

Tjänsteutlåtande

Utfärdat 2023-11-06

Uppdaterat 2024-02-01

Handläggare

Peter Grönberg

Telefon:031-368 40 00

E-post: peter.gronberg@goteborg.com

Förslag till beslut Information om Julstaden

Förslag till beslut

I styrelsen för Göteborg & Co AB;

- 1) Information om Julstaden antecknas.

Sammanfattning

Göteborg & Co styrelse har i samband med uppstartsmöte 2023-09-05 samt styrelsens strategidag 2023-09-26 fått muntlig information om bakgrund och nuläge rörande Julstaden Göteborg. Föreliggande tjänsteutlåtande beskriver kortfattat bakgrund och förutsättningar för Julstaden från initiativets start 2004 fram till idag.

Göteborg & Co styrelse beslöt 2023-11-14 §115 att anteckna information om Julstaden samt att ge VD i uppdrag att utreda vilka externa parter som kan delta i arbetet med Julstaden och vilka erfarenheter som går att hämta från julen 2023. De huvudsakliga uppdateringarna i föreliggande tjänsteutlåtande omfattar ett kompletterande avsnitt som beskriver externa parter som deltar i arbetet med Julstaden samt uppdaterad analys av gästnattsutvecklingen utifrån data och erfarenheter från julen 2023.

Beskrivning av ärendet

Bakgrund

I december 1999 genomfördes 92 350 övernattningar på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen. Det bedömdes finnas ett starkt behov av att stärka julperioden för hela destinationen. År 2000 startade Jul på Liseberg och 2004 etablerades initiativet Julstaden Göteborg. Initiativet har inneburit ett långsiktigt positionsarbete där Göteborg & Co historiskt har haft en mycket aktiv roll. De insatser som gjorts genom åren har varit tillgängliga och välkomnande för såväl besökare som göteborgare.

Under de år initiativen inom Julstaden genomfördes av Göteborg & Co finansierades satsningen delvis genom Göteborg & Co:s uppdragsersättning, men även till stor del via externfinansiering från samarbetspartners som hotell, fastighetsägare m.fl. Bolagets roll under perioden var:

- Evenemangsgenomförande (finansiering och projektledning)
- Julbelysning Göteborgs innerstad (finansiering och projektledning)
- Marknadsföring och kommunikation
- Samverkan och samordning av externfinansiering från samverkanspartners

Exempel på aktiveringar genom åren har varit:

- Julbelysning på fasader och broar i centrum

- Ljusprojiceringar/ljusspel på Konstmuseets fasad
- Aktivering av Bältesspännarparken, t ex eldshow
- Invigningsceremoni med fackeltåg
- Den sjungande julgranen (körinstallation i form av en julgran)
- Julsånger från Vallgraven med Paddanbåtarna

Julstaden 2019 – förändrad inriktning och uppdrag

Under 2018–2019 drog sig allt fler fastighetsägare och aktörer ur det gemensamma initiativet Julstaden för att i stället satsa på julbelysning och utsmyckning i egen regi. Parallellt pågick också en rättsprocess där Göteborg & Co:s finansieringsmodell prövades enligt de så kallade teckalkriterierna¹. En följd av detta har varit att bolaget anpassat sina intäktsströmmar för att nå följsamhet mot verksamhetskriteriet, det vill säga reducera externa intäkter till att omfatta mindre än 20% av bolagets totala omsättning.

2019 skedde en renodling av bolagets verksamhet med ökat fokus mot bolagets kärnuppdrag; att agera samverkansplattform för besöksnäringens aktörer samt att marknadsföra och kommunicera destinationens utbud. Det innebar bland annat ett tydligare fokus på att möjliggöra och inspirera andra aktörer att vidareutveckla koncept i stället för att genomföra i bolagets regi. En förändring i arbetsfördelningen kring belysningsfrågan inom staden föranledde också att bolaget inte längre avsatte resurser för belysning i stadsmiljön, utöver ett 40-tal träd på Avenyn och på sju broar i centrum under 2019. Därefter lyftes belysningsansvaret till Göteborgs Stads Citysamverkan² samt till de olika centrumföreningarna och fastighetsägarna.

Sammantaget innebar ovan beskrivna förändringar en väsentlig förändring i bolagets uppdrag kring Julstaden.

Julstaden 2020

Pandemin innebar att det planerade 400-årsfirandet flyttades fram till 2023 och Göteborgs Kulturkalas ställdes in. Detta innebar att bolaget frigjorde personal och hade möjlighet att flytta budgetmedel till insatser under julen. Dessutom tilldelades bolaget med anledning av pandemin extra utvecklingsmedel från staden. För att stötta näringen prioriterades en del av medlen för att återigen investera i julsången. Insatserna omfattade bland annat:

- Ljuskonstpromenad med 9 ljuskonstverk från Light Art Collection (Amsterdam) placerades i ett stråk från Trädgårdsföreningen till Domkyrkan under perioden 29 november – 10 januari.
- Julsånger från Vallgraven. Under onsdagar, fredagar, lördagar och söndagar i december bjöd Göteborgs Ungdomskör på körsång från en Paddanbåt.
- Körsång från häst och vagn. Lördagar & söndagar i december underhöll Julsångskvartetten i häst & vagn från Götaplatsen till Kopparmärra.

¹ Konkurrensverket meddelade 2017-04-19 beslut om lagöverträdelse från Göteborgs Stads sida. I beslutet tillkännagavs att Göteborgs Stad brutit mot lagen om offentlig upphandling (2007:1091 LOU) genom att anslå budgetmedel för åren 2014, 2015 och 2016 åt det då delägda bolaget Göteborg & Co Träffpunkt AB för utförande av tjänster åt Göteborgs Stad, ett kommunalförbund och ett antal privata organisationer. Dessa budgetanslag ansågs vart och ett utgöra offentliga upphandlingskontrakt, vilka skulle ha annonserats enligt 7 kap. 1 § LOU.

² Citysamverkan är en ideell förening inom Göteborgs Stad som verkar direkt under kommunstyrelsen och kommunfullmäktige. Föreningen ägs av Göteborgs Stad tillsammans med Innerstaden Göteborg, Nordstan Samfällighetsförening och Avenyförbundet.

- Julkalender för göteborgarna. Tisdagar till söndagar i hela december bjöds göteborgarna på en unik julklapp, varav de flesta var digitala. Det var bland annat digitala filmvisningar, livestreamade konserter, stipendieutdelningar, etc.
- I en av de tomma butikslokalerna på Vallgatan möjliggjordes för Stadsmissionen att öppna en tillitsbutik med second-hand kläder och soppa. Butiken hade ett omvänt koncept, som innebar att man som besökare själv bestämde priset på soppa och kläder. Den höll öppet alla torsdagar till söndagar i hela december, inklusive Julafton, Juldagen, Nyårsafton etc.

Ekonomiska förutsättningar 2020

Göteborg & Co:s uppdragsersättning	ca 1,2 mnkr
Flyttade medel från inställt Göteborgs Kulturkalas	ca 4,8 mnkr
Centralt tilldelade extra medel för näringslivsfrämjande åtgärder	ca 4,8 mnkr
Frigjord personal från Kulturkalas och framflyttat 400-årsfirande	
Totalt:	10,8 mnkr

Julstaden 2021

Den fortsatta pandemin frigjorde personal och möjliggjorde finansiella medel även för 2021. Insatserna 2021 omfattade bland annat:

- Skridskobana i Kronhusparken 27 november till 19 december
- Julscen på Kungstorget 15 – 19 december med 3 akter per dag; lokal soloartist/duo/ trio, körsång, etablerad artist.
- Julsånger från Vallgraven. Under onsdagar, fredagar, lördagar och söndagar i december bjöd Lodolakören, Göteborgs Ungdomskör och Solid Gospel på körsång från en Paddan båt.
- Filmupplevelse i 360 grader om Göteborgs 400-åriga historia i Bältespännarparken 3 – 19 december.
- Julkonsert på Pustervik den 16 december med Augustifamiljen och gäster (publik på plats samt streaming via gp.se). Till förmån för Stadsmissionen.

Ekonomiska förutsättningar 2021

Göteborg & Co:s uppdragsersättning	ca 1,3 mnkr
Marknadsföringsbudget Göteborg & Co	ca 1,0 mnkr
Evenemangsfonden	2,2 mnkr
Göteborgs 400-årsfirande (filmupplevelse)	ca 3,0 mnkr
Totalt:	7,5 mnkr

Julstaden 2022

2022 värvades Musikhjälpen till Göteborg. Evenemanget genomfördes på Kungstorget den 12–18 december. Göteborg & Co marknadsförde och kommunicerade destinationens samlade utbud, i huvudsak mot den svenska och norska marknaden, inom ramen för bolagets uppdragsersättning.

Ekonomiska förutsättningar 2022

Evenemangsfonden (Musikhjälpen)	1,2 mnkr
Totalt:	1,2 mnkr

Julstaden 2023

Inför julen 2023 kommunicerade Göteborg & Co destinationens utbud inom ramen för bolagets uppdragsersättning. Enligt befintligt samverkansavtal investerar Storhotellgruppen under 2023 totalt 5 miljoner kronor i destinationen Göteborg. En del av dessa medel har investerats i destinationsmarknadsföring, där julen utgör en del. Navet för kommunikationen är destinationens webbplats. Bolaget kommunicerade också mot svenska, danska och norska marknaden via köpt kommunikation och PR. Bolaget genomförde inga evenemang eller aktiveringar i egen regi under julperioden.

Julsäsongen 2023 innebar ett par nyheter i utbudet. Liseberg kompletterade sitt utbud med en ny vintermarknad och förlängde säsongen till och med 7 januari 2024. Gunnebo Slott genomförde en ljuskonstpromenad av internationell klass (entrébelagd) och externa aktörer aktiverade sig genom exempelvis luciafirande med bilparad på Avenyn, Julpaddan m.m.

Under vecka 46–52 sågs en tydlig ökning av efterfrågan på destinationens hotellmarknad. Antalet belagda/sålda hotellrum ökade med 14% i Göteborgsregionen jämfört med samma period 2019, medan antalet gästnätter på hotell visade en ökning på 18%³. Sammantaget innebär detta en snittbeläggning under perioden på 58%, vilket kan sättas i relation till motsvarande period 2019 på 61%.

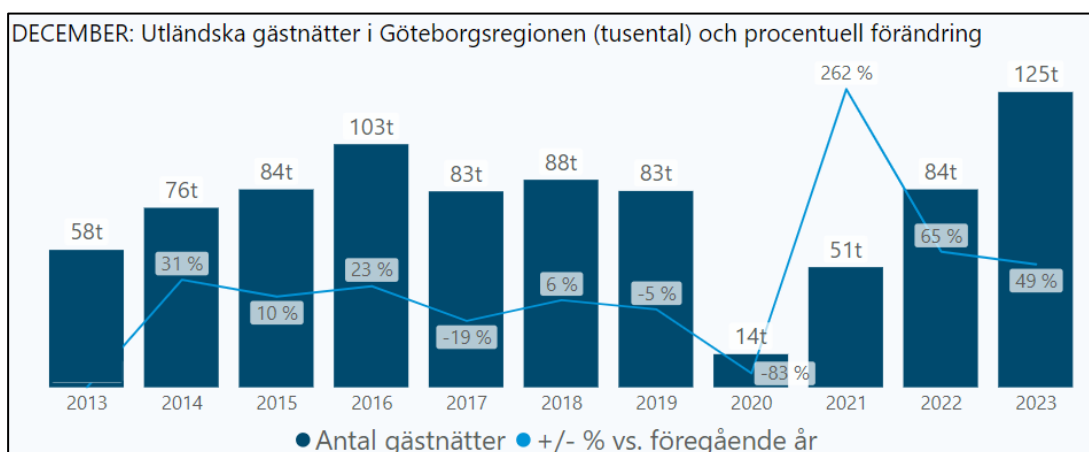
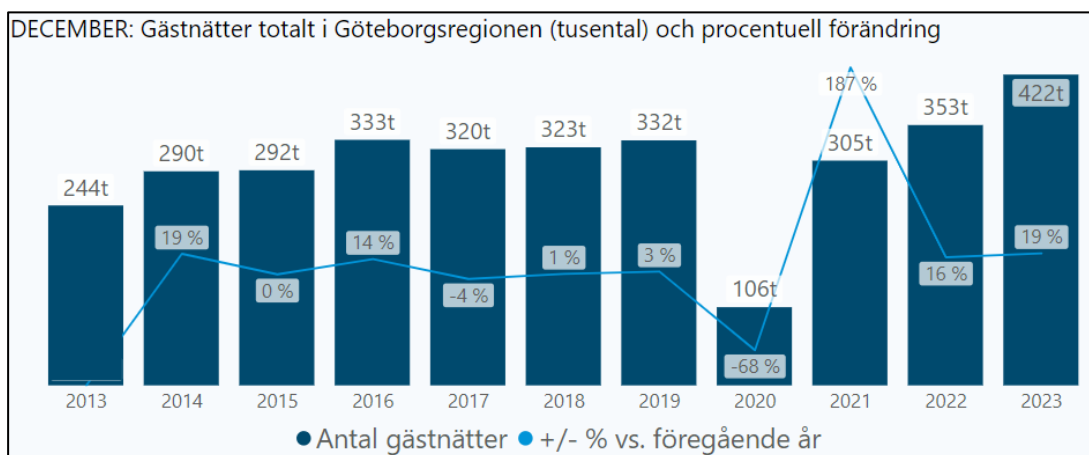
Den mest markanta tillväxten observerades under Junior-VM i ishockey som ägde rum i slutet av december. Evenemanget bidrog till att Göteborg under mellandagarna hade högre beläggning än övriga storstadsregioner (Göteborg 61%; Stockholm 47%; Malmö 46%). Evenemanget bidrog också till en betydande ökning av utländska övernattningar på hotell, stugor och vandrarhem under december. Utfallet blev en ökning med cirka 50% jämfört med både 2019 och 2022.

Med hänsyn till den stora skillnaden i hotellnyckeltal i samband med Junior-VM, jämfört med tidigare år, är det svårt att dra isolerade slutsatser kring utvecklingen av efterfrågan för Julstaden. Genom att utesluta vecka 52 från beräkningen kan man konstatera att tillväxten av gästnätter på hotell under vecka 46–51 har legat i nivå med den gästnattsutveckling man har kunnat se under hela hösten 2023, jämfört med motsvarande period innan pandemin (+10). Denna utveckling är vanligtvis något svagare.

³ SCB/Tillväxtverket, preliminär statistik

Översikt gästnattsutveckling

Graferna nedan illustrerar gästnätter (totalt respektive utländska) under december månad sedan 2013, samt den årliga procentuella utvecklingen.



(Källa: SCB/Tillväxtverket)

De direkta effekterna av bolagets insatser kring Julstaden kopplat till gästnattsutvecklingen är svårbedömda med hänsyn till andra faktorer som driver efterfrågan på destinationen. Under perioden 2014–2016 påverkades efterfrågan generellt av förbättrade flygförbindelser, flera större evenemang och generell ekonomisk tillväxt i Sverige. Under perioden 2015–2018 hade också flera nya åkattraktioner premiär på Liseberg. På tidslinjen nedan noteras ytterligare exempel på särskilda händelser som bedöms ha påverkat bokningsläget och det faktiska utfallet.



Externa parter som deltar i arbetet med Julstaden

Göteborg & Co samverkar med ett stort antal aktörer och intressenter när det gäller marknadsföring av destinationen samt utveckling av reseanledningar, tema och säsonger. Nedan beskrivs de forum och aktörer som bolaget bedömer är särskilt relevanta för arbetet med Julstaden. Sammansättningen av samverkansparter bedöms vara omfattande och tillräcklig.

- **Samverkansgrupp Marknad & kommunikation**
Gruppen består av representanter från Storhotellgruppen, Göteborgshotellen, Liseberg, Universeum, Gothia Towers/Svenska Mässan, Strömma, Kulturförvaltningen, Stena Line, Göteborgs Restaurangförening samt Göteborgs Skärgård. Gruppen träffas 6 gånger per år och hanterar strategiska och operativa frågor gällande till marknads – och kommunikationsinsatser samt utbud kopplat till tema och säsonger.
- **Göteborg Citysamverkan**
Gruppen består av representanter från Göteborgs Stad, Innerstaden Göteborg AB, Avenyn Paradgatan i Göteborg AB och Nordstans Samfällighetsförening. Göteborg & Co:s VD sitter i ledningsgruppen och representanter för bolaget ingår bl. a. i arbetsgrupp och styrgrupp för säsongsbelysning samt i beredningsgruppen.
- **Nätverket Göteborg City Shopping** (projektleds av Göteborg & Co)
Gruppen träffas ca 10 gånger per år och gör gemensamma marknadsföringsinsatser för att stärka shoppingen i centrumkärnan. Nätverket diskuterar strategiska och operativa frågor gällande marknadsföring och utbud.
- **Storhotellgruppen och Göteborgshotellen**
Göteborg har ett väl etablerat samarbete med de två hotellgrupperingarna. Storhotellgruppen har beslutat att investera i destinationen Göteborg enligt överenskommen 3-årsplan.
- **Centrumföreningarna** (Innerstaden, Avenyförningen, Nordstan och Haga)
Dessa organisationer ingår också i andra grupperingar, t.ex. Göteborg Citysamverkan samt i nätverket Göteborg City Shopping.
- **Fastighetsägare**
Representanter från fastighetsägarna ingår i flera av arbetsgrupperna kopplade till Göteborg Citysamverkan samt nätverket Göteborg City Shopping.
- **Övriga aktörer i besöksnäringen**
Arrangörer av julmarknader och andra aktiveringar bjuds in till fokusmöten gällande julen 2 gånger per år.

Fokusmöten Julstaden

I mars och september varje år bjuder bolaget in till fokusmöten avseende julsäsongen. Syftet är att informera om redan kända satsningar, att lyfta behov och att tillsammans hitta samverkansprojekt. Inbjudna är Marknad & kommunikations samverkansgrupp, GR-nätverket (representanter från de 13 GR-kommunerna), Citysamverkan, Centrumföreningarna, fastighetsägare, Göteborg City Shopping, relevanta aktörer inom staden, representanter från olika besöksmål m.fl. Vid varje möte bjuds ett par större aktörer in och ges möjlighet att ge en fördjupad presentation av sina beslutade satsningar.

Nulägesbeskrivning

Liseberg bedöms vara den största reseanledningen som bidrar till utvecklingen av Göteborg som juldestination. Dessutom finns ett antal julmarknader, en gedigen restaurangscen och julrelaterade evenemang som bidrar till utbudet. Idag är det få aktörer som aktivt genomför aktiviteter och satsningar ”mellan husen” i likhet med de som tidigare arrangerades av Göteborg & Co (till exempel ljuskonst, musik/körer, scenuppträdanden, parader m.m.). Sådana initiativ har historiskt varit stämningshöjande aktiviteter som varit tillgängliga för alla.

Säsongsbelysningen hanteras i dagsläget av Göteborgs Stads Citysamverkan, där Göteborg & Co medverkar i arbetsgrupp, styrgrupp och ledningsgrupp. Vision för säsongsbelysning är under framtagning. Göteborgs Stad avsätter idag totalt 1 mkr till säsongsbelysning per år. Det räcker till att uppdatera/byta ut befintlig belysning men inte till utveckling av belysningskonceptet.

I dagsläget har Göteborg & Co inget uttalat uppdrag som berör ansvar för Julstaden Göteborg, eller budgeterade medel för specifika insatser och aktiviteter i egen regi. Bolaget har idag en affärsutvecklare som delvis ansvarar för utveckling av tema och säsonger, där exempelvis höst och jul ingår. Fokus för arbetet är att inspirera aktörer till engagemang, förlänga julsäsongen och att samordna kommunikationsmöjligheter. Motsvarande insatser ryms inom beräknad uppdragsersättning för 2024.

Om avsikten i stället är att möjliggöra en långsiktig satsning för att återta positionen som en av de ledande juldestinationerna ser bolaget behov av ett tydligt uppdrag samt tillskott av centrala medel, exempelvis genom processen för kompletteringsbudget. Enligt preliminära bedömningar skulle en sådan satsning omfatta minst 10 miljoner kronor. För att nå önskad effekt ser bolaget också ett behov av utökad, gemensam satsning från staden och näringen i belysningsfrågan.

Peter Grönberg, VD