

Uppföljningsrapport 2 2016 Bolag

Got Event AB

Innehållsförteckning

1 Sammanfattning	3
2 Resultatredovisning och verksamhetsanalys	4
2.1 Väsentliga händelser och verksamhetens utveckling.....	4
2.2 Resultatanalys till och med perioden och helår	5
2.2.1 Utfall till och med perioden.....	5
2.2.2 Prognos	5
2.3 Utveckling inom personalområdet.....	6
2.3.1 Personalvolym och lönekostnad	6
2.3.2 Övrig utveckling inom personalområdet	6
2.4 Investeringar	6
2.5 Nyckeltalsredovisning	6
3 Uppföljning av bolagets verksamhet	7
3.1 Uppföljning av bolagets verksamhet inom näringsliv och turism	7
4 Uppföljning av Kommunfullmäktiges budget	10
4.1 Uppföljning av kommunfullmäktiges mål	10

1 Sammanfattning

Got Event har under de åtta första månaderna fullgjort sitt uppdrag enligt ägardirektiv och affärsplan.

Sammanfattningsvis kommer 2016 bli ett mycket bra evenemangsår med många stora konserter och matcher inom elitidrotten som kommer att fylla arenorna. Detta bidrar också till stora turistekonomiska effekter för staden.

Periodens resultat före skatt uppgår till -0,2 mkr, vilket är en avvikelse mot periodens budget på +0,7 mkr. Prognosen för helåret bedöms till +1,7 mkr.

2 Resultatredovisning och verksamhetsanalys

2.1 Väsentliga händelser och verksamhetens utveckling

Information till Kommunintressent:

Evenemangsverksamheten

2016 har hittills varit ett mycket gynnsamt år för evenemangsverksamheten. Sett ur ett evenemangsperspektiv är det nog få som har upplevt ett bättre år än i år. Ullevi har haft en rekordsommar med över 550 000 besökare och Scandinavium har haft ett starkt första halvår och har framför sig en mycket diger höst. Vid halvårsskiftet har 1,2 miljoner människor besökt något av 263 evenemang som hittills (tom 15 augusti) genomförts på våra arenor. Detta är en ökning av antalet besökare med lite drygt 20 % jämfört med samma period 2015. Ett starkt evenemangsår har möjliggjort att vi kunnat investera i evenemang som vi normalt inte genomför men som är viktiga av andra skäl, investeringar som breddat evenemangsmixen och stärkt varumärket. Dessa evenemang (supermatcher mellan Galatasaray-Manchester United samt Manchester City-Arsenal, SM i sportkörning samt Ullevi Arena Challenge) har attraherat publik som vanligtvis inte besöker våra arenor. Nästan dubbelt så många har en annan bakgrund än svensk jämfört med våra andra evenemang. Supermatcher och SM har gett mediala effekter långt utöver förväntan. SM i sportkörning genomfördes i september på Heden respektive i Slottsskogen som ett genrep inför EM i ridsport 2017. Evenemanget var dessutom gratis och öppet för alla. Ullevi Arena Challenge genomförs i november och bidrar både till ett nytt koncept samt till ett vinterevenemang på Ullevi.

Upprustningen av Scandinavium

Fas 1 i upprustningen av Scandinavium är slutförd och har bland annat resulterat i fler godkända platser för rullstolsburna, nya handikapptoiletter, nya ramper, uppgradering av press och regicentral och nytt miljörum. Därutöver har teleskopläktaren ersatts med en ny i andra mått som möjliggör fler besökare i samband med konserter och liknande.

Arenautveckling

Vi har avsatt resurser för att medverka i Arenautredningen - ersättningsarena för Scandinavium respektive Lisebergshallen samt förstudie Nya ishallar Frölundaborg. Resultat från den pågående *badutredningen* samt Kommunstyrelsens ställningstagande till Valhallabadets - och Sporthallarnas framtid är en viktig fråga att få löst så snart som möjligt då Valhallabadet och Sporthallarna är i akut behov av omfattande renovering.

Arbete har påbörjats med vårt uppdrag från Kommunstyrelsen att i samverkan med övriga relevanta aktörer inom staden, ta fram en plan för hur alla dagens evenemang temporärt ska kunna säkerställas innan den "nya Lisebergshallen" är på plats.

Information till styrelsen:

Beläggning och bokningsläget

Hittills har belägningsgraden på arenorna varit mycket god. Bokningsläget för hösten och våren 2017 ser positivt ut.

Lägesrapport EM i ridsport

Arbetet fortskrider enligt plan. SM i sportkörning genomfördes i september som ett genrep inför EM med gott resultat. Lärdomar av evenemanget tas med i det fortsatta arbetet inför EM.

Arbetsmiljö

Under året har vi haft fokus på arbetsmiljöfrågorna. Genomlysningen av rollbeskrivningar, ansvarsområden och delegation är i stort sett klart. Utbildning för personer med samordningsansvar kommer att genomföras under hösten.

Processarbete

Processarbetet har återupptagits och vi har startat med evenemangsprocessen. Ett arbete pågår även med processerna för arkiv- och dokumenthantering.

2.2 Resultatanalys till och med perioden och helår

Resultaträkning i sammandrag

Resultat före skatt bel i mkr	Period				Helår			
	Utfall	Budget	Avv.	Utfall fg år	Prognos	Fg prognos	Budget	Bokslut fg år
Intäkter	163,2	119,7	43,5	106,7	213,4	181,1	164,2	157,3
Kostnader	-290,7	-247,9	-42,8	-212,3	-402,6	-370,3	-354,9	-325,3
Rörelseresultat	-127,5	-128,2	-0,7	-105,6	-189,2	-189,2	-190,7	-168,0
Finansiella intäkter								
Finansiella kostnader							-0,2	-0,2
Resultat efter fin. poster	-127,5	-128,2	-0,7	-105,6	-189,2	-189,2	-190,9	-168,2

2.2.1 Utfall till och med perioden

Periodens resultat före skatt uppgår till -0,2 mkr, vilket är en avvikelse mot periodens budget med + 0,7 mkr.

Både intäkter och kostnader avviker i förhållande till periodens budget. Avvikelsena beror på att det hittills i år genomförts ca 70 fler evenemang jämfört med samma period föregående år och antalet besökare är ca 300 000 fler. Det hittills goda evenemangsåret har möjliggjort att vi kunnat bredda evenemangsmixen och genomföra evenemang som vi normalt inte genomför men som är viktiga an andra skäl.

2.2.2 Prognos

Prognosen före skatt bedöms till +1,7 mkr jämfört med årsbudget.

2016 blir ett mycket bra evenemangsår och beläggningsgraden på samtliga arenor är god. Stora evenemang på Ullevi under sommaren, elitidrottslagens sportsliga framgångar under året samt en diger höst med flera stora evenemang, ger ett bättre resultat än vad som budgeterats från årets början.

Fler evenemang medför även ökade kostnader i form av renhållning, städning, personal mm. Det goda evenemangsåret har även möjliggjort att vi kunnat investera i evenemang som breddat evenemangsmixen och attraherat publik som vanligtvis inte besöker våra arenor.

2.3 Utveckling inom personalområdet

2.3.1 Personalvolym och lönekostnad

Belopp i tkr	Utfall tom aug 2016	Utfall tom aug 2015	Prognos 2016	Bokslut 2015
Lönekostn. exkl arvoden	-52 162	-47 367	-78 179	-71 262
Arbetad tid (årsarbetare)	132,9	127,0	200	193,2
Lönekostnad per årsarbetare	392	373	391	369

2.3.2 Övrig utveckling inom personalområdet

Evenemangsprojektet EM i ridsport 2017 har under året successivt bemannats upp och står för ökningen på antalet tidsbegränsade anställningar.

Ett omfattande arbete med vår arbetsmiljö- och ledarutbildning är genomförd och all dokumentation är uppdaterad och reviderad. Det som kvarstår är en uppföljning av arbetsmiljöutbildningen riktad till evenemangs- och produktionsansvariga gällande samordningsansvaret vid evenemang.

2.4 Investeringar

Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mkr	Utfall t o m aug	Prognos helår	Fg prognos helår	Budget helår
Nyinvesteringar	5,4	9,5	5,0	9,5
Reinvesteringar	16,3	28,8	15,3	28,8
SUMMA INVESTERINGAR	21,7	38,3	20,3	38,3

Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, i mkr	Utfall perioden 2016
Summa investeringar	

2.5 Nyckeltalsredovisning

Nyckeltal

	Utfall perioden 2016	Budget/målvärde för perioden	Budget/målvärde för helår 2016	Utfall 2015	Utfall 2014	Utfall 2013
Rörelseresultat	-127,5	-128,2	-190,7	-168,0	-155,8	-137,9
Resultat efter fin poster	-127,5	-128,2	-190,9	-168,2	-155,7	-137,6
Kassalikviditet	80	>100	>100	79	89	95
Soliditet	22	>20	>20	22	14	24
Eget kapital	44,5		44,6	44,6	36,6	33,3

3 Uppföljning av bolagets verksamhet

3.1 Uppföljning av bolagets verksamhet inom näringsliv och turism

Got Event uppdrag:

Got Event är Göteborgs Stads arenabolag och driver nio arenor i staden. Bolaget är en av huvudaktörerna som bidrar till att Göteborg är ledande som evenemangsstad. Arenor är mötesplatser för idrott, kultur och näringsliv.

Vår vision är: *Med människor och upplevelser i centrum skapar vi tillsammans Europas ledande hållbara evenemangsstad.*

Branschtrender

Konkurrensen om evenemang fortsätter öka globalt där fler städer investerar kraftigt i sin turistiska infrastruktur. Parallellt växer marknaden där en tydlig trend är att efterfrågan på upplevelser ökar i takt med bättre levnadsvillkor. Digitaliseringen påverkar hur själva upplevelsen konsumeras men "live" fortsätter växa. Den unika liveupplevelsen rankas högre, nu när i princip all musik, film och underhållning finns tillgängligt på nätet. Efterfrågan växer samtidigt som dagens samhälle kräver ett annat tänk för att hantera en omfattande konkurrens om människors fritid. Tid har blivit en valuta vid beslut om arenabesök. Potentialen idag handlar mycket om att ha verktygen för att få dit sällanbesökaren.

Resurser:

Arenor

De arenor som bolaget driver är Bravida arena, Frölundaborg, Gamla Ullevi, Scandinavium, Nya Ullevi, Valhallabadet, Valhalla IP, Wallenstamshallen och Valhalla Sporthallar. Lisebergshallen hyrs in under delar av året. Variationen och bredden inom arenaparken möjliggör en flexibilitet som ger konkurrensfördelar och även ett effektivt resursutnyttjande, inte minst genom att personal kan arbeta på fler arenor samt att säsongsvariationer utjämnas.

Finansiering

Got Event finansieras dels av egna intäkter (intäkter från i huvudsak uthyrning av arenorna), dels av koncernbidrag. Egenfinansieringsgraden varierar mellan åren beroende på antal och storleken på evenemang. 2016 uppgår egenfinansieringsgraden till ca 50%, vilket kan jämföras med 63 och 47 % under perioden 2010-2015. Koncernbidraget har under samma tid ökat med 69% till 178 mkr, vilket till del beror på ökade underhållsåtgärder samt att nya arenor tillförts bolaget (Gamla Ullevi och Bravida Arena).

Organisation

Bolagets driftsorganisation har över tid rationaliserats och verksamhetens omfattning ger stordriftsfördelar. 2015 genomfördes en omorganisation som möjliggjort en förstärkning inom bland annat försäljning och HR-frågor. I dagsläget har bolaget 130 tillsvidaranställda medarbetare och ca 600 timanställd personal. En kompetenskartläggning har genomförts för att bland annat möta utmaningen med kommande generationsväxlingar. Tät samverkan med fastighetsägaren Higab ger goda synergier.

Prestationer:

Antal evenemang och besökare

I genomsnitt genomförs ca 370 evenemang årligen på våra arenor med lite drygt 1,4 miljoner besökare (biljetterade). Till detta tillkommer ca 500 000 årliga badbesök på Valhallabadet samt ca 18 000 övriga föreningstimmar vilka också medför att många har möjlighet att både utöva och uppleva olika typer av fria evenemang. Beslut om fria badentréer för ungdomar och seniorer genomfördes i början av 2016.

Antal evenemang	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	tom 15/8 2016
Ullevi	22	18	8	18	16	14	18	14
Scandinavium	98	93	83	110	97	118	91	46
Frölundaborg				15	5	10	13	36
Lisebergshallen	31	16	22	15	23	45	28	22
Valhalla sporthallar	90	85	79	83	84	91	51	34
Valhallabadet	16	11	20	11	13	27	24	14
Valhalla IP	56	55	78	66	80	70	50	40
Gamla Ullevi	60	58	50	50	51	55	63	32
Bravida Arena							10	25
Totalt	373	336	340	368	374	430	348	263

Antal besökare	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	tom 15/8 2016
Ullevi	502 997	200 137	187 502	358 080	318 866	210 583	291 192	555 238
Scandinavium	679 489	648 514	632 966	681 314	615 656	660 250	601 484	365 498
Frölundaborg				19 288	11 951	19 396	19 908	23 845
Lisebergshallen	20 200	11 531	18 169	15 979	16 916	27 372	20 642	12 306
Valhalla sporthallar	45 100	40 000	36 500	39 350	41 324	46 000	44 550	22 400
Valhallabadet	12 750	23 000	13 740	15 210	21 470	22 650	31 205	12 440
Valhalla IP	26 551	31 872	51 727	74 767	38 342	46 585	25 031	12 497
Gamla Ullevi	489 514	320 675	311 528	321 840	341 458	303 176	406 790	219 316
Bravida Arena							33 084	45 025
Totalt	1 776 601	1 275 729	1 252 132	1 525 828	1 428 388	1 336 012	1 473 886	1 268 565

Breddad utbud mot fler målgrupper

Vi arbetar ständigt med att skapa ekonomiskt utrymme för att hitta nya koncept och bredda utbudet av evenemang samtidigt som vi arbetar för att minimera koncernbidraget. Goda evenemangsår möjliggör investering i evenemang som vi normalt inte genomför men som är viktiga för att vi ska leva upp till ägardirektivet om helhetssyn och långsiktighet för stadens evenemangsverksamhet. Vi gör också olika aktiviteter för att öppna upp arenorna mot Göteborgaren, bland annat genom allmänhetens åkning, fria träningsmatcher och löpning. Vi är även egen arrangör av Gothenburg Horse Show som under 2016 firade 40 år.

Effekter:

Turistekonomiska effekter

Got Events verksamhet bidrar starkt till de turistekonomiska effekterna i staden. Sammantaget beräknas varje konsert på Ullevi bidra med 80-100 miljoner kr i turistekonomiska intäkter till det lokala näringslivet. Ett normalår beräknas den totala arenaverksamheten generera ca 800 000 – 1 miljard kronor samt 1 200 helårsarbeten. Dessutom skapas positiva värden för staden som god attraktivitet och PR, värden som kan vara svåra att kvantifiera. En stor del av den konsumtion som sker i samband med ett evenemang genererar även betydande underlag för statlig skatt.

Samhällseffekter – nytta för göteborgaren

Flera av de evenemang som genomförs på våra arenor riktar sig till personer av olika kön, olika åldrar och olika etnisk bakgrund. Vi arbetar kontinuerligt med att försöka hitta nya arrangörer för att bredda utbudet och skapa nya evenemang som riktar sig till ny publik, som vanligtvis inte besöker våra arenor. Aktiviteterna möjliggör en levande och attraktiv stad.

Verksamheten bidrar även till sysselsättningen på så sätt att vi engagerar yngre medarbetare på våra evenemang som är på väg in på arbetsmarknaden och äldre som är på väg ut från arbetsmarknaden.

Förutom att många evenemang ger stor publicitet så är arenorna betrakta som starka varumärken för Göteborg. Ullevi och Scandinavium är i det närmsta ikoniska varumärken både lokalt, nationellt och internationellt.

Kundnöjdhet

Kundnöjdheten mäts löpande under året på arenorna och ett urval av evenemang, till exempel är nära 90 procent av Ullevi besökare mycket nöjda eller nöjda med sitt besök. FEI (Europeiska Ridsportförbundet) gjorde en mätning av Gothenburg Horse Show 2016 bland ryttare, sponsorer, publik med resultatet 96,94%.

Bakgrund:

Arenautveckling

Stora delar av arenaparken är av äldre karaktär vilket i kombination med ökade förväntningar hos publik och arrangörer samt allt hårdnande konkurrens ställer krav på kontinuerlig utveckling av våra arenor för att Göteborg ska kunna behålla konkurrenskraft som evenemangsstad. Scandinavium, Valhallabadet och till viss del Ullevi är i stort behov av kraftiga upprustningar.

4 Uppföljning av Kommunfullmäktiges budget

4.1 Uppföljning av kommunfullmäktiges mål

Styrelsen har gjort en värdering av målen i KF:s budget 2016. Denna värdering ligger i stort sett i linje med värderingen som gjordes av KF målen i budget 2015. Strategierna håller även för målen i KF:s budget 2016.

Kommunfullmäktiges mål	Prioriterat i budget/affärsplan och aktiviteter pågår	Ingår i budget/affärsplan och bidrar	Ingår ej i budget/affärsplan eller ej relevant
Göteborg ska vara en jämlik stad		X	
Alla stadens verksamheter ska genomsyras av mänskliga rättigheter och främja likabehandling	X		
Den strukturella könsdiskrimineringen ska motverkas	X		
Göteborgarnas möjligheter till delaktighet och inflytande ska öka		X	
Livsvillkoren för personer med fysisk, psykisk eller intellektuell funktionsnedsättning ska förbättras		X	
Skolan ska i ökad omfattning kompensera för elevers olika förutsättningar på såväl elevnivå som skolenivå			X
Äldres livsvillkor ska förbättras		X	
Göteborg ska minska sin klimatpåverkan för att bli en hållbar stad med globalt och lokalt rättvisa utsläpp		X	
Bostadsbristen ska byggas bort och bostadsbehoven tillgodoses bättre			X
Det hållbara resandet ska öka		X	
Sysselsättningen för grupper långt ifrån arbetsmarknaden ska öka	X		
Samverkan för fler hållbara innovationer och jobbtillväxt ska öka		X	
Göteborgarnas möjlighet att turista i sin		X	

Kommunfullmäktiges mål	Prioriterat i budget/affärsplan och aktiviteter pågår	Ingår i budget/affärsplan och bidrar	Ingår ej i budget/affärsplan eller ej relevant
egen stad ska öka			
Tillgängligheten till kultur ska öka		X	
Osakliga löneskillnader mellan män och kvinnor ska upphöra	X		
Göteborg ska öka andelen upphandlingar	X		