

**Styrelsehandling**

Utfärdat 2021-12-01

Diarienummer0173-21

Handläggare

Lena Lundblad

Telefon: 031-7743712

E-post: lena.lundblad@p-bolaget.goteborg.se

## Yttrande över Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling 2022-2030

### Förslag till beslut

I styrelsen för Göteborgs Stads Parkeringsaktiebolag

Styrelsen beslutar att som eget yttrande översända denna handling till Göteborg &amp; Co.

### Sammanfattning

Göteborg & CO AB har remitterat förslag till Program för besöksnäringens utveckling 2022-2030 till bland annat Göteborgs Stads Parkering AB med sista svarsdag 1 februari 2022.

Göteborgs kommunfullmäktige beslöt vid sammanträde 2018-02-22, §36 att fastställa Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030. En första revidering av programmet planerades att ske 2023. Det globala utbrottet av covid-19 har dock gett tydliga och allvarliga effekter på besöksnäringen över hela världen och har fått redan tidigare kända trender inom exempelvis digitalisering, konsumtions- och resmönster att förstärkas och accelerera. Dessa förändringar har gett behov av en tidigare lagd översyn av målbild och strategier i programmet. Förslaget har utarbetats av Göteborg & Co i bred samverkan med besöksnäring, akademi, näringsliv och offentliga verksamheter.

Programmets målbild har tre *huvudinriktningar* som beaktar de tre hållbarhetsdimensionerna. Huvudinriktningarna delas i sin tur upp efter tre *perspektiv*; besöka, leva och verka. Förutom målbild och mål innehåller programmet fem tvärgående *strategier*. Arbetet i strategierna relaterar och bidrar på olika sätt till de tre huvudinriktningarnas perspektiv och dess mål. Bolaget bedöms beröras främst av mål 2 ”Besökarna gör hållbara val och den totala klimatpåverkan minskar” samt strategin ”Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur”. För denna strategi är bolaget utpekad som ”viktig aktör” och bedöms ha rådighet över områden inom denna strategi.

Bolaget ombeds besvara ett antal frågor i sitt remissvar enligt en särskild mall. Bolagets remissvar framgår därför av bilaga 2. Enligt bolagets bedömning har programmet, utifrån vad som beskrivs, tagits fram med utgångspunkt i en bred analys av påverkande omvärldsfrågor och lokala och regionala förutsättningar och föreslagna mål, perspektiv och strategier bör därför väl spegla de relevanta inriktningar som är viktiga för staden i syfte att nå aktuella mål. Bolaget ser inget behov av komplettering eller justering av föreslaget program och bedömer att de gemensamma inriktningarna tydliggörs genom föreslagna mål och att strategierna bedöms leda till måluppfyllelse. Bolaget vill dock framhålla att det för god måluppfyllelse krävs samlade insatser från stadens olika

nämnder och styrelser och att styrningen och ledningen av olika insatser som bedöms komma att leda till programmets målsättningar förverkligas är mycket viktig. Bolaget bedömer att ett liknande arbetssätt som det som tillämpats för framtagandet av gemensamma handlingsplaner och aktiviteter för att uppnå målsättningarna i Näringslivsstrategiska programmet med fördel skulle kunna tillämpas.

### **Bedömning ur ekonomisk dimension**

Bolaget har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension ur bolagets perspektiv.

### **Bedömning ur ekologisk dimension**

Genom sitt utpekade uppdrag och sina förutsättningar kring möjligheter att erbjuda såväl boende som besökare elladdning har bolaget möjlighet att bidra till programmets målsättning om Göteborg som en hållbar destination. Detsamma gäller möjligheterna att minska söktrafiken efter en ledig parkeringsplats.

### **Bedömning ur social dimension**

Bolaget har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension ur bolagets perspektiv.

## **Bilagor**

- 1 Remissversion av Programmet för besöksnäringens utveckling 2022-2030
- 2 Remissvar enligt mall Göteborgs Stads Parkering AB

## Ärendet

Göteborg & Co AB har remitterat förslag till Program för besöksnäringens utveckling 2022-2030 till bland annat Göteborgs Stads Parkering AB med sista svarsdag 1 februari 2022.

Ärendet utgör Göteborgs Stads Parkering ABs remissvar.

## Beskrivning av ärendet

### Bakgrund

Göteborgs kommunfullmäktige beslöt vid sammanträde 2018-02-22, §36 att fastställa Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030 (besöksnäringens programmet). Vidare beslöts att programmet ska utvärderas en gång per mandatperiod. Göteborg & Co uppdrogs även att vid behov återkomma till kommunfullmäktige med förslag på anpassningar eller förändringar av programmet. En ursprunglig tidplan gav att en första revidering av programmet skulle genomföras under år 2023 och översändas för beslut i kommunfullmäktige vid årsskiftet 2023/2024.

Mot bakgrund av globala utbrottet av covid-19, som fått tydliga och allvarliga effekter på besöksnäringen över hela världen, aktualiserades en revidering tidigare än planerat. En av effekterna av coronapandemin har varit att redan tidigare kända trender inom exempelvis digitalisering, konsumtions- och resmönster förstärkts och accelererats. Förändringarna har belyst behovet av en översyn av målbild och strategier i Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030, i syfte att tjäna som långsiktigt styrdokument för stadens roll i utvecklingen av en besöksnäring i förändring.

En tidigare lagd revidering av programmet har därför initierats, för att spegla och omhänderta de omställningar och riktningförändringar som besöksnäringen står inför och Göteborg & Co styrelse beslöt 2021-02-08 §11 att ge vd i uppdrag att påbörja revidering av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030.

Förslaget har utarbetats av Göteborg & Co i bred samverkan med besöksnäring, akademi, näringsliv och offentliga verksamheter. I arbetet har omvärldsanalyser genomförts, information och inspel från olika intressentgrupper har samlats in, bearbetats och förankrats. En tjänstemannastyrgrupp har formerats för förankring i stadens förvaltningar och bolag.

I programmet identifieras nämnder och styrelser som har en särskild roll i respektive strategi. Nämnder och styrelser som benämns som "viktiga aktörer" är i olika grad särskilt berörda av, och råder över, områden som är centrala för strategins framdrift. Att vara utpekad som viktig aktör innebär att, utifrån sitt grunduppdrag, över tid aktivt delta i det gemensamma arbetet med programmet. Göteborgs Stads Parkering AB är utpekad som viktig aktör för strategin *Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur*, se nedan.

I programmet konstateras att staden behöver fördjupa och utveckla sin interna samverkan kring besöksnäringens frågor samt vårda och stärka samverkan med besöksnäringens aktörer. Programmet syftar till att visa riktningen lokalt och regionalt.

Det konstateras också att det behövs pedagogiska moment och tydliga hänvisningar kring hur stadens förvaltningar och bolag kan arbeta med besöksnäringens frågor inom ramen för

sina uppdrag och att kopplingar och beröringspunkter med stadens övriga styrdokument behöver stärkas.

### **Programmets utgångspunkter**

Ökat fokus på hållbarhet samt digitalisering lyfts som viktiga faktorer med stor påverkan på den framtida besöksnäringen. En balans mellan samtliga tre hållbarhetsdimensioner efterfrågas och bedöms vara den enskilt viktigaste strategiska frågan för besöksnäringen, såväl nationellt som internationellt. På såväl nationell som regional nivå riktas fokus allt mer mot att utveckla strategier och verktyg som skapar förutsättningar för ett mer strategiskt hållbarhetsarbete inom destinationsutveckling och besöksnäring.

Ett ökat fokus på miljö och hållbarhet syns även på individnivå, där en ökad medvetenhet om de globala hållbarhetsutmaningarna påverkar konsumtionsmönster, beteenden och efterfrågan i besöksnäringen, vilket kan bedömas komma att leda till färre långväga resor och därmed ökad konsumtion av upplevelser på nära håll. Medvetenheten leder också till ökade förväntningar på hållbara alternativ gällande exempelvis boende, transport och hållbara upplevelser, sett ur alla tre hållbarhetsdimensioner.

Även en snabbt ökad digitalisering har påverkat konsumenters förväntningar på digital närvaro och integration i upplevelser. Det handlar om allt från när kunden gör sin bokning online, till önskan om realtidsinfo om köer på besöksmål, lediga parkeringsplatser och aktuell information om exempelvis väderanpassade aktiviteter eller pågående evenemang. Digitaliseringen har varit, och fortsätter att vara, en stark påverkansfaktor för besöksnäringens utveckling.

Även den globala spridningen av Covid-19 har lett till en samhällskris med radikalt förändrade förutsättningar för svenskt näringsliv, företagande och sysselsättning. Den globala pandemin har förstärkt redan tidigare kända trender som kan antas leda till bestående förändringar i konsumentbeteenden och resmönster som ökat hållbarhetsfokus, digitalisering och delningsekonomi. Detta påverkar besöksnäringens struktur och innebär både utmaningar och möjligheter.

Göteborg & Co har kartlagt ett antal fenomen och beteenden som kan antas få en långsiktig effekt och som näringens aktörer bedöms behöva förhålla sig till på ett strategiskt plan:

- Minskat affärsresande
- Sämre flygtillgänglighet
- Minskat långväga resande
- Ökat inhemskt resande
- Ökad digitalisering

Pandemins reserestriktioner har också lett till att allt fler upptäckt utbudet av upplevelser och besöksmål i sin närmiljö, både regionalt och nationellt. Detta intresse väntas leva kvar och ta marknadsandelar från det mer långväga resandet även efter pandemin.

### **Programmets målbild och strategier**

Programmets målbild har tre huvudinriktningar som beaktar de tre hållbarhetsdimensionerna - social, ekonomisk och ekologisk. Huvudinriktningarna delas i sin tur upp efter tre perspektiv; besöka, leva och verka. Inom varje perspektiv bryts målbilden ned i mätbara mål där hänsyn tagits till de tre hållbarhetsdimensionerna. Förutom målbild och

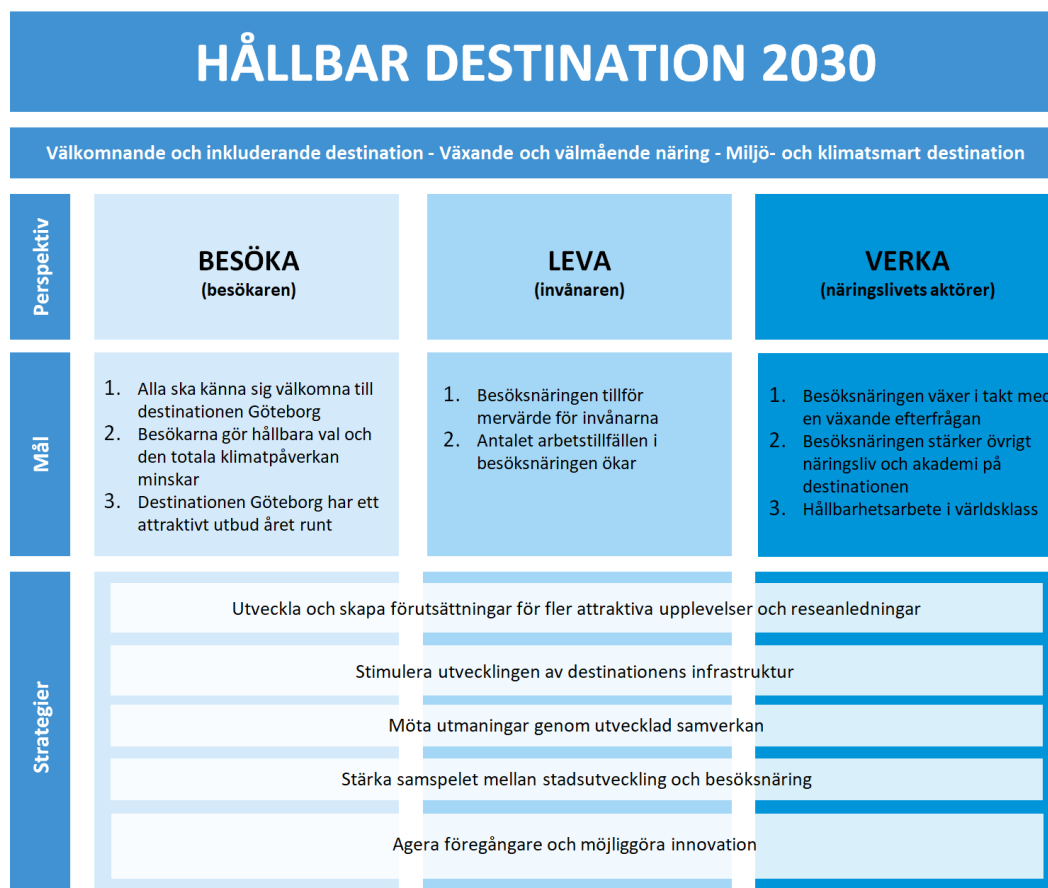
mål innehåller programmet fem tvärgående strategier. Arbetet i strategierna relaterar och bidrar på olika sätt till de tre perspektiven och dess mål.

*Programmets målbild: hållbar destination 2030*

“Destinationen Göteborg välkomnar och inkluderar. De som bor här trivs och besökaren vill komma tillbaka. Både invånare och besökare är medskapare i upplevelserna som destinationen erbjuder. Upplevelser finns året runt, i såväl naturens lugn som stadens puls. Här mår näringslivet gott, tänker nytt och tar ansvar. Jobbmöjligheterna i besöksnäringen är många och arbetsvillkoren schyssta. Vi jobbar miljösmart och resurseffektivt för ett klimatavtryck nära noll.

Destinationen Göteborg växer med staden, regionen och näringslivet i en global värld. Det gemensamma målet är att utveckla en ännu bättre plats att besöka, leva och verka i. Med omtanke om människor och miljö. “

Nedanstående bild sammanfattar målbilden med de tre dimensionerna, de tre perspektiven, de konkreta målen och de fem strategierna:



Följande mål och strategier beskrivs i programmet (här i något förkortad form) och är de som framförallt bedöms ha bäring på bolagets uppdrag:

### *Perspektiv: Besökaren*

#### *Mål 2: Besökarna gör hållbara val och den totala klimatpåverkan minskar*

Transporten till och från destinationen utgör ofta det största klimatavtrycket i samband med en resa. Ett sätt att skapa tillväxt i näringen, utan att öka antalet transporter till destinationen är därför att öka vistelselängden för tillresande besökare. När besökare stannar längre på destinationen konsumerar de mer av destinationens utbud samtidigt som befintlig infrastruktur utnyttjas mer effektivt. På detta sätt möjliggörs ekonomisk tillväxt i näringen, utan att det nödvändigtvis leder till fler transporter. Detta gäller särskilt för långväga resenärer. Ett annat sätt att minska klimatavtrycket till följd av besökarnas transporter är att i högre utsträckning vända sig till inhemska besökare och besökare från närregionen som inte behöver göra en lika lång resa för att ta sig till destinationen Göteborg.

Vid resa till en hållbar destination ska det även finnas förutsättningar att göra klimatsmarta konsumtionsval och ta del av hållbara upplevelser väl på plats. Det förutsätter dels ett hållbarhetsengagemang hos näringens aktörer, dels att hållbara alternativ tydligt kommuniceras för att uppmuntra besökaren att konsumera hållbart under hela sin vistelse. Det kan till exempel handla om att övernatta på ett miljöcertifierat hotell, äta på restauranger som serverar lokalproducerad ekologisk mat eller delta på hållbarhetsprofilerade evenemang.

#### *Strategi 2: Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur*

---

God tillgänglighet till destinationen via land, hav och luft är grundläggande för att möjliggöra besök. Klimatpåverkan från olika transportmedel utgör en av besöksnäringens största utmaningar. Som offentlig aktör på en destination, finns möjligheter att stödja expansionen av hållbar infrastruktur. Det gör Göteborgs Stad till exempel genom att stödja och ställa krav på exempelvis transportaktörers, arenaägares eller konferensanläggningars hållbarhetsarbete. Göteborg Stad kan även stimulera utvecklingen av smart mobilitet och skapa incitament för hållbara resor, såväl till som på destinationen och inkludera besöksnäringens och besökarens perspektiv, i stadens och regionens arbete med omställning till ett fossilfritt transportsystem.

---

Offentliga investeringar kan vid sidan om, eller i samverkan med, privata investeringar bidra till att utveckla destinationens attraktivitet och skapa förutsättningar för besöksnäringens utveckling och konkurrenskraft. Offentliga aktörer kan genom att beakta såväl medborgarnas som besöksnäringens behov genomföra samhällsnyttiga investeringar som både ökar livskvaliteten för medborgarna och skapar hållbar tillväxt inom besöksnäringen.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Utveckla stadens utbud av arenor, scener och anläggningar för såväl idrott som kultur, för bredd och spets, för daglig verksamhet och enstaka eller återkommande evenemang och möten.

- Stimulera och främja utvecklingen av hållbar infrastruktur och omställningen till hållbart resande.
- Verka för att möta efterfrågan på nya hotellrum och andra kommersiella boendeformer som camping och gästhamnar.
- Agera på regional och nationell nivå för att förbättra destinationens tillgänglighet främst via järnväg, men också via väg, vatten och flyg samt kollektivtrafik.
- Stärka och utveckla destinationens digitala infrastruktur som en förutsättning för en attraktiv, konkurrenskraftig och smart destination.

**Viktiga aktörer:** trafiknämnden, byggnadsnämnden, idrotts- och föreningsnämnden, kulturnämnden, park- och naturnämnden, Göteborgs Hamn AB, fastighetsnämnden, Higab AB, **Göteborgs Stads Parkerings AB**, miljö- och klimatnämnden, Business Region Göteborg AB, Got Event AB, Göteborg Energi AB, Göteborgs Spårvägar AB, Liseberg AB, Intraservice, Göteborg & Co AB.

### Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg

Göteborgs Stad råder i olika utsträckning över viktiga delar av destinationens besöksnäring. Genom att själv äga resurser som bidrar till besöksnäringen, genom att bedriva näringsverksamhet i stadens regi och genom att styra över samhällsutvecklande processer. Stadens nämnder och styrelser gör det möjligt för andra aktörer att utveckla verksamheter och företag och bidra med kreativa och innovativa lösningar. Därmed är alla en del av en helhet som utgör destinationens attraktivitet.



#### DIREKT RÅDIGHET

##### Kvalitetssäkra stadens egna verksamhet

Till exempel säkerställa att hållbar utveckling är i fokus inom alla stadens verksamheter kopplade till besöksnäring och destinationsutveckling.

#### INDIREKT RÅDIGHET

##### Skapa förutsättningar för hållbart agerande

Till exempel genom att underlätta för och uppmuntra att aktörer, invånare och besökare ska kunna göra hållbara val.

#### RÅDIGHET GENOM PÅVERKAN

##### Påverka aktörer, invånare och besökare att verka för hållbar utveckling

Till exempel genom att påverka och bidra i utvecklingen av lagstiftning och styrmedel på lokal, regional, nationell och internationell nivå.

### Bolagets bedömning

Göteborg & Co önskar att remissinstanserna besvarar följande frågeställningar i sitt yttrande:

- Övergripande synpunkter på programmets innehåll och struktur
- Eventuella förändringar eller tillägg av förslaget som anses nödvändiga ur verksamhetens/organisationens perspektiv
- Eventuella målkonflikter
- Om målen tydliggör riktningen för stadens gemensamma insatser
- Om strategierna bedöms leda till måluppfyllelse

Om remissinstansen är utpekad som viktig aktör är önskemålet att även följande frågor besvaras:

- Om ni upplever att er organisation är omnämnd inom relevant område och i rimlig omfattning.
- Om ni ser ytterligare kopplingar till strategier och målsättningar i stadens styrande dokument och/eller den egna organisationens uppdrag som inte fullt omhändertas i nuvarande förslag.

Göteborg & Co önskar även att en särskild remissmall används. Bolagets synpunkter framgår därför av bilaga 2 Remissvar enligt mall Göteborgs Stads Parkering AB.

Bolaget har i sina bedömningar utgått från bolagets uppdrag enligt ägardirektiv.

Lena Lundblad

Kristina Rejare

Avdelningschef Strategisk utveckling Vd