



# Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling 2022–2030

Hållbar destination 2030

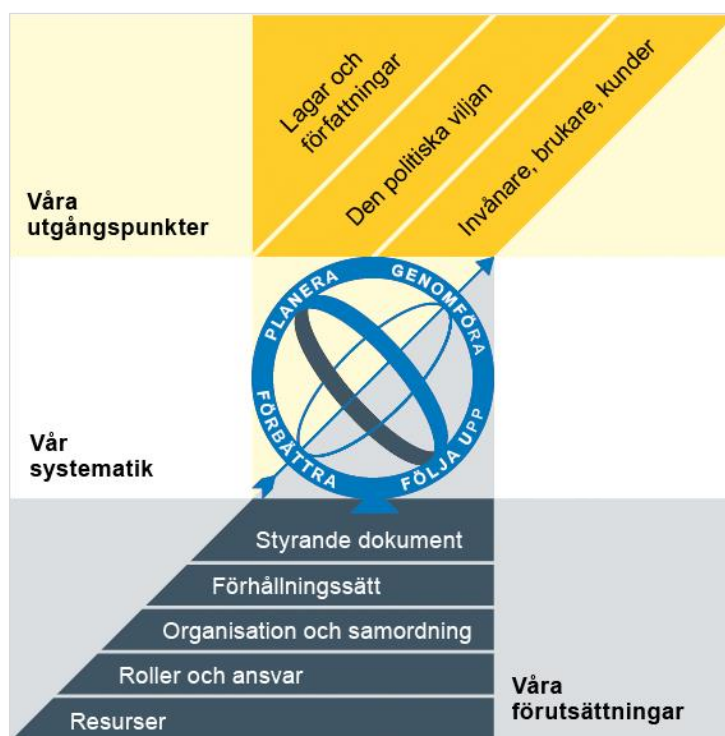


Planerande styrande dokument

Vision  
► Program  
Plan

## Göteborgs Stads styrsystem

Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.



## Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Dokumentnamn: [Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling 2022–2030](#)

Beslutad av: [Nämnd/styrelse/befattning]	Gäller för: [Text]	Diarienummer: [Nummer]	Datum och paragraf för beslutet: [Text]
Dokumentsort: [Dokumentsort]	Giltighetstid: [Giltighetstid]	Senast reviderad: [Datum]	Dokumentansvarig: [Funktion]
Bilagor: [Bilagor]			

# Innehåll

<b>Inledning</b> .....	<b>4</b>
Syftet med detta program .....	4
Vem omfattas av programmet .....	4
Bakgrund .....	4
Koppling till andra styrande dokument .....	4
Stödjande dokument .....	5
Genomförande av detta program .....	5
Uppföljning av detta program .....	6
<b>För en växande och välmående destination</b> .....	<b>7</b>
Turism och besöksnäring – begrepp och sammanhang .....	7
Göteborg - en destination i utveckling .....	7
Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg .....	8
Besöksnäringens utmaningar och möjligheter .....	8
Digitalisering .....	9
Hållbar destinationsutveckling .....	9
Delningsekonomi .....	9
Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden .....	10
Agenda 2030 och destinationens utveckling .....	10
<b>Målbild, mål och strategier för en hållbar destination</b> .....	<b>11</b>
Programmets målbild: hållbar destination 2030 .....	11
Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier .....	12
Programmets mål och indikatorer .....	13
Perspektiv: Besöka .....	13
Perspektiv: Leva .....	15
Perspektiv: Verka .....	15
<b>Strategier</b> .....	<b>18</b>

Strategi 1: Utveckla och skapa förutsättningar för fler attraktiva upplevelser och reseanledningar .....	18
Strategi 2: Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur.....	19
Strategi 3: Möta utmaningar genom utvecklad samverkan.....	21
Strategi 4: Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring.....	22
Strategi 5: Agera föregångare och möjliggöra innovation .....	23

REMISSVERSION

# Inledning

## Syftet med detta program

Destinationen Göteborg utgörs av Göteborgsregionens 13 kommuner. Göteborg har en central roll som drivkraft i destinationens besöksnäring. Detta program är Göteborgs Stads viljeyttring för att utveckla destinationens besöksnäring till 2030.

Programmet ska fungera som ett verktyg för Göteborgs Stads nämnder och styrelser och visa riktningen för hur besöksnäringen kan ges förutsättningar att växa och utvecklas. Programmet ska främja en ökad samverkan över kommungränserna och ses som ett gemensamt inriktningsdokument för alla 13 kommuner inom destinationen.

## Vem omfattas av programmet

Programmet gäller för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser. Programmet gäller för perioden 2022 till 2030.

## Bakgrund

Göteborgs kommunfullmäktige antog 2018-02-22 Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030. Göteborg & Co styrelse har i uppdrag att, i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser, initiera och leda arbetet med att förverkliga och implementera programmet. Göteborg & Co uppdrags också att utveckla handlingsplaner samt att en gång per mandatperiod utvärdera programmet och vid behov föreslå anpassningar och förändringar.

## Koppling till andra styrande dokument

Göteborgs Stads budget är överordnad alla andra styrande dokument. Förutsättningarna för besöksnäringens utveckling är beroende av många av stadens verksamheter. De delar som Göteborgs Stad kan påverka och bidra till, omfattar fler aspekter än de som omhändertas i detta programs strategier. Ett exempel är området kompetensförsörjning, en av besöksnäringens stora utmaningar. Kompetensförsörjning är ett strategiskt område i Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018–2035 och besöksnäringens behov omfattas av för det programmet framtagna handlingsplan.

Nedan visas ett urval av styrande dokument inom Göteborgs Stad som besöksnäringens programmet huvudsakligen relaterar till. En mer detaljerad beskrivning av hur programmets strategier kopplas till andra styrande dokument finns i bilaga 1, kapitel 6.

- Översiktsplan för Göteborgs Stad<sup>1</sup>
- Strategi för utbyggnadsplanering
- Grönstrategi för en tät och grön stad
- Trafikstrategin för en nära storstad
- Cykelprogram för en nära storstad
- Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram
- Göteborgs Stads friluftsprogram

---

<sup>1</sup> Förslag till ny Översiktsplan väntas beslutas under våren 2022

- Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program
- Göteborgs Stads program för en jämlik stad
- Göteborgs Stads plan för stärkta insatser mot rasism
- Göteborgs Stads plan för full delaktighet för personer med funktionsnedsättning
- Göteborgs Stads plan för att förbättra hbtq-personers livsvillkor
- Göteborgs Stads handlingsplan för de mänskliga rättigheterna
- Kulturprogram för Göteborgs Stad
- Göteborgs Stads innovationsprogram
- Utvecklad Jubileumsplan 2021–2023
- Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation
- Göteborgs Stads handlingsplan för digitalisering och IT

De styrande dokument som programmet har kopplingar till innehåller sammantaget ett stort antal mål. Potentiella målkonflikter mellan detta program och övriga styrande dokument omhändertas inom ramen för det efterföljande arbetet med utveckling och utarbetande av handlingsplaner. Förutom Göteborgs Stads styrande dokument förhåller sig programmet till strategier och styrdokument på nationell och regional nivå.

- Nationell strategi för svensk besöksnäring, Näringsdepartementet<sup>2</sup>
- Göteborgsregionens strategi “Hållbar tillväxt 2030”
- Regional utvecklingsstrategi för Västra Götaland 2021–2030

## Stödjande dokument

Förutom styrdokument finns internationella och nationella publikationer, rapporter, projekt och utredningar som på olika sätt har bäring på programmet och kan ge fördjupad kunskap om besöksnäringen.

- Agenda 2030 med 17 globala mål för hållbar utveckling
- Mot en mer hållbar besöksnäring, Tillväxtverket, 2019  
Ett land att besöka – En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring, SOU 2017:95
- Hållbar platsutveckling inklusive möten och evenemang, utlysning från Tillväxtverket 2021
- European Capital of Smart Tourism
- Global Destination Sustainability Index
- Göteborgs Hotellrapport 2021, Annordia AB
- Vägar till hållbar tillväxt – en förstudie om framtidens upplevelseindustri i Västsverige, Handelshögskolan Göteborgs Universitet 2021

## Genomförande av detta program

Göteborg & Co har i uppdrag att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen samt bidra till besöksnäringens utveckling i Västra Götalandsregionen. Göteborgs Stads nämnder och styrelser har en viktig roll och ansvar inom ramen för de sammanhang och verksamheter som staden själv råder över. För att nå måluppfyllelse i

---

<sup>2</sup> Under beredning, väntas offentliggöras under 2021

programmet är samverkan mellan Göteborgs Stad och näringsliv, invånare, akademi, samtliga GR-kommuner, andra städer och aktörer en förutsättning.

Göteborg & Co ansvarar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling 2022–2030. Bolagets roll är att leda och koordinera arbetet inom och mellan programmets fem strategier. Arbetet sker gemensamt i nära samverkan med berörda nämnder, styrelser och andra aktörer. Arbetet drivs utifrån programmets målbild, men kan variera i upplägg och metod utifrån egenskaper i respektive strategi. Det kan exempelvis handla om frågeställningar där ett etablerat arbete eller samarbete redan finns, medan andra områden är helt nya och där arbetet behöver byggas från grunden. Göteborg & Co stöttar nämnder och styrelser i att utveckla arbetet med programmets målsättningar i den ordinarie verksamheten, såväl som att i förekommande fall säkerställa framtagandet av handlingsplaner.

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.

## Uppföljning av detta program

Göteborg & Co ansvarar för att en gång per mandatperiod utvärdera programmet. I samband med denna utvärdering redovisas programmets måluppfyllelse.

Programmet består av fem tvärgående strategier som bidrar till programmets övergripande målbild samt formulerade mål. Utifrån bolagets ansvar att leda och driva arbetet med programmet samlar Göteborg & Co, vid behov, in information till programmets indikatorer och begär underlag från stadens verksamheter.

# För en växande och välmående destination

## Turism och besöksnäring – begrepp och sammanhang

Begreppen *turism* och *besöksnäring* blandas ofta ihop. Detta kan förklaras av att turism finns tydligare definierat, medan besöksnäring är betydligt svårare att definiera och avgränsa. FN-organet UNWTO definierar turism som människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning, för kortare tid än ett år. Vistelsens syfte ska vara fritid, affärer eller annat.<sup>3</sup>

För begreppet besöksnäring finns ingen enskild vedertagen definition, utan organisationer och destinationer väljer att uttrycka sig något olika. Inom destinationen Göteborg jämförs besöksnäringen med ett ekosystem, för att förklara dess sammanhang och strukturer. En beskrivning och illustration av ekosystemet finns i bilaga 1, kapitel 2. Så, att definiera begreppet besöksnäring är svårt, men det finns tydliga skillnader från begreppet turism. Besöksnäringen definieras generellt inte utifrån vem kunden är, utan utifrån vad kunden erbjuds – det vill säga upplevelser. Besöksnäringens ekosystem omfattar såväl olika upplevelser som den infrastruktur som möjliggör för människor att ta del av upplevelser, så som tåg, kollektivtrafik, hotell, arenor och anläggningar. Därtill kommer leverantörer och arrangörer som paketerar upplevelsena och utvecklar bokningssystem som gör det enkelt för konsumenter att ta del av utbudet. I detta ekosystem är alla viktiga för helheten. En annan skillnad mellan begreppen är att även invånare är en viktig målgrupp för besöksnäringen, då de nyttjar och bidrar till ekosystemet lika väl som turister.

Besöksnäringen ingår även i det allt oftare förekommande och något vidare begrepp som kallas *upplevelseindustrin*. Begreppet omfattar en lång rad branscher som på olika sätt bidrar till att skapa och iscensätta upplevelser, där upplevelsen fungerar som en stärkande del av, eller för, en produkt eller ett varumärke<sup>4</sup>.

I den globala ekonomin är besöksnäringen en basnäring för städer, regioner och nationer. Synen på besöksnäringen har förändrats och näringen har en allt tydligare roll i samhällsutvecklingen vad gäller att bidra till hållbar tillväxt, nya arbetstillfällen, utveckling av en större och mer attraktiv infrastruktur och ökad livskvalitet för invånarna. Möjligheterna finns framförallt i storstadsregioner som har den infrastruktur, attraktivitet, tillgänglighet och utbud med produkter/tjänster som krävs för att stå ut i konkurrensen.<sup>5</sup>

## Göteborg - en destination i utveckling

Destinationen Göteborg består av samtliga 13 kommuner i Göteborgsregionen. Destinationens besöksnäring har under flera decennier visat stabil tillväxt och fungerat som en hävstång för kommunernas utveckling inom hållbarhet, internationella relationer, utbildning, sysselsättning, näringslivsutveckling, kulturliv och integration<sup>6</sup>. Göteborg vill fortsätta att växa som destination

---

<sup>3</sup> UNWTO [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

<sup>4</sup> Vägar till hållbar tillväxt – en förstudie om framtidens upplevelseindustri i Västsverige, Handelshögskolan Göteborgs Universitet 2021

<sup>5</sup> UNWTO [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

<sup>6</sup> Bilaga 1



och utveckla ett levande utbud av kultur, nöjen och fritidsaktiviteter som höjer livskvaliteten både för besökare, företagare och invånare. En attraktiv destination bidrar till ett samhälle där alla kan känna sig välkomna och inkluderade. Möjligheten till en rik fritid och socialt umgänge med mycket att uppleva gör staden intressant att besöka, studera i, arbeta i eller etablera sig på. Samtidigt attraherar stora vetenskapliga möten beslutsfattare, talang och spetskompetens och utvecklar forskning och akademi. Detta utgör grogrunden för besöksnäringens tillväxt.

Detta program ska stötta destinationens utveckling med sikte på en stark och hållbar tillväxt fram till år 2030. Utveckling av destinationen förutsätter en stark samverkan mellan offentliga verksamheter på såväl kommunal som regional nivå, näringsliv, ideella organisationer, akademi och invånare. Att genom en gränsöverskridande samverkan se till hela destinationens gemensamma bästa har varit en del av Göteborgs framgång som destination.

### **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.

## **Besöksnäringens utmaningar och möjligheter**

Precis som andra näringar behöver besöksnäringen anpassa sig till trender som på olika sätt påverkar konsumenters behov och beteenden.

Dessa förändringar och förflyttningar påverkar besöksnäringens grundläggande strukturer och innebär såväl nya utmaningar som nya möjligheter, för besöksnäringens hela ekosystem. Utvecklingen av nya reseanledningar och anpassning till trender och förändring är en nyckelfråga för att destinationen ska vara attraktiv och valbar, hela året om.

Det globala utbrottet av coronaviruset covid-19 under 2020 har givit tydliga och allvarliga effekter på besöksnäringen över hela världen. En av effekterna har varit att redan tidigare kända trender som hemester, e-handel och utvecklingen av digitala upplevelser och möten förstärkts

och accelererats. Under coronapandemin har affärsresandet minskat kraftigt, vilket bidrar till ett större fokus på privatsegmentet.

### **Digitalisering**

Konsumenter har en hög förväntan på både enskilda aktörers och en destinations digitala närvaro och service. Från det att kunden gör sin bokning till realtidsinfo om köer på besöksmål, lediga parkeringsplatser och aktuell information dygnet runt, såsom tips på väderanpassade aktiviteter eller pågående evenemang.

En mycket snabb utveckling av digitala arbetssätt och verktyg, i kombination med coronapandemin, har lett till ett minskat affärsresande i hela världen. Osäkerheten kring affärsresandets återhämtning till tidigare nivåer är stor.

För näringsens aktörer handlar det om att i större utsträckning erbjuda digitala lösningar som ett komplement till de fysiska vilket kräver nya samarbetspartners och intern kompetensutveckling för att vara uppdaterad. Nya tekniska lösningar som möjliggör interaktiva hybridupplevelser väntas ständigt introduceras på marknaden. Hybridformatet innebär att det finns en livehändelse med deltagare både fysiskt och digitalt, där alla har möjlighet att interagera, oavsett var man är<sup>7</sup>. Det är samtidigt viktigt att inte bara se denna utveckling som ett hot mot den fysiska besöksnäringen, utan som en möjlighet att nå ut till fler målgrupper och hitta nya intäktskällor. En medvetenhet bör finnas om att det kan komma att ske ett maktskifte från de traditionella evenemangs- och mötesarrangörerna till digitala plattformar som tillhandahåller och sprider upplevelser.

### **Hållbar destinationsutveckling**

Ett hållbart förhållningssätt inom destinationsutveckling skapar värden tillbaka till destinationen och dess invånare. Göteborgs Stads arbete med hållbar utveckling och Agenda 2030 bygger på ett aktivt deltagande från såväl näringsliv som offentlig verksamhet för att gemensamt nå de lokala och globala mål som är kopplade till de tre hållbarhetsdimensionerna; social, ekonomisk och ekologisk.

Människors ökade medvetenhet kring den egna konsumtionens klimatavtryck kan komma att leda till färre långväga resor, vilket öppnar för ökad konsumtion av upplevelser på nära håll. Medvetenheten leder också till konsumenters ökade förväntningar på hållbara alternativ gällande exempelvis boende, transport och hållbara upplevelser, sett ur alla tre hållbarhetsdimensioner.

Internationellt diskuteras just nu metoder att utvärdera och mäta värde och effekter av besöksnäringens hållbara utveckling och destinationers framgång utifrån kriterier för hållbarhet.

### **Delningsekonomi**

Upplevelser och tjänster utgör en växande andel av hushållens konsumtion. Önskan om att utnyttja tillgångar mer optimalt driver på utvecklingen inom delningsekonomi. Inom besöksnäringen märks detta genom användarvänliga digitala plattformar för att boka privat boende, transporter, upplevelser med mera.

Detta innebär till viss del ökad konkurrens för destinationens kommersiella aktörer som får se en del av intäkterna gå till förmedlare av dessa tjänster. Samtidigt möjliggörs en ökad kapacitet för destinationen som helhet under högsäsong och i samband med större evenemang då

---

<sup>7</sup> Hybridupplevelser för evenemang och möten, Göteborg & Co

exempelvis hotell ofta är fullbelagda. Det gör också att näringsens aktörer får möjlighet att locka fler, även mer priskänsliga besökare.

### Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden

Till följd av coronapandemins utbrott i början av 2020 syns en ökad medvetenhet bland besökare kring smittorisker samt högre krav på hälsa och hygien vid till exempel resor och evenemangsbesök, jämfört med tiden före pandemin. Ett förändrat köpbeteende syns också, då många har vant sig vid att planera med kort varsel, vilket påverkar framförhållningen vid köpbeslut och bokning, samt att förväntningarna har höjts på generösa avbokningsvillkor hos arrangörer. Fler har fått upp ögonen för hemester och semester i närregionen. Intresset för och utbudet av naturupplevelser har ökat kraftigt varför destinationer, särskilt storstadsregioner, behöver bredda sitt utbud både i form av paketering och genom kommunikation. Även utvecklingen mot ett minskat affärsresande kommer att kräva ett förstärkt fokus på privatsegmentet och ett utökat utbud av reseanledningar under andra tider än traditionella semestersäsonger som sommaren, skollov och helger.

### Agenda 2030 och destinationens utveckling

FN:s globala hållbarhetsmål växer som ett betydelsefullt gemensamt ramverk för att uppnå ett långsiktigt hållbart samhälle, både på global och lokal nivå. I de 17 mål som utgör Agenda 2030 integreras de tre hållbarhetsdimensionerna; social, ekonomisk och ekologisk. Målen är odelbara och på olika sätt beroende av, och direkt kopplade till, varandra. Det innebär att de kan påverka, förstärka eller stå i konflikt med varandra.

Destinationens utveckling utifrån programmets målbild och strategier innebär både positiva effekter och ett ökat tryck på samhälle och miljö. Utgångspunkten för programmet är att bidra med största möjliga positiva påverkan och samtidigt verka för att minimera de negativa effekterna. Genomförandet av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030 har som ambition att hantera båda perspektiven samt på olika sätt, direkt och indirekt, bidra till uppfyllelsen av Agenda 2030. Samverkan är en viktig utgångspunkt för de globala hållbarhetsmålen. Stadens rådighet att på egen hand styra utvecklingen är i många fall begränsad. Destinationens utveckling bygger på att dess aktörer verkar i samma riktning. På så sätt skapas förutsättningar för en högre påverkansgrad, vilket också borgar för större möjlighet att bidra till måluppfyllelse i Agenda 2030 och nå programmets målbild om att vara en hållbar destination 2030. Programmets mål och strategier bidrar framför allt till följande mål:



Programmet bidrar indirekt till ytterligare fyra mål. Dessa mål är, liksom ovan mål, kritiska för programmets genomförande men där det huvudsakliga bidraget sker genom, och i samverkan med, andra program och planer i staden.



# Målbild, mål och strategier för en hållbar destination

Göteborg är en hållbar stad öppen för världen. Destinationen Göteborg ska vara välkomnande och inkluderande där varje människa kan känna sig trygg och respekterad. Besöksnäringen är beroende av invånarnas välmående och acceptans, av en hälsosam livsmiljö och naturens tjänster. Arbetet med hållbar destinationsutveckling ska ge förutsättningar för många olika typer av ekonomiskt stabila verksamheter och bidra till tillväxt. Befintliga aktörer ska kunna se möjligheter, nya etableringar ska välkomnas och innovationer ska uppmuntras. Såväl fysiska som digitala aktörer är viktiga för besöksnäringens framtid.

Internationellt är destinationen Göteborg en föregångare inom hållbar destinationsutveckling. Exempelvis har Göteborg under fyra år i rad (2016–2019) rankats som världens mest hållbara destination i Global Destinations Sustainability Index. 2021 utsåg Lonely Planet Göteborg till den bästa, hållbara staden i världen att besöka. Denna ledande position är hårt konkurrensutsatt från flera destinationer, främst i Europa. Städer som Köpenhamn, Zürich, Glasgow och Sydney har uttalat höga ambitioner och utmanar Göteborg.

Destinationen Göteborg strävar mot att ständigt ligga i framkant inom destinationsutveckling för att bli en mer hållbar och robust destination med ett vitalt näringsliv. Den globala coronapandemin har ytterligare tydliggjort vikten av att destinationer kombinerar flexibla processer med långsiktiga strategier för att på ett framgångsrikt sätt möta besöksnäringens utmaningar och möjligheter.

Mot bakgrund av många års framgångsrikt arbete samt nyvunna kunskaper och insikter, har en övergripande målbild för destinationen Göteborgs arbete med besöksnäringens utveckling formulerats. Målbilden innebär att besöksnäringen ska växa och samtidigt bidra till människors och livsmiljöers utveckling. Det är utmanande och ambitiöst.

## 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.* “

Programmets målbild har tre huvudinriktningar som beaktar de tre hållbarhetsdimensionerna - social, ekonomisk och ekologisk.

- En **välkomnande och inkluderande destination** som erbjuder något för var och en och där alla får ett respektfullt bemötande.
- En **växande och välmående näring** som skapar arbetstillfällen till följd av en ökad efterfrågan.
- En **miljö- och klimatsmart destination** där näringsens aktörer tar hänsyn till miljön i hela sin verksamhet samtidigt som besökarnas klimatavtryck är nära noll.

Dessa huvudinriktningar delas i sin tur upp efter tre perspektiv; besöka, leva och verka.

- Besöka** En besökare kan komma från staden, närregionen eller vara hitrest som turist.
- Leva** En invånare bor i någon av de 13 kommunerna. Perspektivet inkluderar även destinationens attraktivitet som bostads- och studieort.
- Verka** En näringslivsaktör kan agera inom besöksnäringen eller tillhöra övrigt näringsliv på destinationen.

Inom varje perspektiv bryts målbilden ned i mätbara mål där hänsyn tagits till de tre hållbarhetsdimensionerna. För respektive mål finns indikatorer, där nuläge och målvärde anges. 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.

### Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier

HÅLLBAR DESTINATION 2030			
Välkomnande och inkluderande destination - Växande och välmående näring - Miljö- och klimatsmart destination			
Perspektiv	BESÖKA (besökaren)	LEVA (invånaren)	VERKA (näringslivets aktörer)
Mål	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg</li> <li>2. Besökarna gör hållbara val och den totala klimatpåverkan minskar</li> <li>3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna</li> <li>2. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan</li> <li>2. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen</li> <li>3. Hållbarhetsarbete i världsklass</li> </ol>
Strategier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utveckla och skapa förutsättningar för fler attraktiva upplevelser och reseanledningar</li> <li>Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur</li> <li>Möta utmaningar genom utvecklad samverkan</li> <li>Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring</li> <li>Agera föregångare och möjliggöra innovation</li> </ul>		

## Programmets mål och indikatorer

Nedan presenteras programmets mål och indikatorer, med nuläge och målvärde. Indikatorernas nuläge utgår från 2019, vilket är att betrakta som ett normalår för besöksnäringen. För flera indikatorer anges därtill även ett referensvärde för 2020 för att synliggöra coronapandemins effekt. I de fall data inte funnits tillgänglig via interna eller externa källor har undersökningar genomförts för att fastställa ett nuläge. Dessa undersökningar är genomförda under sommaren/hösten 2021.

Givet den osäkerhet som under 2021 råder kring besöksnäringens återhämtning efter coronapandemin har utgångspunkten vid målsättning av flera av de utvalda indikatorerna varit att initialt återgå till den nivå som noterades 2019. Då bilden klarnar över återhämtningen, specifikt för affärsresandet och det långväga resandet, planeras målen att ses över för att eventuellt revideras. Göteborgs Stads tidigare uttryckta ambition om en fördubbling av antalet kommersiella gästnätter (basår 2015: 4,5 miljoner) kvarstår. Tidshorisonten för en sådan potentiell fördubbling är beroende av återhämtningstakten och utvecklingen av efterfrågan och kommer därför att utvärderas i nästa revidering.

Fördjupningsmaterial kring indikatorerna återfinns i bilaga 1, kapitel 4. I bilagan redogörs för de undersökningar och källor som ligger till grund för indikatorernas nuläge, utvecklade resonemang kopplade till respektive mål samt definitioner av vissa av de begrepp som används.

### Perspektiv: Besöka

#### 1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg

Destinationen Göteborg är en välkomnande och inkluderande destination där varje besökare ska känna sig trygg och trivas. Anledningen till att destinationen Göteborg väljs varierar mellan olika besökare. Därför är det viktigt att destinationen erbjuder något för alla smaker och intressen oavsett vem besökaren är och vilka förutsättningar besökaren har. För att alla ska kunna ta del av upplevelseutbudet och känna sig inkluderade behövs även god tillgång till anpassad information om destinationens samlade utbud av upplevelser och tjänster.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
NPS besökare*	2021: 36	2025: 40 2030: 46
Besökarindex**	2021: 80	2025: 82 2030: 84

\*NPS = Net Promotor Score. Ett mått som mäter rekommendationsgrad och nöjdhet i målgruppen. Värdet kan sträcka sig från -100 (lägst) till 100 (högst). Besökarna har fått svara för om de kan rekommendera andra att besöka destinationen. Källa: Besökarundersökning.

\*\* Besökarindex är ett sammanvägt mått baserat på svenska besökares känsla av trygghet på destinationen, attraktiviteten i utbudet, tillgången på information samt det upplevda bemötandet under vistelsen. Värdet kan sträcka sig från -100 (lägst) till 100 (högst). Källa: Besökarundersökning.

#### 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.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Genomsnittlig vistelselängd på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 1,66 nätter 2020: 1,66 nätter	2025: 1,69 nätter 2030: 1,71 nätter
Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 3,6 miljoner 2020: 2,1 miljoner	2025: 4 miljoner 2030: Årlig tillväxt från 2025
Andel besökare som upplever Göteborgsregionen som en hållbar destination **	2021: 57%	2025: 65% 2030: 70%

\* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

\*\* Källa: Besökarundersökning.

### 3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt

En attraktiv destination behöver kunna erbjuda ett varierat utbud av reseanledningar året runt. På så sätt ökar destinationens attraktivitet även under lågsäsong. Att arrangera evenemang och möten så som konserter, vetenskapliga kongresser och mässor är ett effektivt sätt att driva besöksströmmar till destinationen året runt. Med ett rikt utbud av reseanledningar ökar möjligheterna att locka såväl privat- som affärsresenärer att besöka destinationen samt att få dem att förlänga sitt besök, exempelvis genom att kombinera olika typer av upplevelser under vistelsen. Genom att jämna ut besöksvolymerna över året skapas även bättre möjligheter till god lönsamhet hos näringens företag, vilket i förlängningen leder till fler arbetstillfällen på helårsbasis.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong*	2019: 3,3 miljoner 2020: 1,8 miljoner	2025: 3,3 miljoner 2030: Årlig tillväxt från 2025
Antal evenemang utanför högsäsong**	2019: 37 2020: 9	2025: 37 2030: Årlig ökning från 2025
Antal möten utanför högsäsong**	2019: 40 2020: 5	2025: 40 2030: Årlig ökning från 2025

\* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

*\*\*Avser perioden januari t.o.m. maj samt september t.o.m. december, dvs. utanför högsäsongsmånaderna juni, juli och augusti. För definition av vilka möten och evenemang som ingår i sammanställningen, se bilaga 1, kapitel 4. Källa: Göteborg & Co/Gothenburg Convention Bureau.*

## Perspektiv: Leva

### 1. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna

Destinationen Göteborgs viktigaste ambassadörer är de egna invånarna. Besöksnäringen ska i sin tur verka för att tillföra mervärde och livskvalitet för de som bor på destinationen. De egna invånarna står ofta för en betydande andel av besöken på exempelvis museum, restauranger och kulturscener och är därför en viktig del i att skapa omsättning och lönsamhet hos besöksnäringens företag på destinationen. Ett rikt utbud av upplevelser inom bland annat kultur, nöjen och aktiviteter skapar en levande stad och tillför värde för invånarna. Det stärker även Göteborgs attraktivitet som bostadsort.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
NPS* invånare	2021: 54	2025: 57 2030: 60
Andel invånare som anser att besöksnäringens utbud tillför värde för dem**	2021: 87%	2025: 88% 2030: 90%

*\*NPS = Net Promotor Score. Ett mått som mäter rekommendationsgrad och nöjdhet i målgruppen. Värdet kan sträcka sig från -100 (lägst) till 100 (högst). Invånarna har fått svara för om de kan rekommendera andra att besöka destinationen. Källa: Invånarundersökning.*

*\*\* Källa: Invånarundersökning.*

### 2. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar

En växande besöksnäring bidrar med fler arbetstillfällen för invånarna. Besöksnäringen sysselsätter många människor och erbjuder i flera fall unga och utlandsfödda ett inesteg på arbetsmarknaden. För att fler invånare ska kunna försörja sig på att arbeta i besöksnäringen är det viktigt att det finns arbetstillfällen under hela året.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal anställda i besöksnäringens intensiva branscher*	2019: 29 200 2020: 28 300	Årlig ökning

*\* Enligt utvalda SNI-koder, se förtydligande i bilaga 1, kapitel 4. Källa: Business Region Göteborg.*

## Perspektiv: Verka

### 1. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan

En ekonomiskt hållbar destination kännetecknas av ett lokalt näringsliv med god lönsamhet som skapar arbetstillfällen och genererar skatteintäkter. En balans mellan efterfrågan och utbud uppnås genom att näringsens aktörer driver efterfrågan genom nya reseanledningar, ökad



tillgänglighet samt ett starkt destinationsvarumärke. Samtidigt bör etablerade och nya aktörer ges förutsättningar att utvecklas i ett näringslivsklimat som uppmuntrar entreprenörskap och innovation.

Under lång tid har gästnätter på kommersiella boendeanläggningar använts som det främsta måttet på besöksnäringens utveckling. I takt med att fler besökare önskar övernatta på andra sätt, exempelvis i privatuthyrda lägenheter, gästhamn eller på camping, finns behov att komplettera med nya mått för att mäta besöksnäringens tillväxt. Det är samtidigt viktigt att det kommersiella boendebudet fortsatt tillgodoser efterfrågan som kan fluktuera över säsonger och veckodagar.

För hotell är beläggningsgraden (kapacitetsutnyttjande hotellrum) ett vedertaget mått på hur väl utbudet tillgodoser efterfrågan. En genomsnittlig årlig beläggningsgrad på över 70% på destinationsnivå har historiskt antytt att det under perioder råder kapacitetsbrist, dvs. att det inte finns tillräckligt antal lediga hotellbäddar i staden för att möta efterfrågan. En destination bör därför sträva efter att ha en genomsnittlig årlig beläggningsgrad strax under 70% för att på helårsnivå ha en god balans mellan utbud och efterfrågan på hotell.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 5,1 miljoner 2020: 2,5 miljoner	2025: 5,1 miljoner 2030: Årlig tillväxt från 2025**
Genomsnittlig beläggningsgrad på hotell i Göteborgs stad*	2019: 72,5% 2020: 36%	2025: Strax under 70% 2030: Strax under 70%
Antal övernattningsplatser på campingplatser*	2019: 418 000 2020: 220 000	2025: 430 000 2030: 460 000
Antal övernattningsplatser genomförda i privatuthyrda stugor och lägenheter via förmedlingssajter***	2019: 277 000	2025: 300 000 2030: 340 000
Antal företag (arbetsställen) verksamma i besöksnäringens intensiva branscher****	2019: 11 500 2020: 11 600	Årlig ökning

\*Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

\*\* Att utvärdera i nästa revidering.

\*\*\* Avser övernattningsplatser i Eurostats definition av storstadsområde Göteborg, vilket inkluderar kommunerna Göteborg och Partille. Källa: Eurostat.

\*\*\*\* Enligt utvalda SNI-koder, se förtydligande i bilaga 1, kapitel 4. Källa: Business Region Göteborg.

## 2. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen

Internationella möten, konferenser och evenemang stärker destinationens unika kompetenser och varumärke. Besöksnäringen bidrar också till näringsliv och akademi på destinationen genom ett brett utbud av hotell- och konferensmöjligheter, restaurang- och nöjesutbud. Genom att bidra till att stärka destinationens attraktionskraft spelar besöksnäringen en viktig roll för att skapa förutsättningar att locka talang, arbetskraft, forskning och investeringar till regionen.

Gränsöverskridande samarbeten mellan besöksnäring, offentlig verksamhet, näringsliv och akademi ger goda möjligheter att främja utvecklingen av Göteborg som en hållbar destination. Strategisk och strukturerad samverkan emellan skapar också ytterligare möjligheter till varaktiga positiva samhällseffekter, vilket blir allt viktigare som konkurrensmedel.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Näringslivet och akademins upplevelse av besöksnäringens förmåga att stärka regionens attraktionskraft	(mätmetoder under utveckling, i samråd med BRG)	2025: 2030:

### 3. Hållbarhetsarbete i världsklass

Göteborg har en internationellt stark position inom hållbar destinationsutveckling. Framgången är ett resultat av ett engagerat och aktivt hållbarhetsarbete. Positionen bekräftas i den internationellt jämförande studien Global Destination Sustainability Index (GDSI) där Göteborg har varit i topp samtliga fyra år som rankingen genomförts. Indexet är ett viktigt verktyg i konkurrensen om internationella möten och evenemang. Verktuget speglar destinationens arbete med hållbarhet ur samtliga tre dimensioner samt ledning, styrning och utveckling av destinationen.

Destinationens hållbarhetsarbete förutsätter ett engagemang inom alla tre dimensionerna hos respektive aktör. Den globala klimatutmaningen påverkar besöksnäringen i stor omfattning och förväntningarna ökar på att näringslivet ska agera. Parallellt med denna utveckling riktas ökat fokus på företagens arbete med social hållbarhet. Att till exempel verka för och uppmana aktörer i besöksnäringen att ansluta sig till tredjepartsaktörers certifieringar driver hållbar utveckling i hela näringen. Givet de ambitioner som finns inom Göteborgs stad har destinationen goda förutsättningar för att bedriva ett hållbarhetsarbete i världsklass.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
GDSI hållbarhetsranking*	2019: #1	Årligen topp 3 placering
Andel miljöcertifierade hotellrum**	2019: 95% 2021: 91%	2025: 96% 2030: 98%
Andel miljöcertifierade konferensanläggningar**	2019: 100% 2021: 100%	2025: 100% 2030: 100%

\* Källa: GDSI.

\*\* Källa: Göteborg & Co.

# Strategier

Stadens verksamheter har en viktig roll i att uppmuntra och skapa förutsättningar för näringsens aktörer att stärka Göteborg som en hållbar destination. Göteborgs Stad har även möjlighet att främja utvecklingen genom att aktivt bidra inom ramen för de verksamheter och områden som staden råder över. Genom en nära samverkan och dialog med näringsens företrädare, en aktiv omvärldsbevakning och kunskapsdelning får staden insikt i besöksnäringens utmaningar och möjligheter.

Baserat på detta kan staden skapa förutsättningar för näringsens aktörer och möjliggöra resan mot en hållbar destination 2030. För att tydliggöra hur målbilden ska nås har fem strategier formulerats. Strategierna är tvärgående och bidrar på olika sätt till såväl den övergripande målbilden som till de formulerade målen. Samverkan, digitalisering, kommunikation och innovation är centrala byggstenar och framgångsfaktorer i alla fem strategier.

## Strategi 1: Utveckla och skapa förutsättningar för fler attraktiva upplevelser och reseanledningar

En framgångsrik besöksnäring bygger på förmågan att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att uppmuntra och bidra till utvecklingen av hållbara kvalitativa upplevelser och produkter som stärker destinationens attraktivitet. Ett rikt och varierat utbud av exempelvis konst, kultur, mat, nöjen, handel och aktiviteter höjer livskvaliteten för invånarna och ökar regionens förmåga att attrahera nya invånare, ny kompetens, nya företagsetableringar, fler studenter och forskare.

Hållbar destinationsutveckling innebär också att besöksströmmar balanseras genom ett levande och tillgängligt utbud året runt som ger tillresande fler anledningar att besöka nya platser, stanna längre och konsumera mer på destinationen. Destinationen Göteborg bör stärka och vårda sitt befintliga utbud, i kombination med att uppmuntra och möjliggöra utveckling av nya reseanledningar, koncept och affärsmodeller. Utvecklingen av reseanledningar under det som ligger utanför traditionella högsäsonger är en prioriterad fråga för att jämna ut besöksvolymerna under året och därmed bidra till en jämnare beläggning på exempelvis nuvarande och kommande arenor och anläggningar. Att arbeta aktivt med målgruppsanalys för att förstå potentialen i efterfrågan gör att destinationens utbud breddas och attraherar fler. Till exempel kan en inhemsk dagsbesökare omvandlas till en weekendbesökare och en internationell mötesdelegat kan stanna kvar på destinationen i privat syfte. Genom att jämna ut besöksvolymerna över året skapas även bättre möjligheter till god lönsamhet hos näringsens företag, vilket i förlängningen leder till fler arbetstillfällen på helårsbasis.

Det finns också stor potential i att öka rörligheten mellan olika delar av destinationen genom att synliggöra och marknadsföra lokala arrangemang. Mindre evenemang utanför stadens centrala delar kan skapa ökat intresse och nyfikenhet hos både besökare och invånare. På så sätt bidrar besöksnäringen till sociala värden som trygghet, inkludering och integration, då invånare får möjlighet att upptäcka andra platser och träffa nya människor.

Destinationens utbud av naturupplevelser i parker, skärgården och grönområden ska vara tillgängligt för alla besökare och invånare. Samtidigt behöver naturupplevelser och kulturarv vårdas och omhändertas. Att bevaka och

balansera potentiellt överutnyttjande av platser är vitalt för en hållbar destinationsutveckling, som ska ske med omsorg om platsen och i takt med platsernas bärkraft och förmåga.

Genom kommunikation har destinationens samtliga aktörer möjlighet att påverka besökaren till att göra hållbara konsumtionsval inför och under vistelsen. Stadens samverkan med besöksnäringens befintliga och nya aktörer i processerna med produkt- och konceptutveckling är därför en viktig komponent i ett långsiktigt hållbart perspektiv.

Destinationen Göteborg har ett gott renommé som arrangör av möten och evenemang, och har genom åren varit värd för många av världens stora evenemang och prestigefulla möten. En viktig del i denna framgång har varit att arbeta med hållbarhet i fokus, i såväl värvningsfasen som vid genomförandet.

Även de internationella och nationella årligen återkommande kultur- och idrottsevenemangen är en central del i destinationen Göteborgs attraktivitet och en motor för destinationens besöksnäring. Evenemang och möten används även ofta för att jämna ut besöksströmmarna över året och förlänga en säsong. För en stad eller en region kan evenemang och möten fungera som kommunikativa plattformar för stadsutveckling, för hållbarhetsambitioner, för samhällsutveckling och för kompetensutveckling. Allt fler destinationer världen över nyttjar värdet av evenemang och möten som drivkraft för samhällsutveckling, varför värvning av evenemang och möten sker i en allt hårdare internationell konkurrens.

Offentliga aktörer kan genom engagemang och samverkan skapa förutsättningar för att attraktiva upplevelser och nya reseanledningar skapas i syfte att förbättra destinationens konkurrenskraft och bidra till en långsiktigt hållbar samhällsutveckling.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Stödja och uppmuntra säsongsutjämning och etableringen av nya reseanledningar och besöksmål (fysiska, digitala och hybrida) samt att vårda de befintliga.
- Bidra till att utveckla och stärka destinationens konkurrenskraft och förmåga att attrahera och genomföra hållbara möten och evenemang som förstärker och efterlämnar bestående värden för destinationen.
- Stödja och uppmuntra destinationens evenemangs- och mötesarrangörer i deras utvecklings- och hållbarhetsarbete.
- Fördjupa kunskapsinhämtningen gällande resmönster, drivkrafter och konsumtionsbeteende och medverka i utvecklingen av metoder och system för analys.
- Stärka destinationens varumärke mot befintliga och nya målgrupper genom effektiv och aktiv kommunikation.

**Viktiga aktörer:** Liseberg AB, Got Event AB, idrotts- och föreningsnämnden, park- och naturnämnden, kulturnämnden, miljö- och klimatnämnden, fastighetsnämnden, Business Region Göteborg AB, trafiknämnden, Göteborg & Co AB.

## Strategi 2: Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur

En destinations infrastruktur utgörs av exempelvis arenor och anläggningar för möten, boende, kultur, idrott, handel, restauranger, aktivitetsytor, parker, vägar och transporter. Det innefattar också tillgång till natur, ren luft och rent vatten. Att investera i en välbalanserad och genomtänkt infrastruktur, med moderna och flexibla anläggningar och arenor, är en förutsättning för att Göteborg ska kunna möta en ökad och förändrad efterfrågan. Infrastrukturen som bygger och

omger Göteborg är således ett grundfundament för besöksnäringens hållbara tillväxt och en förutsättning för destinationens starka konkurrenskraft.

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.

Vidare är kollektivtrafiken inom destinationen en nyckelfråga för ett jämlikt utbud och likvärdig tillgänglighet, för såväl invånare som besökare. En välutvecklad kollektivtrafik på land och vatten bidrar till god mobilitet och framkomlighet som möjliggör för aktörer att etablera sig och för fler besökare och invånare att ta del av hela destinationens utbud. En nära samverkan mellan Göteborg Stad och Västra Götalandsregionen kring utvecklingen av en hållbar och välfungerande kollektivtrafik är därför av stor vikt.

Den digitala infrastrukturen tillgängliggör destinationen och binder samman destinationens utbud. Digitala plattformar möjliggör utvecklingen av nya intäktsmodeller för hybridupplevelser och digitala evenemang och tillgängliggör fysiskt otillgängliga upplevelser. En destinations digitala infrastruktur är även ett verktyg för att exempelvis förutse besöksströmmar, öka säkerheten och styra informationsflöden.

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.

### Strategi 3: Möta utmaningar genom utvecklad samverkan

I arbetet med hållbar destinationsutveckling finns det mycket att vinna på en utvecklad, tvärssektoriell och öppen samverkan mellan stadens verksamheter och övriga samhällsaktörer. Genom att involvera näringsliv, akademi, civilsamhälle och invånare skapas gemensamma mål, känslor av tillhörighet och gemenskap, ökad tillit och framtidstro samtidigt som det ger synergieffekter och nytta för invånare och besökare. Genom en närmare dialog med invånare och besökare kan efterfrågan analyseras och effekter inom exempelvis tillgänglighet, utbud och kvalitet mätas. På så sätt ökar den gemensamma förståelsen för nytta, värde och utvecklingsbehov kopplat till destinationen.

För att bredda delaktigheten och fördjupa kunskapen kring hur staden kan bidra till destinationens hållbara utveckling, behöver nämnder och styrelser i Göteborgs Stad på ett mer aktivt sätt samverka med varandra och med näringslivet, i besöksnäringens frågor. Samverkan bör ske i såväl det dagliga arbetet som på en strategisk och långsiktig nivå. Samverkan ska omfatta och inkludera hela destinationen, det vill säga samtliga 13 kommuner i Göteborgsregionen och ska vila på begrepp som innovation, experimenterande och omställning.

Göteborgs Stad har god erfarenhet av att utveckla nya gränsöverskridande samverkansformer genom exempelvis arbetet med Jämlik stad, Näringslivsstrategiska programmet och Göteborgs 400-årsjubileum. Nya samverkansmodeller har initierats och nya nätverk har skapats över hela staden, där medborgare i olika åldersgrupper och med olika bakgrund, engagerats och bidragit till stadens utveckling. Utvecklingsarbetet även har skett över stadens organisatoriska gränser samt parallellt med andra strategiska utvecklingsprocesser. Med lärdomar och förhållningssätt hämtat från dessa processer kan en bredare, mer möjlighetsinriktad och öppen samverkan utvecklas inom destinationens besöksnäring. En ökad samsyn mot ett gemensamt mål, är till nytta och värde för såväl invånare, besökare och näringslivets aktörer.

För att främja besöksnäringens hållbara utveckling i Göteborg behöver den innovativa samverkan ytterligare utvecklas och fördjupas på såväl lokal, regional, nationell som internationell nivå.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Utveckla metoder för att stärka invånar- och lokalsamhällesperspektivet inom destinationsutveckling.
- Förtydliga besöksnäringens och destinationsutvecklingens perspektiv i stadens nämnder och styrelser.
- Utveckla och fördjupa samverkan över kommungränserna inom Göteborgsregionen.
- Verka för ett öppet samverkans klimat, präglad av innovation och nytänkande, där nya och redan etablerade aktörer kan mötas i breda partnerskap.
- Stärka destinationens närvaro och deltagande i strategiska samverkanssammanhang och utvecklingsprojekt i såväl offentlig som privat regi, nationellt och internationellt.

**Viktiga aktörer:** Business Region Göteborg AB, byggnadsnämnden, park- och naturnämnden, kulturnämnden, miljö- och klimatanämnden, trafiknämnden, nämnden för konsument- och medborgarservice, Johanneberg Science Park AB, Lindholmen Science Park AB, Göteborg & Co AB.

## Strategi 4: Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring

Göteborg befinner sig i det största utvecklingssprånget i modern tid och ska göra plats för 150 000 nya invånare till 2035. Ur ett besöksnäringssperspektiv innebär en växande region ett allt större underlag för och utbud av handel, hotell, restauranger, kulturerfvelser, fritidsaktiviteter och nöjen. Det innebär vidare att attraktiva miljöer och arkitektur av hög klass kan bidra till destinationens ökade attraktionskraft och nya stadsdelar, områden eller byggnader kan utgöra en besöksanledning i sig. Ur ett stadsutvecklingsperspektiv kan evenemang och möten fungera som kommunikativa plattformar då exempelvis en ny anläggning ska etableras eller en plats marknadsföras. Att i stadsutvecklingen på olika sätt ta hänsyn till förutsättningar för besöksnäringens utveckling ger plats för en växande destination. Hänsynstaganden omfattar exempelvis möjliggörande genom markupplåtelse, tillgång till el, fiber, vatten och toaletter, renhållning, tillgänglighet och skyltning. För att möta en förändrad och utvecklade efterfrågan på nya upplevelser och besöksmål bör destinationens offentliga aktörer uppmanas tillåtande och öppet förhållningssätt kring ett flexibelt behov och anpassat användande av destinationens platser, parker och naturområden.

För en destination är det en stor fördel att det finns centralt och strategiskt belägna platser för rekreation, aktiviteter och möten mellan människor. När destinationen Göteborg står värd för större evenemang utgör ofta dessa platser en förlängning eller utökad del av själva evenemangsarenan. Det gör evenemanget tillgängligt för fler och skapar en unik upplevelse och en tydlig synlighet, vilket är en omtalad konkurrensfördel för exempelvis Göteborg som evenemangstad. För många av destinationens årligen återkommande stora internationella idrottsevenemang är även nyttjandet av stadsrummets ytor avgörande för evenemangens varumärke och framtid. Vid genomföranden av evenemang ställs krav på berörda aktörer att planera för och hantera stora besöksflöden med god framkomlighet och säkra och trygga platser.

I arbetet med stadsutveckling och besöksnäring kan målkonflikter uppstå mellan exempelvis förtätning av innerstadens områden och genomförandet av evenemang, eller mellan en komplex tillståndsprocess och ambitionen att tillgängliggöra kulturerfvelser som exempelvis tillfällig konst.

Genom en nära och aktiv samverkan mellan olika offentliga instanser och besöksnäringens aktörer finns förutsättningar för att utarbeta hållbara lösningar och för att stärka samspelet mellan besöksnäring och stadsutveckling.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Ta hänsyn till besöksnäringens förutsättningar och beakta besökarperspektivet i utvecklingen av en levande destination.
- Nyttja besöksnäringen som en plattform att öka områdets attraktivitet vid etablering och utveckling av exempelvis stadsdelar, platser och miljöer.
- Förbättra samordningen och förtydliga riktlinjerna kring planering och nyttjandet av centralt och övrigt strategiskt belägna platser lämpliga för evenemang, såväl enstaka som återkommande.
- Verka för att förbättra och förenkla processer gällande tillstånd för besöksnäringssrelaterad tillfällig verksamhet så som exempelvis evenemang, serveringar och konstutställningar.

**Viktiga aktörer:** byggnadsnämnden, idrotts- och föreningsnämnden, park- och naturnämnden, Got Event AB, kulturnämnden, Higab AB, fastighetsnämnden, miljö- och klimatinämnden, Business Region Göteborg AB, trafiknämnden, Göteborgs Stads Parkerings AB, kretslopp- & vattennämnden, Renova AB, Göteborgs Spårvägar AB, Göteborg & Co AB.

## Strategi 5: Agera föregångare och möjliggöra innovation

Göteborg har en tydlig position som innovationsledande region, med en stark innovationskultur inom näringslivet generellt. Genom en öppen attityd till hållbar utveckling, nyetablering av företag, till nytänkande och kreativitet skapas en attraktiv region för investerare, företag, akademi, arbetskraft och studenter. Här ska besöksnäringens involvering och bidrag stärkas och förtydligas. För att lyckas krävs en nära samverkan mellan offentliga aktörer, akademien och näringslivet. Det krävs också en öppenhet för nya aktörer och nya idéer. Dessa aktörer kan samverka för kunskap, innovation och forskning, som möjliggör fördjupad och utvecklad kunskap om besöksnäringen samt dess påverkan och bidrag till samhällsutvecklingen.

Göteborg ska vara en kreativ testmiljö för nya metoder, lösningar och perspektiv som stärker hela destinationens förmåga att långsiktigt ta tillvara besöksnäringens värden, med fokus på att utveckla affärsmodeller och innovationer som bidrar till hållbar tillväxt, fler arbetstillfällen och en ökad attraktionskraft.

En bred samverkan över stadens och regionens verksamheter öppnar upp för ytterligare forskning och utveckling där besöksrelaterade data kan bidra till övrigt hållbarhetsarbete inom exempelvis renhållning, trygghetsskapande aktiviteter eller transport- och trafikplanering.

Att vara ledande i utvecklingen av att inhämta, analysera och dela kunskap om besökarsegment samt besökarens konsumtions- och rörelsemönster stärker destinationens förmåga att väl underbyggt forma och utveckla såväl marknadsföring, varumärkesstrategier och affärsmodeller som produkter och koncept.

Denna förmåga, som är avgörande för utvecklingen av destinationens långsiktiga och hållbara attraktionskraft, kan endast stärkas genom en innovativ samverkan mellan näringsliv, akademi och offentliga aktörer.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Bidra till att nationellt och internationellt positionera destinationen Göteborg avseende utbildning och forskning inom besöksnäring, destinationsutveckling och upplevelseindustri.
- Verka för och bidra till utvecklingen av en besöksnäringens kunskapshubb genom vilken destinationen Göteborg blir föregångare inom data- och kunskapsdriven destinationsutveckling.
- Uppmuntra och stödja processer som leder till att möten och evenemang kan agera testmiljö för lösningar och verktyg för att katalysera samhällsnytta.
- Uppmuntra och stödja nya etableringar inom besöksnäringen och synliggöra besöksnäringen i regionala och nationella stödstrukturer för näringslivsutveckling och innovation.

**Viktiga aktörer:** Business Region Göteborg AB, Göteborgs Stadshus AB, Johanneberg Science Park AB, Lindholmen Science Park AB, Intracare, Göteborg & Co AB.