



Göteborgs
Stad

Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 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.



Dokumentnamn: Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 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

Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2022–2030	0
Inledning	4
Syftet med detta program	4
Vem omfattas av programmet	4
Bakgrund	4
Koppling till andra styrande dokument.....	4
Stödjande dokument.....	6
Genomförande av detta program.....	6
Uppföljning av detta program.....	7
För en växande och välmående destination.....	8
Turism och besöksnäring – begrepp och förutsättningar.....	8
Göteborg - en destination i utveckling	9
Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg	9
Besöksnäringens utmaningar och möjligheter	10
Hållbar destinationsutveckling.....	11
Delningsekonomi.....	12
Digitalisering.....	12
Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden	12
Agenda 2030 och destinationens utveckling	13
Målbild, mål och strategier för en hållbar destination	14
Programmets målbild: Hållbar destination 2030	15
Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier	16
Programmets mål och indikatorer	16
Perspektiv: Besöka	17
Perspektiv: Leva.....	20
Perspektiv: Verka	21

Strategier.....	23
Strategi 1: Utveckla och skapa förutsättningar för attraktiva upplevelser och reseanledningar	24
Strategi 2: Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur	25
Strategi 3: Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring	27
Strategi 4: Agera föregångare och möjliggöra innovation.....	28

Inledning

Syftet med detta program

Detta program är Göteborgs Stads viljeyttring för destinationens utveckling till 2030. Göteborgs Stads program för destinationsutveckling beskriver hur staden ska arbeta med strategiska destinations- och besöksnärsfrågor på ett konkret, långsiktigt och målinriktat sätt. Programmet syftar till att tydliggöra och stärka Göteborgs Stads samlade arbete med att främja utvecklingen av en hållbar destination. Vidare ska programmet fungera som ett verktyg för Göteborgs Stads berörda nämnder och styrelser och visa riktningen för hur destinationen kan ges förutsättningar att växa och utvecklas och därigenom bidra till en hållbar utveckling.

Destinationen Göteborg utgörs av Göteborgsregionens 13 kommuner. Göteborg som stad har en central roll i att driva destinationens besöksnäring. Ett brett samarbete är nyckeln för att regionen ska fortsätta att vara attraktiv och utvecklas som en hållbar destination. Programmet vilar därför på ett ömsesidigt beroende och en nära samverkan mellan alla kommunerna. Det gemensamma syftet är att utveckla Göteborgsregionen som en stark och tydlig tillväxtregion som är attraktiv att besöka, leva och verka i. Programmet ska främja samverkan och ses som ett gemensamt inriktningsdokument för alla 13 kommuner i destinationen Göteborg.

Vem omfattas av programmet

Destinationsutvecklingsprogrammet är ett av Göteborgs Stads styrdokument och gäller för stadens berörda nämnder och bolagsstyrelser. Programmet gäller för åren 2022 till 2030.

Bakgrund

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 har också i uppdrag att utveckla handlingsplaner samt att en gång per mandatperiod utvärdera programmet och vid behov föreslå anpassningar och förändringar.

Detta program är en reviderad version av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030. Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2022–2030 har utarbetats av Göteborg & Co. Ett antal aktörer och intressenter från besöksnäringen, akademien, näringslivet samt offentliga verksamheter från stad och region har bidragit till och deltagit i arbetet med revideringen.

Koppling till andra styrande dokument

Göteborgs Stads budget är överordnad alla andra styrande dokument. Nedan visas ett urval av styrande dokument inom Göteborgs Stad som destinationsutvecklingsprogrammet huvudsakligen relaterar till. En mer detaljerad

beskrivning av hur programmets strategier kopplas till andra styrande dokument finns i bilaga 1, kapitel 3.

- Cykelprogram för en nära storstad 2015–2025
- Göteborg 2035 - Grönstrategi för en tät och grön stad
- Göteborg 2035 - strategi för utbyggnadsplanering
- Göteborg 2035 - Trafikstrategin för en nära storstad
- Göteborg Stads elektrifieringsplan för 2021–2030
- Göteborg stads kulturprogram
- Göteborgs Stads friluftsprogram 2018–2025
- Göteborgs Stads innovationsprogram 2018–2023
- Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram 2021–2030
- Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018–2035
- Göteborgs Stads plan för att förbättra hbtq-personers livsvillkor
- Göteborgs Stads plan för digitalisering och IT 2022–2025
- Göteborgs Stads plan för full delaktighet för personer med funktionsnedsättning
- Göteborgs Stads plan för stärkta insatser mot rasism 2020–2023
- Göteborgs Stads program för en jämlik stad 2018–2026
- Göteborgs Stads riktlinje för kommunikation
- Handlingsplan för arbetet med de mänskliga rättigheterna i Göteborgs Stad
- Parkeringspolicy för Göteborgs stad
- Program för Göteborgs Stads trygghetsfrämjande och brottsförebyggande arbete 2021–2026¹
- Utvecklad Jubileumsplan 2022–2023
- Översiktsplan för Göteborgs Stad²

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 implementeringen av detta program.

Förutsättningarna för destinationens och 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. Två exempel på detta är kompetensförsörjning och trygghetsfrågor.

Kompetensförsörjning är en av besöksnäringens stora utmaningar. Besöksnäringen är en bred jobbskapare som attraherar människor med olika erfarenhet, bakgrund och utbildning. Som en effekt av coronapandemin står besöksnäringen inför stora problem som personalbrist, behov av utbildning, kompetensutveckling och förbättrade arbetsvillkor i branschen. Kompetensförsörjning är ett strategiskt område i Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018–2035 och besöksnäringens behov inkluderas i för det programmet framtagen handlingsplan.

Trygghetsfrågan har stor påverkan på destinationen Göteborgs attraktivitet för såväl besökare som invånare. Göteborgs Stads trygghetsskapande och brottsförebyggande program syftar till att skapa förutsättningar för ett strukturerat och långsiktigt arbete som

¹ Beslut väntas under 2022.

² Beslut väntas under 2022.

anpassas till samhällsutvecklingen och bedrivs samordnat och kunskapsbaserat mot aktuella läges- och problembilder. Destinationen ska upplevas som en trygg plats att besöka och vistas på och ett framgångsrikt trygghetsskapande och brottsförebyggande arbete är därför av stor vikt för en hållbar destinationsutveckling.

Genom en strukturerad och systematiserad samverkan med stadens ansvariga förvaltningar och bolag kan besöksnäringens bidrag, behov och perspektiv inom dessa nyckelområden säkerställas.

Förutom Göteborgs Stads styrande dokument förhåller sig programmet till strategier och styrdokument på nationell och regional nivå.

- Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring, Näringsdepartementet
- Göteborgsregionens strategi "Hållbar tillväxt 2030"
- Regional utvecklingsstrategi för Västra Götaland 2021–2030

Stödande 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 destinationsutveckling och besöksnäringen.

- Göteborgs Hotellrapport 2021, Annordia AB
- Vägar till hållbar tillväxt – en förstudie om framtidens upplevelseindustri i Västsverige, Handelshögskolan Göteborgs Universitet 2021
- Göteborgsregionen - Strategisk inriktning 2020–2023
- Hållbarhetsklivet, Västsveriges samlade initiativ för en hållbar besöksnäring
- Mot en mer hållbar besöksnäring, Tillväxtverket, 2019
- Hållbar platsutveckling inklusive möten och evenemang, utlysning från Tillväxtverket 2021
- Ett land att besöka – En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring, SOU 2017:95
- European Capital of Smart Tourism
- Agenda 2030 med 17 globala mål för hållbar utveckling
- Global Destination Sustainability Index

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

Göteborg & Co ansvarar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2022–2030. Bolagets roll är att leda och koordinera arbetet inom och mellan programmets 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 gemensamma handlingsplaner.

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. Detta innebär att de, utifrån sitt grunduppdrag, över tid aktivt ska 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 fyra 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 förutsättningar

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.³

För begreppet besöksnäring finns ingen enskild vedertagen definition utan organisationer och destinationer väljer att uttrycka sig något olika. Att definiera begreppet besöksnäring är med andra ord svårt, men det finns tydliga skillnader från begreppet turism.

Besöksnäringen definieras generellt inte utifrån vem kunden är eller var kunden kommer ifrån 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 upplevelserna 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 invånare är en viktig målgrupp för besöksnäringen, då de nyttjar och bidrar till ekosystemet lika väl som turister. Besöksnäringen ingår 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.⁴

Turism och besöksnäring skapar och bidrar med många positiva värden för samhället och individen, i form av arbetstillfällen, lokal och regional utveckling, möten, upplevelser och livskvalitet. Begreppet besöksnäring omfattar, utöver turism, även när invånare tar del av upplevelser på destinationen. Grundtanken är att besöksnäringens utbud ska tillföra mervärden för såväl invånare som besökare. 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. Ett välmående och brett utbud av t.ex. kultur- och nöjesaktiviteter, handel och restauranger höjer livskvaliteten för invånarna och ökar samtidigt regionens attraktivitet. Ett ökat fokus på närmarknaden gör även att större hänsyn tas till invånares perspektiv och behov vid utveckling av besöksnäringens utbud.

Att skapa en attraktiv destination bidrar till en öppen och hållbar samhällsutveckling. En destinations utveckling vilar på en god samverkan mellan det offentliga, det privata näringslivet, ideella organisationer och akademien. Destinationens hållbarhetsarbete är beroende av stadens hållbarhetsarbete när det gäller grundläggande service, infrastruktur och andra hållbara insatser. En framgångsrik samverkan mellan stadens verksamheter och

³ UNWTO www.unwto.org

⁴ Ola Bergström, *Vägar till hållbar tillväxt – En förstudie om framtidens upplevelseindustri i Västsverige*, (2021)

besöksnäringens olika aktörer är en förutsättning för och bidrar till en hållbar destination 2030.

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. Göteborg vill fortsätta att växa som destination och utveckla ett levande utbud av kultur, nöjen och fritidsaktiviteter som höjer värdet för besökare, företagare och invånare. Innehållet i de 13 kommunernas sammansatta utbud kompletterar varandra och stärker hela destinationens attraktionskraft.



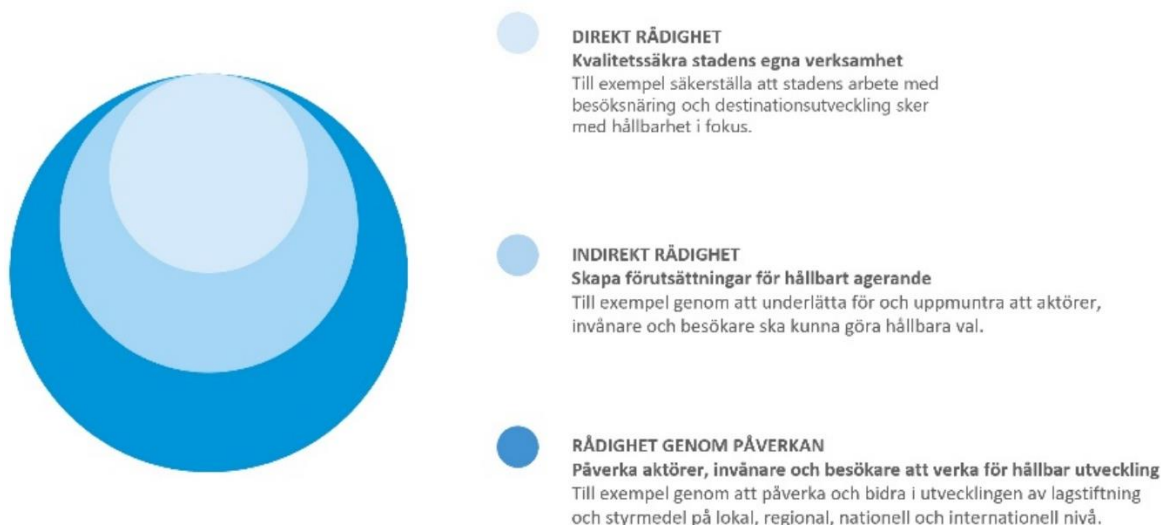
Före coronapandemin visade besöksnäringen i Göteborg en stadig tillväxt under många år. Andelen internationella gästnätter låg stabilt på omkring 30% av totalen och affärsresandet stod för ungefär hälften av övernattingarna.⁵ De primära målgrupperna återfinns i vår närregion, det vill säga Sverige, Norge och Danmark. Bland andra viktiga målgrupper kan nämnas Tyskland och Storbritannien.

Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg

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. En gränsöverskridande samverkan som ser till hela destinationens gemensamma bästa har varit en del av Göteborgs framgång. Göteborgs Stad råder i olika utsträckning över viktiga delar av destinationens besöksnäring. Staden äger resurser som bidrar till besöksnäringen, bedriver näringsverksamhet i stadens regi och styr över samhällsutvecklande processer. Stadens nämnder och styrelser gör det möjligt för andra aktörer att utveckla verksamheter och företag och bidra med kreativa

⁵ SCB, Inkvarteringsstatistik.

och innovativa lösningar. Därmed är alla en del av en helhet som utgör destinationens attraktivitet.



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 aktivt sätt samverka med varandra och med näringslivet, i besöksnäringens frågor. Samverkan bör ske i såväl det dagliga arbetet som på en långsiktigt strategisk 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.

Besöksnäringens utmaningar och möjligheter

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. Möjligheterna finns framför allt i storstadsregioner som genom sin storlek har de förutsättningar i form av infrastruktur, tillgänglighet och utbud av produkter och tjänster som krävs i konkurrensen.⁶

Precis som andra näringar behöver besöksnäringen anpassa sig till trender och omvärldsfaktorer som 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 covid-19 under 2020 har givit tydliga och allvarliga effekter på besöksnäringen över hela världen. En effekt är att sedan tidigare kända fenomen som

⁶ UNWTO www.unwto.org

hemester, e-handel och utvecklingen av digitala upplevelser och möten har förstärkts och accelererats.

Pandemin har orsakat långtgående ekonomiska effekter för besöksnäringens aktörer där många företag varit beroende av stödåtgärder för att undvika konkurs samt behövt säga upp personal och därmed tappat kompetens. 2020-talet väntas präglas av ekonomisk instabilitet som kan påverka näringens möjligheter att investera i innovation och kompetensutveckling. Oroligheterna som bröt ut i Europa under våren 2022 och medföljande konjunkturskiftningar bidrar också till ökad osäkerhet kring såväl näringens som hushållens ekonomiska situation.

Hållbar destinationsutveckling

När det gäller turism och besöksnäring finns också några generella och inneboende målkonflikter att förhålla sig till. Turism är till viss del förknippat med aktiviteter kopplat till resande vilket innebär påfrestningar för miljön, exempelvis genom koldioxidutsläpp från fossildrivna transporter. Utmaningen att ställa om till en fossilfri transportsektor gäller för hela samhället – lokalt, regionalt, nationellt och globalt - och är oerhört viktigt för hela turism- och besöksnäringen. Samtliga transportslag behövs och fyller olika behov. Alla transportslag behöver närma sig nollutsläpp. Detta konstateras även i den nationella strategin för hållbar turism och växande besöksnäring.⁷ Samverkan och insatser på systemnivå är nödvändigt för att hantera den stora utmaningen. Ett attraktivt och lättillgängligt utbud av hållbara transportlösningar och att besökare väljer dessa är andra viktiga faktorer för en hållbar turismutveckling. En annan potentiell målkonflikt ligger i invånares perspektiv och behov i förhållande till besökarperspektivet. Det kan handla om trängsel och överturism som kan leda till sociala spänningar, fysiskt slitage och nedskräpning på utsatta platser. Det kan också handla om avvägningar kring hur offentlig mark och platser används och exploateras. Att kontinuerligt lyssna av invånares upplevelse av turism- och besöksnäringens konsekvenser liksom att involvera och öka delaktigheten i utvecklingen av plats och destination är avgörande för att förebygga och hantera denna utmaning. Genom att tydligare definiera den lokala och regionala befolkningen som viktiga målgrupper för besöksnäringen kan destinationen och näringens aktörer växa och utvecklas på ett sätt som förebygger eller minimerar de negativa konsekvenserna av målkonflikterna.

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 miljö- och klimatavtryck kan komma att leda till färre långväga resor, vilket stärker möjligheterna till 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.

⁷ Näringslivsdepartementet. *Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring (2021)*

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

Digitalisering

Konsumenter har höga förväntningar på enskilda aktörers och destinationers digitala närvaro och service. Det gäller allt från när kunden gör sin bokning till realtidsinfo om köer på besöksmål, lediga parkeringsplatser och aktuell information, såsom tips på väderanpassade aktiviteter eller pågående evenemang.

Den snabba utvecklingen av digitala arbetssätt och verktyg, i kombination med restriktioner under pandemin, har lett till ett minskat affärsresande i hela världen. Osäkerheten kring hur affärsresandet kan komma att återhämta sig är stor.

För näringsens aktörer handlar det om att i större utsträckning kunna erbjuda digitala lösningar som komplement till de fysiska vilket kräver nya samarbetspartners och kompetensutveckling. Nya tekniska lösningar som möjliggör interaktiva hybridupplevelser väntas ständigt introduceras på marknaden. Hybridformatet innebär en livehändelse med deltagare både fysiskt på plats och digitalt på distans, som har möjlighet att interagera, oavsett var de befinner sig.⁸

Det är samtidigt viktigt att inte bara se utvecklingen som ett hot mot den fysiska besöksnäringen, utan som en möjlighet att nå ut till fler målgrupper och hitta nya intäktssällor. Det är svårt att förutsäga i vilken utsträckning hybrida och digitala upplevelser konkurrerar med fysiska evenemang och möten. En medvetenhet bör dock finnas om att det kan ske ett maktskifte från de traditionella evenemangs- och mötesarrangörerna till digitala plattformar som tillhandahåller och sprider upplevelser.

Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden

Under pandemins utbrott i början av 2020 märktes en ökad medvetenhet bland besökare kring smittorisker och högre krav på hälsa och hygien vid till exempel resor och evenemangsbesök. Ett förändrat köpbeteende märks också, då många har vant sig vid att planera med kort varsel, vilket påverkar framförhållningen vid bokning, samt har höjt förväntningar på generösa avbokningsvillkor hos arrangörer.

Fler har fått upp ögonen för hemester och semester i närregionen, vilket tros påverka mixen av besökare som kommer till destinationen även i framtiden. 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.

⁸ Göteborg & Co, *Hybridupplevelser för evenemang och möten*.

Utvecklingen mot ett minskat affärsresande kommer att kräva ett förstärkt fokus på privatsegmentet för destinationen som helhet, men särskilt för de aktörer som tidigare varit beroende av affärsresenärer så som exempelvis hotell. Konkurrensen hårdnar och det blir viktigare att positionera sig och utveckla erbjudanden och tjänster som appellerar till de målgrupper man vill attrahera. Det krävs även ett utökad utbud av reseanledningar för att locka privatresenärer under andra tider än traditionella semestersäsonger.

Agenda 2030 och destinationens utveckling

FN:s globala hållbarhetsmål är 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 på olika sätt beroende av, och direkt kopplade till, varandra. 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 bidra till att minska de negativa effekterna. Genomförandet av Göteborgs Stads program för destinationsutveckling mot 2030 ska hantera båda perspektiven samt både, 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

Den internationellt vedertagna definitionen av hållbar utveckling⁹ definierar att utgångspunkten är att en hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. En balans mellan den sociala, den ekologiska och den ekonomiska dimensionen ska eftersträvas. Att arbeta med hållbar destinationsutveckling är nödvändigt för att stärka destinationen långsiktigt. Den globala coronapandemin har ytterligare tydliggjort vikten av att destinationer kombinerar långsiktiga strategier med flexibilitet för att på ett framgångsrikt sätt möta besöksnäringens utmaningar och möjligheter.

Göteborg är en hållbar stad öppen för världen. Destinationen Göteborg ska vara välkomnande och inkluderande där varje människa ska 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 fem år i rad (2016–2019¹⁰, 2021) rankats som världens mest hållbara destination i Global Destinations Sustainability Index (GDSI). 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. GDSI utgår från följande beskrivning av en hållbar destination:

“Sustainable Destinations are places that actively account for the current and future economic, social and environmental impacts of their events and tourism industry, while engaging and listening to the needs of the host communities, the environment, visitors, and the industry. They have collaboratively developed a long-term and regenerative vision, and take the lead as stewards and catalysts in making a better place to visit, meet, and thrive in”¹¹.

Detta programs målbild och strategier ska bidra till att destinationen Göteborg utvecklas med ett långsiktigt perspektiv samt att Göteborgs ledande positionen inom hållbar destinationsutveckling stärks.

⁹ Förenta nationerna. [Bruntlandkonventionen](#). 1987

¹⁰ [Global Destination Sustainability Award](#). På grund av pandemin gjordes ingen officiell benchmark 2020.

¹¹ GDSI [The Global Destination Sustainability Movement \(gds.earth\)](#)

Programmets målbild: Hållbar destination 2030

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

Programmets målbild har tre huvudinriktningar som har formulerats utifrån, och beaktar, de tre hållbarhetsdimensionerna - social, ekonomisk och ekologisk. För destinationen Göteborg innebär det:

- En **välkomnande och inkluderande destination** som erbjuder något för var och en och där alla bemöts med respekt (social dimension)
- En **växande och välmående näring** som skapar arbetstillfällen till följd av en ökad efterfrågan (ekonomisk dimension).
- En **miljö- och klimatsmart destination** med klimatavtryck nära noll där näringens aktörer och besökarna bidrar till en ekologiskt hållbar destination (ekologisk dimension).

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	Avser näringsliv, kultur- och föreningsliv samt offentliga aktörer på destinationen, verksamma såväl inom som utanför besöksnäringen.

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 fyra 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



Programmets mål och indikatorer

Nedan presenteras programmets mål och indikatorer, med nuläge och målvärde. Indikatorerna avser hela destinationen, det vill säga samtliga 13 kommuner, om inget annat anges. Indikatorernas nuläge utgår i flera fall från 2019, vilket är att betrakta som ett normalår för besöksnäringen. Även ett referensvärde för 2020/2021 visas för att synliggöra coronapandemins effekt. I de fall uppgifter inte funnits tillgängliga har undersökningar genomförts för att fastställa ett nuläge. Undersökningarna är genomförda under sommaren/hösten 2021.

Vid tidpunkten för detta programs framtagande råder fortfarande stor osäkerhet kring besöksnäringens återhämtning efter coronapandemin. Därför har utgångspunkten vid målsättning av flera av de utvalda indikatorerna varit att initialt återgå till den nivå som noterades 2019. Då bilden av återhämtningstakten klarnar planeras en utvärdering och eventuell revidering av målvärdena. Besöksnäringens förmåga till tillväxt kan vid en permanent nedgång av affärsresande och långväga internationellt resande vara starkt beroende av ett ökat resande från närregionen, övriga landet och våra grannländer. Inte bara under högsäsong, helger och lovperioder utan även under vardagar för att täcka upp för ett eventuellt minskat affärsresande. Även den sedan tidigare uttryckta ambitionen om en fördubbling av antalet kommersiella gästnätter (basår 2015) kommer då att ses över med hänsyn till besöksnäringens framtida förutsättningar.

Det saknas vid tiden för framtagande av detta program tillförlitliga metoder för att mäta bland annat besökarens och näringsens klimatavtryck. Det pågår även internationellt diskussioner för att utveckla fler gemensamma metoder för att mäta och utvärdera värde och effekter av besöksnäringens hållbara utveckling och destinationers framgång. Destinationen Göteborg deltar i arbetet med att utveckla nya metoder både nationellt och internationellt. Avsikten är att utvärdera och komplettera programmets indikatorer då nya mätmetoder utvecklats och bedöms tillförlitliga.

I bilagan, kapitel 1 redogörs för de undersökningar och källor som ligger till grund för indikatorernas nuläge samt definitioner av begrepp som används.

Perspektiv: Besöka

1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg

Destinationen Göteborg ska vara en välkomnande och inkluderande destination där varje besökare känner sig trygg och får ett respektfullt bemötande, oavsett kön, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsnedsättning, ålder, trosuppfattning eller könsöverskridande identitet/uttryck. Alla ska ha möjlighet att röra sig fritt och delta i destinationens breda utbud av upplevelser och deltagandet ska ske utan rädsla för att utsättas för brott eller diskriminering. De hinder som förhindrar människor att ta del av destinationens mångfacetterade utbud av upplevelser och tjänster bör därför förebyggas. Det gäller både människors fysiska förutsättningar och ekonomiska möjligheter att ta del av besöksnäringens utbud. Målet är en helt tillgänglig destination - både fysiskt, psykosocialt och socioekonomiskt. Göteborgs Stads uppsatta mål inom ökad jämlikhet, tillgänglighet, jämställdhet, antirasism och icke-diskriminering bidrar till att destinationen blir en mer attraktiv och tryggare plats att besöka.

Anledningen till att destinationen Göteborg väljs varierar mellan olika besökare. För att stärka destinationens möjligheter att attrahera nya besökare och öka besökarnas nöjdhet är det därför viktigt att erbjuda något för alla smaker och intressen, oavsett vem besökaren är eller vilka förutsättningar besökaren har. För att alla ska kunna ta del av upplevelseutbudet behövs god tillgång till anpassad information om destinationens samlade utbud av upplevelser och tjänster. Att synliggöra destinationens breda utbud av upplevelser bidrar till inkludering.

Ytterligare ett perspektiv på säkerhet och trygghet är de lärdomar som dragits under pandemin kring särskilda insatser för att förhindra och förebygga smittspridning, något som är viktigt att ha med i beredskap för framtiden.

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

*NPS = Net Promotor Score. Mäter rekommendationsgrad och nöjdhet i målgruppen. 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. Källa: Besökarundersökning.

2. Besökarna gör hållbara val och den totala miljö- och klimatpåverkan minskar

På en hållbar destination ska det vara enkelt att göra klimatsmarta val och ta del av hållbara upplevelser. En viktig parameter att ta hänsyn till för att nå målet om en hållbar destination 2030 är att begränsa det miljö- och klimatavtryck som besökare ger upphov till i samband med sin resa och vistelse. Det är därför av stor vikt att besökarna såväl i Göteborg som vid resa till och från destinationen i så stor utsträckning som möjligt gör hållbara och klimatsmarta konsumtionsval.

Transporten till och från destinationen utgör ofta det största klimatavtrycket i samband med en resa. Detta gäller särskilt för långväga besökare. Att få besökarna att stanna längre på destinationen, snarare än att enbart locka nya besökare att resa hit, är därför ett effektivt sätt att skapa förutsättningar för tillväxt i näringen utan att det per automatik innebär ökat antal transporter till och från destinationen. När besökare stannar längre på destinationen konsumerar de mer av destinationens utbud samtidigt som befintlig infrastruktur utnyttjas mer effektivt. Ett annat sätt att minska klimatavtrycket till följd av besökarnas transporter är att i högre utsträckning locka inhemska besökare och besökare från närregionen som inte behöver göra en lika lång resa för att ta sig till destinationen Göteborg.

Det bör även finnas förutsättningar att göra klimatsmarta konsumtionsval och ta del av hållbara upplevelser väl på plats. Det förutsätter dels ett ökat hållbarhetsengagemang hos näringens aktörer, dels att hållbara alternativ tydligt kommuniceras för att uppmuntra besökaren att konsumera mer 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, nyttja kollektivtrafiken för att ta sig runt eller delta på evenemang som aktivt valt bort engångsartiklar. Att erbjuda hållbara konsumtionsalternativ som standard och tydligt kommunicera dessa till besökare bidrar till upplevelsen av en hållbar destination.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Genomsnittlig vistelselängd på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 1,66 nätter 2020: 1,66 nätter 2021: 1,63 nätter	2025: 1,69 nätter 2030: 1,71 nätter

Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 3,6 miljoner 2020: 2,1 miljoner 2021: 3,0 miljoner	2025: 3,8 miljoner*** 2030: 4,2 miljoner***
Andel besökare som upplever Göteborgsregionen som en hållbar destination **	2021: 57%	2025: 65% 2030: 70%

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

** Källa: Besökarundersökning.

*** Utvärderas årligen och revideras vid behov.

3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt

En attraktiv destination behöver kunna erbjuda ett varierat utbud av reseanledningar året runt, både för att locka turister att besöka destinationen och för att tillgodose invånarnas önskemål om ett rikt utbud av upplevelser att ta del av lokalt. För Göteborgs del är det viktigt att öka utbudet av upplevelser och reseanledningar under andra tider på året än sommarmånaderna juni, juli och augusti (högsäsong). Att till exempel arrangera idrottsevenemang, konserter, konstutställningar, vetenskapliga kongresser och publika mässor är ett effektivt sätt att driva besöksströmmar till destinationen, oavsett säsong. 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.

Att jämna ut besöksvolymerna över hela destinationen och över årets alla månader ger goda förutsättningar att minimera eventuella negativa effekter i form av överturism som ofta är knutet till högsäsong. Det bidrar till en jämnare beläggning på exempelvis besöksmål, arenor och boendeanläggningar, vilket skapar bättre möjlighet till god lönsamhet för näringsens företag. Samtidigt påverkar det besökarnas bild av Göteborg positivt då det ökar upplevelsen av att destinationen alltid har något att erbjuda dem. Att fortsätta stärka stadens utbud av reseanledningar, främst utanför traditionell högsäsong, gör det möjligt för fler att upptäcka Göteborg.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong*	2019: 3,3 miljoner 2020: 1,7 miljoner 2021: 2,1 miljoner	2025: 3,3 miljoner 2030: 3,6 miljoner
Antal evenemang utanför högsäsong**	2019: 37 2020: 9	2025: 37 2030: 42
Antal möten utanför högsäsong**	2019: 40 2020: 5	2025: 40 2030: 45

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik. Utvärderas årligen och revideras vid behov.

**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 avses, se bilaga, kapitel 1. Källa: Göteborg & Co/Gothenburg Convention Bureau.

Perspektiv: Leva

4. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna

Möten mellan människor och deras upplevelser av konst och kultur öppnar dörrar till nya världar och hjälper människor att skapa sin identitet. Det bidrar till samhörighet och utgör grunden för framtidens historia och kulturarv. Även idrotts- och föreningslivet har stor betydelse i människors liv, dels utifrån ett hälsoperspektiv men även genom dess förmåga att bidra till samhörighet och inkludering.

De egna invånarna står ofta för en betydande andel av besöken på exempelvis museer, restauranger och kulturscener och är därför betydelsefulla kunder hos besöksnäringens företag.

Destinationen Göteborgs viktigaste ambassadörer är de egna invånarna och besöksnäringen bör därför verka för att tillföra mervärde och stärkt livskvalitet för de som bor på destinationen. Det är därför viktigt att säkerställa att alla invånare, oavsett individuella förutsättningar, har goda förutsättningar att ta del av besöksnäringens utbud på destinationen. När invånarna är nöjda med destinationens utbud av upplevelser bidrar de till en välkomnande atmosfär för besökare och rekommenderar vänner och bekanta att besöka Göteborg.

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. Invånarna har fått svara för om de kan rekommendera andra att besöka destinationen. Källa: Invånarundersökning.

** Källa: Invånarundersökning.

5. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar

En växande besöksnäring bidrar med nya arbetstillfällen för regionens invånare. Det bidrar till ökade försörjningsmöjligheter som stärker invånarnas livsvillkor och ökar känslan av delaktighet i samhället. För många är arbetet dessutom en bas för det sociala livet. Samtidigt har kraven på arbetsmarknaden höjts i takt med att samhället har förändrats. Ofta är utbildning en förutsättning för att få ett arbete och därmed kunna försörja sig. Besöksnäringen sysselsätter många människor och erbjuder i flera fall unga och utlandsfödda ett instieg på arbetsmarknaden. För unga innebär till exempel sommarjobb och extrajobb under studietiden ökade försörjningsmöjligheter. För att fler av regionens invånare skall kunna försörja sig på heltid genom arbete i besöksnäringen är det viktigt att det även finns arbetstillfällen under hela året.

I takt med att den digitala mognaden i besöksnäringen ökar, väntas även nya kompetensbehov leda till att nya arbetstillfällen skapas utanför de företag som idag är att betrakta som besöksnäringföretag. Det kan röra sig om konsulttjänster inom IT och mjukvaruutveckling. Detta kan föranleda ett behov av att se över och komplettera nedanstående indikator under programperioden.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal anställda i besöksnäringens intensiva branscher*	2019: 29 200	2025: 29 500
	2020: 28 300	2030: 31 000

**Enligt utvalda SNI-koder, se förtydligande i bilaga, kapitel 1. Källa: Business Region Göteborg. Målvärden utvärderas årligen och revideras vid behov.

Perspektiv: Verka

6. 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 när näringsens aktörer driver efterfrågan genom nya reseanledningar, ökad tillgänglighet samt ett stärkt destinationsvarumärke. Detta samtidigt som etablerade och nya aktörer ges förutsättningar att utvecklas i ett näringslivsklimat där entreprenörskap och innovation uppmuntras.

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 bostäder, gästhamn eller på camping, finns behov att komplettera med andra mått för att mäta besöksnäringens utveckling. Det är samtidigt viktigt att det kommersiella boendebudet fortsatt tillgodoser efterfrågan som kan fluktuera över säsonger och veckodagar. För hotell används belägningsgraden (kapacitetsutnyttjande hotellrum) som ett vedertaget mått på hur väl utbudet tillgodoser efterfrågan. En genomsnittlig årlig belägningsgrad 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 belägningsgrad strax under 70% för att på helårnivå 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 2021: 3,5 miljoner	2025: 5,1 miljoner** 2030: 5,6 miljoner**
Genomsnittlig belägningsgrad på hotell i Göteborgs stad*	2019: 72,5% 2020: 36% 2021: 44,5%	2025: Strax under 70% 2030: Strax under 70%
Antal övernattningsplatser på campingplatser*	2019: 418 000 2020: 220 000 2021: 389 000	2025: 430 000 2030: 460 000

Antal övernattnings genomförda i privatuthyrda stugor och lägenheter via förmedlingssajter i storstadsområde Göteborg***	2019: 277 000	2025: 300 000 2030: 340 000
Antal företag (arbetsställen) verksamma i besöksnäringens intensiva branscher****	2019: 11 500 2020: 11 600	2025: 12 000** 2030: 13 000**

*Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

** Utvärderas årligen och revideras vid behov.

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

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

7. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen

En levande stad med en besöksnäring i ständig utveckling bidrar till att stärka hela regionens attraktionskraft och har förmågan att skapa varaktiga positiva samhällseffekter. Besöksnäringens breda utbud av upplevelser och faciliteter inom kultur, nöjen, idrott, boende, konferens- och mötesplatser spelar en viktig roll för att skapa förutsättningar för näringsliv och akademi att locka talang, arbetskraft, forskning och investeringar till regionen.

Göteborgsregionen är en av Europas mest snabbväxande regioner och befinner sig i en utvecklingsfas som innebär stora investeringar i form av forskning och utveckling. Här kan besöksnäringen fungera som ett verktyg där internationella möten, konferenser och evenemang används för att profilera styrkeområden och visa upp Göteborgs unika kompetenser. Besöksnäringen kan nyttjas som en kommunikativ plattform för att uppnå strategiska mål i samverkan med näringsliv, akademi och offentlig sektor. Göteborgs varumärke som en destination där kunskap värdesätts stärks, samtidigt som destinationen ytterligare etableras som en mötesplats och kunskapshubb för akademi och näringsliv.

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

8. Hållbarhetsarbete i världsklass

Destinationens hållbarhetsarbete förutsätter att hela näringens engagemang inom alla tre dimensioner. 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 öka antalet aktörer i besöksnäringen som är anslutna 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.

Göteborg har sedan en tid tillbaka positionerat sig som internationellt ledande inom hållbar destinationsutveckling. Framgången är ett resultat av ett engagerat och aktivt hållbarhetsarbete. Positionen bekräftas i Global Destination Sustainability Index (GDSI) där Göteborg har varit i topp samtliga fem år som rankingen genomförts. GDSI är ett internationellt benchmarking-system som rankar destinationers hållbarhetsprestanda och syftar till att bidra till utvecklingen av mer hållbara platser, städer och regioner att besöka, verka och leva i. Indexet utvecklas och hanteras av organisationen Global Destination Sustainability Movement (GDSM), som i sin tur är uppbackat av etablerade internationella besöksnärsorganisationer så som International Congress and Convention Association (ICCA) och City Destinations Alliance (City DNA)¹² Indexet är ett viktigt verktyg i konkurrensen om internationella möten och evenemang. Verktuget speglar destinationens arbete med hållbarhet ur samtliga tre dimensioner samt stadens ledning, styrning och utveckling av destinationen. GDSI kan ses som en god indikation för arbetet mot programmets övergripande målbild - Hållbar destination 2030. Indexet, vars innehåll revideras regelbundet, pekar på väsentliga områden och insatser och blir på så sätt även ett utvecklingsverktyg för destinationens aktörer.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
GDSI hållbarhetsranking*	2019: #1	Årligen topp 3 placering
Andel miljöcertifierade hotellrum i Göteborgs stad**	2019: 95% 2021: 91%	2025: 96% 2030: 98%
Andel miljöcertifierade konferensanläggningar i Göteborgs stad**	2019: 100% 2021: 100%	2025: 100% 2030: 100%
Antal hållbarhetscertifierade evenemang och möten***	2019: 15 2021: 3	2025: 28 2030: 40

* Källa: GDSI.

** Avser Göteborgs stad. Källa: Göteborg & Co/Gothenburg Convention Bureau.

*** Källa: SUSA eventdiplomering, Hållbart Evenemang och Rise AB, certifieringsorgan för ISO 20121 ledningssystem för hållbarhet vid evenemang.

Strategier

Att stärka Göteborg som hållbar destination är en komplex utmaning. Göteborgs Stad har möjlighet att främja utvecklingen genom att aktivt bidra inom ramen för de verksamheter och områden som staden råder över. En nära samverkan och dialog med näringsens företrädare, aktiv omvärldsbevakning och kunskapsdelning ger staden insikt i besöksnäringens utmaningar och möjligheter. Det lägger grunden för att genom innovativa och hållbara idéer driva förändring mot den uppsatta målbilden hållbar destination 2030.

För att tydliggöra hur målbilden ska nås har fyra strategier formulerats. Strategierna är tvärgående och bidrar på olika sätt till såväl den övergripande målbilden som till de formulerade målen. Utöver samverkan är digitalisering och kommunikation centrala byggstenar och framgångsfaktorer i alla fyra strategier. De nämnder och styrelser som

¹² 31 mars 2022 bytte European Cities Marketing namn till City Destinations Alliance. [City Destinations Alliance is Born - European Cities Marketing](#)

benämns som “viktiga aktörer” är i olika grad berörda av, och råder över, betydelsefulla områden inom aktuell strategi. Destinationens framgång vilar också på samverkan med många andra aktörer utanför Göteborgs Stad, från såväl offentlig sektor, som näringsliv, ideella organisationer, akademi och invånare - regionalt och nationellt. Konflikter av olika slag uppstår återkommande och det är centralt för en framgångsrik samverkan att hantera dem så att de inte blir ett hinder för genomförandet. Strategierna förväntas ha kapacitet att hantera uppkomna konflikter.

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

Destinationen Göteborg bör ständigt stärka, utveckla och vårda det befintliga utbudet, i kombination med att driva och möjliggöra utveckling av nya reseanledningar, koncept och hållbara affärsmodeller. Ett rikt och varierat utbud av exempelvis konst, kultur, mat, nöjen, handel, naturupplevelser och aktiviteter ökar attraktiviteten för besökarna och höjer livskvaliteten för invånarna.

Hållbar destinationsutveckling innebär bland annat att besöksströmmarna balanseras genom ett levande och tillgängligt utbud året runt, över hela destinationen. Det ger tillresande fler anledningar och möjligheter att besöka fler platser, stanna längre och konsumera mer på destinationen. Därigenom skapas bättre möjligheter till god lönsamhet hos näringsens företag, och fler arbetstillfällen på helårsbasis i regionen. En jämnare beläggning på besöksmål och grönområden, arenor och anläggningar, begränsar platsers slitage och motverkar trängsel, något som är viktigt ur ett invånarperspektiv.

Utvecklingen av attraktiva reseanledningar över hela destinationen utanför traditionella högsåsonger är en prioriterad fråga. Därför är stadens samverkan med besöksnäringens befintliga och nya aktörer i deras processer med affärs- och konceptutveckling av hållbara och attraktiva produkter avgörande. Ett effektivt och vägledande verktyg är hållbarhetscertifiering, något som ska eftersträvas hos fler aktörer över hela destinationen. Genom tydlig kommunikation av produktutbud och alternativ kan aktörer påverka besökaren till att göra hållbara konsumtionsval, såväl under vistelsen som i resan till och från destinationen.

Destinationen Göteborg har ett gott renommé som värd och har genom åren arrangerat många av världens stora evenemang, mässor och möten. En viktig del i denna framgång är ett tydligt fokus på hållbarhet i såväl värningsfasen som vid genomförandet. Det innebär att Göteborg driver på arrangörers hållbarhetsarbete genom att ställa krav, utmana och bistå dem i deras utvecklingsarbete. De internationella och nationella årligen återkommande kultur- och idrottsevenemangen är en central del i Göteborgs attraktivitet och utgör en motor för destinationens besöksnäring. Evenemang och möten bidrar till att jämna ut besöksströmmarna över året och förlänga säsonger. För en stad eller en region kan evenemang och möten fungera som kommunikativa plattformar och experimentarenor för stadsutveckling, hållbarhetsambitioner, samhällsutveckling och kompetensutveckling. Detta har lett till att utveckling och värning av evenemang och möten sker i en allt hårdare internationell konkurrens. Göteborg ska därför, liksom många destinationer världen över, bättre nyttja evenemang och möten som drivkraft för samhällsutveckling där bestående värden för destination och invånare efterlämnas.

Med kunskap, engagemang och samverkan kan offentliga aktörer skapa förutsättningar för attraktiva upplevelser och reseanledningar som stärker destinationens konkurrenskraft och samtidigt bidrar till en långsiktig hållbar samhällsutveckling. En framgångsrik destination bygger på förmågan att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Alla aktörer inom destinationen ska uppmuntra och bidra till utvecklingen av hållbara upplevelser, nya platser och tillgängliga produkter som stärker destinationens attraktivitet.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Stödja och uppmuntra säsongsutjämning och etableringar av nya reseanledningar och besöksmål (fysiska, digitala och hybrida) samt vårda och utveckla befintliga platser och reseanledningar, i hela destinationen.
- Utveckla och stärka destinationens förmåga att attrahera och stå värd för fler hållbara möten och evenemang som förstärker och efterlämnar bestående värden för destinationen och dess invånare.
- Stärka destinationens varumärke mot befintliga och nya målgrupper genom effektiv och aktiv kommunikation.
- Utveckla och fördjupa samverkan kring destinationsutveckling över kommungränserna inom Göteborgsregionen.
- Stödja och uppmuntra aktörer att utveckla och kommunicera hållbara verksamheter, produkter och alternativ.

Viktiga aktörer: Business Region Göteborg, Got Event AB, Idrotts- och föreningsnämnden, Liseberg AB, Kulturnämnden, Miljö- och klimatnämnden, Park- och naturnämnden, Trafiknämnden, Göteborg & Co AB.

Strategi 2: Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur

Inom destinationsutveckling utgörs besöksnäringens infrastruktur av exempelvis arenor och anläggningar för möten, mässor, boende, kultur, idrott, handel och restauranger, samt 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 är således ett grundfundament för besöksnäringens hållbara tillväxt och en förutsättning för destinationens starka konkurrenskraft.

God tillgänglighet till destinationen via land, vatten och luft är grundläggande för att möjliggöra besök. Klimatpåverkan från olika transportmedel utgör en av besöksnäringens största utmaningar och transporter behöver utvecklas till att närma sig nollutsläpp. Att öka tillgängligheten till och attraktiviteten för utsläppsnåla färdssätt är också av vikt för att möjliggöra internationella och nationella besökare att ta sig till destinationen på ett hållbart sätt. Som offentlig aktör på en destination, finns möjligheter att stödja expansionen av hållbar infrastruktur. Till exempel genom att samverka regionalt, nationellt och internationellt för bättre förutsättningar för smidigt, hållbart resande och smart bokning för internationella resor med tåg liksom multimodala resor. Andra insatser gör Göteborgs Stad genom att stödja och ställa krav på exempelvis transportaktörers, arenaägares eller konferensanläggningars hållbarhetsarbete. Göteborg Stad kan stimulera

utvecklingen av och skapa incitament för hållbara resor, såväl till som på destinationen. och inkludera besöksnäringens och besökarens perspektiv, i stadens och regionens arbete med smart mobilitet och omställningen till ett fossilfritt, elektrifierat transportsystem. Staden kan även uppmuntra aktörer till val av förnybara energilösningar; så som förnybar el till anläggningar, mässor och evenemang.

Kollektivtrafiken inom destinationen är en nyckelfråga för ett jämnt utbud och likvärdig tillgänglighet, för invånare och 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 från närregionen 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 för att möjliggöra för fler besökare från närområdet.

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 både medborgarnas och 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 hållbara transporter och omställningen till hållbart resande.
- Verka för att möta efterfrågan på nya hotellrum och andra kommersiella boendeformer som camping och gästhamnar.
- Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur och agera på regional och nationell nivå för att förbättra destinationens tillgänglighet 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: Business Region Göteborg, Byggnadsnämnden, Fastighetsnämnden, Göteborg Energi AB, Göteborgs hamn, Got Event AB, Göteborgs Spårvägar AB, Göteborgs stads parkering AB, Higab AB, Idrotts- och föreningsnämnden, Intraservice, Kulturnämnden, Liseberg AB, Park- och naturnämnden, Renova AB, Trafiknämnden, Göteborg & Co AB.

Strategi 3: 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 kundunderlag och därmed utbud. Attraktiva, trygga och tillgängliga miljöer samt välskötta offentliga rum och arkitektur av hög klass bidrar till destinationens ökade attraktionskraft. Nya stadsdelar, områden eller byggnader kan utgöra en besöksanledning i sig. Evenemang, publika mässor och möten kan fungera som kommunikativa plattformar för stads- och platsutveckling.

Att på olika sätt ta hänsyn till förutsättningar för besöksnäringens utveckling i arbetet med stadsutveckling ger plats för en växande och mer attraktiv destination. Hänsynstaganden omfattar exempelvis möjliggörande genom markupplåtelse, tillgång till el, fiber, vatten, toaletter, skötsel, renhållning, tillgänglighet och skyltning. För att möta en förändrad och utvecklad efterfrågan på nya upplevelser och besöksmål behöver destinationens offentliga aktörer ha ett tillåtande och öppet förhållningssätt kring ett flexibelt nyttjande och anpassat användande av destinationens platser, kulturmiljöer, parker och naturområden.

Destinationens utbud av naturupplevelser i parker, skärgård och grönområden ska vara tillgängligt och anpassat för alla besökare och invånare. Naturupplevelser och kulturarv behöver utvecklas, vårdas och omhändertas. Hållbar destinationsutveckling innebär bland annat att potentiellt överutnyttjande av platser bevakas och att utveckling sker med omsorg om själva platsen. Målkonflikter kan uppstå kring trängsel mellan invånare och besökare, kring förtätning av innerstadens områden, bostadsbyggande och nyttjandet av öppna ytor för evenemang, eller mellan en komplex tillståndsprocess och ambitionen att tillgängliggöra kulturupplevelser som exempelvis tillfällig konst. För att öka den gemensamma förståelsen för nytta, värde och utvecklingsbehov är en närmare dialog med invånare och besökare viktig. Genom denna dialog kan destinationens aktörer mäta och analysera exempelvis tillgänglighet, utbud och kvalitet.

För en destination är det en stor fördel att det finns centralt och strategiskt belägna platser, universellt utformade för rekreation, aktiviteter och möten mellan människor. Det gör evenemang tillgängliga för fler och skapar en unik upplevelse och bred synlighet, vilket är en omtalad konkurrensfördel för exempelvis Göteborg som evenemangsstad. För många av destinationens årligen återkommande stora internationella idrottsevenemang är nyttjandet av stadsrummets ytor avgörande för evenemangens varumärke och utveckling. Vid genomföranden av evenemang ställs krav på berörda aktörer att planera för och hantera stora besöksflöden på ett säkert och tryggt sätt och med god framkomlighet och tillgänglighet.

Det finns också stor potential i att öka rörligheten mellan olika delar av destinationen genom att synliggöra och marknadsföra lokala arrangemang. Evenemang utanför stadens centrala delar kan skapa ökat intresse och nyfikenhet hos både besökare och invånare. På samma sätt är det viktigt att stadens centrala delar är attraktiva och välkomnande för såväl besökare som invånare. Besöksnäringen bidrar till en levande miljö, till platsutveckling och stärker sociala värden som trygghet, inkludering och integration, då invånare får möjlighet att upptäcka andra platser och träffa nya människor.

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 arbetet med stads- och platsutveckling.
- Stärka och inkludera invånar- och lokalsamhällesperspektivet inom destinationsutveckling samt balansera platsers utveckling i takt med dess bärkraft och förmåga.
- Nyttja besöksnäringens utbud för 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 besöksnäringensrelaterad tillfällig verksamhet exempelvis evenemang, serveringar och konstutställningar.

Viktiga aktörer: Business Region Göteborg, Byggnadsnämnden, Fastighetsnämnden, Göteborgs stads parkering AB, Got Event AB, Higab AB, Idrotts- och föreningsnämnden, Kretslopp- och vattennämnden, Kulturnämnden, Miljö- och klimatnämnden, Nämnden för demokrati- och medborgarservice, Park och naturnämnden, Renova AB, Trafiknämnden och Göteborg & Co AB.

Strategi 4: Agera föregångare och möjliggöra innovation

Göteborg har en stark innovationskultur. Genom en öppen attityd till hållbar utveckling, till nytänkande och till kreativitet skapas en attraktiv region för investerare, företag, akademi, arbetskraft och studenter. Här ska besöksnäringens involvering och bidrag stärkas och förtydligas ytterligare genom en ökad öppenhet för nya aktörer och nya idéer.

Göteborg ska vara en kreativ testmiljö för metoder och innovativa affärsmodeller som bidrar till hållbar tillväxt. På detta sätt skapas fler arbetstillfällen i regionen samtidigt som destinationens attraktionskraft ökar. Innovativa affärsmodeller är också en förutsättning för att destinationen ska kunna minska besöksnäringens miljö- och klimatpåverkan. Allt detta möjliggörs genom en bred samverkan.

Kunskap ska utgöra grunden i destinationens innovationsarbete och Göteborg ska sträva efter att positionera sig som en erkänd kunskapsnätverk för besöksnäringen. Genom att samla, förädla och dela kunskap om bland annat besökarens konsumtion, beteenden och drivkrafter stärks destinationens aktörers förmåga att förstå potentialen i efterfrågan. Det möjliggör för fler besöksnäringensaktörer, entreprenörer, föreningsliv och kulturliv att utveckla innehåll, produkter, tjänster och koncept som stärker utbudet och destinationens attraktionskraft. Kunskap leder även till målgruppsinsikter som bidrar till goda förutsättningar att forma och utveckla relevant kommunikation som stärker destinationsvarumärket.

Fördjupad kunskap om besökarens rörelse- och konsumtionsmönster kan bidra till övrigt hållbarhetsarbete inom staden gällande till exempel trygghetsskapande aktiviteter, renhållning samt transport- och trafikplanering. En ökad samverkan mellan

besöksnäringens aktörer och staden i dessa frågor stärker besöksnäringens påverkan och bidrag till samhällsutvecklingen.

Förmågan att driva innovation genom kunskap är avgörande för utvecklingen av destinationens långsiktiga och hållbara attraktionskraft och kan endast stärkas genom en innovativ samverkan mellan näringsliv, akademi, offentliga aktörer samt kultur- och föreningsliv.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Bidra till att nationellt och internationellt positionera destinationen Göteborg avseende utbildning och forskning inom besöksnäring, destinationsutveckling och upplevelseindustri.
- Medverka i utvecklingen av metoder och system för analys av resmönster, drivkrafter och konsumtionsbeteende hos besökare och invånare.
- Sprida kunskap till besöksnäringens aktörer i syfte att inspirera till affärsutveckling och ett utökat hållbarhetsengagemang i hela destinationen.
- Verka för utökad samverkan och nya partnerskap mellan offentliga och privata aktörer, såväl lokalt som internationellt, i syfte att bidra till innovation.
- Uppmuntra och stödja processer som leder till att möten och evenemang kan agera testmiljöer för lösningar och som 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: Arbetsmarknad och vuxenutbildning, Business Region Göteborg, Got Event, Göteborgs Stadshus AB, Intraservice, Johanneberg Science Park AB, Kulturnämnden, Lindholmen Science Park AB, Miljö- och klimatnämnden, Nämnden för demokrati- och medborgarservice, Göteborg & Co AB.