

# Årsrapport 2015 Bolag

---

Got Event AB

# Innehållsförteckning

<b>1 Sammanfattning .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Verksamhetsanalys.....</b>	<b>4</b>
2.1 Väsentliga händelser och bolagets utveckling .....	4
2.1.1 Affärsområden/dotterbolag eller motsvarande .....	5
2.1.2 Viktiga framtidsfrågor.....	8
2.2 Analys av årets utfall .....	8
2.2.1 Resultat per affärsområde/dotterbolag eller motsvarande, alternativt resultat efter finansnetto.....	10
2.3 Investeringar .....	11
2.3.1 Projektredovisning .....	11
2.4 Utveckling inom personalområdet.....	12
2.4.1 Personalvolym och lönekostnad.....	12
2.4.2 Övrig utveckling inom personalområdet.....	12
2.5 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag .....	12
2.5.1 Intern kontroll.....	12
2.5.2 Sponsring.....	13
2.5.3 Ekonomisk uppföljning m a a flyktingsituationen.....	13
2.5.4 Göteborgs Stads kommunikationsstrategi .....	13
2.5.5 Övriga beslut och/eller uppdrag .....	13
2.6 Kommunala ändamålet och befogenheterna.....	13
<b>3 Uppföljning av kommunfullmäktiges budget .....</b>	<b>15</b>
3.1 Sammanfattande resultat av uppföljningen av kommunfullmäktiges prioriterade mål .....	15
3.2 Sammanfattande uppföljning av kommunfullmäktiges uppdrag.....	19
3.3 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges uppdrag .....	20
3.3.1 Alla enkelt avhjälpna hinder ska vara undanröjda i kommunens publika lokaler och på allmän platsmark under mandatperioden. ....	20
<b>4 Nyckeltalsredovisning .....</b>	<b>21</b>
<b>5 Nyckeltalsredovisning .....</b>	<b>22</b>
<b>6 Bokslut.....</b>	<b>23</b>
6.1 Sammanfattande analys .....	23

## 1 Sammanfattning

2015 har varit ett gynnsamt år för evenemangsverksamheten inom Got Event. Många magiska ögonblick har skapats för ca 1,5 miljoner människor som besökt något av de 348 evenemangen som genomförts på arenorna. Sportliga framgångar inom både fotbollen och ishockeyn har lockat stor publik. Även musikevenemangen har haft stor publiktillströmning. Allt detta har genererat ett gott resultat för verksamheten 2015 som uppgår till +10 mnkr. Det goda resultatet beror även på ett antal poster av engångskaraktär.

### *Strategisk framtidsfråga*

#### *Arenautveckling*

Konkurrensen från moderna och nybyggda arenor i vår omvärld ökar. För att Göteborg ska kunna behålla konkurrenskraft som evenemangsstad måste det ske en kontinuerlig utveckling av arenorna. Scandinavium och Valhallabadet samt till viss del Ullevi är anläggningar som är i behov av kraftiga upprustningar för att klara konkurrensen och attrahera arrangörer och besökare. Styrelsen har beslutat om ett moderniseringsprogram för Scandinavium i syfte att bibehålla arenans nuvarande evenemangsinnehåll samt öka tillgänglighet och frångänglighet som ger möjlighet för nya koncept. Åtgärderna bedöms kunna förlänga arenans livslängd med minst tio år. Total budget bedöms till ca 125-150 mnkr beroende på prioriteringar. Ställningstagande från Stadshus AB inhämtas i januari 2016. Ärendet ska sedan behandlas av Kommunstyrelsen/Kommunfullmäktige.

Fastigheten Valhallabadet inklusive sporthallar har ett omfattande underhållsbehov och är även energi- och miljömässigt en kostsam anläggning att driva. Fastighetsägaren Higab beräknar investeringsbehovet till ca 245 mnkr vid ett bevarande i 25 år. Higab har även låtit ta fram en underhållsplan för att säkerställa driften under kommande fem år. Kostnaden för detta minimalalternativ bedöms till 5,5 mnkr årligen under fem år. Got Events styrelse har hemställt till Kommunstyrelsen/Kommunfullmäktige om ställningstagande till Valhallabadets framtid och livslängd mot bakgrund av kommande och kostsamma underhålls- och investeringsåtgärder.

## 2 Verksamhetsanalys

### 2.1 Väsentliga händelser och bolagets utveckling

#### *Evenemang*

2015 har varit ett gynnsamt år för evenemangsverksamheten. Under året har ca 1,5 miljoner människor besökt något av de 348 evenemangen på arenorna. Intresset för fotboll har varit stort i och med att IFK Göteborg fanns med i toppen av den allsvenska tabellen. Framgångar för Frölunda Hockey, med spel i semifinal och framgångar i Champions Hockey League, har gett ökad publiktillströmning. Även musikevenemangen har gått bra med flera stora konserter och höga besöksiffror. Nytt publikrekord sattes av Metallica på Ullevi då Nordens största hårdrocksspelning någonsin genomfördes. Stor publiktillströmning medför även andra intäkter som t ex ökad försäljning av mat och dryck, inte bara för Got Event utan för hela staden och övriga näringslivet. Analyser av musikevenemangen på Ullevi visar ett turistekonomiskt inflöde på mellan 370-410 miljoner kronor i form av hotellnätter, restaurangbesök och handel.

#### *Arenorna*

Arenautvecklingen i vår omvärld befinner sig i en fortsatt expansiv fas och konkurrensen från moderna och nybyggda arenor ökar. Detta innebär ett behov av kontinuerlig utveckling av arenorna för att Göteborg ska kunna behålla konkurrenskraft som evenemangsstad. Scandinavium och Valhallabadet samt till viss del Ullevi är anläggningar som är i behov av kraftiga upprustningar för att klara konkurrensen och attrahera arrangörer och besökare. Under hösten har en arenautvecklingsplan för Scandinavium tagits fram med fokus på konkurrenskraft och affärsnytta för kommande tioårsperiod. Planen är godkänd av styrelsen och ställningstagande från Stadshus AB inhämtas i januari 2016. Ärendet ska sedan behandlas av Kommunstyrelsen/Kommunfullmäktige.

Under året har en uppgradering av Valhalla IP genomförts med bland annat nytt tak. Valhalla IP är nu godkänd för Allsvenskan damer samt för Superettan herrar. Under sommaren invigdes också Bravida Arena, hemmaarena för BK Häcken.

Ny hyresmodell för hyresavtal på elitarenorna har tagits fram under året. Den nya modellen består av en fast grundavgift, en rörlig per åskådare samt en möjlighet för klubbarna att själva bestämma hur de vill hantera de kommersiella rättigheterna på arenan i samband med match.

#### *Bolagsöversyn*

Under 2015 har en bolagsöversyn pågått inom staden. Syftet är bland annat att renodla och tydliggöra innehavet av anläggningar inom staden. Vilka konsekvenser som bolagsöversynen eventuellt får för Got Event är i dagsläget inte känt.

#### *Organisationsförändring*

Under året har en organisationsförändring genomförts inom bolaget. Förändringen innebär att bolaget gått från en arenabunden organisation till en funktionsbaserad med uttalat helhetsansvar. Som ett led i detta arbete har bemanningen av bolaget setts över.

#### *Varumärkesplattform och ny digital strategi*

Under året har ett arbete pågått med att ta fram en ny varumärkesplattform som ska vara vägledande hur Got Event ska uppfattas av alla som möter oss. En digital strategi togs fram under våren och under resten av året har arbete pågått med att implementera den i alla våra plattformar, allt ifrån hemsida till sociala kanaler. Utgångspunkten i arbetet är

kundnytta och affärsoptimering.

#### *Attraktiv arbetsplats*

Målsättningen är att vara en av Göteborgs mest attraktiva arbetsplatser. För att nå detta krävs ett gott ledar- och medarbetarskap liksom en tydlig delegering och ansvarsfördelning med möjlighet att påverka arbetsmiljön. Som ett led i detta arbete genomförs en omfattande arbetsmiljöutbildning som riktar sig till samtliga medarbetare inom bolaget. Under hösten 2015 har en fördjupad utbildning genomförts med fokus på chefer. Utbildningsinsatserna fortsätter under 2016.

#### *Nytt affärssystem*

Under året har stadens gemensamma system implementerats i verksamheten. Detta innebär nytt ekonomisystem, nytt system för fakturahantering samt nytt prognosverktyg.

### **2.1.1 Affärsområden/dotterbolag eller motsvarande**

Området **Evenemang** ansvarar för införsäljning, planering, genomförande och utvärdering av evenemangen.

2015 har varit ett gynnsamt år för evenemangsverksamheten. Totalt genomfördes 348 evenemang med en publik på ca 1,5 miljoner besökare.

Med Got Event som arrangör genomfördes som vanligt årets Gothenburg Horse Show. Tävlingar i både dressyr och hoppning avgjordes inför 69 400 besökare under den fem dagar. Tävlingarna arrangeras i samarbete med Svenska Ridsportförbundet.

EM i Ridsport arrangeras 2017 i Göteborg. Under året har en genomförandeorganisation successivt byggts upp.

#### Scandinavium

Totalt genomfördes 91 evenemang med 601 484 besökare.

Under året har Frölunda Hockey stått för drygt 50% av besökarantalet i arenan. Framgångarna som ledde till semifinal har gett en ökad publiktillströmning under året.

De årligen återkommande evenemangen som Disney On Ice, P3 Guld-Galan och Melodifestivalen genomfördes även 2015. Dessutom bjöd arenan på ett stort antal konserter, musikaler och företagsevenemang.

#### Ullevi

Totalt genomfördes 18 evenemang med 291 192 besökare.

Konsertsommaren 2015 blev lyckad där Summerburst, Foo Fighters, One Direction och Metallica gav en stor publik. Publikundersökningar visade att dessa fyra tillsammans gav turistekonomiska effekter på ca 370-410 mnkr som till största delen hamnade hos hotell, restauranger och handel. Nytt publikrekord sattes av Metallica med 63 036 besökare då Nordens största hårdrocksspelning någonsin genomfördes.

Gothia Cup, Göteborgsgirot och Världsongdomsspelen var tre årligen återkommande evenemang som genomfördes under 2015.

#### Gamla Ullevi

Totalt spelades 63 matcher inför sammanlagt 406 790 åskådare.

Finalerna i Gothia Cup avgjordes på Gamla Ullevi som också är nationalarenan för svenska damlandslaget i fotboll. Under 2015 spelades två VM-kvalmatcher på arenan. Tillsammans med Svenska Fotbollförbundet har Got Evenet genomfört insatser för att öka intresset kring nationalarenan. Resultatet blev lyckat och damlandskampen mot

Danmark sågs av över 11 000 personer, vilket är svenskt rekord.

#### Bravida Arena

Totalt genomfördes 10 evenemang med 33 084 besökare.

Arenan invigdes i juni 2015 och är hemmaarena för BK Häcken. Sedan invigningen har BK Häcken spelat 11 matcher på arenan.

#### Valhalla IP

Totalt genomfördes 50 evenemang med 25 031 besökare.

På Valhalla IP arrangeras Kopparbergs Göteborg FC och Qvidings hemmamatcher. Även IFK Göteborg, GAIS och BK Häcken spelade sina försäsongsmatcher och Svenska Cupen på Valhalla IP.

#### Frölundaborg

Totalt genomfördes 13 evenemang med 19 908 besökare.

Under året har ett antal ishockeymatcher spelats på arenan, bland annat Champions Hockey League och 5-nationsturnering för U19 -matcher. Dessutom har den internationella konståkningstävlingen Leon Lurje Trophy arrangerats i arenan.

#### Valhallabadet

Totalt genomfördes 24 evenemang med 31 205 besökare.

Under året genomfördes 12 tävlingar på 22 dagar. Antal deltagare uppgick till 8 680 med drygt 13 000 i publik. De två största tävlingarna var Ullbergstrofén samt Simningens Svenska U-mästerskap Sum-Sim.

#### Valhalla Sporthallar

Totalt genomfördes 51 evenemang med 44 550 besökare. Dessutom är A-, B- och C-hallen de överlägset mest uthyrda hallarna för breddidrotten med ca 500 000 besökare varje år.

#### Liseberghallen

Totalt genomfördes 28 evenemang med 20 642 besökare.

Liseberghallen hyrs in av Got Event för idrottsverksamhet. Förutom ett antal träningar och matcher spelades 23 hemmamatcher för RIK (handboll) och Pixbo (innebandy) med en publik på drygt 18 000 åskådare.

#### Wallenstamshallen

Wallenstamshallen är en viktig kompletterande isyta som bland annat används för Frölundas ungdomslag samt som biyta till Gothenburg Horse Show.

**Marknad och försäljning** har till uppgift att marknadsföra bolaget och dess verksamhet. Området ansvarar även för intäkter från restaurang, reklamförsäljning, sponsring och logeservice samt för att säkerställa en god evenemangsservice vid biljettförsäljning.

Under året har ett arbete pågått med att ta fram en ny varumärkesplattform som ska vara vägledande hur Got Event ska uppfattas av alla som möter oss. En digital strategi togs fram under våren och under resten av året har arbete pågått med att implementera den i alla våra plattformar, allt ifrån hemsida till sociala kanaler. Utgångspunkten i arbetet är kundnytta och affärsoptimering.

Beläggning och försäljning på Scandinaviums loger har varit nästan 100 %, vilket är

bättre än 2014. Framgångarna för Frölunda Indians har inneburit fler matcher och därmed fler försäljningstillfällen. Detta har medfört att försäljningen på mat & dryckessidan ger ett gott resultat för 2015. På Gamla Ullevi har beläggningsgraden varit något lägre, vilket härrör från flera faktorer. Loger har sålts på årsabonnemang för samtliga lag, där IFK Göteborg haft ett stort publikunderlag som inte kan jämföras med övriga lag som spelar i lägre serier. Marknaden har inte varit beredd att betala begärt pris för alla tre lagen. Inför 2016 görs en marknadsanpassning av produkt och erbjudande.

Reklamförsäljningen på våra arenor ligger i linje med 2014. Under året har även ett nytt hyresavtal tecknats för fotbollsklubbarna där möjlighet ges att köpa delar av reklamrättigheterna på Gamla Ullevi's olika exponeringsplatser inklusive loger.

**Arenaservice** ansvarar för den dagliga driften av arenorna och medverkar i planering och genomförande av evenemangen.

Löpande under året har reparations- och mindre underhållsarbeten genomförts på samtliga arenor. Bravida Arena togs i bruk under sommaren och arbetet under resten av året har bland annat inriktats på att ta fram rutiner för t e x avställning inför vintern och optimering av olika system. På Gamla Ullevi ligger gräskötseln på en fortsatt hög nivå. I den informella årliga planrankningen i media rankas Gamla Ullevi's gräsplan som fjärde bästa elitfotbollsplan i landet. Flertalet insatser för att öka tillgängligheten till arenorna har genomförts under året, bland annat har Bravida Arena inventerats. Exempel på åtgärder som gjorts är kontrastmarkering av trappor och räcken.

Eftersom flertalet av arenorna är äldre och i stort renoverings- och underhållsbehov så ökar insatser för akut underhåll. Under året har insatserna för Valhallabadet varit ganska omfattande.

**Utveckling** ansvarar för frågor som långsiktig arenautveckling, större underhåll, tillgänglighet och hållbarhetsarbete.

Ett flertal *anläggningsinvesteringar* har gjorts under året. På Frölundaborg har ett antal åtgärder gjorts i arenan för att möjliggöra andra typer av evenemang än ishockey, t e x konserter och företagsevenemang. I Scandinavium har ljudanläggningen uppdaterats samt studion försetts med HD-teknik. VIP-loungen har fått en kraftig uppgradering och i foajén har en kaffebar etablerats för Frölunda Hockeys sponsorgrupp. Reklam- och informationsskärmar på arenans utsida har bytts ut till modern teknik.

På Ullevi har en helt ny rullstolsläktare byggts med godkända mått för ca 50 rullstolar samt ledsagare. Bytet av läktarstolarna från 70-talet på arenans östra sida slutfördes under våren i samband med fastighetsägarens betongrenoveringar av läktaren. Samtliga Ullevi's ca 40 000 stolar är nu utbytta och är moderna.

Läktartaket på Valhalla IP:s fotbollsarena har utökats och täcker nu hela västra sittplatsläktaren inklusive läktare för rullstolar. Anläggningen är nu godkänd för fortsatt spel i Damallsvenskan och Superettan herrar. Läktarens samtliga 1 200 stolar har bytts ut och har försetts med samma typ av stolar som på Ullevi.

På de övriga anläggningarna vid Valhallagatan har mindre investeringsåtgärder genomförts i avvaktan på strategiska framtidsbeslut avseende bad, sporthallar och inomhusarena.

Under våren genomfördes *underhållsarbeten* på Ullevi. Åtgärder såsom målning av betong, takbyte, ombyggnad av sättningsskadad mark och läktarrenovering på östra

sidan är exempel på relativt stora insatser som fastighetsägaren låtit utföra. I samtliga projekt har bolaget medverkat aktivt på olika sätt.

För övriga anläggningar har endast underhållsåtgärder av mindre karaktär utförts som t e x Valhallabadets solaltan som nu är renoverad och klar att tas i bruk våren 2016.

## 2.1.2 Viktiga framtidsfrågor

### *Arenautveckling*

Arenautveckling är Got Events största framtidsfråga. Arenautvecklingen i vår omvärld befinner sig i en fortsatt expansiv fas och konkurrensen från moderna och nybyggda arenor ökar. Detta innebär ett behov av kontinuerlig utveckling av arenorna för att Göteborg ska kunna behålla konkurrenskraft som evenemangsstad. Scandinavium och Valhallabadet samt till viss del Ullevi är anläggningar som är i behov av kraftiga upprustningar för att klara konkurrensen och attrahera arrangörer och besökare. Under hösten har en fördjupad moderniseringsplan för Scandinavium tagits fram med fokus på konkurrenskraft och affärsnytta för kommande tioårsperiod. Totalsumman beräknas till ca 125-150 miljoner kronor beroende på prioriteringar. Förslaget är att moderniseringen sker i två etapper, under 2016 respektive 2017. Planen är godkänd av styrelsen och ställningstagande från Stadshus AB inhämtas i januari 2016. Ärendet ska sedan ärendet behandlas av Kommunstyrelsen/Kommunfullmäktige.

Valhallabadet och fastigheten (inklusive sporthallar) har ett omfattande underhållsbehov och är även energi- och miljömässigt en kostsam anläggning att driva. Ett långsiktigt bevarande av Valhallabadet kommer att kräva stor kapitalinsats. Styrelsen beslutade 2015-10-27 att inhämta Stadshus AB:s ställningstagande och hemställa till kommunstyrelsen om ställningstagande till Valhallabadets framtid och livslängd mot bakgrund av kommande och kostsamma underhålls- och investeringsåtgärder.

### *Ägarförhållanden*

2015-12-03 beslutade Kommunfullmäktige om en sammanslagning av Göteborg & Co Kommunintressent AB och Göteborg & Co Träffpunkt AB genom en omvänd fusion och låta det fusionerade bolaget vara moderbolaget i klustret. Detta innebär att bolaget efter fusionen behöver ett nytt ägardirektiv och en ny bolagsordning.

Kommunfullmäktige gav också Göteborg & Co Kommunintressent AB i uppdrag att initiera en översyn av gällande principer för evenemangssamordning inom klustret och vid behov föreslå justering i ägardirektivet för Got Event AB.

## 2.2 Analys av årets utfall

### Resultaträkning

	Bokslut 2015	Budget 2015	Avvikelse	Bokslut 2014
Intäkter	157 260	149 206	8 054	148 299
Kostnader	-325 338	-327 669	2 331	-304 138
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-168 078</b>	<b>-178 463</b>	<b>10 385</b>	<b>-155 839</b>
Finansiella intäkter	87	310	-223	603
Finansiella kostnader	-218	-40	-178	-455
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-168 209</b>	<b>-178 193</b>	<b>9 984</b>	<b>-155 691</b>

*Resultatet uppgår till -168,2 vilket är 10,0 mnkr bättre än budget.*

Kommentarer till större avvikelser mot budget:

Evenemangsverksamheten har gått bättre än vad som budgeterats för året (5,9 mnkr). Detta beror på de stora musikevenemangen på Ullevi, fotboll på Gamla Ullevi och mer blandade evenemang på Scandinavium. Fotbollsintresset ökade i och med att IFK Göteborg fanns i toppen av den allsvenska tabellen. Detta liksom att Frölunda Indians tog sig till semifinal i slutspelet gav ökad publiktillströmning till arenorna. Sommarens stora musikevenemang på Ullevi har också lockat till storpublik, vilket i sin tur inte bara genererat intäkter till Got Event utan även har gett betydande turistekonomiska effekter till staden och övriga näringslivet, främst hotell, restauranger och shopping.

Ökad publiktillströmning har även gjort att försäljningsverksamheten från restaurangerna på Scandinavium visar ett positivt resultat för året (1,4 mnkr). Däremot visar logeförsäljningen sammantaget en negativ avvikelse mot budget på ca 1,5 mnkr. Avvikelsen beror i sin helhet på Gamla Ullevis logeförsäljning där efterfrågan varit mycket lägre än på Scandinavium.

Personalkostnaderna visar ett överskott mot budget på 3,5 mnkr varav 2,1 mnkr avser återbetalning från FORA avseende avtalsgruppsförsäkring (engångspost). Under året har en organisationsförändring genomförts och som ett led i detta arbete har bemanningen av bolaget setts över. Detta har lett till att personalkostnaderna ger ett överskott för året då vissa rekryteringar har skett senare än beräknat. Alla tjänster har inte heller ersatts i den nya organisationen. Det positiva resultatet beror även på fler poster av engångskaraktär som återbetalning av moms (0,9 mnkr) och försäljning av löparbanor, traktor och monsterjamskivor (totalt ca 1 mnkr).

Den milda väderleken under hela 2015 har medfört att kostnader för media (t ex uppvärmning planer/lokaler) visar ett överskott mot budget på ca 3,1 mnkr.

På grund av den dåliga tekniska statusen på Valhallabadet har kostnader för fastighetens underhåll och reparation ökat i förhållande till budget. Underhållskostnaden 2015 uppgår till ca 4,0 mnkr. Dessutom har hyreskostnaderna för anläggningen ökat med ca 4,0 mnkr under året till följd av underhållsåtgärder som fastighetsägaren varit tvungen att utföra för att verksamhet ska kunna bedrivas i anläggningen.

Fastighetsägaren har tagit fram en underhållsplan för att säkerställa driften under de fem kommande åren. Kostnaden för detta minimalalternativ bedömer fastighetsägaren till 5,5 mnkr årligen under fem år. Samtidigt har Got Events styrelse ställt frågan till ägaren om Valhallabadets livslängd mot bakgrund av det stora underhållsbehovet. Även underhållskostnader på Ullevi har ökat med ca 1,5 mnkr i förhållande till budget. De ökade underhållskostnaderna har hanterats genom omfördelning inom bolagets budget.

Kostnad för avgångsvederlag avseende VD, GUAB, enligt avtal ingår i resultatet (1,9 mnkr) så gör också kostnader för implementering av nytt inköpssystem samt budget- och verksamhetsuppföljningssystem (ca 2 mnkr).

## 2.2.1 Resultat per affärsområde/dotterbolag eller motsvarande, alternativt resultat efter finansnetto

	Bokslut 2015	Budget 2015	Avvikelse	Bokslut 2014
Evenemang	13 443	7 556	5 887	458
Försäljning & amrknad	13 532	14 383	-851	14 385
Arenaservice	-48 690	-51 247	2 557	-47 202
Utveckling	-122 458	-124 640	2 182	-104 396
Central administration	-24 036	-24 245	209	-18 936
<b>Totalt</b>	<b>-168 209</b>	<b>-178 193</b>	<b>9 984</b>	<b>-155 691</b>

### Evenemang

Resultatet uppgår till 13,4 mnr, vilket är 5,9 mnr bättre än budget.

Det har varit ett gynnsamt år för evenemangsverksamheten vilket lett till ökade intäkter. Musikevenemangen har gått bra med flera stora konserter och höga besöksiffror, Frölunda Indians spelade fler slutspelsmatcher än vad som budgeterats och det spelades också en damlandskamp mer än vad som budgeterats. Årets Gothenburg Horse Show resulterade i såväl högre biljettintäkter som fler sponsorer.

### Försäljning & Marknad

Resultatet uppgår till 13,5 mnr, vilket är 0,8 mnr sämre än budget.

Försäljningsverksamheten från restaurangerna på Scandinavium visar ett positivt resultat för året. Detta beror bland annat på att Frölunda Indians gick till slutspel vilket gav fler matchtillfällen.

Logeförsäljningen visar sammantaget en negativ avvikelse mot budget. Avvikelsen beror till största del på logeförsäljning på Gamla Ullevi där efterfrågan varit betydligt lägre än på Scandinavium.

I resultatet finns också kostnader för varumärkesarbetet och den digitala satsningen som genomförts 2015.

### Arenaservice

Resultatet uppgår till -48,7 mnr, vilket är 2,6 mnr bättre än budget.

Intäkterna har ökat i förhållande till budget. Under året har bland annat konstgräs hyrts ut till olika evenemang som gett ökade intäkter. Försäljning av monsterjamskivor och traktor bidrar också till det positiva resultatet.

Personalkostnaderna har påverkat resultatet positivt till följd av senarelagd rekrytering och långtidssjukskrivning.

Underhållsarbeten har genomförts vid Valhallabadet som inte var budgeterade, främst VVS- och elarbeten.

## Utveckling

Resultatet uppgår till -122,5 mkr, vilket är 2,2 mkr bättre än budget.

Största delen av det positiva resultatet kan hänföras till den milda väderleken under hela 2015. Detta har gjort att kostnader för media blivit mycket lägre än vad som budgeterats eftersom budget läggs utifrån ett normalår. Underhållskostnaderna har ökat avseende Ullevi i samband med fastighetsägarens planerade underhåll.

Försäljning av löparbanor har bidragit till att intäkterna har ökat.

## Central administration

Resultatet uppgår till -24,0 mkr, vilket är 0,2 mkr bättre än budget.

Återbetalning av moms samt återbetalning från FORA avseende avtalsgruppsförsäkring har påverkat resultatet positivt. Kostnad avgångsvederlag för VD, GUAB, enligt avtal ingår i resultatet så även kostnader för implementering av nytt inköpssystem samt budget- och verksamhetsuppföljningssystem.

## 2.3 Investeringar

### Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mkr	Utfall 2015	Budget 2015	Utfall 2014	Budget/Plan 2016
Nyinvesteringar	6 868	4 175	5 529	5 066
Reinvesteringar	22 995	13 975	18 512	17 959
<b>SUMMA INVESTERINGAR</b>	<b>29 863</b>	<b>18 150</b>	<b>24 041</b>	<b>23 025</b>

### Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, mkr	Utfall 2015
	0
<b>Summa investeringar</b>	<b>0</b>

### 2.3.1 Projektredovisning

Benämning pågående projekt enl. inv. plan, i mkr	Budget per projekt	Ack utfall tom perioden	Aktuell prognos för hela projektet	Beräknas färdigt år, kvartal
INV532 SC Kompl. av ljudanläggning	1 200	1 159	1 200	kv 1 2016
INV582 FB Evenemangsarena	2 300	1 858	2 300	kv 1 2016
INV554 UL Modernisering elteknisk utrustning	300	90	300	kv 1 2016
Kommande projekt enl. inv.plan mkr	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018	Beräknas färdigt år
INV536 SC utveckling 2016	5 000			kv 4 2016
FB Enkelt avhjälpna hinder	200			kv 3 2016
GU Konvertering 4 loger till restaurang	1 000			kv 1 2016

## 2.4 Utveckling inom personalområdet

### 2.4.1 Personalvolym och lönekostnad

	2015	2014	2013
Kostnader för konsultarvode			
Lönekostnad (exkl arvoden och soc avg)	-71 262	-66 688	-63 816
Årsarbetare - Arbetad tid (personalvolym)	193,2	181,7	188,1
Lönekostnad per årsarbetare	369	367	339

Årsarbetarantalet har ökat med 11,5 årsarbetare. Andelen arbetad tid utförd av timavlönade är lägre än föregående år. De timavlönades andel av den arbetade tiden är oftast starkt förknippad till antalet samt typ av evenemang. Vi har ökat antalet tillsvidareanställda med 4 medarbetare vilket syns i personalkostnaderna jämfört med föregående år. Till viss del beror ökningen på uppbyggnad av projektorganisation till EM i ridsport 2017.

### 2.4.2 Övrig utveckling inom personalområdet

Sjukfrånvaron ligger strax under föregående års nivå. Kvinnors sjukfrånvaro ligger fortfarande något högre än i jämförelse med männens.

Årsarbetartalet har ökat med 11,5 åa och här är det framförallt ökningen av tillsvidareanställda som slår igenom.

Got Event har ökat antalet kvinnliga chefer med 1 samt antalet kvinnor i ledningsgruppen från 3 till 5. Den totala könsfördelningen ligger i december månad på 65/35. Det är framförallt bland de timavlönade som vi på kort sikt kan göra skillnad för att nå det uppställda målet med minst 60/40.

## 2.5 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag

### 2.5.1 Intern kontroll

Styrelsen för Got Event AB beslutade 2014-11-24 om plan för intern styrning och kontroll 2015. Planen utgår från den riskbedömning som bolaget gjort under 2014. Under 2015 har kontrollaktiviteter inom tre områden testats avseende efterlevnad och dokumentation. Områdena är attest, representation samt inköp- och upphandling.

Generellt sett visar resultatet av testerna att efterlevnad och kunskap om rutiner är god. Samtidigt måste kunskapen underhållas regelbundet och därför har t e x samtlig personal som arbetar med inköp- och upphandling genomgått utbildning under 2015. Under året har även ett arbete pågått med att tydliggöra vad som ska ingå i informationen vid introduktion till nyanställda.

## 2.5.2 Sponsring

Got Events styrelse har godkänt de två sponsringsåtaganden bolaget avtalat om:

- Insamlingsstiftelsen Drottning Silvias Barn- och Ungdomssjukhus erbjuds i mån av plats fribiljetter till vissa evenemang samt att Got Event utför vissa tjänster/insamlingar till förmån för stiftelsen.

- Stiftelsen Idrottsmusei vänner erhåller 100 000 kr per år, som motprestation får Got Event bl a entrebiljetter, reklamplats mm.

## 2.5.3 Ekonomisk uppföljning m a a flyktingsituationen

Målgrupp/insats	Kostnad 2015	Beräknat statsbidrag 2015	Övriga intäkter 2015

## 2.5.4 Göteborgs Stads kommunikationsstrategi

**Hur arbetar ni för att säkerställa, och vid behov stödja, att ledare för projekt, processer och verksamheter tar fram kommunikationsplaner för att ge rätt personer rätt information på rätt sätt i rätt tid?**

Informationsansvarig har ett samordningsansvar för bolagets kommunikationsarbete. Funktionen utvecklar, stödjer och utvärderar kommunikationsinsatser och finns som stöd och vägledning för chefer och funktionsansvariga med kommunikationsansvar.

Vi uppmanar också chefer och funktionsansvariga att ta hjälp av Göteborgs Stads webbplats för kommunikation där det finns nyttiga dokument och mallar som stöd i kommunikationsarbetet.

**Hur beaktar ni/försöker ni beakta stadens kommunikationsstrategi i ert nuvarande kommunikationsarbete?**

Som en del av Göteborgs Stad följer vi automatiskt stadens policyer. Samtliga stadens policyer är antagna av styrelsen.

Got Event har en publik verksamhet och det ligger i vårt eget intresse att skapa uppmärksamhet kring våra arenor, evenemang och produkter samt kringverksamhetens värde för staden.

Vi använder ett digitalt pressrum som underlättar vår mediekommunikation och som ökar våra möjligheter att få en bra spridning på våra nyheter och pressmeddelanden.

Vi försöker så långt det är möjligt att göra en tydlig koppling till Göteborgs Stad i vår externa kommunikation.

## 2.5.5 Övriga beslut och/eller uppdrag

## 2.6 Kommunala ändamålet och befogenheterna

Styrelsen och verkställande direktören bedömer att verksamheten är i linje med kommunens ändamål med sitt ägande av bolaget och att bolaget har följt de principer som framgår av 3 § i bolagsordningen.

Verksamheten har bedrivits och utvecklats enligt den budget och de fastställda mål som styrelsen har beslutat om. Faktiska avvikelser och händelser under året har varit av

normal rörelsekaraktär.

### 3 Uppföljning av kommunfullmäktiges budget

#### 3.1 Sammanfattande resultat av uppföljningen av kommunfullmäktiges prioriterade mål

##### *Bedömning av förväntad måluppfyllelse*

##### **Grön = God**

Utveckling åt rätt håll/Stark trend/om mätetal finns - *tydlig ökning*

##### **Gul = Viss**

Utveckling åt rätt håll/Svag trend/om mätetal finns - *ökning*

##### **Röd = Ingen**

Utveckling åt fel håll/Ingen alltså svag trend/om mätetal finns - *ingen ökning alltså minskning.*

##### **Blå = Svårbedömt**

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
Göteborgarnas möjligheter till delaktighet och inflytande ska öka	■ God	Vi genomför regelbundet kundundersökningar vid evenemang för att få en återkoppling ifrån våra besökare och arrangerar för att få in synpunkter som gör att vi kan vidareutveckla verksamheten utifrån vårt uppdrag i staden.
Öka förutsättningarna till goda livschanser och därmed utjämna dagens skillnader		Ej applicerbart på verksamheten
Antalet hushåll i långvarigt beroende av försörjningsstöd ska minska		Ej applicerbart på verksamheten
Segregationen ska brytas och samhörigheten i staden stärkas	■ Viss	Flera av de evenemang som genomförs på våra arenor riktar sig till personer av olika kön, olika åldrar och olika etnisk bakgrund. Vi arbetar kontinuerligt med att försöka hitta nya arrangörer för att bredda utbudet och skapa nya evenemang som riktar sig till ny publik, som vanligtvis inte besöker våra arenor.
Skillnader mellan mäns och kvinnors livsvillkor ska minska	■ Viss	Aktivt arbete med könsfördelningen av våra timavlönade för att uppnå målet på 60/40 inom olika yrkeskategorier. Våra arenor är en mötesplats för många. Vi arbetar ständigt med att hitta ett brett och tilltalande utbud för män och kvinnor.
Stadens verksamheter ska vara jämställda	■ God	Varje månad följer vi upp vår målsättning att inom olika yrkesgrupperingen nå en könsfördelning på minst 60/40% bland de timavlönade. Här kan vi snabbt påverka och göra skillnad. För att nå en högre måluppfyllelse i jämställdhetsarbetet måste

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
		genusperspektivet in i allt bemanningsarbete. Samtliga chefer har i uppdrag att arbeta aktivt med frågan. HR har ett särskilt uppdrag att bevaka jämställdhetsperspektivet i samband med nyrekrytering och kompetensutveckling. JÄMIX statistiken ligger med som ett av underlagen vid utvecklings- och förbättringsarbete inom organisationen
Göteborgarnas hälsa ska förbättras och skillnaderna mellan olika socioekonomiska grupper ska minska		Ej applicerbart på verksamheten
Barns fysiska miljö ska bli bättre		Ej applicerbart på verksamheten
Skolan ska i ökad omfattning kompensera för elevers olika förutsättningar på såväl elevnivå som mellan olika skolor		Ej applicerbart på verksamheten
Skolan ska öka barns och elevers möjligheter att inhämta och utveckla kunskaper, förmågor och värden		Ej applicerbart på verksamheten
Unga göteborgares möjligheter till en rik och meningsfull fritid ska öka	■ God	Unga göteborgare är en prioriterad målgrupp. Under 2015 och med särskild hänsyn till stadens jubileumstema "av och med unga" har flera riktade insatser gjorts. Bland annat genomfördes flera olika aktiviteter i samband med Gothenburg Horse Show som riktade sig till både unga deltagare och en yngre publik. Under sommaren fick också nästa generation och den unga publiken sitt första Ullevi-minne i samband med att One Direction intog scenen. Åldersgränsen var satt till 13 år. Tillsammans med Frölunda Indians erbjöds Allmänhetens åkning på Scandinavium under höstlovsveckan. Utöver detta har flera ungdomsevenemang genomförts på arenorna; bland annat Gothia Cup, Partille Cup, Världsongdomsspelen med mera. På arenorna bedrivs också en omfattande föreningsverksamhet med en mångfald av sporter och aktiviteter.
Äldres inflytande ska öka	■ God	Genom att arenorna kan fungera som naturliga mötesplatser med ett varierat utbud, ges möjlighet att erbjuda äldre tillgång till nya upplevelser och en innehållsrik vardag. Valhallabadet kan genom sin dagliga verksamhet erbjuda både friskvård, ett socialt sammanhang och en meningsfull fritid. I

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
		verksamheten genomförs löpande förbättringsförslag från äldre besökare.
Göteborg ska minska sin klimatpåverkan för att bli en hållbar stad med globalt och lokalt rättvisa utsläpp	■ Viss	Den enskilt största klimatpåverkande delen i verksamheten är den stora energianvändning på anläggningarna. Under 2015 har fokus legat på att starta upp ett systematiskt och bolagsövergripande energiarbete, där första steget blir att göra en analys och dokumentation av alla befintliga el- och värmemätare som finns runt på våra arenor och anläggningar.
2 020 ska utsläppen av koldioxid i Göteborg ha minskat med minst 40 procent jämfört med 1990. 2035 ska de konsumtionsbaserade utsläppen av växthusgaser vara maximalt 3,5 ton koldioxidekvivalenter per invånare	■ Viss	Genom att fortsätta jobba med att utveckla vårt evenemangsutbud så att vi attraherar så stor andel av göteborgarna som möjligt till våra evenemang, bidrar vi till att erbjuda komplement till traditionell konsumtion av varor och produkter. Konsumtion i form av evenemangsupplevelser bidrar nämligen relativt sett med en låg utsläppsnivå av växthusgaser i jämförelse med annan typ av konsumtion.
Använda bostadsbyggandet till att ställa om Göteborg till en socialt och ekologiskt hållbar föregångsstad		Ej applicerbart på verksamheten
Bostadsbristen ska byggas bort och bostadsbehoven tillgodoses bättre		Ej applicerbart på verksamheten
Allmännyttan ska behålla sin andel av produktionen av hyresrätter		Ej applicerbart på verksamheten
Resurshushållningen ska öka	■ Viss	Got Event har i sin miljöanalys kommit fram till att en stor del av verksamhetens totala miljöpåverkan ligger inom avfallsområdet. Därför är detta ett särskilt viktigt område där målet är att uppnå mätbarhet när det gäller avfallsmängder från specifika event och delar av verksamheten samt ta fram konkreta åtgärdsplaner både för driften av arenorna samt hur vi förbättrar den hantering av avfall som besökare på våra anläggningar står för.
Trafiksystemets negativa påverkan på miljön, klimatet och hälsan ska minska	■ God	I anslutning till Got Events alla anläggningar finns god tillgänglighet till kollektivtrafik och bra gång- och cykelmöjligheter för att ta sig till och från evenemangen. I information som går ut till besökare innan våra evenemang uppmuntrar vi alla att istället för bilen välja dessa

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
		<p>möjligheter. Vi samarbetar vid större evenemang bl.a. med Trafikkontoret när det gäller planering för att upprätthålla god framkomlighet för kollektivtrafik och gång- och cykeltrafikanter. Det skulle dock gå att göra mer i frågan genom att lyfta in den tidigare i evenemangsplaneringen som görs tillsammans med arrangören.</p>
Den biologiska mångfalden ska främjas	<p>■ Viss</p>	<p>I viss utsträckning köps miljömärkta och ekologiska produkter i verksamheten, men ingen uppföljning har tidigare gjorts på hur stor andel. Variationen är stor inom bolaget. Den delen av verksamheten där vi kommit längst med att köpa miljömärkta och ekologiska produkter är restaurangverksamheten på Scandinavium.</p>
Göteborgs företagsklimat ska förbättras och ett hållbart näringsliv ska främjas	<p>■ God</p>	<p>De arenor som Got Event driver är viktiga besöks- och mötesplatser som bidrar till affärsmässig samhällsnytta. Genom de evenemang som genomförs på arenorna försöker vi bidra till att skapa ett bättre klimat för näringslivet i Göteborg. Verksamheten genererar årligen ett turistekonomiskt inflöde vilket gagnar hotell, restauranger, handel med mera. Vi är dessutom engagerade i olika nätverk och samarbeten, med såväl kommuninternabolag och förvaltningar som externa privata aktörer, allt i syfte att skapa utrymme för staden att växa och vara levande. Samarbetet med Göteborg &amp; Co är ett bra exempel där vi jobbar för att skapa en levande stad full av evenemang och mötesplatser.</p>
Syssetsättningen för grupper långt ifrån arbetsmarknaden ska öka	<p>■ God</p>	<p>Bolaget har tillsammans med de fackliga organisationerna beslutat att öppna upp vår arbetsplats för personer som står långt ifrån arbetsmarknaden. (7-10% av antalet tillsvidareanställda) I dagsläget omfattas 9 personer (män), vilka har arbete eller praktik med någon form av arbetsmarknadsåtgärd.</p>
Tillgängligheten till kultur ska öka	<p>■ God</p>	<p>Arenorna ska fungera som mötesplatser för idrott, kultur och näringsliv. Ett av bolagets mål är att kunna erbjuda en mix av evenemang som tilltalar olika</p>

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
		målgrupper och behov. För att uppnå målsättningen är en strategi att samverka med bland annat olika kulturinstitut och olika typer av arrangörer.
Osakliga löneskillnader mellan män och kvinnor ska upphöra	■ God	En djupare analys av löneläge görs i samband med löneöversynen varje år, då eventuella osakliga löneskillnader hanteras genom att upprätta en handlingsplan för att jämställda löner upprättas. Handlingsplanen skall utöver resultatet av lönekartläggningen och analys även innehålla åtgärder. Kostnadsberäkning och tidplan för lönejusteringar. Justeringarna skall genomföras så snart som möjligt och senast inom 3 år. Senaste revisionen är ifrån 2015 och inga osakliga löneskillnader uppvisades.
Upphandling av tjänster med sociala hänsyn ska öka	■ Ingen	Under 2015 har bolaget genomfört fyra egna upphandlingar, varav en har varit en förlängning av en tidigare gjord upphandling. Ingen av dessa har avsett tjänsteupphandling där "social hänsyn" kunnat beaktas. Bolaget har under 2015 utbildat den personal som har rätt att göra upphandlingar och i utbildningen har reglerna kring att beakta social hänsyn ingått.

### 3.2 Sammanfattande uppföljning av kommunfullmäktiges uppdrag

Uppdrag	Har uppdraget utförts? Ja/Nej	Om uppdraget inte har utförts; kort kommentar om orsaken till det och ev till vilken del uppdraget har genomförts
Alla nämnder och bolag ska ta fram likabehandlingsplaner i förhållande till alla diskrimineringsgrunder. Arbetet ska gälla ur såväl personal- som invånarperspektiv.	Ja	
Alla verksamheter ska ha könsuppdelad statistik och göra en kartläggning av resursfördelning utifrån kön.	Delvis	Arbete pågår för att ta fram rättvisande parametrar för att kontinuerligt kunna mäta detta.
Av den arbetade tiden i Göteborgs Stad ska max fem procent utföras av timavlönad personal	Ja	
Andelen födda utanför Norden samt andelen kvinnor ska öka på chefsnivå		
- avseende födda utanför Norden på chefsnivå	Nej	
- avseende kvinnor på chefsnivå	Ja	Det är framförallt på ledningsnivå där antalet kvinnliga chefer har ökat från till fem kvinnor.
Förvaltningar och bolag ska erbjuda alla	Ja	

Uppdrag	Har uppdraget utförts? Ja/Nej	Om uppdraget inte har utförts; kort kommentar om orsaken till det och ev till vilken del uppdraget har genomförts
tillsvidareanställda heltidstjänster liksom möjligheten till deltid		
Under 2015 ska minst 50 procent av stadens tjänsteupphandlingar göras med sociala hänsyn	Nej	Inga tjänsteupphandlingar har gjorts under 2015 där social hänsyn har kunnat beaktats.

### 3.3 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges uppdrag

#### 3.3.1 *Alla enkelt avhjälpna hinder ska vara undanröjda i kommunens publika lokaler och på allmän platsmark under mandatperioden.*

Under 2015 har både Bravida Arena och Frölundaborg fått ny respektive uppdaterad tillgänglighetsinventering i TD 2.0. I Sporthallarna och Wallenstamshallen har en ny inventering påbörjats under december. Ett flertal E.A.H. (enkelt avhjälpna hinder) har åtgärdats, mestadels kontrastmarkeringar och säkerställande av tillgängliga handledare. Detta har gjorts som enskilda insatser men även genom ”passa på åtgärder”. Ett första utkast av uppdragsbeskrivning för en APP med syfte att göra samtliga arenor mer tillgängliga (syntolkning, möjlighet till teckentolkning, alternativ till teleslinga mm) på ett effektivt och användarvänligt sätt, har tagits fram. Under den kommande mandatperioden uppskattar vi att man kommer hinna kvalitetssäkra och analysera resultaten från Inventeringarna i TD2.0. Målsättningen är också att större delen av behoven av kontrastmarkeringar, kontrastmålningar, tillgänglig skyltning och tillgängliga handledare enligt TD2.0 ska vara åtgärdade under mandatperioden.

## 4 Nyckeltalsredovisning

	Utfall 2015	Budget/målvärde 2015	Utfall 2014	Utfall 2013	Utfall 2012
<b>De vi är till för</b>					
NKI Valhallabadet					
Nöjd ev.besökarindex					
Nöjd affärskundindex					
<b>Verksamhet/ Processer</b>					
Antal evenemang/år Ull	18	11	14	16	18
Antal evenemang/år Sc	91	85	118	97	109
Åskådare/år Ull	291 192	250 000	210 583	318 577	358 080
Åskådare/år Sc	601 484	700 000	660 220	606 655	680 314
Besökare/år Valhalla	478 355	500 000	474 625	463 120	480 418
<b>Medarbetare/ Personal</b>					
NMI	*-	60	58		53
Andel män/kvinnor	65/35	60/40	64/36	61/39	64/36
Timanst. omräkn årsarb	53,7	50	49,4	56,7	51,1
Sjukfrånvaro	4,4	<4,3	4,3	3,2	2,3
<b>Ekonomi/ägare</b>					
Rörelseresultat	-168 078	-178 463	-155 839	-137 984	-108 048
Resultat efter finansiella poster	-168 209	-178 193	-155 691	-137 621	-107 443
Soliditet	22	>20	14	24	23
Kassalikviditet	79	>100	89	95	92
Eget kapital	44 591	36 661	36 661	33 308	29 189

\*Resultatet för medarbetarenkäten beräknas komma i början av februari månad.

## 5 Nyckeltalsredovisning

	Utfall 2015	Budget/målvärde 2015	Utfall 2014	Utfall 2013	Utfall 2012
Rörelseresultat	-168 078	-178 463	-155 839	-137 984	-108 048
Resultat efter finansiella poster	-168 209	-178 193	-155 691	-137 621	-107 443
Soliditet	22	>20	14	24	23
Eget kapital	44 591	36 661	36 661	33 308	29 189

## **6 Bokslut**

### **6.1 Sammanfattande analys**

Resultatet uppgår till -168,2 mnkr, vilket är 10 mnkr bättre än det budgeterade resultatet.

Det positiva resultatet beror främst på ett gynnsamt år för evenemangsverksamheten. Såväl idrott- som musikevenemangen har lockat stor publik. Ökad publikstillströmning har också genererat en ökad försäljning av mat och dryck. Det goda resultatet beror även på flera poster av engångskaraktär. Hela 2015 har varit ett mycket mildt år med lägre kostnader för media som följd (t e x uppvärmning planer/lokaler ). Bolaget har även fått en återbetalning avseende avtalsgruppsförsäkring samt återbetalning av moms. Under 2015 har en omorganisation genomförts. Som ett led i detta arbete har bemanningen av bolaget setts över. Detta har lett till att personalkostnaderna ger ett överskott för året då vissa rekryteringar har skett senare än beräknat.

Likviditeten uppgår till 79 % och bevakas framgent. Soliditeten ligger på en god nivå, 22%.