

Göteborg & Co Affärsplan 2022

go:tebor&co

GÖTEBORG & CO

AFFÄRSPLAN 2022

Människor kommer vilja fortsätta att mötas, umgås och resa. Det finns en längtan efter reseanledningar som sticker ut från mängden. Forskning och innovation kommer att vara ännu mer betydelsefullt. Liksom investeringar som driver tillväxt och skapar ekonomisk trygghet. Det finns enorma utmaningar för klimat- och miljöarbetet. FN:s klimatrappporter är tydliga om att det är här och nu som gäller. Trygghetsfrågorna har också en plats i utvecklingen av framtidens destination.

En enskild affärsplan kan inte ha svar på stora och komplexa frågor. Men den kan visa i vilken riktning vi vill gå som bolag och destination. Hur vi kan bidra till ett samhälle som är bättre än det vi hade igår. Därför är målet för vårt långsiktiga arbete en hållbar destination. Besöksnäringen är bred och består av mycket mer än hotell och restaurang. Den omfattar också busschauffören, renhållningsarbetaren, butiksbiträdet, glassförsäljaren och många andra som bidrar till att besökare från när eller fjärran får en upplevelse att minnas. Minnet är kort, brukar man säga. Vi ser det annorlunda. Goda upplevelser bär man med sig livet ut. Och det är sådana en hållbar destination vill skapa.

Den långa nedstängningen är unik. Dörren till stora delar av det som är våra liv stängdes bryskt i början av 2020. Få av oss har upplevt något liknande. På Göteborg & Co har vi använt mycket av tiden till att ompröva och förbereda oss för öppnandet. Skaffa överblick och lägga fram alla pusselbitar på bordet.

Nu öppnar dörren till framtiden igen. Det är inte utan risk för bakslag. Men vi ska göra allt vi kan för att använda erfarenheterna vi fått, och utnyttja tillfällena och möjligheter som erbjuds, att vinna tillbaka förtroende och marknadsandelar. Och visa att det är möjligt att samtidigt stödja en hållbar samhällsutveckling.

2022 är ett hoppets år för många. Hoppet att få uppleva något efterlängtat. Entreprenören som får chansen att pröva sin affärsidé. Musikern som ska framföra ett svårt stycke. Idrottaren som får höra jublet. Lagledaren som ska testa en ny taktik. Hotell, arenor, museer och krogar som möter gäster.

Målet är som alltid att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Detta gör vi genom att leda och driva utvecklingen av Göteborg som en hållbar destination i bred samverkan, så att alla som lever här gynnas av en växande besöksnäring.

Välkomna till 2022.

Peter Grönberg, VD

BOLAGETS UPPDRAG, MÅL OCH VERKSAMHET

Göteborg & Co är, och har länge varit, en viktig kraft i att etablera, utveckla och positionera Göteborg som en världsledande hållbar destination. I bolagets och destinationens alla delar ska hänsyn tas till människor, miljö, ekonomi och samhälle, med inställningen att ständigt förbättra och flytta fram positionerna. Genom denna affärsplan ämnar Göteborg & Co fortsätta stärka Göteborgs växande besöksnäring – genom såväl taktiska insatser med direkt effekt som genom långsiktiga, strategiska satsningar på bland annat ökad digitalisering och kundkännedom.

Uppdrag och mål

Göteborg & Co:s mål är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Göteborg & Co:s uppdrag är att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination, så att alla som lever och verkar här ska gynnas av en växande besöksnäring.

Affärsplan

Vårt mål:

Få fler att upptäcka och välja Göteborg.

Vårt uppdrag:

Att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination, så att alla som lever och verkar här ska gynnas av en växande besöksnäring.

Uppdrag kring Göteborgs 400-årsjubileum

Göteborgs 400-årsjubileum har sedan starten 2009 på flera sätt gynnat stadens utveckling och bidragit till medborgarnas livskvalitet. I juni 2021 genomfördes ett formellt, historiskt firande av stadens födelsedag. Firandet fortsätter under både 2022 med hälsa i fokus och 2023 med en rad jubileumssatsningar från bolaget och engagerade partners. Göteborg & Co:s uppdrag från kommunstyrelsen att leda, samordna, kommunicera, genomföra och följa upp jubileet kommer att nå sin höjdpunkt 2023 då världen bjuds in till jubileumsprogram och firande i Göteborg.

Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling till 2030

Stadens program för besöksnäringens utveckling är ett styrdokument som pekar ut riktningen för hur Göteborgs stad ska arbeta med besöksnäringens frågor och hur staden kan möjliggöra och bidra till att ge näringen och destinationen förutsättningar för utveckling. Medan bolagets affärsplan är kortsiktig och agil så ska programmet staka ut en långsiktig kurs för destinationens utveckling. Programmet är ett kraftfullt dokument som omfattar hela staden och slår fast Göteborgs höga ambitioner för besöksnäringens utveckling. Göteborg & Co har i uppdrag att initiera och leda arbetet med besöksnäringens programmet och att utarbeta handlingsplaner i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser. Under 2021 genomförde bolaget en revidering av besöksnäringens programmet. En reviderad version ligger ute på remiss under perioden 15 oktober 2021 – 1 februari 2022. Därefter ska programmet färdigställas för politiskt beslut under våren 2022.

GÖTEBORG & CO SÄTTER TYDLIG KURS MOT DESTINATIONENS MÅL

Destinationen Göteborgs långsiktiga och övergripande mål, hållbar destination 2030, innebär att besöksnäringen ska växa och samtidigt bidra till människors och livsmiljöers utveckling. Göteborg & Co har en viktig roll i det arbetet. Bolagets arbete ska bidra till utvecklingen av ett vitalt näringsliv i en robust destination och vara en förebild inom arbetet med hållbar och smart destinationsutveckling. För att öka takten i arbetet har bolaget under 2021 tagit fram en förtydligad mål- och uppdragsformulering och kopplat sitt redan väletablerade hållbarhetsramverk till besöksnäringens programmens nya föreslagna målbild hållbar destination 2030.

Målbilden hållbar destination 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 näringens aktörer tar hänsyn till miljön i hela sin verksamhet samtidigt som besökarnas klimatavtryck är nära noll.

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"> 1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg. 2. Besökarna gör hållbara val och den totala klimatpåverkan minskar. 3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besöksnäringen tillför mer värde för invånarna. 2. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan. 2. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen. 3. Hållbarhetsarbete i världsklass.
Strategier	Utveckla och skapa förutsättningar för fler attraktiva upplevelser och reseanledningar.		
	Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur .		
	Möta utmaningar genom utvecklad samverkan.		
	Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring.		
	Agera föregångare och möjliggöra innovation.		

Källa: Förslag till reviderat Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling 2022-2030

ORGANISATION OCH VERKSAMHET

Göteborg & Co är organiserat i fyra affärsområden; Möten, Evenemang, Näringslivsgruppen och Marknad & Kommunikation. Utöver dessa finns de stödjande enheterna: Strategisk stab, Ekonomi och HR. På bolaget finns även organisationen för Göteborgs 400-årsjubileum

Möten

Affärsområdet Möten marknadsför och säljer in destinationen Göteborg till beslutsfattare av främst internationella möten, politiska möten samt större företagsmöten. På så vis bidrar bolaget också till att attrahera forskning, talang och beslutsfattare till Göteborg.

Evenemang

Evenemangsavdelningens uppdrag är att driva och stärka Göteborg som evenemangsstad med fokus på att strategiskt utveckla och möjliggöra hållbara evenemang inom kultur och idrott.

Näringslivsgruppen

Näringslivsgruppens uppdrag är att vara en plattform för samverkan mellan näringsliv, organisationer, kommuner och akademi i arbetet med att stärka och utveckla Göteborgs konkurrens- och attraktionskraft. Avdelningen ska vara en aktiv, kraftfull och långsiktig resurs för att möjliggöra värdeskapande och innovation.

Marknad & Kommunikation

Genom kommunikation ska fler upptäcka och besöka Göteborg. Avdelningen har också i uppdrag att befästa och utveckla bolagets position som samverkansplattform. Ett stort arbete handlar om att förvalta och utveckla varumärket Göteborg mot besöksnäringen och omvärlden.

Göteborgs 400-årsjubileum

Göteborg & Co har i uppdrag att leda, samordna, kommunicera, genomföra och följa upp Göteborgs 400-årsjubileum. Firandet fortsätter under både 2022 och 2023 då världen bjuds in till ett år av firande i Göteborg.

STÖDJANDE ENHETER

Ekonomi

Ekonomiavdelningens uppdrag är att arbeta aktivt med bolagets ekonomistyrning och stötta affärsområden och avdelningar genom enkla, effektiva och uppdaterade administrativa rutiner.

HR

HR-avdelningen ger verksamheten verktyg, stöd och processer inom HR-området som möjliggör och skapar förutsättningar för att Göteborg & Co ska vara en attraktiv arbetsgivare.

Strategisk Stab

Strategiska staben är en stöd- och utvecklingsfunktion som bidrar till avdelningarnas, bolagets och destinationens utveckling. Staben arbetar nära bolagets ledning och affärsområden, dess ägare och klusterbolag, andra förvaltningar och bolag i staden och i samverkan med hela destinationens näringsliv och akademi. Staben arbetar inom hållbarhet, kunskap samt verksamhetsutveckling och styrning.

ALLA DELAR BILDAR EN HELHET

För att tydliggöra hur bolagets alla delar bidrar till helheten har varje avdelning en verksamhetsplan som kopplas till såväl bolagets förtydligade mål och uppdrag som till destinationens målbild. Verksamhetsplanerna visar mätbara aktiviteter som är i fokus under 2022, samt dessa aktiviteters bäring på och koppling till målbilden hållbar destination 2030. Verksamhetsplanerna finns tillgängliga på varje avdelning och som bilagor till Affärsplan 2022.

Vid slutet av året görs en uppföljning av verksamhetsplanerna utifrån både kvalitativa och kvantitativa aspekter. Uppföljningen sammanställs till en för bolaget aggregerad kvalitativ rapport och kompletteras med uppföljning av aktuella strategiska teman samt andra relevanta särskilda uppdrag. Dessa faktorer utgör då en samlad bild av hur bolagets totala verksamhet bidrar till framdrift av bolagets och destinationens uppsatta mål.

Bolagets verksamheter bidrar till mål och uppdrag genom att:

Verksamhetsplan	Evenemang	<ul style="list-style-type: none"> Möjliggöra för destinationen unika evenemang med både bredd och spets. Använda evenemang som en motor för innovation och hållbar utveckling. Nyttja hela staden som arena – möjliggöra evenemang i hela staden. Skapa socialt engagemang genom bred samverkan. 	Jubileet	<ul style="list-style-type: none"> Arbeta i en öppen samverkansmodell. Använda hela staden som arena. Skapa inkluderande reseanledningar. Vara modig förebild för hållbarhet i handling.
	Möten	<ul style="list-style-type: none"> Attrahera talang, forskning, beslutsfattare och investeringar till Göteborg. Värva möten med volym och spets. Värva möten som skapar plattformar för att berätta om och aktivt medverka i utvecklingen av Göteborg. Arbeta för att möten ska bidra till att skapa hållbar förändring i samhället. 	Staben	<ul style="list-style-type: none"> Leda och stödja arbetet med hållbar destinationsutveckling. Driva och stödja staden- och bolagsövergripande processer kopplat till strategi, styrning och uppföljning. Leda arbetet med att samla, analysera, förädla och dela kunskap. Initiera och medverka i bolags- och destinationsövergripande affärsutveckling.
	Näringslivsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> Skapa förädlingsvärden och förutsättningar för nya satsningar, samt bredda och växla upp etablerade projekt både genom finansiella insatser och kompetens. Bidra till utvecklandet av hållbara strukturer och samverkansplattformar mellan näringsliv och stad. 	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> Aktivt arbeta med bolagets ekonomistyrning. Stötta affärsområden och avdelningar med enkla, effektiva och uppdaterade administrativa rutiner. Hålla oss uppdaterade med system, regelverk och gällande avtal. Bidra till en god stämning på företaget.
	Marknad & Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> Med kommunikation och värdskap skapa lust till Göteborg. Inspirera före, under och efter upplevelsen. Lyssna och förstå besökarens behov och mötas i prioriterade kanaler. Nyttja möten och evenemang som skyltfönster för destinationen. Vara en kraft för upplevelser och nya reseanledningar. 	HR	<ul style="list-style-type: none"> Ha ett hållbart arbetsliv där verksamhet och hälsa utvecklas. Attrahera, utveckla och behålla medarbetare. Verka för en kultur med ett tillitsbaserat ledarskap. Möjliggöra för en hög grad av agilt självledarskap.

VÅRT ARBETSSÄTT: AGILT, FOKUSERAT OCH BOLAGSÖVERGRIPANDE

Som många andra företag och organisationer inom besöksnäringen har Göteborg & Co gjort en stor omställning, och anpassat delar av verksamheten till följd av coronapandemin. Ändrade externa förutsättningar, nya omvärldsfaktorer, förändrade krav från samarbetspartner och nya erfarenheter och kunskaper kräver omprioriteringar och flexibla aktivitetsplaner. För att stärka bolagets förmåga att hantera förändrade förutsättningar, nyttja kommande möjligheter och klara av utmaningar fortsätter Göteborg & Co att utveckla och implementera nya arbetssätt. Det innebär att bolaget löpande analyserar omvärldsförutsättningar, tar tillvara lärdomar och anpassar verksamheten genom prioriteringar och åtgärder. Affärsplanen som är ettårig, ska vara ett verktyg och ett stöd i detta arbete, för alla medarbetare. Så kallade "agila principer", exempelvis SCRUM-baserade metoder och processer implementeras löpande i delar av den ordinarie verksamheten.

I tillägg till den ordinarie verksamheten arbetar bolaget med ett antal så kallade strategiska teman som väljs ut av bolagets ledningsgrupp. Det är utvalda prioriterade fokusområden eller frågor av strategisk karaktär, där snabb framdrift är av stor vikt för antingen bolaget eller destinationen. Arbetet leds av en utsedd temaägare och ett team bestående av ett antal relevanta kompetenser från bolaget.

Dessa nya metoder och arbetssätt syftar till att göra bolaget till en mer snabbfotad och anpassningsbar organisation och till att underlätta prioritering och planering. Arbetet bidrar också till en fördjupad bolagsintern samverkan, till en större samsyn, mer transparens och en bättre förståelse över avdelningsgränserna.

Under 2022 ska fler av bolagets avdelningar och enheter införa agila metoder och verktyg i den ordinarie verksamheten och inriktningen med strategiska teman fortsätter. Relevant utbildning av medarbetare och utveckling av metoder och systemstöd sker kontinuerligt under ledning av en bolagsintern projektgrupp kallad det agila teamet, i samverkan med ledningsgruppen.

När denna affärsplan skrivs (dec 2021) finns två aktiva, pågående strategiska teman (nr 1 o 2) och två nya som är under uppbyggnad med beräknad start Q1 2022 (nr 3 o 4).

Strategiskt tema 1:

Utvecklad och breddad samverkan

Temats syfte är att bredda och utveckla samverkan för att fler ska kunna bidra till destinationens hållbara utveckling. För att stärka det arbetet ska en strategisk plan för samverkan tas fram under 2022. Den strategiska planen tas fram i nära dialog med bolagets affärsområden, med representanter från stad, akademi och besöksnäring. Arbetet innefattar att kartlägga bolagets befintliga nätverk och samverkansstrukturer samt en plan för att etablera nya former av samverkan. Perspektivet är lokalt, regionalt, nationellt och internationellt. En breddad samverkan är avgörande för ett framgångsrikt hållbarhetsarbete i syfte att uppnå samhällsnyttiga effekter på längre sikt.

Strategiskt tema 2:

Kunskapsnav för besöksnäringens utveckling

Temat syftar till att utveckla bolagets verksamhet som kunskapsbärare och till att stärka bolagets roll som kunskapsförmedlare genom att lyssna på besöksnäringens behov, sprida kunskap och etablera former för omvärldsbevakning. Inom temat drivs arbetet med destinationens dataplattform. Ett verktyg som tar emot data från olika leverantörer och skapar informationsströmmar genom att förädla, analysera och tillgängliggöra besöksnäringens information för olika kundbehov. Teamet arbetar fram en kommunikationsmodell var syfte är att beskriva arbetssätt för kunskapsdriven information och hur information ska tillgängliggöras och nya format och metoder tas fram för rapportering, baserat på automatiserad inhämtning, bearbetning och presentation.

Strategiskt tema 3:

Utveckla destinationen genom koncept, upplevelser och reseanledningar

Besökare söker ständigt nya upplevelser. För att möta detta behov satsar Göteborg & Co under 2022 på att identifiera, utveckla process för samt att kommunicera nya attraktiva koncept, upplevelse- och reseanledningar. Detta strategiska tema ska bidra till att öka destinationens attraktivitet både nationellt och internationellt.

Strategiskt tema 4:

Utveckla det strategiska arbetet med att skapa långsiktiga effekter av möten och evenemang

Temat syftar till att utveckla bolagets strategiska arbete med att skapa förutsättningar för långsiktiga effekter av möten och evenemang, att i ömsesidig samverkan med lokala, nationella och internationella intressenter utveckla och fånga de mervärden och långsiktiga effekter som ett möte eller evenemang kan bidra med.

TILLSAMMANS SÄKRAR VI

FRAMTIDENS BESÖKSNÄRING

Om föregående affärsplanepå period syftade till att genom snabba insatser stötta den lokala besöksnäringen genom coronapandemin lyfter vi nu åter blicken mot framtiden. Med utgångspunkt i Affärsplan 2022 kommer Göteborg & Co att utveckla tjänster och insikter som långsiktigt stärker destinationens utbud och gör oss valbara även i framtiden.

Samtidigt fortsätter vi den inslagna vägen. Vi satsar på evenemang, möten, marknadsföring och kommunikation. Destinationen Göteborgs varumärke har aldrig varit starkare och aldrig förr har vi haft så goda möjligheter att bygga en besöksnäring som skapar jobb, livskvalitet och tro på en bättre morgondag.

Vi gör det nu, och vi gör det tillsammans!

FÖRDJUPNINGSMATERIAL

till Affärsplan 2022

1. GÖTEBORG & CO STYRNING OCH ÄGARE	12
GÖTEBORGS STADS BUDGET 2022	12
GÖTEBORG & CO ÄGARDIREKTIV.....	12
2. MEDARBETARE OCH VÄRDEGRUND	13
3. BOLAGETS HÅLLBARHETS RAMVERK - FYRA OMRÅDEN OCH TRE STRATEGIER.....	14
4. BESÖKSNÄRINGENS EKOSYSTEM	15
4.1 BESÖKSNÄRINGENS EKOSYSTEM	15
4.2 TILLGÄNGLIGHET GENOM DIGITAL INFRASTRUKTUR	15
4.3 INTRESSENER.....	17
5. OM STRATEGISKA TEMAN – PROCESS, ARBETSSÄTT OCH ORGANISATION	18

BILAGOR

Verksamhetsplanering för bolagets samtliga avdelningar är bifogade som bilagor.

1. GÖTEBORG & CO STYRNING OCH ÄGARE

Ägare

Göteborgs Stadshus AB är som koncernbolag ägare till samtliga Göteborgs Stads bolag. Koncernen är i sin tur uppdelad i sju kluster. Göteborg & Co är moderbolag i kluster Turism, Kultur och Evenemang, där Liseberg, Got Event och Göteborgs Stadsteater ingår.

Göteborgs Stads budget 2022

Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser. Budgetens övergripande mål gäller för samtliga nämnder och bolag. Under varje övergripande mål finns ett flertal övergripande verksamhetsmål. Varje nämnd och styrelse har ett eller flera av dessa övergripande verksamhetsmål att förhålla sig till. Verksamhetsmålen är breda i sin karaktär och fungerar som ledstjärnor när Göteborg & Co planerar sin verksamhet. För Göteborg & Co gäller följande övergripande verksamhetsmål:

- Göteborg är en levande kultur-, idrott- och evenemangsstad för både boende och besökare
- Göteborg tar ansvar för kommande generationers livskvalitet

Kommunfullmäktige har i budget 2022 även formulerat följande mål för klustret turism, kultur och evenemang:

- Befästa Göteborg som ett attraktivt och konkurrenskraftigt destinationsmål
- Fler upptäcker och väljer Göteborg
- Antalet gästnätter i Göteborg har ökat

I kommunfullmäktiges budget 2022 har Göteborg & Co även tilldelats följande uppdrag:

- Göteborg & Co får i uppdrag att förverkliga och implementera kommunfullmäktiges program för besöksnäringen.
- Göteborg & Co får i uppdrag att fortsatt inneha ansvaret för Kulturkalaset.
- Göteborg & Co får i fortsatt uppdrag att leda arbetet med stadens 400-års jubileum.
- Göteborg & Co får i uppdrag att utveckla konferenser och möten för personer med intresse för högteknologisk innovation i samband redan existerande kultur-evenemang (exempelvis filmfestivalen, WoW, Bokmässan och E-sport)

Indikatorer av särskild vikt för klustret, enligt bilaga till budget 2022:

1.4.2, 1.5.1, 1.6.1, 1.6.2, 2.1.3, 3.1.5, 3.3.1, 3.3.2.

Göteborg & Co ägardirektiv

Förutom Göteborgs Stads övergripande budget, program och planer styrs stadens respektive bolag av ägardirektiv som fastställs av kommunfullmäktige. I ägardirektivet beskrivs bolagets kommunala ändamål, det vill säga essensen i det kommunfullmäktige vill att bolaget ska åstadkomma. Göteborgs Stads ändamål med Göteborg & Co är att på övergripande nivå:

- leda och samordna arbetet inom kluster Turism, Kultur och Evenemang
- medverka till att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen
- bidra till besöksnäringens utveckling inom Västra Götalandsregionen.

2. MEDARBETARE OCH VÄRDEGRUND

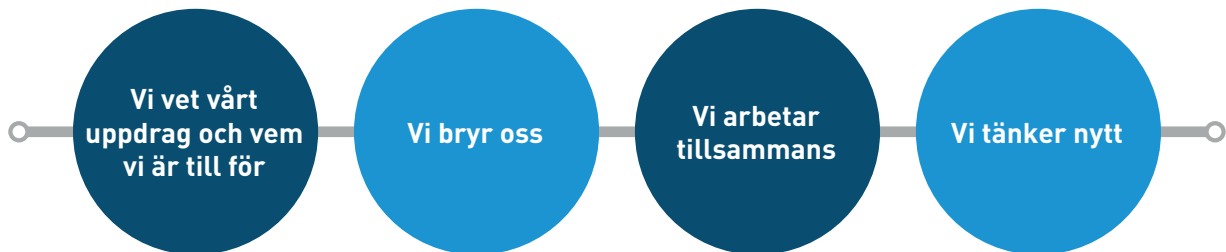
Göteborg & Co ska vara en attraktiv arbetsgivare där våra kärnvärden - Mänsklig – Pluralistisk – Inspirerande, ska genomsyra hur vi bemöter varandra och vad vi gör.

Varje medarbetares kompetens och engagemang är avgörande för att Göteborg & Co ska lyckas. Därför behöver vi skapa förutsättningar för att ta tillvara på kraften hos medarbetarna.

Bolagets chefer och ledare skapar delaktighet, engagemang och både ger ansvar och tar ansvar för sitt uppdrag. Vi formar en effektiv organisation där rätt person gör rätt saker vid rätt tid. På så sätt ökar våra medarbetares kapacitet och bolagets konkurrenskraft, vilket ställer krav på stöd och samarbete. Genom att kontinuerligt kompetensutveckla och kompetensväxla stärks vår gemensamma organisationskultur. Vår förmåga att snabbt ställa om och ta oss an nya utmaningar ökar.

Vårt systematiska arbetsmiljöarbete bidrar till ett hållbart arbetsliv där verksamhet och hälsa utvecklas över tid. Ett positivt arbetsklimat gör att vi attraherar, utvecklar och behåller medarbetare. Genom att vi är stolta över den nytta vi gör för dem vi är till för, skapar vi meningsfullhet.

För Göteborg & Co:s medarbetare är Göteborgs Stads förhållningssätt ett gemensamt synsätt för hur vi arbetar tillsammans med våra kollegor, kunder och samarbetspartners. Förhållningssättet är:



3. BOLAGETS HÅLLBARHETS RAMVERK - FYRA OMRÅDEN OCH TRE STRATEGIER

Utgångspunkten för bolagets hållbarhetsarbete är att en hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. Bolaget stödjer FN:s Global Compact och dess tio principer. Även Agenda 2030 utgör ett grundläggande perspektiv i bolagets hållbarhetsarbete. Göteborg & Co har identifierat fyra prioriterade hållbarhetsområden som tillsammans skapar ramen för vad hållbarhet är för såväl bolagets interna verksamhet som för destinationsuppdraget.

Prioriterade hållbarhetsområden:

- Välkomnande och inkluderande.

Göteborg ska vara en mänsklig destination. Området gäller omtanken om människor. Alla som besöker eller lever i staden ska känna sig välkomna, trygga och bemötas med respekt på destinationen och i utbudet. Ett utbud av aktiviteter och upplevelser som är brett och tillgängligt.

- Miljö- och klimatsmart.

Göteborg är en grön stad, med parker, skog, sjöar och hav – en natur/miljö som bidrar till stadens attraktivitet. Området omhändertar avtryck på klimat och miljö, hur resurser hanteras smart och med omsorg, värnar levande och livskraftig miljö och omställning till cirkulära flöden.

- Växande, välmående näringsliv och lokalsamhälle.

Besöksnäringen skapar arbetstillfällen, attraktivitet och ekonomisk tillväxt i staden. Området handlar om att skapa förutsättningar för en robustare destination med en diversifierad näring och välmående lokala leverantörer/aktörer. Området omfattar också synliggörandet av viktiga samhällsfrågor och möjliggörande till långsiktiga positiva samhällseffekter i samband med främst möten och evenemang.

- Schyssta villkor

Området handlar om ansvarsfullt företagande i förhållande till medarbetare, leverantörer, kunder, partners och ägare. Området omfattar villkor i avtalsrelationer, om att hantera offentliga och privata medel på ett ansvarsfullt sätt och naturligtvis en god arbetsmiljö som bidrar till bolaget som en attraktiv arbetsgivare och framgångsrik verksamhet.

Strategier:

- Vi ska vara förebild och föregångare och visa vägen i det vi gör och har rådighet över
- Vi ska uppmuntra och utmana destinationens aktörer och samarbetspartners att utvecklas i hållbar riktning
- Vi ska inspirera och hjälpa till hållbar konsumtion av destinationens utbud

4. BESÖKSNÄRINGENS EKOSYSTEM

4.1 Besöksnäringens ekosystem

En stor del av det som gör Göteborg till en attraktiv och levande stad skapas av besöksnäringen. Ett välmående och brett utbud av t ex kultur- och nöjesaktiviteter, handel och restauranger höjer livskvaliteten för invånarna och ökar samtidigt regionens attraktivitet. En plats med möjlighet till en rik fritid med mycket att uppleva gör platsen intressant att besöka, att studera på, att arbeta eller att etablera sig på.

Att skapa en attraktiv destination för besökare bidrar till en öppen och hållbar samhällsutveckling. En destinations utveckling vilar på en god samverkan mellan det offentliga, det privata näringslivet, ideella organisationer och akademin. Det är synergier mellan ekosystemets olika delar och vinsterna av att se helheten för destinationens bästa som gör att Göteborg kommer att kunna stå ut i det myller av destinationer som slåss om att vara morgondagens attraktiva resmål.

Besöksnäringen utgörs av många olika sektorer och aktörer. Bilden visar på ett förenklat sätt det som kan kallas besöksnäringens ekosystem. Ett ekosystem med många inbördes beroenden och påverkan. Om exempelvis efterfrågan på evenemang och hotellrum minskar så påverkar detta restaurangerna och upplevelsebranschen. Om utbudet av aktiviteter och reseanledningar minskar eller inte anses intressant, så påverkas stadens attraktionskraft. Konsekvensen kan vara färre besökare, kortare vistelser och att potentiella besökare väljer andra destinationer i Sverige eller utomlands. Om tillgängligheten är begränsad, såsom i rådande situation med stängda gränser och nerskalad flygtrafik, påverkar detta också efterfrågan inom besöksnäringens övriga delbranscher.

4.2 Tillgänglighet genom digital infrastruktur

Den digitala infrastrukturen tillgängliggör ekosystemet och binder samman destinationens utbud. Digitala plattformar möjliggör utvecklingen av nya intäktmodeller 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.

KARTA ÖVER BESÖKSNÄRINGENS EKOSYSTEM (FYSISKT OCH DIGITALT)

EFTERFRÅGAN

Fritidsresa

PRIVAT

GRUPP

Affärsresa

MÖTE

KONFERENS

HEMVISIT

Svenska

GÖTEBORG

NÄRLIGGANDE KOMMUNER

KOMMUNER >10 MIL

Utländska

NORDEN

EUROPA

ÖVRIGA
VÄRLDEN

VISTESELÄNGD

DAGSBESÖK

ÖVERNATTNING

UTBUD

Äta

RESTAURANG

CAFÉ

Göra

EVENEMANG

KULTURUPPLEVELSE

NÖJESAKTIVITET

NATURUPPLEVELSE

MÄSSA & KONGRESS

KUNSKAPSUPPLEVELSE

Bo

HOTELL

AIRBNB & PRIVATUTHYRNING

STUGBYAR & VANDRARHEM

CAMPING

FAMILJ & VÄNNER

INFRASTRUKTUR

Resa till staden

BIL

BUSS

TÅG

FÄRJA

KRYSSNING

FLYG

Resa inom staden

KOLLEKTIVTRAFIK

CYKEL

LADDPLATSER

PARKERING

MIKROMOBILITET

TAXI

4.2 Intressenter

Utöver aktörerna inom besöksnäringens ekosystem har Göteborg & Co även andra intressenter att förhålla sig till, interagera och kommunicera med - helt enkelt bolagets relationer med omvärlden.

Intressenter är individer, organisationer och/eller grupper av aktörer som på olika sätt har intresse av, och som påverkar eller påverkas, av bolagets verksamhet. Intressenterna kan inte väljas, de finns och påverkar/påverkas oavsett om det t ex kommuniceras med dem eller inte. Intressenterna har olika mål och intressen i sin relation till bolaget.

Målgrupper är ett snävare begrepp där individer och/eller grupper av aktörer tydligt definieras som mottagare av ett visst budskap eller en viss insats.

Besöksnäringens ekosystem och Göteborg & Co:s intressenter ger tillsammans en beskrivning av den kontext som bolaget som helhet verkar i, påverkar och påverkas av. Förutom beslut och händelser inom denna kontext så påverkar också händelser i omvärlden.

Göteborg & Co:s intressenter:

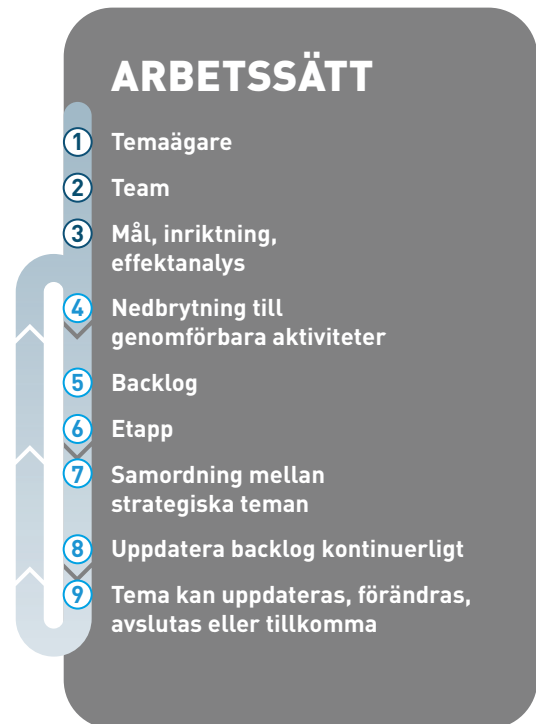
- **Ägare** - Göteborgs Stad.
- **Medarbetare**
- **Besöksnäringens aktörer**
- **Göteborgsregionens kommuner**
- **Besökare**
- **Göteborgare och lokalsamhället**
- **Förvaltningar och myndigheter**
- **Dotterbolag** - Liseberg, Got Event, Göteborgs Stadsteater.
- **Näringsliv utöver besöksnäring**
- **Akademi**
- **Beslutsfattare lokalt, regionalt och nationellt**
- **Intresseorganisationer besöksnäring/Branschkollegor**
- **Media**

5. OM STRATEGISKA TEMAN – PROCESS, ARBETSSÄTT OCH ORGANISATION

Ett strategiskt tema finns så länge utvecklingsområdet är högt prioriterat. Temat kan avslutas eller förändras då förändringar i till exempel omvärld eller inriktning kräver det. Ett sådant beslut föreslås av temaägaren och fattas av bolagets ledningsgrupp.

Bolaget har ett agilt team med uppdrag att leda, planera och driva bolagets fortsatta agila utveckling. Teamet ansvarar för att koordinera de strategiska teman avseende t.ex. inbördes beroenden, aktivitetsföljd, målkonflikter och resursberoenden. Inom vart och ett av de strategiska temana pågår kontinuerligt ett agilt utvecklingsarbete som förverkligas genom roller, organisation och aktiviteter enligt figur nedan.

1. Samtliga strategiska teman har en utsedd temaägare som bland annat ansvarar för processen och moment som att backlog är uppdaterad och prioriterad.
2. För varje strategiskt tema finns ett utsett team med medarbetare som arbetar med utveckling och förbättringar inom temat.
3. För varje strategiskt tema anges mål, inriktning, effektanalys och annat som beskriver vad temat ska uppnå.
4. Temaägaren och teamet bryter ned det strategiska temat i mindre, realiserbara åtgärder som ska genomföras för att realisera målen.
5. En prioriterad backlog byggs upp, de mest värdeskapande, konkreta och genomförbara åtgärderna prioriteras normalt högst. Varje strategiskt tema har sin egen backlog.
6. Inför varje ny etapp prioriterar och väljer samtliga team ett antal nya åtgärder för "sitt" strategiska tema samt redovisar uppnådda resultat under föregående etapp.
7. Beroenden mellan strategiska teman samordnas och koordineras i samband med varje etapps planering och avslut.
8. Backlogen uppdateras ständigt enligt omvärldsförändringar, ny erfarenhet och kunskap samt nya behov och möjligheter. Den långsiktiga målbilden består medan detaljåtgärder planeras kommande etapp.
9. Ett strategiskt tema kan tillkomma, falla bort eller ändras om behov finns eller om omvärlden kräver det.



go:teborg&co

Göteborg & Co är en del
av Göteborgs Stad.