

Tjänsteutlåtande

Utfärdat 2021-02-17

Diarienummer 0133/21

Handläggare

Peter Grönberg

Telefon:031-368 40 00

E-post: peter.gronberg@goteborg.com

Julstaden Göteborg – Analys och planering 2021

Förslag till beslut

Styrelsen föreslås besluta;

1. Information om Julstaden Göteborg antecknas.
2. Tjänsteutlåtandet översänds till kommunstyrelsen för kännedom.

Sammanfattning

Föreliggande tjänsteutlåtande ger en introduktion till Julstaden Göteborg, en analys av 2020-års genomförande samt beskrivning av alternativ till genomförande 2021 samt finansiering.

2020 års upplaga av Julstaden Göteborg såg ett bredare utbud av upplevelser än tidigare år och en tidig analys visar på ett välbesökt evenemang som bedöms ha skapat stora värden för göteborgarna, staden och näringslivet. Budget år 2020 uppgick till 10,5 mkr, jämfört med 5,2 mkr 2019.

Göteborg & Co planerar i dagsläget för ett genomförande av Julstaden i likhet med 2019, med en grundfinansiering om ca 5,2 mkr. Genomförandet inkluderar körsång (sjungande julgranen), viss ljussättning i stadsrummet samt marknadsföringsinsatser. Efterfrågas ett genomförande i likhet med 2020 års upplaga av Julstaden önskar bolaget besked i frågan samt finansiering senast vecka 17 för att säkerställa detta.

Bolagets bedömning är att ett genomförande i jämförelse med år 2020 kräver finansiering om 6 mkr utöver bolagets egen grundfinansiering om 5,2 mkr. Önskas ett ytterligare utvecklat genomförande som t.ex. inkluderar konserter på stadens torg, beräknas detta kräva finansiering om 8 mkr utöver bolagets grundfinansiering.

Bedömning ur ekonomisk dimension

Under senare år har ett ordinarie genomförande av Julstaden finansieras av en årlig budget om ca 5,2 mkr, vilken bekostas av Göteborg & Co:s uppdragsersättning. Av budget om 5,2 mkr utgörs ca 4 mkr av marknadsföringskampanjer och resterande 1,2 mkr fördelas på evenemang i form av körsång (sjungande julgranen) inklusive uppbyggnad och lagerförvaring av scenutrustning samt ljussättning av träd och broar i stadsrummet.

Julstaden 2019	
Insats	Kostnad
Marknadsföring	4 000 tkr
Körsång (sjungande julgranen inkl. uppbyggnad och lagerförvaring)	850 tkr
Ljussättning i stadsrummet	350 tkr
Summa	5 200 tkr

Med bakgrund av pågående pandemi fattade styrelsen för Göteborg & Co 2020-06-02 beslut om att inte genomföra Kulturkalaset i den form som vanligtvis görs, utan istället nyttja 4,8 mkr från Kulturkalaset budget till förmån för finansiering av en utökning av Julstadens omfattning. I bakgrund till beslutet låg även bedömning att tillvägagångssättet möjliggjorde för fler personer att delta och nyttja det utbud som kan rymmas inom ett genomförande av Julstaden och att omfördelningen skulle ge ett större mervärde för såväl göteborgaren som för staden och näringslivet.

Under hösten fattades även beslut från kommuncentralt håll att tillskjuta medel om 4 mkr i syfte att utöka Julstadens aktiviteter och generella omfattning.

En första sammanlagd budget för Julstaden 2020 uppgick under hösten till 14 mkr.

Som en direkt konsekvens av pandemins fortsatta framfart och hårdare restriktioner, reviderade bolaget plan och budget för genomförande av Julstaden och anpassade planerade aktiviteter till rådande restriktioner.

Efter reviderad genomförandeplan uppgick budget för Julstaden 2020 till 10,5 mkr.

Nedan redovisas faktiskt genomförda insatser utöver basverksamhet, samt tillhörande finansiering.

Julstaden 2020	
Insats	Kostnad
Körsång från Vallgraven (Göteborgs Ungdomskör från Paddanbåt)	450 tkr
Körsång från häst & vagn (Julkvartetten i häst och vagn på Avenyn)	200 tkr
Ljuskonstpromenad - 9 Ljuskonstverk från Amsterdam Light Art Collection	4 200 tkr
Digitala konserter/poesi/teater/film etc.	400 tkr
Social satsning med Stadsmissionen (Tillitsbutik på Vallgatan – second hand med varor och soppa som prissätts av kund)	400 tkr

Julstaden 2020	
Avbokningskostnader (inkl. isbana som kan nyttjas 2021)	850 tkr
Marknadsföring	4 000 tkr
Summa	10 500 tkr

Göteborg & Co står inför ett genomförande av Julstaden 2021 med en grundfinansiering om ca 5,2 mkr. En sådan finansiering möjliggör ett firande jämförbart med 2019, vilket inkluderar körsång (sjungande julgranen), viss ljussättning i stadsrummet samt marknadsföringsinsatser. Bolagets bedömning är att ett genomförande i jämförelse med år 2020 kräver finansiering om 6 mkr utöver bolagets egen grundfinansiering om 5,2 mkr. Önskas ett ytterligare utvecklat genomförande som t.ex. inkluderar konserter på stadens torg, beräknas detta kräva finansiering om 8 mkr utöver bolagets grundfinansiering.

Bedömning ur ekologisk dimension

Julstaden arbetar aktivt för att minska miljöbelastningen och uppfyller Svensk Miljöbas standard för miljödiplomering. Göteborg & Co uppmanar och ställer krav på att samtliga leverantörer använder produkter med låg energiförbrukning så långt det är möjligt. Samtliga leverantörer ska även inneha en miljöpolicy för den egna verksamheten samt ange om de har en miljödiplomering eller annan miljömärkning. Transporter ska arrangeras så att miljöpåverkan blir så liten som möjligt. All el som används kommer från förnyelsebara källor och ljussättningarna bygger på energisnåla LED-armaturer. Jul på Liseberg drivs dessutom helt av vindkraft. Julstadens tryckta material är miljömärkt och det förs statistik över restupplagor för att optimera upplagornas storlek. Det förs även statistik över elförbrukningen och bolaget arbetar för återbruk av material och för att minimera avfallsmängden.

Merparten av julstadens utbud, särskilt under 2020, genomförs i utomhusmiljö, vilket skapar möjlighet att i högre utsträckning nyttja grönområden och offentliga rum i stadsmiljön än vanligt under årstiden. Julstaden är traditionellt sett välbesökt av göteborgarna och boende i närområdet.

Bedömning ur social dimension

Ett av Julstadens mål är att skapa mötesplatser för en tryggare och mänskligare stad, där alla känner sig välkomna. I undersökningen "Ett bättre city" visar resultatet av frågeställningen kring förslag till förbättringar av citykärnan att 80% anser det vara viktigt eller mycket viktigt med mer belysning och ljusinstallationer under höst och vinter. En central del av Julstadens genomförande inbegriper olika typer av ljussättning, bl.a. i form av konstinstallationer, vilket skapar trygga offentliga rum, julstämning och mötesplatser. Ljussättningen skapar även nya flöden och stråk av människor i den centrala stadsmiljön, vilket i sin tur skapar trygghet, liv och rörelse i stadsbilden.

Kören "Den sjungande julgranen" och ljusmötesplatserna är kostnadsfria och tillgängliga för alla, vilket förväntas locka besökare från flera delar i staden. Ett kostnadsfritt utbud möjliggör kulturupplevelser för samtliga socioekonomiska samhällsgrupper, samt möjligheter för en mångfald grupperingar att samlas och uppleva evenemang under

likartade förhållanden. Den senaste besökarenkäten från 2018 visade att nio av tio besökare känner sig välkomna till Julstaden Göteborg och att de är väldigt nöjda med värdskap och bemötande.

De promenadstråk med närhet till grönområden som skapas förväntas bidra till positiva effekter för folkhälsan.

Samverkan

Julstaden Göteborg är ett samarbete mellan staden, fastighetsägare och näringsidkare med projektledning av Göteborg & Co.

Ärendet

Styrelsen för Göteborg & Co har att fatta beslut om att anteckna informationen i föreliggande tjänsteutlåtande samt att översända den till kommunstyrelsen för kännedom.

Bakgrund

Julstaden Göteborg skapades 2004 med syftet att mellan mitten av november till början av januari stärka säsongen och öka attraktionskraften för staden som juldestination. Julstaden är ett samarbete mellan Göteborgs Stad, fastighetsägare och näringsidkare under projektledning av Göteborg & Co. Utöver Göteborg & Co:s ljussättningar ombesörjer flera föreningar/aktörer i centrum tillsammans med sina fastighetsägare ljussättning av sina respektive områden. Julstaden har sedan starten 2004 genomgått åtskilliga förändringar och bolagets roll har under åren gått mer mot en möjliggörare, bortsett från 2020 då bolaget agerade i en mer operativ roll.

Julen anses vara högsäsong för destinationen och Julstaden Göteborg har varit ett framgångsrikt koncept under en längre period. På senare år har Göteborg & Co skalat ner aktiviteter och ljussättning p.g.a. begränsad finansiering. En nationell omvärldsbevakning visar att många städer, inte minst övriga storstadsområden, runt om i landet satsar stora resurser på liknande evenemang vilket utmanar Göteborgs position inom segmentet.

2019 omfattades Julstaden av en budget om ca 5,2 mkr, vilken rymdes inom Göteborg & Co:s uppdragsersättning. Av budget om 5,2 mkr utgjordes ca 4 mkr av marknadsföringskampanjer och resterande 1,2 mkr fördelades på evenemang i form av körsång (sjungande julgranen) inklusive uppbyggnad och lagerförvaring av scenutrustning samt ljussättning av träd och broar i stadsrummet.

Julstaden 2019	
Insats	Kostnad
Marknadsföring	4 000 tkr
Körsång (sjungande julgranen inkl. uppbyggnad och lagerförvaring)	850 tkr
Ljussättning i stadsrummet	350 tkr
Summa	5 200 tkr

Bolagets bedömning

Julstaden 2020

Besöksnäringen är en av de branscher som drabbats hårdast av pandemins konsekvenser under 2020. De restriktioner som rör reseförbud till och från Sverige, begränsad rörlighet nationellt samt kraftiga begränsningar av antal deltagare vid allmänna sammankomster och offentliga tillställningar har inneburit stora utmaningar för näringen och inte minst bolagen inom TKE-klustret som verkar i branschen i olika avseenden. Liseberg har under

året inte haft möjlighet att bedriva verksamhet, vilket även innebar en utebliven julsäsong för bolaget.

Till följd av beslut om fortsatta restriktioner och begränsning av antal deltagare vid allmänna sammankomster fattade styrelsen för Göteborg & Co beslut 2 juni 2020 om att inte genomföra Kulturkalaset i den form som vanligtvis görs, utan som alternativ nyttja 4,8 mkr från Kulturkalasets budget till förmån för finansiering av en utökning av Julstadens verksamhet. Som grund till beslutet låg bedömning att tillvägagångssättet möjliggjorde för fler personer att delta och nyttja det utbud som kan rymmas inom ett genomförande av Julstaden och att omfördelningen skulle ge ett större mervärde för såväl göteborgaren som för destinationen och näringen.

Under hösten fattades även beslut från kommuncentralt håll om att tillskjuta medel om 4 mkr i syfte att utöka Julstadens aktiviteter och generella omfattning.

En första sammanlagd budget för Julstaden 2020 uppgick till 14 mkr.

Göteborg & Co planerade under hösten för ett genomförande i linje utifrån fastställd budget, vilket omfattade en till stor del nya aktiviteter och initiativ. Planeringen utgick från kännedom om de förutsättningar som fanns kring pandemins framfart och samhällsliga restriktioner. Under hösten 2020 ökade smittspridningen i samhället vilket gav upphov till hårdare restriktioner. Som en direkt konsekvens reviderade bolaget plan och budget för genomförande av Julstaden och anpassade planerade aktiviteter till rådande restriktioner.

Efter reviderad genomförandeplan uppgick budget för Julstaden 2020 till 10,5 mkr.

Nedan redovisas faktiskt genomförda insatser utöver basverksamhet, samt tillhörande finansiering.

Julstaden 2020	
Insats	Kostnad
Körsång från Vallgraven (Göteborgs Ungdomskör från Paddanbåt)	450 tkr
Körsång från häst & vagn (Julkvartetten i häst och vagn på Avenyn)	200 tkr
Ljuskonstpromenad - 9 Ljuskonstverk från Amsterdam Light Art Collection	4 200 tkr
Digitala konserter/poesi/teater/film etc.	400 tkr
Social satsning med Stadsmissionen (Tillitsbutik på Vallgatan – second hand med varor och soppa som prissätts av kund)	400 tkr
Avbokningskostnader (inkl. isbana som kan nyttjas 2021)	850 tkr
Marknadsföring	4 000 tkr
Summa	10 500 tkr

Från utvärdering av 2020 års Julstad kan slutsatser dras om ett ökat besöksantal än tidigare samt ett högre medelt värde.

Besökantalet i Trädgårdsföreningen, i vilken ljuskonstpromenaden tar sin början, uppmättes till 72 000 besökare mellan 1 och 22 december, vilket kan jämföras med 64 000 under hela december 2019. Ljuskonstpromenaden var december månads enskilt mest besökta sida på www.goteborg.com med nästan 50 000 unika sidvisningar. Totala antalet unika sidvisningar för Julstaden var nästan 130 000, vilket överträffar tidigare års siffror. Trafiken på www.goteborg.com var 63% högre under december än under november 2020, dock likväl 40% lägre än i december 2019, vilket kan härledas till pandemins effekter. Totalt publicerades 51 artiklar om Julstaden, bl.a. från Expressen och Aftonbladet. Främst publicerades artiklar på lokal nivå. Julstadens marknadsföringskampanj lanserades digitalt på flera plattformar under fem veckor i en radie på 0-30 mil från Göteborg exklusive Skåne. Kampanjen nådde bland annat 1,2 miljoner personer på Facebook och Instagram och hade nära 9 000 interaktioner. Genom utomhustavlor i Göteborg under fyra veckor beräknas att kampanjen nådde 87% av göteborgarna.

På grund av för stort antal besökare i förhållande till restriktioner av antal deltagare vid allmänna sammankomster och offentliga tillställningar, fattades beslut om att avsluta körsång från vallgraven fyra dagar i förtid. Även ljuskonstverkan behövde släckas ner tidigare än tänkt på grund av för stort antal besökare.

Framåtriktat arbete

Värden

Julstaden arbetar aktivt för att minska miljöbelastningen och uppfyller Svensk Miljöbas standard för miljödiplomering. Krav ställs på att samtliga leverantörer inom ramen för Julstaden innehar en miljöpolicy för verksamheten samt anger om de har en miljödiplomering eller annan miljömärkning. Utöver detta ställs höga krav på såväl transporter och elanvändning som tryckt material. Merparten av julstadens utbud, särskilt under 2020, genomförs i utomhusmiljö, vilket skapar möjlighet att i högre utsträckning nyttja grönområden och offentliga rum i stadsmiljön än vanligt under årstiden.

Ett av Julstadens mål är att skapa mötesplatser för en tryggare och mänskligare stad, där alla känner sig välkomna. En central del av Julstadens genomförande inbegriper olika typer av ljussättning, bl.a. i form av konstinstallationer, vilket skapar trygga offentliga rum, julstämning och mötesplatser. Ljussättningen skapar även nya flöden och stråk av människor i den centrala stadsmiljön, vilket i sin tur skapar trygghet, liv och rörelse i stadsbilden.

Kören ”Den sjungande julgranen” och ljusmötesplatserna är kostnadsfria och tillgängliga för alla, vilket förväntas locka besökare från flera delar i staden. Ett kostnadsfritt utbud möjliggör kulturupplevelser för samtliga socioekonomiska samhällsgrupper, samt möjligheter för en mångfald grupperingar att samlas och uppleva evenemang under likartade förhållanden. Den senaste besökarenkäten från 2018 visade att nio av tio besökare känner sig välkomna till Julstaden Göteborg och att de är väldigt nöjda med värdskap och bemötande.

Undersökning av framtidens stadskärna ”Ett bättre city”

Inom ramen för samverkans- och förändringsprojekt 'Ett bättre city', vilket koordineras av Göteborg & Co och Business Region Göteborg, genereras insikter och slutsatser om hur hem, arbete, fritid, konsumtion och resandet kommer att se ut under 2020-talet. I undersökningens frågeställning kring förslag till förbättringar av citykärnan anger 80% att det är viktigt eller mycket viktigt med mer belysning och ljusinstallationer under höst och vinter. 60% av de tillfrågade anser det viktigt eller mycket viktigt med mer kultur i form av levande musik och uppträdanden under större delar av året.

Slutsats

Göteborg & Co bedömer potentialen för Julstaden som evenemang som god och ser även stora möjligheter till förädling av dess värden. Julen som säsong bedöms fortsatt vara framgångsrik och kan förväntas växa i takt med den utveckling som observerats under tidigare år. Med bakgrund av att pandemin förväntas avta under året, finns anledning att anta att Julstaden 2021 skulle bli särskilt framgångsrik.

Göteborg & Co planerar i dagsläget för ett genomförande av Julstaden i likhet med 2019, med en grundfinansiering om ca 5,2 mkr. Genomförandet inkluderar körsång (sjungande julgranen), viss ljussättning i stadsrummet samt marknadsföringsinsatser. Efterfrågas ett genomförande i likhet med 2020 års upplaga av Julstaden önskar bolaget besked om detta samt finansiering senast vecka 17.

Vid en önskan om genomförande i likhet med 2020 har bolaget arbetat fram en plan för utveckling av evenemanget och de delar som anses särskilt framgångsrika samt som kompletterar det utbud som redan existerar. Detta inkluderar en utveckling av ljuskonstverk, aktiviteter som kompletterar Jul på Liseberg och breddar dess målgrupp, utvecklad ljussättning i stadsrummet samt trygga, kostnadsfria aktiviteter för alla göteborgare. I kombination med detta kan satsningar på t.ex. isbana, konst- och kulturupplevelser och körsång i kombination med marknadsföring av stadens matutbud locka bl.a. medelålders och äldre par, vilket är en köpstark målgrupp. I dagsläget förutsätts Jul på Liseberg kunna genomföras 2021, vilket är en central del av Julstaden Göteborg.

Vid exekvering av en sådan plan behöver delar av utbudet, bl.a. rörande ljuskonstverk bokas mellan veckorna 17-20 för att säkerställa leverans. Utöver detta krävs planering tillsammans med berörda aktörer under våren för att optimera platser, aktiviteter, kostnader etc, bl.a. Park- och naturförvaltningen och Trafikkontoret.

Bolagets bedömning är att ett genomförande i jämförelse med år 2020 kräver finansiering om 6 mkr utöver bolagets egen grundfinansiering om 5,2 mkr. Önskas ett ytterligare utvecklat genomförande som t.ex. inkluderar konserter på stadens torg, beräknas detta kräva finansiering om 8 mkr utöver bolagets grundfinansiering.

Peter Grönberg, VD