre enheter; Värva och försäljning, Event Support och Projekt. År 2020 såg ut att vara ett mycket starkt år med en lång rad kultur- och idrottsvenemang inplanerade. När i stort sett samtliga dessa flyttades fram eller ställdes in under våren hamnade fokus istället på att stötta samarbetspartners och arrangörer samt ställa om egna evenemang så att de anpassar sig till hur samhället ser ut idag och följer de restriktioner som finns.

Vetenskapsfestivalen flyttades från våren och genomfördes som ett digitalt arrangemang i slutet av september. Kulturkalaset ställdes in, men satsade istället resurser på att förstärka Julstaden i december. Jubileumsårets stora aktiviteter flyttades fram till 2023 med ett symboliskt firande under 2021. En rad evenemang genomfördes på nya sätt i samarbete med andra aktörer, som exempelvis Bokmässan och streamade live-konserter.

Det långsiktiga värvningsarbetet fortsätter med bearbetning av bland annat flera stora idrottsvenemang fram till 2026. Evenemangsbranschen är hårt drabbad av pandemin vilket gör det oklart när och hur en återhämtning kan ske.

Näringslivsgruppen

Uppdraget är att vara en plattform för samverkan mellan näringsliv, organisationer, kommuner och akademi i arbetet med att stärka och utveckla Göteborgs konkurrens- och attraktionskraft. Avdelningen ska vara en aktiv, kraftfull och långsiktig resurs för att möjliggöra värdeskapande och innovation.

Näringslivsgruppen har 22 medlemsföretag från näringslivet, akademien och offentlig sektor. Syftet är att stödja destinationens och bolagets övergripande strategier och agera som resurs och stödpartner till olika projekt genom kunskap och finansiella insatser. Under året har en del planerade projekt fått ställas om till följd av covid-19. Näringslivsgruppen har agerat som stöd och stöttande aktör till påverkade organisationer. Dessutom har Näringslivsgruppen engagerat sig i bolagets Partnersstöd som tagits fram med syfte att stötta samarbetspartners inom besöksnäringen.

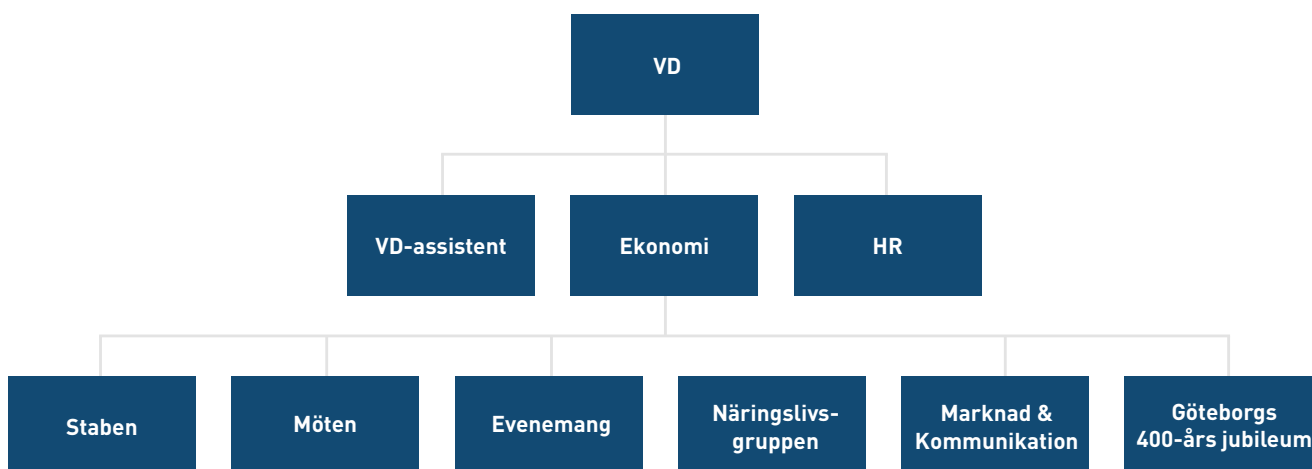
Bland de projekt och evenemang som erhållit stöd under året kan nämnas: Göteborg Film Festival, BonnierHoops, Unimeet Gothenburg och det nationella projektet Hack the crisis. Under hösten 2020 startade projektet Fönsterpoesi som stöttar och sprider information om stadens ansökan till UNESCO Litteraturstad. Projektet fortsätter våren 2021. Näringslivsgruppen fortsätter engagera sig i innovativa projekt kopplade till digitalisering som t.ex. Framtidsambassadörer och Göteborgs Symfonikers digitala kulturmöten.

Marknad & Kommunikation

Marknad & Kommunikation är en central funktion för att Göteborg & Co ska uppnå sina mål. Genom kommunikation ska fler upptäcka och besöka Göteborg samt befästa och utveckla bolagets position som samverkansplattform. Ett stort arbete handlar om att förvalta och utveckla varumärket Göteborg mot besöksnäringen och omvärlden. Avdelningen ansvarar för bolagets destinationskommunikation, bolagskommunikationen, samt den interna kommunikationen till medarbetare och ledning och ska säkerställa att den är digital, innovativ, tillgänglig och håller högsta kvalitet.

Marknad & Kommunikation består av tre enheter: Team PR som ansvarar för bilden av destinationen i bolagets kampanjer, kontakter med media, researrangörer och som driver samverkan med shopping och kryssningar. Besöksservice som driver turistbyrå och contact centre som driver samverkan med Göteborgs Skärgård. Inhouse är bolagets interna produktionsbyrå och driver innehåll på bolagets digitala plattformar.

Situationen under året har ställt högre krav på kommunikationen både internt och externt med partners och aktörer inom besöksnäringen. Nya koncept har lanserats, som För ditt Göteborg, i syfte att stötta lokala verksamheter, och marknadsföringen riktades främst till målgrupper i Sverige.





Framtidsutsikter

FN:s turistorgan UNWTO beräknar att raset för internationellt resande var 72 % under januari - oktober. Framtidsutsikterna för en av världens största näringar är minst sagt osäker. Världsekonomin har trots allt hållit sig oväntat stark, mycket tack vare omfattande stödåtgärder. Smittoläget i omvärlden växlar nästan dagligen och samhällen som nyss öppnade upp stängs ner igen. Det är stor risk att det internationella resandet kommer fortsätta vara mycket lågt även under 2021.

Samtidigt pågår ett intensivt arbete på flera nivåer med planer för återhämtning. Gemensam nämnare i dessa är den stora vikt som läggs på hållbarhet. Göteborg har en stark

position som hållbar destination som vinnare av Global Destinations Sustainability Index fyra år i rad och dessutom utnämnt av Lonely Planet som Best Sustainable City Stay 2021.

Den stora fokuseringen på hållbarhet globalt sett ökar intresset för Göteborg. Samtidigt är det omöjligt att förutse när det internationella resandet kommer att återupptas på nivåer som börjar likna de som gällde under 2019.

Bolaget påbörjade under hösten arbetet med ny affärsplan. Dessa har alltid varit treåriga men med förutsättningar som snabbt kan förändras i grunden finns ett större behov av flexibilitet och snabba omställningar. Därför kommer affärsplanen istället att revideras årsvis med start 2021.

Risk och osäkerhet

Årligen genomförs en riskanalys relaterat till bolagets övergripande och operativa mål där potentiella risker värderas. Där listas olika händelser som direkt eller indirekt kan påverka verksamheten negativt. Den allt överskuggande osäkerheten är förknippad med utvecklingen av den globala pandemin och vad som kan följa i dess spår i form av ekonomisk oro, lågkonjunktur och förändrade beteendemönster.

En påtaglig risk är den ekonomiska krisen inom besöksnäringen som drabbat många kulturutövare, arenor, hotell, teatrar, nöjesetablissemang, restauranger, föreningar och liknande. Om detta resulterar i konkurser och nedläggningar kommer det påverka destinationens utbud och attraktivitet.

Ytterligare effekter av pandemin inför 2021 är osäkerheten gällande genomförande av evenemang, både årliga och tillfälliga. Samma sak om Liseberg och Svenska Mässan tillåts ha verksamhet eller inte.

God tillgänglighet är betydelsefullt för destinationen Göteborg. Återstarten av den internationella flygtrafiken kommer ta lång tid efter att pandemin har klingat av och de stora flygbolagen kan prioritera hårt bland destinationerna vilket kan missgynna Göteborg.

Göteborg får svårare att konkurrera om stora internationella evenemang på grund av låg standard på arenor, ekonomiska villkor eller sämre tillgänglighet.

Hållbarhet

Bolaget ska genom ett långsiktigt och integrerat hållbarhetsarbete sträva efter att förebygga och minimera negativ påverkan från verksamheten och som samverkansplattform bidra positivt till utvecklingen i stad och region. Bolaget stödjer FN Global Compacts principer för företag.

Göteborg & Co:s miljödiplomerades första gången 2008. Bolagets verksamhet är inte tillstånds- eller anmälningspliktig enligt miljöbalken. Miljöarbetet bedrivs systematiskt utifrån Svensk Miljöbas nationella miljöledningsstandard och ska präglas av ständiga förbättringar.

Resor och transporter är en förutsättning för bolagets

uppdrag men är också en betydande miljöaspekt. Omfattningen på påverkan från resor fluktuerar mellan åren beroende på mängden värvningsprocesser, evenemang och andra uppdrag. Tjänsteresorna klimatkompenseras genom Göteborgs Stads interna klimatkompensation.

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". Hållbarhetsredovisningen återfinns på sidorna 18–47.

Personal

Göteborg & Co ska vara en attraktiv arbetsplats där jämställdhet och mångfald är en självklarhet. Bolaget vill uppfattas som en nyskapande, kreativ och professionell organisation som arbetar aktivt och målfokuserat med tydlig värdegrund.

Under 2020 infördes Winningtemp som en ersättning för de medarbetarundersökningar som tidigare bara gjordes en gång per år. Systemet mäter regelbundet engagemang, arbetsmiljö, organisatorisk tillit med mera bland personalen och ger snabb återkoppling på både avdelnings- och bolagsnivå. Winningtemp kommer att utvärderas under 2021, bolaget kan dock redan nu se att det behövs extra fokus på processen för kompetensutveckling.

Som en del i omställningen av bolaget förhandlades en ny organisation fram under hösten. Det resulterade i att 11 personer fick lämna bolaget på grund av arbetsbrist och 24 personer fick förändrade arbetsuppgifter.

HME mättes i slutet av året och trots ett år med omställningsarbete och uppsägningar ligger värdet i nivå med tidigare år (77 2020, 76 2018).

I ett bolag med relativt få anställda slår enskilda individers sjukfrånvaro väldigt kraftigt i statistiken. Sjukfrånvaron för lång tid har minskat något då de medarbetare som föregående år hade längre sjukskrivningsperioder nu till större delen är åter i tjänst.

Resultat och ställning

Bolagets utveckling vad gäller några centrala resultatmått och nyckeltal framgår av följande uppställning (belopp i tkr):

	2020	2019	2018	2017	2016
Rörelseintäkter	167 249	180 985	203 447	196 252	241 755
Resultat efter finansiella poster	-157 070	-2 162	10 009	1 370	1 122
Balansomslutning**	995 432	1 162 122	1 118 488	1 115 346	90 022
Soliditet*	94,8%	93,7%	95,9%	95,5%	21,2%
Medelantal anställda	118	103	106	105	112
Omsättning per anställd	1 417	1 757	1 919	1 869	2 159

* Eget kapital + 78,6% av obeskattade reserver/balansomslutning från och med 2019 (78% för tidigare år)

** Under 2017 gjordes en omvänd fusion med Göteborg & Co Kommunintressent AB. Bolaget blev då ägare till tre dotterbolag, vilket påverkade balansomslutningen.

Turistutveckling i Göteborgsregionen

	2020*	2019	2018
Total Turismomsättning Mkr	14 000	33 700	32 900
Marknadsandel av kommersiella gästnätter på hotell och vandrarhem	9 %	10,9%	10,8%
Antal gästnätter, 1 000-tal	2 300	5 060	4 844
Antal sysselsatta inom rese- och turistnäringen	-	13 700	13 400

Tillväxtverket har sedan 2019 reviderat nationalräkenskaperna efter en ny standard. Uppgifterna i tabellen är omräknade efter den nya standarden och en uppskattning med utgångspunkt i destinationens marknadsandel av gästnätter för respektive år. Någon beräkning av sysselsättning för 2020 har inte kunnat göras.

* Prognos 2020.

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	1 095 993 343
Årets resultat	-159 514 829
Kronor	936 478 514

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

i ny räkning överförs	936 478 514
Kronor	936 478 514

I övrigt framgår bolagets resultat av verksamheten under året, samt ställningen vid årets slut av efterföljande resultat- och balansräkning.

Koncernbidrag har lämnats till	kkkr	Aktieägartillskott har lämnats till	kkkr
Göteborgs Stadshus AB	15 311	Got Event AB	7 489
		Göteborgs Stadsteater AB	5 762
Koncernbidrag har erhållits från	kkkr		
Got Event AB	6 328	Aktieägartillskott har erhållits från	kkkr
Göteborgs Stadsteater AB	7 331	Göteborgs Stadshus AB	14 550

Eget Kapital

	Aktiekapital	Reservfond	Balanserade vinstmedel	Årets resultat
Ingående balans	3 000 000	1 208 540	1 086 714 964	-3 685 011
Vinstdisposition			-3 685 011	3 685 011
Utdelning till aktieägarna			-1 586 256	
Årets vinst				-159 514 829
Aktieägartillskott			14 549 646	
Utgående balans	3 000 000	1 208 540	1 095 993 343	-159 514 829



Finansiella rapporter



Resultaträkning

	Not	2020	2019
Rörelseintäkter	1	167 249 002	180 984 752
Kostnad för sålda tjänster		-493 290	-4 524 978
Övriga externa kostnader	2, 3	-78 280 125	-89 096 015
Personalkostnader	4, 5	-85 498 696	-86 090 559
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	6	-1 195 937	-1 149 831
Summa rörelsekostnader		-165 468 048	-180 861 383
Rörelseresultat		1 780 954	123 369
Resultat från andelar i koncernföretag	7	-159 012 000	-2 241 744
Resultat från övriga värdepapper och fordringar	8	0	-123 297
Ränteintäkter och liknande resultatposter		164 092	84 195
Räntekostnader och liknande resultatposter		-2 575	-4 587
Resultat efter finansiella poster		-157 069 529	-2 162 064
Bokslutsdispositioner	9	-2 445 300	-1 505 198
Skatt på årets resultat	10	0	-16 752
Skatt föregående år		0	-997
Årets resultat		-159 514 829	-3 685 011

Balansräkning

	Not	2020-12-31	2019-12-31
Tillgångar			
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	6	3 294 286	3 255 874
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	11	924 571 679	1 070 332 505
Andra långfristiga värdepapper	12	22 703	22 703
Summa anläggningstillgångar		927 888 668	1 073 611 082
Omsättningstillgångar			
Varulager, handelsvaror		710 911	873 362
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		13 559 415	12 960 777
Fordringar till bolag inom Göteborgs Stadshus AB		3 414 213	37 326 657
Skattefordran		1 812 162	1 699 504
Övriga fordringar		23 633 922	29 937 789
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	13	24 375 190	5 597 610
Summa kortfristiga fordringar		66 794 902	87 522 337
Kassa och bank		37 700	115 349
Summa omsättningstillgångar		67 543 513	88 511 048
Summa tillgångar		995 432 181	1 162 122 130

Balansräkning forts

	Not	2020-12-31	2019-12-31
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital (30 000 aktier, kvotvärde 100 kr/st)		3 000 000	3 000 000
Reservfond		1 208 540	1 208 540
		4 208 540	4 208 540
Fritt eget kapital			
Balanserade vinstmedel		1 095 993 343	1 086 714 964
Årets resultat	14	-159 514 829	-3 685 011
		936 478 514	1 083 029 953
Summa eget kapital		940 687 054	1 087 238 493
Obeskattade reserver	15	3 639 659	2 846 359
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		12 845 904	14 817 623
Skulder till bolag inom Göteborgs Stadshus AB		2 687 778	35 305 653
Övriga kortfristiga skulder		6 671 114	2 683 149
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	16	28 900 672	19 230 853
Summa kortfristiga skulder		51 105 468	72 037 278
Summa eget kapital och skulder		995 432 181	1 162 122 130

Kassaflödesanalys

	Not	2020	2019
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		-157 069 529	-2 162 064
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet		159 846 605	4 691 745
Betald skatt		-112 658	1 102 613
<i>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</i>		2 664 418	3 632 294
<i>Förändringar av rörelsekapital</i>			
Varulager		162 451	-52 577
Kortfristiga fordringar		14 452 869	-2 736 066
Kortfristiga skulder		-20 931 811	27 298 103
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-3 652 073	28 141 754
Investeringsverksamheten			
Investering i inventarier		-1 226 545	-305 587
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-1 226 545	-305 587
Finansieringsverksamheten			
Utbetald utdelning		-1 586 256	-23 084 100
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-1 586 256	-23 084 100
Årets kassaflöde		-6 464 874	4 752 067
Likvida medel vid årets början, inkl. koncernkontot		29 844 136	25 092 069
Likvida medel vid årets slut, inkl. koncernkontot	17	23 379 262	29 844 136

Noter till balans- och resultaträkning

Allmän information

Koncernredovisning upprättas inte med hänvisning till undantaget i Årsredovisningslagen 7 kap. 2 §.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Göteborg & Co AB tillämpar Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFAR 2012:1 *Årsredovisning och koncernredovisning* ("K3").

Koncernbidrag

Erhållna och lämnade koncernbidrag redovisas som bokslutsdisposition i resultaträkningen. Erhållna aktieägartillskott redovisas direkt mot fritt eget kapital.

Andelar i koncernföretag

Andelar i dotterföretag redovisas till anskaffningsvärde. Utdelning från dotterföretag redovisas som intäkt när rätten till utdelning bedöms som säker och kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Nedskrivning av andelar i dotterföretag görs vid bestående värdenedgång.

Avskrivningar

Avskrivningar enligt plan grundas på anläggningarnas ursprungliga anskaffningsvärde och fördelas över den beräknade ekonomiska livslängden. Inventarier skrivs av med 20 % per år då deras ekonomiska livslängd bedöms vara 5 år.

Skillnaden mellan avskrivningar enligt plan och bokförda avskrivningar redovisas som bokslutsdisposition.

Varulager

Varulagret har värderats enligt lägsta värdets princip, d.v.s. till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. Vid bestämmande av anskaffningsvärde har först-in-först-ut-principen tillämpats. Verkligt värde utgörs av beräknat försäljningsvärde med avdrag för beräknad försäljningskostnad.

Fordringar

Fordringarna är upptagna till de belopp varmed de beräknas inflyta. Övriga tillgångar och skulder är upptagna till nominella belopp om icke annat framgår av nedanstående notanteckningar.

Intäkter

Uppdragsersättning från Göteborgs Stad intäktsförs det år kostnader uppstår som ersättningen skall kompensera.

Bolaget vinstavräknar utförda tjänsteuppgifter med fast pris när arbetet avslutas. Detta innebär att pågående tjänsteuppgifter värderas i balansräkningen till direkt nedlagda utgifter samt

med avdrag för fakturerade dellikvider. I samband med bokslut görs en bedömning av uppdragets slutresultat. Om en förlust befaras och bedöms föreligga bokförs denna i sin helhet.

Övriga intäkter redovisas när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt och när huvudsakligen alla risker och rättigheter som är förknippade med ägandet övergått till köparen, vilket normalt inträffar i samband med leverans av varor eller tillhandahållande av tjänster.

Skatter

Periodens skattekostnad eller skatteintäkt består av aktuell och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är den skatt som beräknas på det skattepliktiga resultatet för en period.

Uppskjuten skatt beräknas utifrån den s.k. balansansatsen, vilket innebär att en jämförelse görs mellan redovisade och skattemässiga värden på bolagets tillgångar respektive skulder. Skillnaden mellan dessa värden multipliceras med aktuell skattesats, vilket ger beloppet för den uppskjutna skattefordringen/-skulden. Uppskjutna skattefordringar redovisas i balansräkningen i den omfattning det är sannolikt att beloppen kan utnyttjas mot framtida skattepliktiga resultat. Riksdagen beslutade i juni 2018 om en sänkning av bolagsskattesatsen i två steg. Uppskjutna skatteskulder/skattefordringar som förväntas realiseras under åren 2019–2020 värderas således till 21,4 %, samtidigt som övriga poster värderas till 20,6 %.

Leasing

Samtliga leasingavtal redovisas som operationella leasingavtal, vilket innebär att leasingavgiften fördelas linjärt över leasingperioden.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar. Med likvida medel avses kassa och bank. Tillgodohavande på koncernkonto redovisas som likvida medel.

Moderbolag

Göteborg & Co AB ägs till 100 % av Göteborgs Stadshus AB (556537-0888).

Intäkterna kommer till 4,3 % (2019: 5 %) från andra Göteborgs Stadshus-bolag och 4 % (2019: 4 %) av kostnaderna för posterna "kostnader för sålda tjänster" samt "övriga externa kostnader" går till andra Göteborgs Stadshus-bolag.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Inga väsentliga händelser har inträffat efter balansdagen.

Not 1 Rörelseintäkter

	2020	2019
Uppdragsersättning från Göteborgs Stad	124 630 000	119 037 000
Intäkter från tjänsteförsäljning	4 814 660	13 691 049
Marknadsföringsersättning, projektmedel och övriga intäkter från ägare och intressenter	37 804 342	48 256 703
	167 249 002	180 984 752

Not 2 Arvode och kostnadsersättningar

	2020	2019
Revisionsuppdrag Ernst & Young AB	150 005	153 991
Revisionsuppdrag Stadsrevisionen	163 311	167 400
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdrag Ernst & Young AB	0	0

Med revisionsuppdrag avses lagstadgad granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning. Med begreppet revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget avses sådan granskning av förvaltning eller ekonomisk information som följer av författning, bolagsordning, stadgar eller avtal och som utmynnar i en rapport eller någon annan handling utöver revisionsberättelsen samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid ett granskningsuppdrag. Övriga tjänster är sådana tjänster som inte hänförs till vare sig revisionsuppdrag, revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget eller skatterådgivning.

Not 3 Leasing

De väsentliga leasingavtalen avser hyresavtal för bolagets lokaler på Mössans Gata och Kungssportsplatsen. I dessa avtal finns en indexuppräkning enligt KPI. Avtalet avseende Mössans Gata löper till och med 2022 och förlängs 36 månader om det ej sägs upp. Avtalet avseende Kungssportsplatsen löper till och med 2024 och förlängs med 36 månader om det ej sägs upp. Övriga leasingavtal avser till exempel kopieringsmaskiner.

	2020	2019
Räkenskapsårets betalda leasing	7 492 020	7 306 037
Avtalade framtida leasingavgifter:		
Inom ett år	7 333 688	7 382 010
Två till fem år	12 351 368	19 621 780
Senare än fem år	0	2 546 940

Not 4 Personal

	2020	2019
Män	32	29
Kvinnor	86	74
	118	103

Medelantalet anställda enligt ovan har beräknats i relation till företagets normala årsarbetstid.

För att ge en mer fullständig bild av sysselsättningen i företaget framgår nedan antalet personer som under året varit tillsvidareanställda respektive haft en tidsbegränsad anställning t.ex. projektanställning, säsongsanställning, vikariat eller uppdragstagare.

	Antal årsarbeten 2020	Antal personer 2020
Tillsvidareanställd personal	82	107
Visstidsanställd personal / Uppdragstagare	36	249
	118	356

Not 5 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2020	2019
Styrelse, vd		
Löner och andra ersättningar	1 988 950	1 758 194
Sociala kostnader	1 217 140	1 029 472
Varav pensionskostnader	(476 591)	(383 911)
Övrig personal		
Löner och andra ersättningar	57 059 828	56 370 148
Sociala kostnader	24 142 199	24 414 442
Varav pensionskostnader	(4 941 007)	(5 550 693)
Totalt		
Löner och andra ersättningar	59 048 778	58 128 342
Sociala kostnader	25 359 339	25 443 914
Varav pensionskostnader	(5 417 598)	(5 934 604)

VD:s uppsägningstid är 6 månader. Om styrelsen säger upp avtalet är avgångsvederlaget 12 månader. Avgångsvederlag utgår inte om anställningen sägs upp av sådan anledning som utgör grund för omedelbart avbrytande av anställningen. VD har en premiebestämd tjänstepension och är inte utlovad någon slutlig pensionsnivå.

Könsfördelning bland ledande befattningshavare

	2020		2019	
	Antal	Varav män	Antal	Varav män
Styrelseledamöter	7	29 %	7	29 %
Ledningsgrupp	12	50 %	9	56 %

Not 6 Inventarier

	2020-12-31	2019-12-31
Ingående anskaffningsvärden	13 858 307	14 791 884
Inköp	301 292	305 587
Pågående nyanläggningar	925 253	0
Försäljning/utrangering	-123 990	-1 239 164
Utgående anskaffningsvärden	14 960 862	13 858 307
Ingående planenliga avskrivningar	10 602 433	10 691 767
Årets planenliga avskrivningar	1 195 937	1 149 831
Försäljning/utrangering	-131 794	-1 239 165
Utgående planenliga avskrivningar	11 666 576	10 602 433
Utgående planenligt restvärde	3 294 286	3 255 874

Not 7 Resultat från andelar i koncernföretag

	2020	2019
Anteciperad utdelning	0	1 586 256
Nedskrivning av andelar i koncernföretag	-159 012 000	-3 828 000
	-159 012 000	-2 241 744

Not 8 Resultat från övriga värdepapper och fordringar

	2020	2019
Nedskrivning av andelar i andra företag	0	-123 297
	0	-123 297

Not 9 Bokslutsdispositioner

	2020	2019
Förändring av periodiseringsfond	358 000	0
Förändring överavskrivningar	-1 151 300	407 802
Erhållet koncernbidrag	13 659 000	69 916 414
Lämnat koncernbidrag	-15 311 000	-71 829 414
	-2 445 300	-1 505 198

Not 10 Skatt på årets resultat

	2020	2019
Aktuell skatt	0	-16 752
Uppskjuten skatt	0	0
Skatt på årets resultat	0	-16 752

Avstämning årets skattekostnad

Redovisat resultat före skatt	-159 514 829	-3 667 262
Skatt beräknas med skattesats 21,4 %	34 136 173	784 794
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-104 559	-318 706
Skatteeffekt av nedskrivningar	-34 028 568	-819 192
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	0	339 459
Uppskjuten skatt	0	0
Schablonintäkt på periodiseringsfonder	-3 046	-3 107
Summa	0	-16 752

Not 11 Andelar i koncernföretag

	2020	2019
Ingående anskaffningsvärde	1 070 332 505	1 032 151 120
Lämnat aktieägartillskott	13 251 174	42 009 385
Nedskrivning av andelar	-159 012 000	-3 828 000
Utgående anskaffningsvärde	924 571 679	1 070 332 505

			2020-12-31	2019-12-31
	Antal andelar	Kapital andel %	Bokfört värde	Bokfört värde
Liseberg AB 556023-6811, Göteborg	419 998	100,0 %	850 503 385	1 006 697 385
Got Event AB 556015-9823, Göteborg	15 000	100,0 %	38 260 008	30 771 000
Göteborgs Stadsteater AB 556016-7875, Göteborg	79 941	100,0 %	35 808 286	32 864 120
			924 571 679	1 070 332 505

Göteborg & Co AB har i samband med årsbokslutet gjort en nedskrivning av aktierna i Liseberg AB med 156 mnkr, till motsvarande Lisebergkoncernens substansvärde. En översiktlig värdering av Lisebergkoncernens framtida kassaflöden och med beaktande av affärsplaner för de kommande fem åren skulle det bokförda värdet på innehavet sannolikt kunna försvaras. Beaktat den stora osäkerhet som råder om bolagets framtida utveckling, med anledning av att vi befinner oss i en pandemi, gör bolaget dock bedömningen att en nedskrivning av innehavet är motiverat utifrån rådande omständigheter.

Not 12 Andra långfristiga värdepapper

	2020-12-31	2019-12-31
Svensk Turism AB, 556452-7157, Stockholm	22 703	22 703
<i>Kvotvärde för ovanstående aktier är 15,55 kr/st och EK uppgick till 1 556 000 kr 2020</i>		

Not 13 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	2020-12-31	2019-12-31
Personalrelaterade	41 736	39 970
Hyreskostnader	1 962 738	1 963 629
Projektrelaterade	21 321 097	2 593 407
Övrigt	1 049 619	1 000 604
	24 375 190	5 597 610

Not 14 Vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	1 095 993 343
Årets resultat	-159 514 829
Kronor	936 478 514

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

i ny räkning överförs	936 478 514
Kronor	936 478 514

Not 15 Obeskattade reserver

	2020-12-31	2019-12-31
Akkumulerade överavskrivningar	1 151 300	0
Periodiseringsfond 2014	0	358 000
Periodiseringsfond 2015	285 459	285 459
Periodiseringsfond 2016	724 900	724 900
Periodiseringsfond 2017	758 000	758 000
Periodiseringsfond 2018	720 000	720 000
	3 639 659	2 846 359

Not 16 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	2020-12-31	2019-12-31
Personalrelaterade	10 231 414	8 885 531
Projektrelaterade	11 862 751	5 076 161
Övrigt	6 806 506	5 269 161
	28 900 671	19 230 853

Not 17 Likvida medel

	2020-12-31	2019-12-31
Av posten utgör tillgodoavande på koncernkontot	23 341 562	29 728 787

Göteborg den 8 februari 2021

Jonas Ransgård
Ordförande

Kurt Eliasson

Eva Flyborg

Anna Karin Hammarstrand

Madeleine Jonsson

Alice Vernersson

Linnea Wikström

Peter Grönberg
Vd Göteborg & Co AB

Vår revisionsberättelse har lämnats den 8 februari 2021
Ernst & Young AB

Hans Gavin
Auktoriserad revisor

Vår granskningsrapport har angivits den 8 februari 2021

Birgitta Adler
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

Lars-Gunnar Landin
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

Revisionsberättelse



Revisionsberättelse



Granskningsrapport



GRI-index

Detta är Göteborg & Co:s fjärde hållbarhetsredovisning. För 2020 har års- och hållbarhetsredovisningen upprättats som en samlad redovisning. Den generella verksamhetsinformationen återfinns på sidorna 48–59 och redovisning avseende de väsentliga hållbarhetsfrågorna återfinns på sidorna

18–47. Redovisningen har upprättats i enlighet med Global Reporting Initiatives Standarder för hållbarhetsredovisning (2016) på tillämpningsnivå ”Core” och beskriver Göteborg & Co:s arbete med viktigaste hållbarhetsfrågor. Göteborg & Co upprättar hållbarhetsredovisning årligen.

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
GRI 101 (2016) Grundläggande redovisningsprinciper GRI 102 (2016) Generella upplysningar					
ORGANISATIONSPROFIL					
102-1	Organisationens namn	Göteborg & Co AB			
102-2	Affärsmodell, viktigaste varumärkena, produkterna och/eller tjänsterna		50–57		
102-3	Organisationens huvudkontor	Göteborg			
102-4	Organisationens verksamhetsort	Göteborg			
102-5	Ägarstruktur och företagsform		50		
102-6	Marknader där organisationen är verksam	Sverige och internationellt genom marknadsföring och samarbeten.			
102-7	Den redovisande organisationens storlek		46, 60		
102-8	Information om personalstyrka och annan arbetskraft, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor, region och kön	All verksamhet bedrivs i Göteborg. Heltidsanställda (december): 101 personer. Deltidsarbetande (timanställda under året): 12 årsarbeten utfört av 191 personer. Genomsnittligt antal anställda under året: 118 personer.	46	Princip 6	Mål 8
102-9	Beskrivning av organisationens leverantörskedja	Under 2020 har bolaget haft totalt 497 leverantörer.			Mål 12
102-10	Väsentliga förändringar för organisationen och dess leverantörskedja under redovisningsperioden		45, 52–53		
102-11	Beskrivning av om och hur organisationen följer försiktighetsprincipen	Göteborg & Co bedriver ett aktivt arbete för att minska påverkan på miljön i både sin egen verksamhet och verksamhet där bolaget är samarbetspart.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 13 & 15
102-12	Extern utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklarerationer, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer	FN Global Compact, UNWTO:s definition av hållbar turism samt Globala målen för hållbar utveckling. GDSD-Global Destination Sustainability Index			Mål 17

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-13	Betydande medlemskap i organisationer och/eller nationella/internationella lobbyorganisationer	Svensk Turism, ECM – European Cities Marketing, IAEH – International Association of Event Hosts, ICCA – International Congress and Convention Association, SNDMO – Swedish Network of Destination Marketing Organisations, SNCVB – Swedish Network of Convention Bureaus, Nätverket Hållbar Besöksnäring, CSR Västsverige.			Mål 17
STRATEGI					
102-14	Uttalande från vd		4–5		
ETIK OCH INTEGRITET					
102-16	Beskrivning av organisationens värdegrund, etiska principer och regler för uppförande		23, 26		
STYRNING					
102-18	Redogörelse för organisationens bolagsstyrning		52–57		
KOMMUNIKATION OCH INTRESSETER					
102-40	Intressentgrupper som organisationen har kontakt med		25		Mål 17
102-41	Andel av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	Alla utom vd omfattas av kollektivavtal.		Princip 3	Mål 8
102-42	Beskrivning av identifiering och urval av intressenter		25		Mål 17
102-43	Tillvägagångssätt vid kommunikation med intressenter		25		Mål 17
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts i intressentdialogen		25		Mål 17
TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR REDOVISNING					
102-45	Enheter som inkluderas i organisationens finansiella rapporter	Göteborg & Co AB. Dotterbolag upprättar egna årsredovisningar. Koncernredovisning upprättas av Göteborg Stadshus AB.			
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar		22, 25		
102-47	Redogörelse för samtliga väsentliga ämnesområden som identifierats		22		

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-48	Förklaring till effekten av förändringar av information som lämnats i tidigare redovisningar och skälen för sådana förändringar	Inga väsentliga förändringar i informationen. Göteborg & Co har dock valt att ersätta GRI 403-1 (2016) med en egen upplysning kallad Arbetsskador och sjukfrånvaro, samt kompletterat med den egna upplysningen Medarbetarindex. Siffrorna avser dock samma information som lämnats i föregående års redovisningar.			
102-49	Väsentliga förändringar som gjorts i redovisningen sedan föregående redovisningsperiod	Inga väsentliga förändringar.			
102-50	Redovisningsperiod	2020-01-01 – 2020-12-31			
102-51	Datum för publicering av den senaste redovisningen	Mars			
102-52	Redovisningscykel	Kalenderår, följer räkenskapsåret.			
102-53	Kontaktpunkt för frågor angående redovisningen och dess innehåll	Katarina Thorstensson, Hållbarhetsansvarig katarina.thorstensson@goteborg.com			
102-54	Redogörelse för rapportering i enlighet med GRI Standards redovisningsnivåer		78		
102-55	GRI-index		78–81		
102-56	Redogörelse för externt bestyrkande	Redovisningen är externt granskad.			
Ämnesspecifika upplysningar					
200	EKONOMI				
203 (2016)	INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN				
103-1, 2, 3	Styrning				
203-2	Betydande indirekt ekonomisk påverkan		6–7, 24–29		Mål 4, 5, 8, 12 & 16
205 (2016)	ANTI-KORRUPTION				
103-1, 2, 3	Styrning		46		
205-2	Kommunikation och utbildning kring anti-korruptionspolicies och rutiner		46	Princip 10	Mål 16
300	MILJÖ				
308 (2016)	MILJÖBEDÖMNING AV LEVERANTÖRER				
103-1, 2, 3	Styrning		46		
308-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån miljökriterier	107 nya leverantörer 2020, 104 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, resten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 12

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
400	SOCIAL PÅVERKAN				
EGET OMRÅDE	ARBETSMILJÖ	Göteborg & Co väljer att från 2020 använda egna upplysningar på området arbetsmiljö, då GRI:s upplysningar inte passar de upplysningar som bolaget rapporterar till Göteborgs Stad.			
103-1, 2, 3	Styrning		45		
Egen upplysning	Arbetsskador och sjukfrånvaro		46		Mål 8
Egen upplysning	Medarbetarindex		46		Mål 8
405 (2016)	JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD				
103-1, 2, 3	Styrning		46		
405-1	Köns- och åldersfördelning i styrelse, ledning och övriga medarbetarkategorier.		46	Princip 6	Mål 10
406 (2016)	ICKE-DISKRIMINERING				
103-1, 2, 3	Styrning		46		
406-1	Fall av diskriminering och vidtagna åtgärder.	Inga rapporterade	46	Princip 6	Mål 10
413 (2016)	LOKALSAMHÄLLET				
103-1, 2, 3	Styrning		34–38		
413-1	Verksamhetsgrenar med lokalt samhällsengagemang		34–38, 56–57	Princip 1	Mål 3, 4, 5, 8, 10, 11, 12 & 16
414 (2016)	SOCIAL BEDÖMNING AV LEVERANTÖRER				
103-1, 2, 3	Styrning		46		
414-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån sociala kriterier	107 nya leverantörer 2020, 104 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, res-ten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.		Princip 2 Princip 3 Princip 4 Princip 5	Mål 8 & 12



@goteborgco #gothenburg #thisisgbg

goteborgco.se

go:teborg&co