

Göteborg & Co

Affärsplan och budget 2026

go:teborg&co

Innehållsförteckning

Inledning.....	3
Från förändrad spelplan till strategisk förflyttning	3
Ekonomiska förutsättningar och efterfrågeutveckling.....	3
Nya förutsättningar när klimat och beteenden förändras	3
Teknik och AI förändrar konkurrensen.....	4
Långsiktiga satsningar för stärkt internationell konkurrenskraft	4
En samlad kraft för hållbar destinationsutveckling.....	4
Vägvalen som leder oss framåt	5
Stärka destinationens internationella position	5
Fånga destinationens spetsprojekt	6
Ökat fokus på stads- och platsutveckling	6
Utveckla samverkans- och finansieringsformer	6
1. Inblick	7
Bolagets verksamhet och uppdrag	7
Organisation	7
Medarbetare och värdegrund	8
2. Styrning	9
Så här styrs vi.....	9
Göteborg & Co:s styrmodell	10
Göteborg & Co sätter tydlig kurs mot destinationens mål	10
Verksamhetsmål och verksamhetsplan.....	10
3. Hållbarhet.....	11
Hållbarhet sätter bolaget och Göteborg på kartan	11
Hållbarhetsramverk	12
Hållbarhet i fokus	12
4. Samverkan.....	13
Samverkan och intressenter	13
Ansvar för hela destinationen.....	13
Göteborg & Co:s primära intressenter	14
Bilagor	15-20

Från förändrad spelplan till strategisk förflyttning

Destinationen Göteborg fortsätter att växa, och 2025 förväntas gästnätterna nå ett nytt rekord på över sex miljoner.

Den positiva utvecklingen drivs av internationella marknader, ett starkt privatresande samt kraften i evenemang, möten och kongresser. Samtidigt hårdnar konkurrensen snabbt. Med en starkare svensk krona, ökade kostnader och andra destinationers satsningar pressas Göteborgs attraktionskraft. För att stärka positionen behövs ett mer differentierat och upplevelse-drivet utbud, strategisk utveckling och aktivering av platser med hög attraktionspotential, samt en tydligare internationell närvaro. Det är nödvändigt att aktivt forma den framtid som Göteborgs starka utveckling nu möjliggör.



Foto: Peter Kvarnström

Ekonomiska förutsättningar och efterfrågeutveckling

Flera faktorer bidrar till ett pressat läge för både näringsliv och besökare. Globala konflikter och snabbt skiftande handelsförutsättningar skapar fortsatt osäkerhet, samtidigt som högre kostnader och mer prismedvetna gäster leder till kortare framförhållning och större svårigheter i planering och intäktsprognoser.

Samtidigt finns tecken på förbättring. Hotellbranschens förväntningar ligger över det historiska genomsnittet och tjänstesektorn visar ökad optimism nationellt. Fler företag planerar att stärka bemanningen nationellt, även om besöksnäringen i Göteborg är mer försiktig. Lönsamheten är fortfarande utmanande.

Inför 2026 är helhetsbilden trots allt försiktigt positiv. Resandet väntas öka i lugn takt, med en stabilisering runt dagens nivåer och måttlig tillväxt, särskilt från utlandsmarknader samt i samband med större evenemang och möten. Att resor fortsatt toppar européernas konsumtionsprioriteringar ger ytterligare stöd för en fortsatt, om än måttlig, efterfrågeökning.

Nya förutsättningar när klimat och beteenden förändras

Klimatet påverkar var och när människor reser, samtidigt som demografiska förändringar påverkar vilka som reser och varför. Varmare somrar i Sydeuropa gör att fler väljer svalare destinationer, vilket gynnar nordiska destinationer generellt. Sommaren är den starkaste säsongen, samtidigt som konkurrensen om lågsäsongsenärer skärps när fler sprider ut sitt resande över året. Detta ställer krav på ett mer attraktivt utbud året runt, hantering av flöden och hållbara lösningar.

Med den demografiska utvecklingen syns förändringar som färre barn, fler äldre med både tid och pengar, och unga som vill ha personliga och sömlösa upplevelser. Tillsammans ökar det här efterfrågan på hög kvalitet, bekvämligheter, samt unika produkter och evenemang.

Teknikskifte och AI förändrar konkurrensen

Digitalisering och teknikskifte förändrar snabbt konkurrensvillkoren. AI har snabbt blivit en central del av hur resenärer inspireras, jämför och bokar resor. Var femte svensk använder AI för att söka information och större digitala bokningsplattformar börjar integrera AI-lösningar som påverkar val och ger rekommendationer. Därför behöver hela besöksnäringen anpassa innehåll, data och erbjudanden efter AI-logik, från synlighet och språk till hur destinationen beskrivs och positioneras.

Långsiktiga satsningar för stärkt internationell konkurrenskraft

Målet är att stärka destinationens internationella position, med den nya varumärkesplattformen som strategisk utgångspunkt. Genom bolagets arbete med internationell kommunikation, PR, Travel Trade, sociala medier och närvaro i globala sammanhang ökar Göteborgs synlighet och räckvidd. Destinationens trovärdighet förstärks ytterligare genom fortsatt hög placering i Global Destination Sustainability Index och FN:s utmärkelse som Sustainable Lifestyle Hub.

Möten och konferenser är strategiska motorer för kunskap, innovation och talangattraktion, men konkurrensen hårdnar snabbt. Stora evenemang är fortsatt ett viktigt tillväxtområde som skapar värde i flera led, och det finns tydliga tecken på att allt fler vill resa för att delta i internationella liveevenemang. Göteborg har ett starkt värdskap, ett brett utbud med etablerade återkommande evenemang och en tydlig internationell position som mötesstad. Samtidigt utmanas utvecklingen av ökade produktionskostnader, högre säkerhetskrav och behovet av moderna arenor. För att stå starkt i konkurrensen krävs långsiktiga prioriteringar, samverkan och satsningar som ger både internationell synlighet och lokal nytta.



Foto: Happy Visuals

En samlad kraft för hållbar destinationsutveckling

Göteborg genomgår stora förändringar som påverkar destinationens attraktionskraft och tillgänglighet. För att hantera detta har Göteborg & Co en central roll i att driva och samordna platsutveckling. Det handlar om att facilitera samverkansgrupper, men också att samla förvaltningar, bolag och näringsliv kring gemensamma mål för stadsliv, besöksanledningar och invånardialog.

Kommunikation används strategiskt för att aktivera och synliggöra platser med potential och för att skapa nya berättelser och besöksanledningar. Genom strategiska kommunikationskoncept och riktade insatser stärks destinationens attraktivitet, motståndskraft och långsiktiga konkurrenskraft. Det bidrar till att utveckla en hållbar och attraktiv destination som fungerar för både invånare och besökare.



Foto: Klara Hammerth

Vägvalen som leder oss framåt

Den globala turismen har återhämtat sig och det internationella resandet når nya rekordnivåer.

Varumärket Sverige står starkt, men konkurrensen hårdnar och för Göteborg & Co innebär det att fortsätta utveckla destinationen med både långsiktighet och precision. Genom strategisk destinationsutveckling och riktad marknadsföring ska vi stärka Göteborgs attraktivitet och position på den internationella marknaden.

Samtidigt påverkas förutsättningarna för framtidens resande av en omvärld i snabb förändring. De utmaningar som påverkar turismen kan också innebära möjligheter för destinationen. Med ett målmedvetet och gemensamt arbete kan vi fortsätta stärka Göteborgs attraktionskraft och skapa fler anledningar att upptäcka och välja vår destination.

De kommande åren präglas av stora investeringar som ytterligare kommer att höja Göteborgs attraktivitet. Prognoserna pekar på en fortsatt stark utveckling av gästnätterna i regionen, med en möjlig tillväxt på omkring en miljon fler gästnätter till 2030. Att denna tillväxt sker på ett hållbart sätt är avgörande. Göteborg är sedan länge världsledande inom hållbar destinationsutveckling och vi fortsätter att flytta fram positionerna tillsammans med destinationens aktörer.

Förflyttningar som tar oss vidare

Under 2026 ska Göteborg & Co fortsatt fokusera på ett antal strategiska förflyttningar som är viktiga för att destinationen ska fortsätta utvecklas och vara attraktiv för både besökare och göteborgare. Arbetet sker alltid med sikte på den övergripande målbilden att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Nedan följer de strategier som vägleder vårt arbete och som pekar ut de vägval som leder oss framåt.

Stärka destinationens internationella position

Vi ska stärka Göteborgs attraktionskraft som en hållbar, innovativ och välkomnande destination på den internationella arenan. Detta görs genom strategiska samarbeten, riktade kommunikationsinsatser och en aktiv närvaro i globala nätverk. Nu tar vi ett tydligt kliv framåt.

- Vi stärker Göteborgs internationella varumärke genom värdeskapande PR- och marknadsföringsinsatser, med målet att öka genomslaget på prioriterade marknader och stärka kännedomen om varumärket Göteborg.
- Vi mäter och följer Göteborgs internationella image och kännedom för att agera datadrivet och långsiktigt.
- Vi synliggör Göteborg i internationella sammanhang och nätverk där vi kan visa upp stadens utveckling, exempelvis genom värdskapet som FN-hubb.
- Vi nyttjar kraften i partnerskap med starka varumärken och aktörer, såsom återkommande evenemang, för att ta en gemensam internationell position.

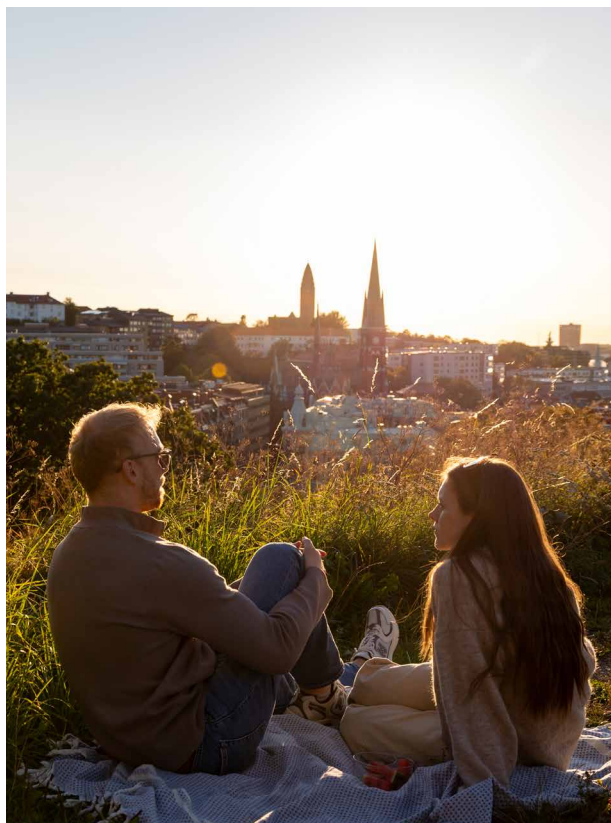


Foto: Klara Hammerth



Foto: Klara Hammerth

Fånga framtidens spetsprojekt

Vi ska nyttja och utveckla spetsprojekt som engagerar både besökare och invånare och som kan fungera som gemensamma kommunikationsplattformar. Projekten ska bidra till att stärka Göteborgs internationella position och på sikt leda till fler besökare.

- Vi använder Göteborgs värdskap för AC Forum 2026 och EM i volleyboll för damer 2026 som plattformar för att attrahera framtida spetsprojekt och flyttar fram destinationens internationella position inom möten och evenemang.
- Vi identifierar potentiella framtida spetsprojekt inom möten och påbörjar minst två ansökningsprocesser.
- Vi identifierar minst sex potentiella spetsprojekt inom evenemang som kan värvas för perioden 2027 till 2030.

Ökat fokus på stads- och platsutveckling

Göteborg & Co ska bidra till stadens långsiktiga utveckling genom att initiera och samordna gemensam platsutveckling som leder till fler unika besöksmål och attraktiva upplevelser över hela destinationen. Nu stärks och tydliggörs bolagets drivande roll.

- Vi tar platsledarskapet och breddar samverkan med aktörer från näringsliv, stad, akademi och föreningsliv och involverar invånarna.

- Vi identifierar platser och kulturmiljöer med potential och matchar dem med stadens uppdrag och lokala initiativ.
- Vi nyttjar kraften i den växande staden och testar nya arbetssätt.
- Vi sätter ljus på gemensamma platsutvecklingsprojekt och lockar invånare, besökare och investerare att upptäcka nya platser.

Utveckla samverkans- och finansieringsformer

Tillsammans med näringen och akademien ska vi utveckla mer innovativa och värdeskapande samverkansformer för att stärka besöksnäringen. Bolagets finansieringsmodeller ska fortsätta utvecklas för att ge ännu bättre förutsättningar att leverera på vårt kärnuppdrag.

- Vi intensifierar arbetet med att hitta nya potentiella finansiärer, exempelvis genom närmare samverkan med arrangörer och rättighetsägare, EU-medel och samfinansiering inom prioriterade områden.
- Vi säkerställer nya handslag för gemensamma satsningar som stärker destinationens attraktionskraft.

Välkommen till 2026!

Foto: Marie Ullnert



Peter Grönberg, VD

Bolagets verksamhet och uppdrag

Göteborg & Co arbetar i bred samverkan med att utveckla destinationen, värva och utveckla evenemang och möten samt ansvara för destinationens kommunikation och varumärke.

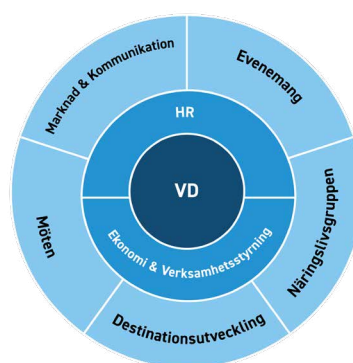
Göteborg & Co AB ägs av Göteborgs Stad. Göteborgs Stadshus AB är koncernmoderbolag och därmed ägare till samtliga Göteborgs Stads bolag. Koncernen är i sin tur uppdelad i sju kluster. Göteborg & Co är moderbolag i klustret Turism, Kultur och Evenemang (TKE) där Liseberg AB, Got Event AB och Göteborgs Stadsteater AB ingår.

Bolagets uppdrag

Göteborg & Co:s uppdrag är att leda och samordna arbetet inom TKE-klustret och medverka till att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen, samt bidra till besöksnäringens utveckling inom Västra Götalandsregionen. Uppdraget ska ske genom att kontinuerligt driva destinationsutveckling och marknadsföring samt genom att agera samverkansplattform för besöksnäringens olika aktörer.



Foto: Klara Hammerth



Organisation

Göteborg & Co:s verksamhet är organiserad i fem affärsområden; Möten, Evenemang, Näringslivsgruppen, Destinationsutveckling och Marknad & Kommunikation. Utöver dessa finns två stödjande funktioner; Ekonomi & Verksamhetsstyrning och HR.

Göteborg & Co:s styrelse

Leif Pagrotsky (S) ordf
Thaher Pelasayed (V) 1:e vice ordf
Hanna Friberg (M) 2:e vice ordf
Ingrid Bexell Hulthén (MP)
Johanna Holmdahl (KD)
Marie Zachrisson (L)
Renas Mustafa (S)

Suppleanter

Jeta Ibishi (M)
Karl-Henrik Rosberg (S)
Peter Hedlund (V)

Adjungerade

Gitte Caous, Göteborgsregionen
Petra Gamerding, Göteborg & Co

Arbetsstagarrepresentanter

Josip Baric, Got Event
Bosse Nordlander, Liseberg

Sekreterare

Johanna Wallin, Göteborg & Co

1. Inblick

Affärsområden

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

Evenemangsavdelningen driver och stärker Göteborg som evenemangsstad med fokus på att strategiskt utveckla och möjliggöra hållbara evenemang inom kultur och idrott. Inom evenemangsavdelningen finns även bolagets organisation för Göteborgs Kulturkalas.

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

Affärsområdet **Destinationsutveckling** leder och samordnar arbetet med att långsiktigt behålla och stärka destinationens och bolagets ledande position inom hållbar destinationsutveckling, såväl lokalt som internationellt. Affärsområdet arbetar med digital utveckling, analys och omvärldsbevakning och samlar destinationens nyckelfrågor kring stads- och platsutveckling, tillgänglighet och attraktivitet.

Marknad & Kommunikation ansvarar för varumärkesfrågor, destinationsmarknadsföring, bolagets digitala och sociala kanaler, PR, pressbesök, tema/säsonger, kryssning, bolagskommunikation samt besöksservice. Tillsammans stödjer affärsområdet bolagets samarbetspartners genom att erbjuda verktyg för kommunikation av destinationen samt ger råd och stöd.

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

Ekonomi & Verksamhetsstyrning hanterar ekonomi, avtal och fakturering samt skapar års- och delårsbokslut med uppföljning mot budget och uppdrag som redovisas till styrelse och ägare. Avdelningen samordnar det bolagsövergripande arbetet kring ägar- och verksamhetsstyrning, uppföljning och kontroll samt är rådgivande i frågor som rör juridik, dataskydd och upphandling.

Medarbetare och värdegrund

Varje medarbetares kompetens och engagemang är avgörande för att Göteborg & Co ska lyckas. Bolagets chefer och ledare skapar delaktighet och engagemang genom att både ge och ta ansvar för sina uppdrag. På så sätt ökar våra medarbetares kapacitet och bolagets konkurrenskraft, vilket ställer krav på stöd och samarbete. Genom att hela tiden kompetensutveckla och kompetensväxla stärks den gemensamma organisationskulturen. Förmågan att snabbt ställa om och ta sig an nya utmaningar ökar. Ett systematiskt arbetsmiljöarbete bidrar till en hållbar arbetsmiljö där verksamhet och hälsa utvecklas över tid. Ett positivt arbetsklimat gör att vi attraherar, utvecklar och behåller medarbetare. För Göteborg & Co:s medarbetare är Göteborgs Stads förhållningssätt ett gemensamt synsätt för hur vi arbetar tillsammans med kollegor, kunder och samarbetspartners.



Göteborg Stads förhållningssätt



Foto: Klara Hammerth

Så här styrs vi

Det finns flera beslut och dokument som ligger till grund för hur Göteborg & Co:s verksamhet ska styras och bedrivas. Här beskrivs de olika styrdokumentet och hur de förhåller sig till varandra.

Ägardirektivet fastställs av kommunfullmäktige (KF) och talar om vad bolaget ska göra, ur ett långsiktigt perspektiv. Här definieras bolagets grundläggande uppdrag.

Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrdokumentet för Göteborgs Stads nämnder och styrelser. Budgetens roll är att ange kommunfullmäktiges mål och inriktningar samt de ekonomiska ramarna. Kommunfullmäktiges mål, inriktningar och uppdrag ska brytas ned och omsättas i praktisk handling av nämnder och styrelser i en genomförandeplan. Genomförandeplan med fullmäktiges mål och uppdrag för 2026 samt bolagets budget finns som bilaga till denna affärsplan.

Program och planer utgör styrdokument för stadens verksamheter. Programmen visar en långsiktig,

politisk viljeriktning inom ett ämne. Planerna talar i sin tur om vad staden ska göra för att arbeta i denna riktning. För varje program och plan finns en utsedd ansvarig nämnd eller styrelse.

Göteborg & Co har ansvar för **Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030**.

Programmet pekar ut riktningen för hur Göteborgs Stad ska arbeta med destinationsutveckling och besöksnärafrågor. Läs mer om programmet och dess målsättning på s. 12 i affärsplanen.

Reglerande styrande dokument sätter ramarna för vad vi, som en del av Göteborgs Stad, har att förhålla oss till. Det handlar till exempel om lagar och regler såsom offentlighet och sekretess, rutiner för styrning, uppföljning och kontroll, med mera.

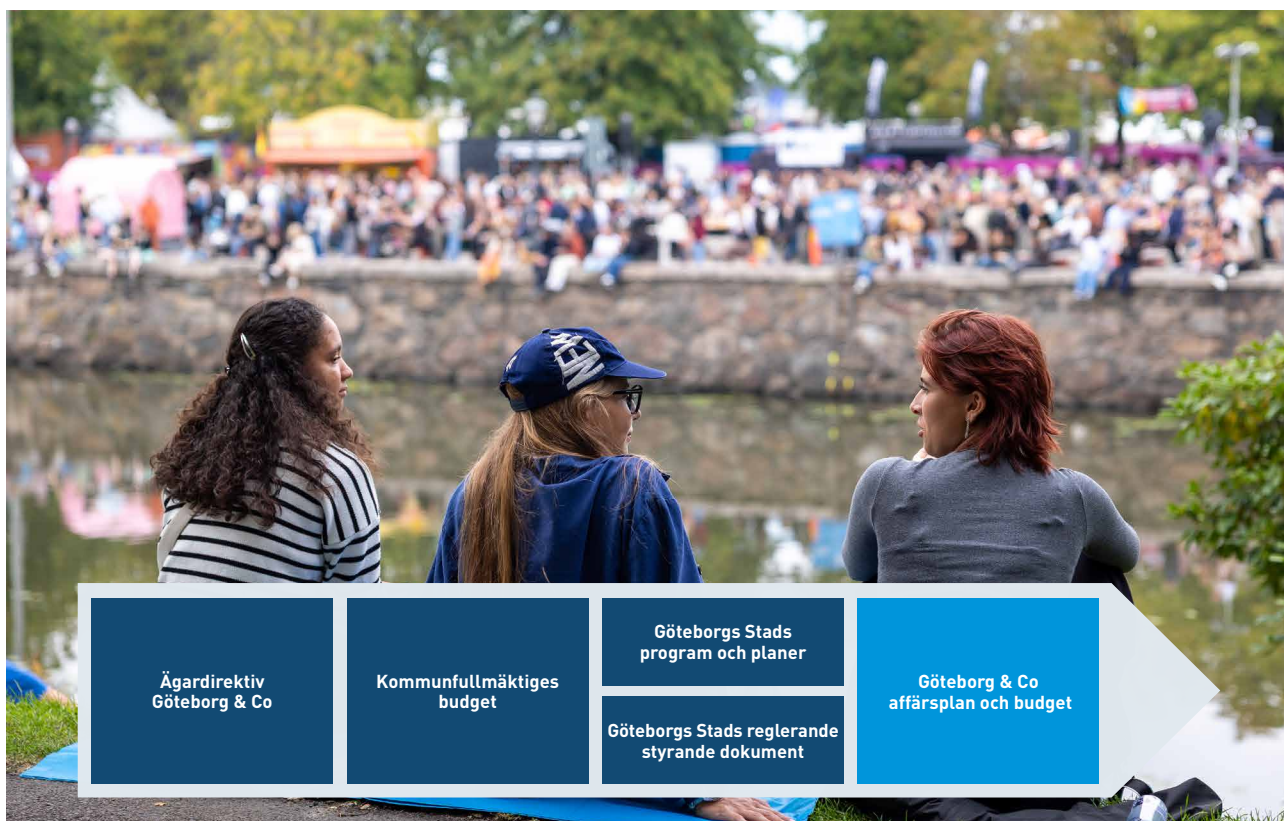


Foto: Klara Hamnerth

2. Styrning

Bolagsmål

Vi ska få fler att upptäcka och välja Göteborg

Verksamhetsmål

Världsledande
hållbar destination

Attraktivt utbud
året runt

Engagerade
samarbetspartners

Attraktiv arbetsgivare
och engagerade
medarbetare

Ansvarsfull
ekonomistyrning

Miljö- och
klimatsmart
verksamhet

Strategier

Stärka destinationens
internationella position

Utveckla samverkans- och
finansieringsmodeller

Ökat fokus på stads-
och platsutveckling

Fånga framtidens
spetsprojekt

Göteborg & Co:s styrmodell

Göteborg ska vara en hållbar destination. Det innebär att besöksnäringen ska växa och samtidigt bidra till människors och livsmiljöers utveckling. Göteborg & Co har en viktig roll i det arbetet. Bolagets arbete ska bidra till utvecklingen av ett vitalt näringsliv i en robust destination och vara en förebild inom arbetet med hållbar och smart destinationsutveckling. Bolagets övergripande mål är att vi ska få fler att upptäcka och välja Göteborg. Målet vilar på grunderna för en hållbar destinationsutveckling.

Göteborg & Co:s styrmodell tydliggör mål och strategier utifrån bolagets grunduppdrag och skapar förutsättningar för en systematisk uppföljning av verksamheten. Bolagets hållbarhetsramverk är centralt och genomsyrar styrmodellen. Hållbarhetsramverket presenteras närmare på sidan 11 i affärsplanen.

Verksamhetsmål och verksamhetsplan

Verksamhetsmålen tydliggör hur bolagets alla delar bidrar till det bolagsövergripande målet och består av tre externa och tre interna mål. Målen mäts genom ett antal indikatorer som redovisas i bilaga 3 till affärsplanen. Verksamhetsmålen bryts ned i avdelningarnas verksamhetsplaner. Där specificeras utvecklingsinriktade aktiviteter inom respektive mål. I framtagandet av verksamhetsplanen tar avdelningarna stöd av bland annat bolagets styrmodell, affärsplan och hållbarhetsramverk.



Foto: Happy Visuals

Externa verksamhetsmål – mål för bolagets externt riktade arbete

Världsledande hållbar destination

”Vi arbetar engagerat och aktivt med hållbarhet ur samtliga tre dimensioner. Vi är föregångare och internationellt ledande. Vi leder och driver en hållbar utveckling av destinationen, så att alla som lever, verkar och besöker oss, gynnas av en robust besöksnäring.”

Attraktivt utbud året runt

”Vi arbetar för ett varierat utbud av starka reseanledningar som lockar besökare året runt. Säsongsutjämning bidrar till jämnare beläggning och bättre lönsamhet. Destinationens konkurrenskraft stärks, och ett varierat utbud tillför mervärde och höjd livskvalitet för invånarna.”

Engagerade samarbetspartners

”Vi har en väletablerad och bred samverkan. Tillsammans med engagerade partners utvecklar vi innovativa och hållbara idéer som driver förändring och flyttar fram positionerna för destinationen Göteborg.”

Interna verksamhetsmål – mål för bolagets interna arbete

Attraktiv arbetsgivare och engagerade medarbetare

”Vi är en attraktiv arbetsgivare som verkar för ett hållbart arbetsliv. Vi erbjuder en god arbetsmiljö som utmanar och stimulerar.”

Ansvarsfull ekonomistyrning

”Vi värnar om de resurser bolaget har till förfogande och de skattemedel bolaget förvaltar. Vi har en stabil ekonomi med en budget i balans.”

Miljö- och klimatsmart verksamhet

”Vi agerar medvetet och ansvarsfullt som miljö- och klimatsmart bolag. Våra beslut och handlingar ska leda till effektiv och konstruktiv omställning till en miljö- och klimatsmart destination med ett klimatavtryck nära noll 2030.”

Hållbarhet sätter bolaget och Göteborg på kartan

Göteborg & Co leder och driver ett aktivt hållbarhetsarbete i hela destinationen. Arbetet är framgångsrikt och det bidrar till affärer och en stark position i världen.

Global Destination Sustainability Index (GDSI) är ett viktigt och robust utvecklingsverktyg när det gäller hållbar destinationsutveckling. Verktöget fungerar samtidigt som en internationell benchmark av destinationers hållbarhetsprestanda. Göteborg är en topprankad destination i indexet med sju förstaplatser och två andraplatser sedan 2016. GDSI speglar destinationens arbete med hållbarhet ur samtliga tre dimensioner, men också stadens ledning, styrning och utveckling av destinationen. Indexet, vars innehåll revideras regelbundet, pekar på väsentliga områden och insatser och blir på så sätt ett verktyg för utveckling både av bolaget och destinationens aktörer.

Göteborg & Co:s hållbarhetsramverk är ett hjälpmedel för att hålla siktet inställt på och uppnå det övergripande målet att vara en ledande hållbar destination 2030. Ramverket bygger på omvärldsanalys, identifierade

risker och möjligheter och utgår från bolagets uppdrag och rådighet. Det omfattar både bolagsinternt arbete och det externa destinationsutvecklingsperspektivet. FN:s globala mål för hållbar utveckling med relevanta delmål speglas i ramverkets väsentliga områden.

Ramverket fungerar som vägvisare i det långsiktiga perspektivet och hjälpmedel i det kortsiktiga perspektivet. Det kompletterar och stödjer destinationsutvecklingsprogrammet och affärsplanen, och är ett verktyg i framtagandet av verksamhetsplaner. Ramverket, tillsammans med GDSI, vägleder i planering och utveckling och blir en kvalitetssäkring och stöd i uppföljningen av hållbarhetsarbetet. I bolagets verksamhetsstyrningsprocess ingår att ramverket ses över årligen och uppdateras vid behov.

HÅLLBARHETS RAMVERK

Välkomnande och inkluderande destination

- Tillgängligt och inkluderande
- Tryggt och säkert
- Involvera invånare



Växande och välmående destination

- Brett utbud
- Attraktiv bransch och arbetsgivare
- Ansvarsfulla avtal och inköp



Miljö- och klimatsmart destination

- Klimatsmarta resor och transporter
- Miljö- och klimatsmarta aktörer och upplevelser
- Cirkulärt och resurseffektivt



Bidra ytterligare till positiva samhällseffekter

- Ökad samhällsnytta genom samverkan och innovation
- Långsiktiga effekter genom möten och evenemang – Gothenburg Way to Legacy
- Plattform för kommunikation och testbäddar för hållbara lösningar



3. Hållbarhet

Hållbarhet i fokus

Destinationens långsiktiga mål om att vara en hållbar destination specificeras i Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030. Programmet pekar ut riktningen för hur Göteborgs Stad ska arbeta med destinationsutveckling och besöksnärlingsfrågor. Göteborg ska vara välkomnande och inkluderande, ha en robust och välmående besöksnäring där dess aktörer arbetar med fokus på miljö- och klimatsmart utveckling. En hållbar destinationsutveckling ger förutsättningar för många olika typer av ekonomiskt stabila verksamheter och bidrar till tillväxt.

Göteborg & Co har ansvar för Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030. Programmet pekar ut riktningen för hur Göteborgs Stad ska arbeta med destinationsutveckling och besöksnärlingsfrågor. Göteborg & Co ansvarar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera programmet och dess handlingsplaner. Detta ska ske i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser samt relevanta aktörer från näringsliv, akademi, föreningsliv och organisationer. Programmet och dess handlingsplaner är viktiga verktyg för att nå målbilden om en hållbar destination 2030.

Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier:



Foto: House of Vision

HÅLLBAR DESTINATION 2030

Välkomnande och inkluderande destination · Växande och välmående näring · Miljö- och klimatsmart destination

PERSPEKTIV	BESÖKA	LEVA	VERKA
MÅL	1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg. 2. Besökarna gör hållbara val och den totala klimatpåverkan minskar. 3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt.	4. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna. 5. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar.	6. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan. 7. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen. 8. Hållbarhetsarbete i världsklass.
STRATEGIER	Utveckla och skapa förutsättningar för fler attraktiva upplevelser och reseanledningar. Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur. Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring. Agera föregångare och möjliggöra innovation.		

Källa: Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030

Samverkan och intressenter

Göteborg & Co har historiskt sett varit en stark kraft i att etablera, utveckla och positionera Göteborg som en internationellt ledande hållbar destination.

I bolagets och destinationens alla delar ska hänsyn tas till människor, miljö, ekonomi och samhälle, med syftet att ständigt förbättra och flytta fram positionerna. Göteborg & Co:s roll som samverkansplattform för näringsliv, det offentliga och akademien är grunden för en stor del av bolagets verksamhet. Bolaget har starka relationer utanför den kommunala kontexten där aktörer går samman för att göra gemensamma satsningar för destinationen.

Bolagets samverkan bygger på en kontinuerlig dialog med en bred grupp av intressenter och deras engagemang är viktigt för bolagets och destinationens utveckling. Göteborg & Co:s ledningsgrupp har löpande avstämnings- ingar med Besöksnäringens Forum (BNF) som utgörs av representanter från Storhotellgruppen, Föreningen Göteborgshotellen, Svenska Mässan, Göteborgs Restaurang-

förening och Göteborg City Shopping. En gång per år hålls ett dialogmöte mellan Göteborg & Co:s styrelse och ca 40 representanter från destinationens besöksnäring.

Flera av bolagets avdelningar har dedikerade samverkansgrupper bestående av representanter från viktiga intressenter från det offentliga, det privata näringslivet, ideella organisationer och akademien. Samverkansgrupperna träffas regelbundet för dialog. Näringslivsgruppen har 21 medlemsföretag från näringslivet, akademien och det offentliga. Utöver dessa grupper finns ett mycket stort antal andra samverkansnätverk och konstellationer som Göteborg & Co leder och koordinerar inom ramen för den ordinarie verksamheten såväl som särskilda uppdrag och projekt.

Ansvar för hela destinationen

Destinationen Göteborg består av Göteborgsregionens 13 kommuner, där Göteborg som stad fungerar som motor för hela destinationens utveckling. Det sammantagna utbudet i de 13 kommunerna kompletterar varandra och stärker destinationens attraktionskraft. Alla kommuner har olika förutsättningar och sätt att arbeta med destinationsutveckling och besöksnäring. Ett brett samarbete är nyckeln för att regionen ska fortsätta att vara attraktiv och utvecklas som en hållbar destination.

Samarbetet kring destinationsutveckling inom regionen regleras i ett avtal mellan Göteborgsregionen och Göteborg & Co. Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030 utgör ett gemensamt inriktningsdokument. Inom ramen för programmet finns en regional handlingsplan som omfattar samverkan kring nyckelfrågor för destinationens utveckling ur ett regionalt perspektiv, exempelvis tillgänglighet, kollektivtrafik samt etablering av nya besöksmål och utveckling av befintliga. Göteborg & Co ansvarar för och leder arbetet, i nära samverkan med Business Region Göteborg och med kopplingar till Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program.



Destinationen Göteborgs 13 kommuner.

4. Samverkan

Göteborg & Co:s primära intressenter

Intressent	Dialogformer	Viktiga frågor för intressentgruppen
Ägare: Göteborgs Stad	Bolagsstämma, styrelsemöten, ägardialog, koncernråd.	Styrning, ledning och uppföljning, samverkan och strategiskt utvecklingsarbete för och med näringen, långsiktig hållbar tillväxt, hållbar stad, attraktiv och konkurrenskraftig destination, budget i balans. Samordning inom den egna koncernen.
Medarbetare	Medarbetarsamtal, avdelnings-/gruppmöten, internkonferenser, medarbetarundersökning.	Flexibel och fungerande arbetsmiljö. Utvecklingen av hållbara tjänster (evenemang, möten osv), bidra positivt till samhället.
Samarbetspartners: Besöksnäringens företag, lokala arrangörer, akademi och övrigt näringsliv	Besöksnäringens Forum, styrgrupper, samverkansgrupper, nätverksgrupper, medlemsmöten. Årligt dialogmöte, partnerundersökning, möten, workshops, intervjuer och enkätundersökningar.	Utveckling av långsiktigt attraktiv destination, fokus på besöksanledningar, tillgänglighet och säsongsutjämning. Dialog kring näringens utmaningar, exempelvis instabil ekonomi och behovet av ett förbättrat samarbete mellan staden och näringslivet. Destinationsmarknadsföring, utbyte av kunskap och insikter som stärker destinationen.
Besökare	Sociala medier, besökservice, intervju- och enkätundersökningar.	Trygg, säker, välkomnande och inkluderande destination med ett attraktivt och brett utbud för alla. Tillgänglighet till, från och på destinationen. Möjligheten att göra hållbara val på destinationen.
Invånare	Enkätundersökningar, digitala kanaler, besökservice, öppna dialoger, offentliga kanaler.	Besöksnäringens mervärde för invånarna. Hållbar stad, tillgänglighet, inkludering, delaktighet, jämlikhet och minskad segregation, jobbmöjligheter, stolthet över sin stad. Inställningen till besökare och Göteborg som populär destination.
Förvaltningar och myndigheter	Samverkansgrupper och råd, möten och workshops.	Besöksnäringens roll för stadens och regionens utveckling. Hållbar stads- och destinationsutveckling, utveckling av destinationen i enlighet med stadens mål, planer och program. Förbättrad myndighetssamverkan.
Klusterbolag: Liseberg, Got Event, Göteborgs Stadsteater	VD-råd, ägardialoger och tematiska klusterråd inom t.ex. ekonomi, hållbarhet, dataskydd och upphandling.	Samverkan, strategiskt utvecklingsarbete kring synergier, långsiktigt attraktiv och konkurrenskraftig destination, tillgänglighet till destinationen.

Bilaga 1

Genomförandeplan för budget för Göteborg & Co AB 2026

Genomförandeplanen för budget är ett politiskt styrdokument inför bolagets förslag till budget/affärsplan. Planen utgår från Göteborgs Stads budget för 2026 som är beslutad av kommunfullmäktige. Under varje mål finns en beskrivande text för hur bolaget ska arbeta för att bidra till måluppfyllelse. Det finns också styrelsespecifika inriktningar som kompletterar och förtydligar de redan beslutade inriktningarna i Göteborgs Stads budget. Uppdragen i genomförandeplanen kommer från Göteborgs Stads budget och från styrelsen om behov finns. Uppdragen och inriktningarna från Göteborgs Stads budget är överordnade de styrelsespecifika.

Mål

1. Göteborg ska vara en jämlik och trygg stad där alla invånare ges inflytande och möjlighet till delaktighet

Destinationen Göteborgs viktigaste ambassadörer är de egna invånarna. Stor hänsyn bör tas till invånares perspektiv och behov vid utveckling av ett tillgängligt och brett utbud av kultur- och nöjesaktiviteter, handel och restauranger m.m. Bolagets arbete genomförs i linje med målsättningar i Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030 samt tillhörande handlingsplaner. Målsättningarna i Destinationsutvecklingsprogrammet är bland annat att besöksnäringen ska tillföra mervärde för invånarna samt att alla ska känna sig välkomna till Göteborg. Målbilden för de evenemang som bolaget satsar på är att alla ska känna sig trygga och välkomna till evenemanget, det ska finnas något för alla och att de satsningar bolaget gör ska skapa rörelse och samhörighet i staden.

2. Segregationen i Göteborg ska brytas

Göteborg & Co arbetar, i enlighet med målsättningar i Destinationsutvecklingsprogrammet och dess handlingsplaner, för ett brett utbud av upplevelser i destinationen. Det omfattar exempelvis satsningar på evenemang som är gratis och har ett innehåll som passar många, som Kulturkalaset. Hela staden betraktas som en arena och bolagets ambition är att göra evenemang i flera, för att inte säga alla, stadsdelar. Genom att ta evenemangen till göteborgarna vill Göteborg & Co skapa rörelse och möten

i staden som bidrar till att minska segregationen. Via Näringslivsgruppen sker satsningar i utsatta områden för att skapa framtidstro hos barn och unga.

3. Göteborg ska klara kompetensförsörjningen

Göteborg & Co arbetar utifrån åtgärder och insatser som fastställts i Göteborg & Co:s kompetensförsörjningsplan. Det innebär till exempel kompetensutveckling av befintliga medarbetare, intern rörlighet och kontinuerlig översyn av organisationen. Rekrytering av högskole- och universitetsstuderande görs för uppdrag som värdar vid evenemang eller för tim- och säsongsanställning inom exempelvis Besöksservice. Två gånger om året rekryteras praktikanter från t.ex. yrkesskolor och/eller via arbetsförmedlingen, vilket kan leda till anställning för kortare uppdrag efter avslutad praktikperiod. Vidare bidrar bolaget till det stadenövergripande arbetet genom att exempelvis erbjuda praktikplatser för personer som står längre ifrån arbetsmarknaden. Ur ett destinationsperspektiv arbetar bolaget fokuserat med kompetensförsörjningsfrågor inom besöksnäringen i nära samverkan med Business Region Göteborg, Göteborgsregionen och Näringslivsgruppen. Ett levande och varierat kultur- och nöjesutbud är viktigt för att attrahera kompetens och få människor att vilja flytta till och leva i Göteborg.

4. Göteborg ska byggas ihop till en grön och levande stad utan bostadsbrist

Som en del av Destinationsutvecklingsprogrammet och bolagets hållbarhetsramverk, med fokus på ”Välkomnande och inkluderande destination”, bidrar bolaget till Göteborgs utveckling genom att initiera, samordna och bidra till gemensam platsutveckling i kulturmiljöer, naturområden och områden med utvecklingspotential. Detta leder till fler unika besöksmål och attraktiva upplevelser i hela destinationen under hela året. Bolaget driver och deltar aktivt i samverkansgrupper och remissförfaranden inom stadsutvecklingsfrågor, utvecklar besöksanledningar, verkar för evenemang i flera delar av staden och arbetar för att tillgängliggöra ett brett utbud av upplevelser genom kommunikation och marknadsföring året runt.

5. Bilagor

5. Göteborg ska vara ledande i klimat-omställningen och ha en hög biologisk mångfald

Bolagets hållbarhetsramverk är ett hjälpmedel för att hålla siktet inställt på och uppnå det övergripande målet i Destinationsutvecklingsprogrammet - att vara en ledande hållbar destination 2030. Detta inkluderar fokus på miljö- och klimatssmart utveckling, både internt och externt. Bolagets miljöplan bidrar till konkreta insatser för verksamheten. Bolaget ska fortsatt engagera sig i relevanta projekt som bidrar till klimatomställningen och nyttja evenemang och möten som kommunikationsplattform och testarenor för innovativa satsningar. Global Destination Sustainability Index är ett viktigt verktyg och ledstjärna. Den nya FN-hubben för hållbar utveckling är en drivkraft för bolagets och destinationens hållbarhetsarbete.

6. Göteborgs Stad ska ha en välfärd som möter göteborgarnas behov

Bolaget har ingen rådighet vad gäller välfärd i form av vård, skola och omsorg. Genom insatser utifrån Destinationsutvecklingsprogrammet, affärsplan och verksamhetsplaner arbetar bolaget för en attraktiv destination vars varierade utbud kan bidra till en aktiv, inspirerande och avkopplande fritid för invånare och besökare. Vidare planeras insatser för fortsatt ökad tillgänglighet till kultur i staden, exempelvis genom grätisevenemang som riktar sig till alla, är välkomnande och inkluderande.

7. Göteborgs Stad ska ge sina anställda en bra arbetsmiljö och goda arbetsvillkor

Bolagets arbetsmiljöarbete utgår från systematik och helhetssyn. Detta sker genom aktiva åtgärder såväl i ledningsgrupp som på APT. Arbetsmiljökommittén och fackliga organisationer har en central roll i framtagandet av de aktiva åtgärderna. Arbetet med att förbättra rutiner och utbildning inom arbetsmiljö för genomföranden av evenemang fortsätter. Fysiska skyddsronder sker alltid i samband med genomförandet av evenemang i syfte att förebygga tillbud och olycksfall. Bolaget har infört IA-systemet, där händelser som riskobservationer, tillbud, olycksfall, färdolycksfall, arbetssjukdom samt kränkningsar/diskriminering rapporteras, vilket har bidragit till att fler anmäler och agerar tidigare på de risker man ser i sin arbetsmiljö. Bolaget arbetar med Chefoskopet och värnar om ett närvarande chefskap med rimligt antal medarbetare.

Inriktningar

Göteborg & Co ska i huvudsak arbeta efter inriktningarna i Göteborgs Stads budget. Vidare har styrelsen i uppdrag att initiera och leda arbetet med att förverkliga och implementera Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030 samt utveckla handlingsplaner. Programmet och dess handlingsplaner utgör viktiga verktyg för att nå destinationens målbild om en hållbar destination 2030.

Den globala turismen har återhämtat sig och det internationella resandet når rekordnivåer. Varumärket Sverige är starkt, samtidigt hårdnar konkurrensen. Göteborg & Co ska genom strategisk destinationsutveckling och marknadsföring arbeta för att stärka Göteborgs attraktivitet och position på den internationella marknaden.

En attraktiv destination behöver kunna erbjuda ett varierat utbud av besöksanledningar året runt, både för att locka besökare till destinationen och för att tillgodose invånarnas efterfrågan på ett rikt utbud av upplevelser att ta del av lokalt. Göteborg & Co arbetar för att stärka, utveckla och vårda det befintliga utbudet, i kombination med att möjliggöra utvecklingen av nya besöksanledningar, koncept och hållbara affärsmodeller. Inom ramen för Destinationsutvecklingsprogrammets handlingsplan för besöksanledningar ska bolaget fortsatt samverka med stad och näringsliv med särskilt fokus på etablering av nya besöksanledningar och utveckling av befintliga. Alternativa och småskaliga aktörer utgör viktiga byggstenar för hur destinationen uppfattas av besökare och invånare. Göteborg & Co ska stötta och uppmuntra nya koncept och idéer som bidrar till destinationens synlighet och attraktivitet.

Göteborg & Co bidrar till Göteborgs utveckling genom att initiera, samordna och bidra till stads- och platsutveckling som leder till fler unika besöksmål och attraktiva upplevelser i hela destinationen. Hållbar infrastruktur är en förutsättning för destinationens attraktivitet och konkurrenskraft när det gäller att attrahera stora evenemang och möten såväl som mindre kultur- och nöjesaktiviteter. Bolaget bidrar aktivt genom att lyfta in destinationsperspektivet i frågorna, till exempel i det pågående arbetet med arenaprogrammet.

Bolaget ser genom samverkan med Business Region Göteborg beröringspunkter avseende det näringslivsstrategiska och näringslivsfrämjande arbetet, där hållbarhet och goda arbetsvillkor genom exempelvis kollektivavtal eller villkor motsvarande kollektivavtal, ska främjas.

5. Bilagor

Destinationsutvecklingsprogrammet lyfter att tillgång till hållbara transportalternativ är en förutsättning för invånare och besökare att delta i destinationens breda utbud av upplevelser och samtidigt bidra till minskad klimatpåverkan. Göteborg & Co arbetar därför för att stärka samspelet mellan stadsutveckling, besöksnäring och destinationsutveckling. Tillgängligheten till, från och inom destinationen är en viktig fråga i arbetet. Bolaget ska fortsatt utveckla samverkan med Västtrafik för att stärka tillgången till kollektivtrafik i samband med evenemang och till destinationens besöksmål. Att på olika sätt ta hänsyn till besöksnäringens förutsättningar och besökarens perspektiv när staden utvecklas ger plats för en växande och mer attraktiv destination.

I enlighet med sitt ägardirektiv utgör Göteborg & Co AB moderbolag för de bolag som ingår i klustret för Turism, Kultur och Evenemang. Bolaget ska fortsättningsvis verka för en förbättrad ledning och samordning av arbetet inom den egna koncernen och på så vis medverka till att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen samt bidra till besöksnäringens utveckling inom Västra Götalandsregionen. Arbetet görs i dialog och nära samverkan med dotterbolagen inom koncernen genom bl.a. ägardialoger, klustergemensamma presidiummöten och VD-råd samt i särskilda utredningsförfaranden.

Uppdrag

Från Göteborgs Stads budget 2026

- Göteborg & Co AB får i uppdrag att, i samverkan med kulturnämnden och Business Region Göteborg AB, stärka Göteborgs ställning som kulturstad i Sverige och internationellt. Återrapporteringen ska ske till Göteborg & Co AB.
- Göteborg & Co AB får i uppdrag att stimulera Göteborgsregionens invånare att turista i olika delar av Göteborg. Återrapporteringen ska ske till Göteborg & Co AB.
- Stadsmiljönämnden får i uppdrag att i samverkan med Göteborg & Co AB skapa vinterplatser i Göteborg, exempelvis genom isbanor och vinterlek. Satsningen villkoras med att medfinansiering från andra aktörer sker. Återrapporteringen ska ske till stadsmiljönämnden.
- Göteborg & Co AB får i uppdrag att stärka kännedomen om Göteborg som destination på den tyska marknaden. Uppdraget ska genomföras i samverkan med Business Region Göteborg AB, Västra Götalandsregionen och privata aktörer. Återrapporteringen ska ske till Göteborg & Co AB.
- Business Region Göteborg AB och Göteborg & Co AB får i uppdrag att i samverkan med berörda nämnder och bolagsstyrelser stödja privata företag att etablera sig på lämpliga platser i stadsområde Nordost.
- Business Region Göteborg AB får i uppdrag att i samverkan med nämnden för Demokrati och Medborgarservice och Göteborg & Co AB ta fram en strategisk plan för Södra skärgården utifrån "Förstudie: Södra skärgården". Boende och relevanta aktörer i skärgården ska involveras i arbetet. Återrapporteringen ska ske till Business Region Göteborg AB.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att understödja och bidra till Framtidenkoncernens strategi för utvecklingsområden 2020–2030.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att arbeta in långsiktiga ekonomiska, ekologiska och sociala risker i samband med den årliga samlade riskbilden.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att i samverkan med stadsfastighetsnämnden genomföra åtgärder för att få fler att välja cykel för att pendla till arbetet. Arbetet ska ske utifrån lokala förutsättningar och behov. Lokala arbetstagarrepresentanter ska involveras i genomförandet. Återrapporteringen ska ske till respektive nämnd/bolagsstyrelse.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att, utifrån sina specifika förutsättningar, säkerställa cirkulär hantering av inventarier och arbetskläder. Göteborgs Stads Leasing AB ska i samverkan med stadsmiljönämnden leda och stödja arbetet.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att upplåta de förtidsröstningslokaler och vallokaler som efterfrågas av valnämnden för att säkerställa tillgång till vallokaler över hela Göteborg.
- Alla nämnder och bolagsstyrelser får i uppdrag att utifrån 2025 års analys av inköp i Göteborgs Stads spendrapport och miljöspendrapport inarbeta förbättringar avseende kostnadsmedvetenhet, långsiktighet och hållbarhet med mål om att minska konsumtionen i ordinarie arbete och uppföljning. Inköps- och upphandlingsnämnden ska bistå i detta arbete.

Bilaga 2

Budget Göteborg & Co AB 2026 Resultaträkning Göteborg & Co AB

Belopp i tkr	Budget 2026	Prognos 2025 aug	Budget 2025
Uppdragsersättning Göteborgs Stad	159 380	137 360 ¹⁾	134 360
Försäljningsintäkter externa	4 394	4 749	5 037
Samarbetsavtal mm - externa	19 490	19 230	22 103
Kommuninterna intäkter	6 623	5 925	5 394
Periodiserade projektintäkter	1 802	4 522	1 681
Intäkter	191 689	171 786	168 575
Direkta produktkostnader	-1 266	-1 261	-1 361
Övriga verksamhetskostnader	-103 444	-86 379	-81 971
Personalkostnader	-83 730	-80 219	-81 347
Avskrivningar	-814	-777	-696
Risk- och utvecklingsmedel	-3 135	-3 900	-3 900
Kostnader	-192 389	-172 536	-169 275
Rörelseresultat	-700	-750	-700
Finansiella intäkter och kostnader	700	750	700
Resultat efter fin. poster	0	0	0
Budgeterade erhållna koncernbidrag (KF)	400 567	386 958	386 958
Budgeterade lämnade koncernbidrag (KF)	-400 567	-386 958	-386 958
Resultat	0	0	0

Resultatneutrala justeringar kan komma att ske under året efter beslut av VD.

1) Uppdragsersättningen från Göteborgs stad har ökat med 3 mnkr under 2025 pga tilläggsbudget Göteborgs Maritima Centrum.

Tillkommande budgeterade investeringar	2026
Infartsskyltar, reinvestering ²⁾	-5 000

2) Förväntas skrivas av under 5 år. Kostnaden för avskrivning delas med Liseberg AB och Got Event AB.

5. Bilagor

Budgetkommentarer

Kommunfullmäktiges beslutade budget 2026 beskriver att det ekonomiska läget är fortsatt ansträngt. En svagare befolkningsutveckling än föregående år medför utmaningar för välfärdens långsiktiga finansiering och utrymmet för stora satsningar är begränsat. Verksamheternas budgetramar räknas upp enligt prisindex för kommunal verksamhet (PKV) som Sveriges kommuner och regioner beräknar, vilket för 2026 är 3,0 procent. En riktad besparing på ledningsarbete, marknadsföring och administration ska genomföras för att omfördela resurser till verksamheter som gör skillnad för göteborgarna. Budgeten säkrar välfärden och miljöarbetet genom både generella budgettillskott och riktade satsningar för Göteborgs Stads verksamheter. Antalet barn minskar samtidigt som andelen äldre ökar, vilket medför stora utmaningar för Göteborgs Stads kompetensförsörjning, lokalförsörjning och långsiktiga finansiering. Vissa delar av välfärden behöver expandera, medan andra kan behöva anpassas efter nya förutsättningar. P.g.a. stora överskott som gjorts under de senaste åren finns utrymme att budgetera för lägre överskottsnivåer under en tid. Ur resultatutjämningsreserven nyttjas 133 mnkr under 2026.

Skattesatsen är oförändrad, 21:12 öre per skattekrona. Utdelningen från Stadshus AB fastställs till 650 mnkr för 2026. Ambitionen är att sänka utdelningen om det uppstår möjlighet till det, exempelvis genom förbättrad skatteprognos. Bolagens framtida resultat krävs för att möjliggöra investeringar, den gröna omställningen och för att nå framtida avkastningskrav.

Göteborg & Co har lagt en budget i balans utifrån de förutsättningar som ges i kommunfullmäktiges budget 2026. Göteborg & Co får i uppdrag att stärka kännetecken om Göteborg som destination på den tyska marknaden och 2,0 mnkr riktas särskilt för detta. För att utveckla Kulturkalaset till Folkfest 2026 riktas 13,0 mnkr för detta ändamål. Stöd till Stiftelsen Göteborgs Maritima Centrum utökas med ytterligare 4,0 mnkr mot 2025 års tilläggsbudget. Som för samtliga förvaltningar och bolag riktas en besparing inom ledning, administration och styrning på -0,5 mnkr.

Intäkter

Uppdragsersättning för år 2026 är 159,4 mnkr.

Försäljningsintäkter består av försäljning av souvenirer samt annonsfinansierade produkter.

Samarbetsavtal externa består bl a av intäkter till Vetenskapsfestivalen, Göteborgs Kulturkalas, Näringslivsgruppen och bolagsövergripande intäkter från externa partners.

Budgeterad externfinansieringsgrad för 2026 är 13,6% vilket är lägre än prognosen för 2025 och väl under gränsen 20%, främst beroende på högre uppdragsersättning.

Kommuninterna intäkter utgörs till största delen av så kallad management fee från dotterbolagen. Resterande utgörs av samarbeten med stadens nämnder och bolag.

Periodiserade projektintäkter är en redovisningsmässig post relaterad till fleråriga projekt som bolaget bedriver.

Kostnader

Direkta produktkostnader är kopplade till försäljning av souvenirer.

Övriga verksamhetskostnader består dels av lokal- och kontorskostnader, ca 8,1 mnkr för lokalerna på Johans Willins gata, Kungssportsplatsen och lager, dels kostnader för bolagets kärnverksamhet. Här finns även kostnader för programinnehåll i till exempel Vetenskapsfestivalen samt Göteborgs Kulturkalas, medel för evenemangsfonden samt till Göteborgs Maritima Centrum, Universeum m.m.

Avskrivningar avser bland annat destinationssiten goteborg.com och övriga kontorsinventarier.

I budgeten uppgår riskmedel till 3,1 mnkr för 2026, vilka främst är avsedda till att användas för oväntade kostnadsökningar.

Finansiella intäkter består av ränteintäkter på banktillgodohavande i koncernbanken.

Budgeterade koncernbidrag avser Got Event och Göteborgs Stadsteater enligt stadens budget. Dessa koncernbidrag utgår från Stadshus till respektive dotterbolag via Göteborg & Co.

Resultat

Göteborg & Co AB budgeterar ett nollresultat före bokslutsdispositioner i enlighet med bolagsordningens lydelse; "Bolaget ska inte ha till syfte att bereda vinst åt aktieägarna".

Bilaga 3

Sammanställning indikatorer verksamhetsmål

Övergripande mål			
Vi ska få fler att upptäcka och välja Göteborg			
INDIKATORER	Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar (milj.)		
	Antal internationella gästnätter på kommersiella boendeanläggningar (milj.)		
	Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar (milj.)		
	Antal besökare på goteborg.com		
Externa verksamhetsmål – mål för bolagets externt riktade arbete			
	Världsledande hållbar destination	Attraktivt utbud året runt	Engagerade samarbetspartners
INDIKATORER	GDSI hållbarhetsrankning	Antalet gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong (milj)	Andel samarbetetspartners som är mycket nöjda med samarbetet
	Andel miljöcertifierade hotellrum i Göteborgs Stad	Antal möten och evenemang utanför högsäsong	
	Antal hållbarhetscertifierade evenemang och möten	Antal värvade evenemang och möten	
		Antal delegatdygn	
		Andel invånare som anser att besöksnäringens utbud tillför värde för dem	
Interna verksamhetsmål – mål för bolagets interna arbete			
	Attraktiv arbetsgivare och engagerade medarbetare	Ansvarsfull ekonomi styrning	Miljö- och klimatsmart verksamhet
INDIKATORER	HME (hållbart medarbetar-engagemang)	Resultat efter finansiella poster	Utsläpp av växthusgas från bolagets tjänsteresor
	Sjukfrånvaro	Externfinansieringsgrad	Årlig miljödiplomering enligt externt kontrollerad standard

Målvärden för affärsplanens indikatorer är sammankopplade med målvärden i Göteborgs Stads program för Destinationsutveckling 2023-2030 och fastställdes under coronapandemin, då man förutspådde en mer försiktig återhämtning och ökning. Målvärden avseende exempelvis gästnattsutveckling kommer att utvärderas tillsammans med Destinationsutvecklingsprogrammets indikatorer under 2026.

GÖTEBORG & CO – AFFÄRSPLAN OCH BUDGET 2026

go:teborg&co

EN DEL AV GÖTEBORGS STAD