



**Beslutsunderlag**  
Styrelsen 2021-02-22  
Diarienummer 0017/21

Handläggare: Patrik von Corswant, Bolagsansvarig  
Telefon: 031-368 02 42  
E-post: patrik.corswant@gshab.goteborg.se

## Återrapportering av uppdrag till Göteborg & Co AB avseende evenemangsstrategi

### Förslag till beslut

I styrelsen för Göteborgs Stadshus AB:

1. Återrapportering från Göteborg & Co AB avseende evenemangsstrategi antecknas.
2. Styrelsens uppdrag till Göteborg & Co AB, 2019-09-30, § 132, om att ta fram en evenemangsstrategi med sikte på 2030, förklaras fullgjort.

### Sammanfattning

Styrelsen i Göteborgs Stadshus AB (Stadshus) beslutade 2019-09-30, § 132, att ge Göteborg & Co i uppdrag att ta fram förslag till evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030.

Stadshus bedömer att Göteborg & Co har utfört uppdraget som de fått av Stadshus styrelse. Strategin är utformad utifrån det arbete som utarbetades under våren 2019 av Stadshus i nära samverkan med Göteborg & Co och Got Event.

Med utgångspunkt i bilagd evenemangsstrategi och en påbörjad översyn av besöksnäringens program har ett arbete med att skapa en konkretiserad handlingsplan för genomförande och implementering påbörjats.

### Bedömning ur ekonomisk, ekologisk och social dimension

Stadshus har inte funnit ytterligare aspekter på frågan utifrån dessa dimensioner, utöver det som Göteborg & Co beskrivit i sitt tjänsteutlåtande.

### Bilagor

1. Protokollsutdrag och handlingar från Göteborg & Co, styrelsemöte 2020-12-14, § 153

## Ärendet

Ärendet är en återrapportering från Göteborg & Co av uppdrag från Stadshus styrelse om att ta fram förslag till evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030.

## Beskrivning av ärendet

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

Beslutsunderlaget utarbetades under våren 2019 av Stadshus i nära samverkan med Göteborg & Co och Got Event, i dialog med intressenter från Göteborgs Stad och externt, samt med insikter från fördjupade omvärldsanalyser. Slutgiltigt beslutsunderlag, med förslag på inriktning för fortsatt arbete med konkretiserad evenemangsstrategi, skickades på remiss till de fyra bolagen inom klustret för Turism, Kultur och Evenemang (Göteborg & Co, Got Event, Liseberg och Göteborgs Stadsteater).

Vid Stadshus styrelsemöte 2019-09-30 beslutades att ge Göteborg & Co i uppdrag att, utifrån inriktning i beslutsunderlaget, ta fram förslag till konkretiserad evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030. Evenemangsstrategin har utformats med balanserat fokus på attraktionskraft och social utveckling, samtidigt som reseanledningar för besökare över året beaktats.

I uppdraget står fastställt att strategin ska kompletteras med genomförandeplaner, där strategier och mål bryts ner i handlingsplaner per respektive område. Därför har ett arbete med att skapa en konkretiserad handlingsplan för implementering och genomförande påbörjats.

## Sammanfattande bedömning

Göteborg & Co AB:s styrelse har i sitt beslut fastställt evenemangsstrategin och översänt den till Stadshus för att kännedom och för att förklara uppdraget som fullgjort.

Stadshus bedömer att Göteborg & Co har utfört det uppdrag som Stadshus styrelse gav 2019-09-30 om att ta fram en evenemangsstrategi. Strategin är utformad utifrån det förslag på inriktning för fortsatt arbete som Stadshus i nära samverkan med Göteborg & Co och Got Event utarbetade under våren 2019.

Av Stadshus beslut från 2019-09-30 framgår att Göteborg & Co AB fick i uppdrag att förbereda en genomförandeplan, i nära samverkan med Got Event AB och andra relevanta förvaltningar och bolag, utifrån förslaget till evenemangsstrategi, i syfte att möjliggöra ett snabbt genomförande. Av Göteborg & Co:s ärende framgår att detta arbete kommer att samordnas med bolagets affärsplanarbete.

Av Stadshus beslut från 2019-09-30 framgår att evenemangsstrategin ska följa de tidsperspektiv och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030.

Av Göteborg & Co ägardirektiv framgår att *”Göteborg & Co ska leda Göteborgs Stads arbete med att förverkliga och implementera Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, samt följa och analysera hur stadens arbete bedrivs i relation till stadens mål inom besöksnäringen.”* Vidare har Göteborg & Co enligt sitt ägardirektiv att *” ... på en övergripande nivå, leda och följa upp genomförandet av Göteborgs Stads, och destinationens, evenemangsstrategi.”*

Stadshus gör bedömningen att innehållet i besöksnäringens programmet ger stöd för att den fördjupande evenemangsstrategin också kan vara vägledande i relation till andra nämnder och styrelser inom ramen för det ansvar för implementering av besöksnäringens programmet som både finns i kommunfullmäktiges programbeslut och i ägardirektivet. När kommunfullmäktige 2018-02-22 beslutade om Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, fick Göteborg & Co i uppdrag att en gång per mandatperiod genomföra en revidering av programmet. Styrelsen för Göteborg & Co fick i samband med beslut avseende besöksnäringens programmet även i uppdrag att initiera och leda arbetet med att utarbeta handlingsplaner utifrån programmet.

Pågående pandemi har i hög grad påverkat besöksnäringen och den står sannolikt inför nya förutsättningar när samhället på såväl lokal som global nivå successivt öppnas upp igen. Det innebär att Göteborg & Co har ett behov av att identifiera omvärldsförändringar och analysera vad det betyder för Göteborg. Göteborg & Co har därför initierat ett arbete med att revidera programmet, vilket nu pågår.

Stadshus bedömer att en revidering av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling i kombination med stadsövergripande handlingsplaner kan utformas på ett sådant sätt att innehållet i evenemangsstrategin och genomförandeplan omhändertas i dessa dokument. När ett förslag till reviderat program för besöksnäringen med handlingsplaner är klart kommer Stadshus i beredningen yttra sig över förslaget inför beslut av kommunstyrelsen och kommunfullmäktige.

Eva Hessman

Vd, Göteborgs Stadshus AB



---

**Protokollsutdrag (protokoll nr 9)**

Sammanträdesdatum: 2020-12-14

## § 153

### **Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030 (bilaga 6-7)**

Stadshus styrelse beslutade 2019-09-30 att ge Göteborg & Co i uppdrag att ta fram förslag till konkretiserad evenemangsstrategi som följer de tidsramar och ambitioner som framgår av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030. Förelåg förslag till strategi enligt bilaga till kallelsen.

Magnus Hallberg redogör för överväganden och ställningstaganden i strategin. Peter Grönberg informerar om dialog med stadsledningskontoret om dokumentets benämning och förhållande till besöksnäringens programmet, som ska ses över senare.

### **Beslut**

1. Förslag till evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte mot 2030 i enlighet med underlag i bilaga 7 fastställs
2. Förslag till evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte mot 2030 översänds till Stadshus AB för kännedom.

### **Sekreterare**

Jan Persson

### **Ordförande**

Jonas Ransgård

### **Justerare**

Alice Vernersson

---

**Tjänsteutlåtande**

Utfärdat 2020-12-04

**Handläggare**

Peter Grönberg

Telefon:031-368 40 00

E-post: peter.gronberg@goteborg.com

## Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030

**Förslag till beslut**

Styrelsen föreslås besluta;

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

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

**Sammanfattning**

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

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

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

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

**Beskrivning av ärendet**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Beredningsprocess**

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

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

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

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

## Överväganden och ställningstaganden

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

- **Tidsperspektivet 2030**

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

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

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

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

- **Årliga genomförandeplaner**

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

- **Förverkligande med och genom andra**

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

- **Social utveckling och hållbarhet**

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

- **Mätbarhet**

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

## Göteborgs evenemangsstrategi med sikte mot 2030



### Målsättning

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

## Bedömning ur ekonomisk dimension

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

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

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

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

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

## Bedömning ur ekologisk dimension

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

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

## Bedömning ur social dimension

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

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

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

## **Bilagor**

1. Evenemangsstrategi för Göteborg & Co med sikte på 2030

**Peter Grönberg, VD**

# Göteborgs Evenemangsstrategi - **arbetsmaterial**

## Upplevelsedestinationen Göteborg med sikte på 2030

Tack vare uthålligt, medvetet och metodiskt arbete har Göteborg utvecklats till en framgångsrik evenemangsstad.

Denna övergripande evenemangsstrategi markerar nästa steg i stadens utveckling och Göteborg Stads vilja att ytterligare befästa stadens position som ledande hållbar evenemangsstad och en upplevelsedestination i framkant.

En fundamental utgångspunkt är målbilden att vara internationell förebild som alltid utmanar hållbarhetsbegreppet i alla delar genom att verka för en destination som erbjuder hållbara, attraktiva och unika upplevelser.

Evenemangsstrategins förverkligande befäster Göteborg position som ledande hållbarhetsregion och provkörningsarena för hållbara innovationer. På samma gång blir en denna position en unik plattform för hållbara evenemang i en egen klass vad gäller upplevelsehöjd, växtkraft och förändringsdriv.

Sammantaget blir effekten att evenemangsstrategin gör Göteborg till en *erkänd provkörningsarena för hållbara liv i hållbara samhällen - som får förändring att hända.*

Göteborgs Stads långsiktiga ambition inom evenemang är att balansera fokus på attraktionskraft (för näringsliv, boende och inflyttande) med social utveckling (utveckla ett samlat Göteborg, för boende, verkande och närregion). De vägval som formuleras här kommer att stärka evenemangs möjlighet att bidra till social utveckling, ökad attraktionskraft och turistekonomiska effekter.

Sammantaget ska detta fokus säkerställa goda reseanledningar och ett balanserat flöde av besökare under årets perioder, och därigenom starkt bidra till att nå turistekonomiska effekter i enlighet med Besöksnärsprogrammet 2030. Det ska skapa stolthet hos göteborgare, nyfikenhet hos besökare och beundran i en omvärld med samma värdegrund som vår.

Evenemangsstrategin tar sikte på 2030 och det yttersta målet är att starkt bidra till stadens programförklaring *Hållbar stad - öppen för världen.*

Evenemangsstrategin synkroniseras med Besöksnärsprogrammet 2030 och andra relevanta program, strategier och policyer, och förverkligas i nära samverkan med

destinationens många intressenter gällande evenemang och upplevelser.

# Förändringsdriv, växtkraft och upplevelsehöjd är vårt löfte - och vår lösning

Med fokus på förändringsdriv, växtkraft och upplevelsehöjd skapar vi unikt värde för evenemang i Göteborg – och på samma gång blir evenemangens genomföranden i Göteborg ojämförliga och enastående. På så vis är vårt löfte också vår lösning för att uppnå evenemangsstrategins ambitioner.



## FÖRÄNDRINGSDRIV

### **Skapa socialt engagemang genom evenemang**

Vi ska utveckla en stad fylld av ett stort utbud av lokala, regionala, gärna deltagardrivna evenemang för att uppfattas som en levande, "tillåtande" stad. Ett överordnat syfte är att få såväl boende som närboende och besökande att träffas i gemensamma sammanhang och skapa förutsättningar för att mänskligt bygga samman staden.

### **Utveckla nya nivåer av legacy**

Evenemangsstaden Göteborg har lång erfarenhet och gedigen kompetens när det gäller att skapa bestående förändring genom evenemang. Vi vill vara fortsatt ledande och en beundrad förebild i att utveckla modeller och metoder för evenemang som förändringskraft. Vi vill dela med oss av våra erfarenheter för att få förändring att hända, och locka många att utveckla tillsammans med oss.

### **Utmana hållbarhetsperspektivet i alla dimensioner**

Att arbeta för hållbara evenemang och möten har satt Göteborg på kartan, inte minst internationellt. Göteborg ska fortsatt vara en föregångare såväl för att utveckla hållbara evenemang, som för att få hållbar förändring att hända genom evenemang. Vi bidrar till bestående förändring för evenemang genom att utmana hållbarhet i alla dimensioner, med hänsyn till människor, miljö, ekonomi och samhälle och med inställningen att ständigt förbättra och flytta fram positionerna.

## **Förnya samverkansformer inom och med staden**

Goda samverkansmodeller har varit en framgångsfaktor för evenemangsstaden Göteborg. Dessa behöver kontinuerligt utvecklas så att omvärldens uppfattning om stadens koordinerande och stöttande insatser inspirerar fler att välja Göteborg som arena med en god och balanserad spridning såväl geografiskt som över året. Vi behöver ständigt förnyade samverkansformat anpassade till olika slags evenemang, och vi behöver skapa nya möjligheter att arbeta agilt och behovsorienterat, samtidigt som vi säkerställer övergripande helhetssyn när och där det behövs.

## **Bredda och fördjupa intressentfokus**

En evenemangsstad med ambitionen att ”provköra framtiden” förutsätter långsiktigt engagemang med stadens näringsliv och djup förståelse för dess behov och önskemål med koppling till evenemang. Det kräver ett stärkt fokus på förmågan att tillgängliggöra och skapa möjligheter för konceptuella testbäddar, lanseringar och andra behovsstyrda utmaningar som bjuder evenemangens besökare på upplevelsehöjd, insikt och framtidshopp.



# **VÄXTKRAFT**

## **Gör hela året till högsäsong**

Vi ska se till att det finns något för alla, i hela staden, året om. Med ett väl balanserat och gemensamt synkroniserat evenemangsår skapar vi förutsättningar för en stad som sjuder av aktivitet och är öppen för delaktighet, medskapande och engagemang.

## **Säkerställ global attraktionskraft**

Göteborgs globala attraktionskraft bygger på unika evenemangsformat där vi med hela staden som arena kan skapa upplevelsekoncept i en egen klass. Genom ökad samverkan med bl a näringsliv och akademi gör vi oss i högre utsträckning kända och valbara för globala aktörer utan särskild koppling till Göteborg.

Vi ska också sträva efter att vara den destination i Europa som bäst attraherar internationellt ledande företag inom evenemangsutveckling, och som samtidigt använder evenemangsstaden som testarena.

## **Få befintliga arrangemang att expandera i format**

Vi har en enastående plattform av återkommande arrangemang i staden, i allt från idrottsevenemang och festivaler till mässor, möten och event som kanske inte i sig själva skulle definieras som evenemang. Men då gränserna blir allt mer flytande och behovet av upplevelsehöjd alltmer generellt finns en stor potential i få befintliga arrangemang att expandera i format. Att göra mässor till festivaler och komplettera möten med evenemang.

## **Skapa grogrund för nya hållbara evenemang**

Stora evenemang börjar oftast som små, och betydelsen att främja mindre eller nystartade evenemang för att skapa långsiktig tillväxt i evenemangskalendern kan inte nog understrykas. Vi behöver stärka ett gynnsamt start up-klimat för nya evenemang och skapa modeller för tillväxtstöd för att få befintliga evenemang att växa.

En särskilt växande del av evenemangskartan är näringslivets egna evenemang, ofta hybrider mellan möten, utbildningar, lanseringar och event. Göteborg är en utmärkt arena för sådana möten och för att få dem att växa till självständiga, unika, årligen återkommande evenemangskoncept.

Många aktörer som bjuder in eller själva arrangerar internationella möten har behov av resurser och kunskap om legacy-utveckling. Här finns stor potential att i samverkan bidra till ökad verkningsgrad.

## **Säkra kompetensförsörjning**

Evenemangsstaden Göteborg behöver systematiskt bidra till säkrad kompetens och utveckla förutsättningar för framtida kompetensförsörjning, i nära samverkan med utbildningsaktörer (skolor) liksom utvecklingsansvariga inom kompetensområdet (GR, Visita) etc – och med aktörerna i näringen.

Vi ska verka för att evenemangsstaden Göteborg upplevs som en föregångare i fråga om såväl kompetensutveckling som arbetsmarknads- och näringslivsvillkor.



# **UPPLEVELSEHÖJD**

## **Värva stort – och rätt**

Välkända engångsevenemang är viktiga. Vi ska identifiera och värva evenemang som lyfter Göteborg i enlighet löftet om en Hållbar stad - öppen för världen. För att lyckas med detta ska vi ta fram en plan för önskade evenemang fram till 2030, effektivisera våra processer och säkerställa långsiktig finansieringsmodell.

## **Erbjud fantastiska mötesplatser**

Göteborg ska vara en arena för alla sorters evenemang, i hela staden, under hela året. För detta krävs lokaler, anläggningar, arenor, miljöer och områden som svarar upp mot de behov som följer av denna strategis ambitiösa målsättning, liksom nära samverkan mellan stadens olika förvaltningar och aktörer inom näringen för att optimera upplevelseåret i stadens offentliga rum.

## **Utveckla unika mötesformat**

Förväntan på upplevelsehöjd och unika mötesformat ökar drastiskt, såväl fysiskt som

digitalt. Som effekt av Covid19 har förändringstakten exploderat när det gäller utveckling av nya digitala koncept för upplevelser. Med ständig utgångspunkt i staden som arena ska vi också säkerställa att vi är i framkant gällande utveckling av hybridmöten och digitala deltagare, inte minst för ett tillgänglighetsperspektiv.

### Skapa genomslag utan motsvarighet

Med en särskild förmåga att nyttja digitala verktyg och möjligheter, jämte att bygga kraftfulla communitys genom starka relationer och hög relevans skapas förutsättningar för engagemang och involvering - före, under och efter (eller hela tiden emellan) genomföranden. Genom nätverk och samverkan på alla nivåer och med kommunikationskompetens i ständig framkant skapas kännedom och genomslag i en egen klass för evenemang i Göteborg.

### Gör evenemang i Göteborg oslagbara och oflyttbara

Genom målmedvetet och uthålligt arbete för att göra evenemang i Göteborg oslagbara ifråga om upplevelsehöjd och förändringseffekter utifrån staden Göteborgs förutsättningar att vara en provkörningsarena för hållbar omställning, blir de så sammanlänkade med stadens atmosfär, infrastruktur och innovationskraft att de också kommer att upplevas oflyttbara.



## Engagemangseffekter

I en värld med allt mer tillgänglig information, i en tid av allt snabbare omställning och med ett program som siktar tio år framåt i tiden är det praktiskt taget ogörligt att slå fast alltför detaljerade mätpunkter.

Övergripande för hela denna strategi är att bistå staden Göteborg att komma först till framtiden och förlösa förmågan att uppnå radikal förändring genom att skapa



samverkanskraft utifrån en gemensam idé om *livet som vi vill leva det* – i varje del av staden och destinationen.

Målbilden är att Göteborg blir en omtalad förebild för att använda evenemang som drivare för helande stadsutveckling och erkänt världsledande inom hållbar evenemangsutveckling.

Genom djup inkludering, brett medskapande och en utpräglad förmåga att samverka med boende, verkande och besökande i lokala communities skapas en global open source-plattform för hållbar samhällsutveckling, där evenemang pågår både fysiskt och digitalt, och i lika utsträckning under genomförande som däremellan.



## HÅLLBAR UTVECKLING OCH OMSTÄLLNING

Vi vill erövra positionen "evenemangsstaden för att provköra hållbara framtider – och få hållbar förändring att hända".

Vi vill därför för varje evenemang stimulera och utvärdera förväntad förändring, och vi vill i varje evenemang påvisa hur vi utmanat hållbarhetsbegreppet i alla dimensioner.

Vi vill genom denna positionering också aktivt bidra till att uppnå staden Göteborgs positionering *Hållbar stad – öppen för världen*.

### **Social utveckling**

Utifrån den fundamentala målsättningen att evenemang ska skapa hållbar förändring uppstår en god spiral som i stora delar bidrar till att förverkliga sig själv: Genom hållbara evenemang som skapar hållbar förändring skapas en mer hållbar stad; en stad som består av engagerade invånare och medarbetare som skapar hållbara evenemang och upplevelser, och driver förändring för ett mer hållbart liv. En jämlik stad där invånarna har god hälsa och mår bra.

### **Klimat och miljö**

Vi arbetar långsiktigt och tillsammans inom staden och i partnerskap för att utveckla sätt att maximera positiva effekter och neutralisera negativa effekter evenemang. Vi ska inom evenemangsstaden ständigt förbättra och utvärdera hållbarhetsarbetet och verka för att inspirera andra till mer hållbara val.

Vårt mål är att Göteborg ska vara klart hållbarhetsledande vad gäller evenemangs klimatpåverkan, och en föregångsarena för klimatpositiva metoder och modeller.

### **Legacy**

En avgörande faktor för Göteborgs framgångar som evenemangsstad har varit ett tidigt fokus på bestående och värdeskapande resultat även efter genomfört evenemang, såväl för arrangemanget som för staden. Genom ännu starkare fokus och strukturerat

utvecklingsarbete ska Göteborg ta en starkare position som omtalad föregångare för värdeskapande förändring genom evenemang.



## ATTRAKTIONSKRAFT

Evenemang bidrar till stärkt attraktionskraft i många perspektiv avseende omvärldens syn på Göteborg som destination, såsom näringslivets vilja att investera, talangers vilja att verka och resenärers lust att besöka – på kort och lång sikt.

### Samhörighet & stolthet

Involvering och samskapande i egna eller andras evenemang är något av nutidens föreningsliv, och en framgångsfaktor för att göra göteborgarna till stolta och delaktiga ambassadörer för destinationen och stadens utveckling.

### Medialt genomslag

Medialt genomslag handlar både om hur vi som evenemangsstad skapar uppmärksamhet runt genomföranden, men också om hur evenemangen i sig själva sprider bilden av Göteborg. Att mäta evenemangsstadens mediala genomslag är en självklarhet då synlighet är en förutsättning för attraktion och varumärkesbygge.



## Ekonomiska effekter

Ekonomiska effekter omfattar investering och risk, direkta intäkter för branschen och för evenemanget självt. Näringslivets direkta intäkter, omsättning, beläggningsgrad och sysselsättning är viktiga nyckeltal för att mäta effekt av satsningar.

Vid sidan av de direkta intäkterna spelar de lokala turistekonomiska effekterna stor roll för staden. Inte minst i perspektivet hur de skapar jobb inom hotell, restaurang/service, upplevelser och shopping. Effekt på längre sikt är att bidra till en hållbar besöksnäring, beundrad för dess innovationsförmåga, hållbara tillväxt och goda arbetsförhållanden.

Ytterligare betydelsefullt ekonomiskt värde uppstår av evenemangens preventiva effekter, liksom genom dess legacy för bestående förändring.