

Tjänsteutlåtande

Utfärdat 2026-01-29

GBGCO-2026-00058

Handläggare

Åsa Borvén

Telefon: 070-372 30 89

E-post: asa.borven@goteborg.com

Halvtidsutvärdering av Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023-2030

Förslag till beslut

I styrelsen för Göteborg & Co AB:

- 1) Halvtidsutvärdering av Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030, inklusive förslag till justeringar i programmet, godkänns och överlämnas till kommunstyrelsen och kommunfullmäktige.
- 2) Förslag till Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030, med justerade målvärden och indikatorer enligt bilaga 2 till tjänsteutlåtandet, godkänns och överlämnas till kommunstyrelsen och kommunfullmäktige.

Sammanfattning

Göteborgs kommunfullmäktige beslutade 2023-06-08 §4 att anta Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030 (destinationsutvecklingsprogrammet). Göteborg & Co har i uppdrag att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera programmet. Arbetet ska ske i nära samverkan med berörda nämnder, styrelser och andra aktörer. I Göteborg & Co:s uppdrag ingår även att en gång per mandatperiod utvärdera och redovisa programmets måluppfyllelse. Syftet med denna utvärdering är att analysera programmets ändamålsenlighet och resultat, identifiera framgångsfaktorer och eventuella utmaningar samt ge rekommendationer för det fortsatta programarbetet.

Göteborg & Co ser generellt positivt på framdriften av programmet under perioden från att det trädde i kraft. Återhämtningen inom bärande indikatorer som gästnätter och arbetstillfällen har gått i mycket snabbare takt än vad som prognostiserades 2022 när målvärdena för programmet togs fram. Bolaget kan också konstatera att det finns ett behov av en ökad kännedom om programmet och dess innebörd.

Bolaget ser goda möjligheter att ytterligare förbättra programarbetet, stärka involveringen och nyttja potentialer under den resterande programperioden genom att:

- Stärka kopplingen mellan programmets mål och handlingsplanernas aktiviteter.
- Stärka involveringen och utveckla en djupare samverkan med i första hand de stadsutvecklande förvaltningarna.

Bolaget ser optimistiskt på destinationens tillväxt under den resterande programperioden. För att bättre spegla och följa tillväxten föreslås att ett antal målvärden för 2030 justeras upp, och att ett antal nya indikatorer tillförs:

Höjda målvärden 2030 för sju befintliga indikatorer

- Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar
- Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong
- Antal övernattningsplatser på campingplatser
- Antal evenemang utanför högsäsong
- Antal möten utanför högsäsong
- Antal anställda i besöksnäringens intensiva branscher
- Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar

Tillföra fyra nya indikatorer

- Antal internationella gästnätter på kommersiella boendeanläggningar
- Total turismkonsumtion i Göteborgsregionen
- Turismexport i Göteborgsregionen
- Antal årsarbetskrafter inom turism i Göteborgsregionen

I utvärderingen redovisas utvecklingen för respektive indikator för perioden 2019–2025, samt målvärde för 2030. I de fall där målvärdet föreslås justeras, eller en indikator föreslås läggas till, markeras detta i aktuell kolumn.

Bedömning ur ekonomisk dimension

Ansvar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera programmet sker inom Göteborg & Co:s ordinarie budgetram. Att kostnader för undersökningar, mätning och analys kopplat till programmets indikatorer idag ryms inom bolagets budget är ett fungerande upplägg som bolaget bedömer är hållbart även för den resterande programperioden. De förslag till förändrade målvärden, nya indikatorer och mätmetoder som presenteras i detta tjänsteutlåtande bedöms inte medföra någon ekonomisk påverkan på andra nämnder eller styrelser.

Bolaget ser generellt positivt på framdriften av programmet under perioden från att det trädde i kraft. Återhämtningen inom bärande indikatorer som exempelvis gästnätter och arbetstillfällen har gått i mycket snabbare takt än vad som prognostiserades 2022 när målvärdena för programmet togs fram. År 2025 är det bästa någonsin för destinationen räknat i antalet gästnätter, med strax över sex miljoner. Under den första hälften av programperioden var de utländska marknaderna särskilt drivande, inte minst till följd av en svag svensk krona som gjorde Sverige mer attraktivt för internationella besökare. Utvecklingen visar också att destinationen Göteborgs grundläggande utbud har en stark och stabil attraktionskraft, och att evenemang, mässor och kongresser har stor betydelse för destinationens tillväxt.

Bedömning ur ekologisk dimension

Destinationens utveckling utifrån programmets målbild och strategier innebär både positiva effekter och ett ökat tryck på samhälle och miljö. Utgångspunkten för programmet är att bidra med största möjliga positiva påverkan och samtidigt verka för att minimera de negativa effekterna. Programmets mål och strategier handlar också om att bidra till utvecklingen av utbudet av miljöcertifierade aktörer, erbjudanden och upplevelser samt att förebygga och hantera exempelvis platsers kapacitet och slitage, vilket återspeglas i handlingsplanernas aktiviteter. Att mäta och följa besöksnäringens och besökarnas klimatavtryck är en utmaning för alla destinationer, och utvecklingen av mätmetoder och relevanta indikatorer pågår världen över. För destinationen Göteborgs

räkning deltar Göteborg & Co i sådana nätverk och utvecklingsprojekt på såväl nationell som internationell nivå. Programmet är också ett verktyg och en möjliggörare att bättre positionera besöksnäringens bidrag till och behov av utveckling av hållbara transporter, såväl till som inom destinationen.

Bedömning ur social dimension

En hållbar destination ska upplevas som trygg och säker plats där det finns möjligheter för alla att röra sig fritt och ta del av destinationens breda utbud av upplevelser. Programmet och dess handlingsplaner stärker destinationens arbete med bärande sociala delar som service och bemötande, invånarperspektiv och inkludering. Genom programmet får besökarperspektivet på trygghets- och tillgänglighetsfrågor en tydligare position i stadsutvecklingen. På så sätt ökas förståelsen för besöksnäringens betydelse även för civilsamhälle, för framtidstro och social trygghet. Denna förståelse är grundläggande för att i samverkan möjliggöra ett attraktivt utbud över hela destinationen, och på så sätt stärka tryggheten och livskvalitet för invånarna.

Bilagor som ingår i beslutsunderlaget

1. Sammanställning enkätsvar
2. Förslag till Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030, med justerade målvärden och indikatorer, inklusive bilaga.

Beskrivning av ärendet

Bakgrund

Göteborgs kommunfullmäktige beslutade 2023-06-08 §4 att anta Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030. Göteborg & Co har i uppdrag att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera programmet. Arbetet ska ske i nära samverkan med berörda nämnder, styrelser och andra aktörer. Göteborg & Co stöttar berörda nämnder och styrelser i att utveckla arbetet med programmets målsättningar i den ordinarie verksamheten, såväl som att i förekommande fall säkerställa framtagandet av gemensamma handlingsplaner. I Göteborg & Co:s uppdrag ingår även att en gång per mandatperiod utvärdera och redovisa programmets måluppfyllelse till kommunfullmäktige. Syftet med utvärderingen är att analysera programmets ändamålsenlighet och resultat, identifiera framgångsfaktorer och eventuella utmaningar samt ge rekommendationer för det fortsatta programarbetet.

Denna utvärdering redovisar programmets måluppfyllelse under perioden 2023–2025.

Om programmet

Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030 beskriver hur staden ska arbeta med strategiska destinations- och besöksnäringsspörsmål på ett konkret, långsiktigt och målinriktat sätt. Programmet syftar till att tydliggöra och stärka Göteborgs Stads samlade arbete med att främja utvecklingen av en hållbar destination. Vidare ska programmet fungera som ett verktyg för Göteborgs Stads berörda nämnder och styrelser och visa riktningen för hur destinationen kan ges förutsättningar att växa och utvecklas och därigenom bidra till en hållbar utveckling. Programmet består av fyra tvärgående strategier som bidrar till programmets övergripande målbild samt åtta formulerade mål som följs upp av ett tjugotal indikatorer.

Programmet har fyra handlingsplaner vars aktiviteter i första hand ska bidra till en stark framdrift och måluppfyllelse för de av programmets mål och strategier som pekas ut i respektive plan:

- Handlingsplan för möten 2023–2026
- Handlingsplan för evenemang 2023–2026
- Handlingsplan för besöksanledningar 2025–2027

En regional handlingsplan tas fram inom ramen för regional samverkan, med Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program som plattform, och fastställs årligen. Den nuvarande regionala handlingsplanen gäller 2026–2027.

Göteborg & Co styrelse följer årligen upp programmets mål, samt handlingsplanernas aktiviteter och insatser, inom ramen för bolagets process för ordinarie uppföljning. Destinationsutvecklingsprogrammet kommer att utvärderas i sin helhet i samband med att programtiden löper ut 2030.

På regional nivå fungerar programmet som ett gemensamt inriktningsdokument för arbetet med destinationsutveckling och besöksnäring. Destinationen Göteborg består av Göteborgsregionens 13 kommuner. Göteborg som stad har en central roll i att driva destinationens besöksnäring, men ett brett samarbete är nyckeln för att regionen ska fortsätta att vara attraktiv och utvecklas som en hållbar destination. Det gemensamma

syftet är att utveckla destinationen som ett starkt och attraktivt besöksmål, och samtidigt gynna både regionens näringsliv och invånare.

Årligt dialogmöte

En gång per år genomförs ett dialogmöte där Göteborg & Co styrelse möter ett 50-tal representanter för destinationens besöksnäring. Dialogen syftar till att, i samverkan, utveckla nytt utbud och stärka det befintliga. Dialogen syftar också till att hitta nya affärsmodeller och ett innovativt angreppssätt kring samverkan inom besöksnäringens ekosystem. Perspektiven brukar vara på både kort och lång sikt. Dialogen är viktig för framdriften av programmet och dess handlingsplaner och bidrar till stärkt kännedom och kunskap om besöksnäringens betydelse för stadens och regionens utveckling.

Bolagets beredning av ärendet

Denna halvtidsutvärdering tar sin utgångspunkt i programmets funktion som verktyg för Göteborgs Stads arbete med att möjliggöra destinationens utveckling i enlighet med programmet, samt i uppföljning av indikatorerna kopplade till programmets åtta mål.

Inspel om programmets funktion som verktyg för stadens förvaltningar och bolag har inhämtats genom olika samarbetsforum och samtal på tjänstepersons- och direktörsnivå. Bolaget har även genomfört en enkät med ett urval av respondenter från bolag och förvaltningar som identifierats som nyckelaktörer för programmet och/eller dess handlingsplaner. Bolaget har besökt kranskommunerna och fört samtal kring betydelsen av besöksnäringen samt möjligheter och utmaningar med den regionala samverkan för destinationens utveckling.

Underlaget syftar till att ge en grund för det fortsatta arbetet med programmet. Genom hela beredningsarbetet har bolaget mötts av ett stort engagemang och en vilja att fortsätta och förbättra samarbetet.

Utvärderingen utgår från tre delar:

1. Programmets syfte, funktion och ändamålsenlighet
2. Programmets strategier
3. Programmets måloppfyllelse

I beredningen av ärendet har bolaget haft samråd med tjänstepersoner på stadsledningskontoret.

Övergripande halvtidsutvärdering

Bolaget ser generellt positivt på framdriften av programmet under perioden från att det trädde i kraft. Återhämtningen inom bärande indikatorer som exempelvis gästnätter och arbetstillfällen har gått i mycket snabbare takt än vad som prognostiserades 2022 när målvärdena för programmet togs fram. År 2025 är det bästa någonsin för destinationen räknat i antalet gästnätter, med strax över sex miljoner. Under den första hälften av programperioden var de utländska marknaderna särskilt drivande, inte minst till följd av en svag svensk krona som gjorde Sverige mer attraktivt för internationella besökare. Utvecklingen visar också att destinationen Göteborgs grundläggande utbud har en stark och stabil attraktionskraft, och att evenemang, mässor och kongresser har stor betydelse för destinationens tillväxt.

Destinationsutvecklingsprogrammet arbetades fram under 2021–2022 men beslutades av kommunfullmäktige först i juni 2023. Detta ger att programmet har varit gällande under

en relativt kort period, endast drygt två år. Göteborg & Co bedömer ändå att en halvtidsutvärdering är möjlig att genomföra, samt att den är högst relevant då programmets nuvarande mål arbetades fram under pandemin och därför präglades av stora osäkerheter. Den globala besöksnäringen befann sig i en kraftig omställning. Programmets mål och indikatorer sattes därför med utgångspunkt att i första hand återgå till prepandemiska nivåer, det vill säga till 2019 års nivåer. Bolaget bedömde vid tidpunkten att en tät uppföljning av återhämtningstakten och programmets indikatorer och målvärden fram till den planerade halvtidsutvärderingen troligen skulle komma att ligga till grund för en revidering av vissa av programmets målvärden. Samma resonemang fördes kring några mätmetoder och indikatorer. Under bolagets bedömning redovisas måluppfyllelsen hittills, förslag till justering av ett antal målvärden samt tillägg av ett antal nya indikatorer.

Efter att programmet fastställts i kommunfullmäktige 2023 fokuserade Göteborg & Co på att leda arbetet med att ta fram handlingsplaner som möjliggör programmets framdrift. Tack vare väl fungerande befintliga samverkansstrukturer, med tydliga gemensamma ambitioner, kunde handlingsplanerna för möten och evenemang samt den regionala arbetas fram i snabb takt. Detta var möjligt eftersom staden och näringslivet i många år haft en strategisk och målstyrd samverkan kring dessa frågor. Den fjärde handlingsplanen den för besöksanledningar, är den första i sitt slag som på en strategisk nivå hanterar perspektivet och segmentet fritidsresandet för destinationen Göteborg. Behovet av en sådan handlingsplan har ökat efter pandemin, då tydliga förändringar ses i målgruppen fritidsresenärers efterfrågan, resmönster och beteende. Arbetet med programmets handlingsplaner fortlöper enligt plan och bidrar till att kontinuerligt såväl stärka samverkan inom befintliga nätverk som att skapa nya plattformar och samarbeten.

I destinationsutvecklingsprogrammet konstateras att systematisk och strukturerad samverkan mellan stadens program och planer är viktigt för att säkerställa besöksnäringens bidrag, behov och perspektiv inom flera områden. Detta har blivit särskilt tydligt i frågor som rör säkerhet och trygghet samt kompetensförsörjning, som är starkt sammankopplade med programmets framdrift mot målet att vara en hållbar destination 2030. Göteborg & Co och ser positivt på hur besöksnäringens perspektiv omhändertas inom ramen för andra program och samarbeten, exempelvis det näringslivsstrategiska programmet och Citysamverkan.

Bolagets bedömning och förslag till justeringar

Inledning

De drygt två år som programmet varit i funktion har präglats av att stärka kännedom och förståelse för programmet och dess innebörd. Bolaget har genom att hänvisa till och utgå ifrån programmet, velat skickliggöra stadens aktörer inom hållbar destinations-utveckling och ge förutsättningar för en hållbar tillväxt av destinationen och besöksnäringen. Fokus har också varit på att skapa förståelse för samspelet mellan besökarnas och invånarnas perspektiv. Bolaget kan konstatera att arbetet kommit en god bit på väg men att mycket arbete återstår. Bolaget ser goda möjligheter att ytterligare förbättra arbetet, stärka engagemanget och nyttja potentialer under den resterande programperioden.

Utvärdering av programmets syfte, funktion och ändamålsenlighet

Bolaget bedömer att programmet och dess målbild fungerar väl som ett enande

inriktningsdokument på en övergripande nivå, där flera aktörers ambitioner och behov kan mötas och stärka destinationens utveckling. Bolaget kan också konstatera att det finns ett behov av en ökad kännedom om programmet och dess innebörd. Det finns även behov av en fördjupad samverkan och förtydligade samverkansprocesser, främst med de stadsutvecklande förvaltningarna inom Göteborgs Stad.

För att undersöka programmets kännedom och funktion genomfördes en enkät med ett urval av respondenter vars förvaltning eller bolag är identifierat som nyckelaktör för programmet och/eller dess handlingsplaner. Enkäten skickades ut under hösten 2025 till 60 mottagare på 25 olika förvaltningar och bolag. Flera respondenter meddelade att de avsåg att lämna ett verksamhetsgemensamt svar, inte individuellt på personnivå. Totalt inkom 26 svar.

Bolagets reflektioner är att det finns en hög allmän nöjdhet och påfallande få som är missnöjda med programmet. Dock är förekomsten av ”vet ej”-svar relativt hög. Detta sammantaget med inspel från fritextsvaren bekräftar bolagets bedömning att det finns ett behov av ökad kunskap och kännedom, men att viljan hos stadens aktörer samtidigt är stor. En sammanställning av enkätsvaren finns i bilaga 1. Fritextsvar har undantagits sammanställningen för att säkerställa anonymiteten.

Genomförandet av programmet bygger på ett arbetssätt där befintliga processer, samarbeten och forum används för att positionera programmets mål och strategier, i stället för att forma nya samverkansstrukturer eller mötesgrupperingar. I dialoger som fördes i samband med programmets framtagande (2021–2022) framkom att stadens förvaltningar och bolag gärna såg ett sådant arbetssätt. Implementeringen av programmet och dess handlingsplaner har sammanfallit med förändring och omorganisation av stadens arbete med stadsutveckling. Bolaget ser att programmets implementering och förankring försvårades av omorganisationen, då det har varit svårt att navigera rätt när beslutsvägar och ansvarsfördelningar förändrats och till viss del varit otydliga. Detta, i kombination med det arbetssätt som valts för genomförande av programmet, har sannolikt bidragit till uppfattningen om att programmet inte är så känt och att förvaltningarna har utmaningar med att se sin egen betydelse för besöksnäringens utveckling och kopplingen till destinationens attraktionskraft. Detta resonemang stöds även av slutsatserna i stadsledningskontorets redovisning av uppdrag att genomföra en fördjupad uppföljning av hur de stadsutvecklande nämnderna arbetar systematiskt med det näringslivsstrategiska programmet och destinationsutvecklingsprogrammet (KS 2025-12-10 §945).

Bolaget ser en förändring under 2024 och i synnerhet under 2025 då destinations-, besökar- och besöksnäringsperspektiven fått allt större utrymme och synlighet i frågor som rör stadens utveckling. Programmet har refererats till, eller pekats ut som viktigt, i fler remisser, samråd, motioner och yttranden än tidigare. Bolaget uppfattar att kunskapen och förståelsen för programmets perspektiv har ökat, vilket visas genom att destinationens och besöksnäringens perspektiv inkluderas alltmer på såväl politisk nivå som på tjänstepersonsnivå. Bolaget ser denna förflyttning som ett tecken på att programmet fungerar allt bättre som ett verktyg och en vägledning för hur Göteborgs Stad ska inkludera destinations- och besöksnäringsperspektiv i strategiska utvecklingsfrågor och att programmet stärker dessa perspektiv inom stadens utveckling.

Bolaget ser en potential i att nyttja och stärka förflyttningen genom att förbättra samarbetet med de berörda förvaltningarna under den resterande programperioden.

Bolagets utökade och förtydligade uppdrag från kommunfullmäktige i frågor som rör stads- och platsutveckling, bedöms vara ytterligare ett viktigt verktyg för att åstadkomma denna förflyttning.

Utvärdering av regional samverkan

Destinationen Göteborg utgörs av Göteborgsregionens 13 kommuner. Det fanns en regional samverkan kring besöksnärlingsfrågor även innan programmet antogs. Men denna samverkan upplevdes ostrukturerad och med ett otydligt mål och fokus. Med ett beslutat program som utgångspunkt gjorde bolaget, i nära samverkan med Business Region Göteborg och deras upparbetade nätverk inom det näringslivsstrategiska programmet, ett omtag kring den regionala samverkan med destinationsutveckling. Programmet fungerar sedan 2023 som ett gemensamt inriktningsdokument, och en handlingsplan ligger till grund för ett strukturerat samarbete. Kommunerna samverkar med det gemensamma syftet att utveckla destinationen som ett starkt och attraktivt besöksmål, samtidigt som både näringsliv och invånarna ska gynnas av tillväxten. Under 2025 har bolaget genomfört dialogmöten med kommunledningarna runt om i GR. Syftet var att samtala om besöksnäringens roll i den lokala och regionala utvecklingen och om samarbetet. Kommunerna är mycket nöjda med samarbetet kring besöksnärlingsfrågor, och anser att programmet fungerar väl som en gemensam målbild. Det finns ett stort engagemang och en stor vilja till fortsatt samverkan för destinationens och besöksnäringens utveckling.

Utvärdering av programmet i relation till externa besöksnärlingsaktörer

I början av programperioden var det lokala näringslivet inom destinationens besöksnäring till viss del negativt inställda till programmets relevans. Detta har förändrats under programperioden och idag är programmet mer erkänt som ett förtydligande av stadens mål och ett uttryck för vad staden vill med destinationens framtid. Bolaget ser att programmet kan vara en samlande kraft i det pågående arbetet med ett förbättrat företagsklimat och bidra till att förtydliga förväntningar, behov och att bygga förståelse mellan staden och näringslivet.

Programmet är också en språngbräda för en närmare och bredare samverkan med akademien, exempelvis Centrum för turism vid Handelshögskolan i Göteborg.

Destinationsutvecklingsprogrammet utgör en av framgångsfaktorerna för destinationen Göteborgs medverkan i Global Destination Sustainability Index (GDSI). Att Göteborg har ett politiskt beslutat program för destinationsutveckling är en konkurrensfördel för Göteborg i jämförelse med de 100 destinationer från hela världen som deltar i indexet. Den politiska förankringen är en starkt bidragande faktor till att Göteborg årligen rankats på första eller andra plats i indexet sedan 2016.

Utvärdering av programmets möjlighet att nå uppsatta mål

Sättet att arbeta med handlingsplaner som hanterar respektive grundpelare i destinationen Göteborg - möten, evenemang, besöksanledningar och regionalt perspektiv- har skapat kraft och driv i frågorna. De fyra handlingsplanernas aktiviteter är kopplade till programmets strategier och till ett antal prioriterade mål. Det är mål där Göteborg & Co har viss eller stor rådighet, men där större effekt och starkare genomslag uppnås genom samverkan med de involverade nyckelaktörerna. Arbetet fungerar till stora delar bra. Men bolaget har ett självpåtaget stort drivningsansvar för många av aktiviteterna. Det kan uppfattas som exkluderande och att destinations- och besöksnärlingsfrågor endast är

bolagets ansvar. Bolaget har som ambition att stärka involveringen och bättre sprida drivningsansvaret till fler av stadens nämnder och styrelser när handlingsplanerna revideras. Det kan bidra till en större framdrift för programmet, stärkt inkludering och förståelse för respektive verksamhets rådighet för destinationens utveckling.

Utvärdering av struktur, resurser och organisatoriska förutsättningar

Karaktären på programmets åtta mål och fyra strategier bedöms vara relevanta för programmets ändamål. Målbildens struktur återfinns i andra styrande dokument inom staden och upplevs som enkel och begriplig att kommunicera. En utmaning är den ständiga utveckling som sker inom besöksnäringen globalt vad gäller förbättring och användandet av relevanta indikatorer och träffsäkra mätmetoder. För destinationens räkning deltar bolaget i nätverk och utvecklingsprojekt på såväl nationell som internationell nivå.

Ansvar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera programmet sker inom Göteborg & Co:s ordinarie budgetram. Att kostnader för undersökningar, mätning och analys kopplat till programmets indikatorer idag ryms inom bolagets budget är ett fungerande upplägg som bolaget bedömer är hållbart även för den resterande programperioden. Bolaget bedömer vidare att föreliggande tjänsteutlåtandes förslag kring förändrade målvärden, nya indikatorer och mätmetoder inte medför någon ekonomisk påverkan för andra nämnder eller styrelser.

Programmet har en utpekad processledare med ett övergripande ansvar för programarbetet. Ansvar för framdrift av handlingsplanerna är fördelat över bolagets affärsområden.

Utvärdering av programmets strategier

Programmets fyra tvärgående strategier bidrar till programmets övergripande målbild och de åtta formulerade målen. Aktiviteterna ska i första hand bidra till en stark framdrift och måluppfyllelse för de av programmets mål och strategier som pekas ut i respektive plan. Det är mål där Göteborg & Co har viss eller stor rådighet, men där större effekt och starkare genomslag uppnås genom samverkan med de involverade nyckelaktörerna.

Utifrån strategierna bedömer bolaget framdriften som god, ett kort resonemang per strategi följer nedan.

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

Besöksnäringen i destinationen Göteborg har i många år arbetat strategiskt med utvecklingen av evenemang och möten. Det tredje området, fritidsresandet, har länge saknat en liknande formulerad och målsatt destinationsgemensam ambition. Fritidsresandet förväntas driva tillväxten både globalt och nationellt på lång sikt. Efter pandemin visar analyser och besökarundersökningar på förändrade beteenden i såväl efterfrågan som resmönster och målgrupper. Med utgångspunkt i denna strategi har därför handlingsplanen för besöksanledningar flera aktiviteter för att följa besökarnas och aktörernas behov, identifiera glapp och potentialer i utbudet och tydliggöra prioriteringar. Säsongsutjämning, nischade produkter och ett förbättrat bemötande och en stärkt service är sådant som bidrar till ökad besökarnöjdhet och en stärkt attraktionskraft.

Handlingsplanen för evenemang ska stärka det systematiska arbetet med evenemang och förverkliga Göteborgs Stads vilja att ytterligare befästa stadens position som ledande

hållbar evenemangsstad och en upplevelsedestination i framkant. Planen har exempelvis initierat aktiviteter som ska förbättra och förenkla processer kring att arrangera och genomföra evenemang i Göteborg och det är många av stadens berörda aktörer som deltar i arbetet.

Denna strategi har också varit utgångspunkten för den förbättrade regionala samverkan kring besöksnäringens frågor. Destinationens nöjdaste besökare är de som besöker både staden Göteborg och platser ute i regionen. Det skapar längre vistelser och ett bredare nyttjande av utbudet.

Strategi 2 - Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur

Infrastrukturutveckling präglas av långsiktiga och komplexa processer, där beroendet av övergripande perspektiv och en stark samverkan på systemnivå är mycket tydligt. Programmet är ett bra verktyg för att positionera besöksnäringens och destinationens behov i utvecklingen. Genom programmet inkluderas besöksnäringen och destinationen allt tydligare i stadens arbete med exempelvis elektrifiering, parkeringspolicy och arenautveckling. Men det finns en stor förbättringspotential med koppling till kollektivtrafik på land och vatten samt kring tågtillgängligheten. Detta är frågor som är av regional karaktär och lika viktiga för hela destinationen, särskilt med fokus på hållbara transporter och minskat klimatavtryck inom besöksnäringen. Inom de regionala samverkansgrupperingarna är dessa frågor i fokus. Den digitala infrastrukturen är också viktig för att destinationens aktörer, produkter och upplevelser ska vara synliga, tillgängliga, bokningsbara och attraktiva. Inom ramen för handlingsplanen för besöksanledningar genomförs under årsskiftet 2025/2026 en kartläggning av destinationens digitala synlighet. Analysen kommer sedan att ligga till grund för insatser och stärkande aktiviteter över hela destinationen och samtliga segment.

Strategi 3 - Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring

Förutsättningar för programmets syfte och målsättningar i förhållande till de stadsutvecklande förvaltningarna har berörts tidigare i utvärderingen. Utöver redan nämnda utmaningar är invånar- och lokalsamhällsperspektiven centrala i samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring. Dessa perspektiv omhändertas även inom ramen för Göteborg & Co:s utökade och förtydligade uppdrag från kommunfullmäktige i frågor som rör stads- och platsutveckling. Det är av stor vikt att arbeta aktivt med att undvika överturism, trängsel och slitage, vilket i sin tur kan leda till negativ folkopinion. Här fungerar Global Destination Sustainability Index (GDSI) som ett verktyg för att stärka destinationens arbete. GDSI pekar ut nyckelfrågor för en lyckosam och hållbar utveckling av attraktiva platser för både besökare och invånare, och ger kunskap och konkret vägledning som löpande implementeras i arbetet med programmet och dess handlingsplaner. Det handlar exempelvis om hur utvecklingen av destinationen ska utgå från platsers behov, begränsningar och kapacitet, så kallad "carrying capacity", samt att invånarnas behov och attityder ihop med besökarnas upplevelse inkluderas i destinationens utveckling, så kallad "social carrying capacity". Detta har bland annat resulterat i att invånarundersökningen, som genomförs utifrån programmet för att få en mer heltäckande bild av invånarperspektiven, har förbättrats. Frågor som inställning till besökare, överturism, stärkt invånarinvolvering och synen på värdet av besöksnäringens utbud höjer kompetensen hos destinationens aktörer och kommer att vara i fokus under de kommande åren och är aktuella för destinationen Göteborg när det gäller exempelvis skärgården.

Strategi 4 - Agera föregångare och möjliggöra innovation

En avgörande framgångsfaktor för denna strategi är en stark samverkan mellan staden, akademien och näringslivet. Under programperioden har en rad projekt initierats, många av dem i syfte att främja den digitala utvecklingen av destinationen. Samverkande parter är många, exempelvis Göteborg & Co, stadsbyggnadsförvaltningen, destinationens hotellgrupperingar, GöteborgsOperan, Intracare, Business Region Göteborg, Xperience Next, RISE och globala tech-aktörer som Nvidia. Det kan handla om att genom stadens digitala tvilling utveckla och tillgängliggöra destinationen för målgrupper med särskilda behov, eller att bygga en digital upplevelse av ett kommande evenemang som bjuder in en engagerad community från hela världen. I samverkan med Tillväxtverket och besöksnäringens innovationscenter Xperience Next, bedrivs ett innovationsarbete kring AI-driven omvärldsanalys kopplat till besöksnäringen och programmet. Vidare pågår ett banbrytande arbete med utveckling av digitala site visits och besök, något som främst efterfrågas inom mötessegmentet och som breddar och stärker destinationens förmåga att värva nya kongresser och evenemang utan att beslutsfattarna behöver vara på plats i Göteborg. Projekten ökar destinationens tillgänglighet, sänker trösklarna och ser ut att bli ett riktmärke för digital stads- och destinationsutveckling i Sverige och Europa. Projekten positionerar Göteborg globalt som en innovativ, kreativ och inkluderande destination och bidrar på så sätt till programmets målbild.

Utvärdering av programmets måluppfyllelse

Inledning

Programmets mål och indikatorer togs fram under 2022 då den globala besöksnäringen befann sig i en kraftig omställning. Därför sattes vissa målvärden med utgångspunkt att i första hand återgå till prepandemiska nivåer därav basår 2019. Bolaget bedömde vid tidpunkten att en tät uppföljning av återhämtningstakten och målvärden fram till halvtidsutvärdering av programmet sannolikt skulle visa på ett behov av att justera ett antal målvärden. Samma resonemang fördes kring några mätmetoder och indikatorer.

Utvecklingen inom bärande indikatorer, exempelvis gästnätter och arbetstillfällen, har gått i mycket snabbare takt än vad som prognostiserades 2022. Av alla storstadsregioner är Göteborg den destination som återhämtat sig snabbast efter pandemin. I ett nationellt perspektiv har Göteborg den starkaste tillväxten av alla destinationer 2025. Denna utveckling gör att bolaget ser optimistiskt på destinationens tillväxt under den resterande programperioden. Sannolikt kommer tillväxten att i första hand drivas av fritidssegmentet och de internationella målgrupperna. Utvecklingen återspeglas i förslag till justerade målvärden i föreliggande utvärdering.

En fortsatt positiv utveckling förutsätter gynnsamma omvärldsförutsättningar såsom ett mer stabilt ekonomiskt och geopolitiskt läge, ökat intresse för resor utanför högsäsong, växande internationellt resande med intresse för lugnare och mindre kända städer samt förbättrad internationell tillgänglighet. Vidare är utvecklingen beroende av att destinationens aktörer inom besöksnäringens hela ekosystem samverkar. En årlig gästnattstillväxt om cirka 2-3 procent, från redan höga nivåer, kräver ett starkt upplevelseutbud och fler besöksanledningar. Stora evenemang och möten har en tydligt positiv effekt på både hotellefterfrågan och intjäning. Trygga, levande och attraktiva

platser bör utvecklas, med spetsprojekt och modiga satsningar som sätter Göteborg på kartan. Här är stadens arbete med att förbättra företagsklimatet en nyckelfråga.

Bolaget bedömer att programmets målbild, med föreslagna justerade målvärden, är ett kraftfullt verktyg som leder staden i rätt riktning för en fortsatt stark utveckling av destinationen Göteborg. Samtidigt är det viktigt att understryka att osäkerheten i omvärlden är fortsatt mycket hög och bedöms kvarstå under flera år. Snabba förändringar i det geopolitiska läget och risken för eskalerade konflikter, med påverkan på världshandel och ekonomisk utveckling, kan dämpa tillväxten. Detta kan i sin tur få tydliga negativa följd effekter även för besöksnäringen.

Nedan redovisas utvecklingen för respektive indikator från 2019 till 2025, samt målvärde för 2030. I de fall där målvärdet föreslås justeras, eller en indikator föreslås läggas till, markeras detta i aktuell kolumn (färgmarkering och fetstilt teckensnitt). I kommentar till respektive indikator finns analys samt förklaring till föreslagen justering. För några indikatorer saknas statistik för 2025, vilket förklaras i kommentar. Där den slutliga årsstatistiken för 2025 släpar, anges några utfall som prognos för helår. Då prognos och utfall brukar stämma väl överens, bedömer bolaget att prognosvärdena utgör ett ändamålsenligt underlag för analys.

Uppföljning och halvtidsutvärdering av indikatorer

1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
NPS besökare*	2021: 36 2025: 37	2025: 40 2030: 46
Besökarindex**	2021: 80 2025: 82	2025: 82 2030: 84

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

** Besökarindex är ett sammanvägt mått baserat på svenska besökares känsla av trygghet på destinationen, attraktiviteten i utbudet, tillgången på information samt det upplevda bemötandet under vistelsen. Källa: Besökarundersökning.

Kommentar NPS besökare

Rekommendationsgraden minskade från 36 till 24 i mätningen 2023, men har därefter stärkts till 37 i uppföljningen 2025. Besökare som under sin vistelse besöker både Göteborg och övriga regionen är mer benägna att rekommendera destinationen, samtidigt som utmaningar under lågsäsong är tydliga.

För att öka NPS behöver de olika målgrupperna följas, utbudet stärkas och passiva besökare aktiveras. En förbättrad hushållsekonomi är också en förutsättning för besökarnas nöjdhet.

Kommentar Besökarindex

Under programperioden sjönk besökarindex sjönk mellan åren 2021 och 2023 sjönk besökarindex från 80 till 76. Detta går i linje med nedgångar i andra mätvärden som

avsåg nöjdhet med utbudet. Nedgången bedömdes främst bero på externa faktorer som inflation och pressad hushållsekonomi samt en viss säsongseffekt.

Utfallet för 2025 ligger i linje med målvärdet. Årets mätning visar en högre andel nöjda besökare vad gäller faktorer som tillgång till information och upplevd trygghet.

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

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
Genomsnittlig vistelselängd på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 1,66 nätter 2025: 1,67	2025: 1,69 nätter 2030: 1,71 nätter
Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 3,6 miljoner 2025: 4,15 miljoner	2025: 3,8 miljoner 2030: 4,2 miljoner 2030 nytt förslag: 4,5 miljoner
Andel besökare som upplever Göteborgsregionen som en hållbar destination **	2021: 57% 2025: 72%	2025: 65% 2030: 70%

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

** Källa: Besökarundersökning.

Kommentar Genomsnittlig vistelselängd på kommersiella boendeanläggningar

Den genomsnittliga vistelselängden minskade mellan 2019 och 2022. Huvudförklaringen är pandemieffekten, då andelen internationella besökare var betydligt lägre än normalt. Internationella gäster stannar generellt längre än inhemska, vilket drog ned genomsnittet.

Under 2023 ökade både svenska och internationella besöksvolymerna till över de pre-pandemiska nivåerna. I takt med att internationellt resande och stora evenemang återkom återhämtade sig även vistelselängden och ökade något. Prognosen för helåret 2025 ligger kvar på 1,67, samma nivå som 2023.

Vistelselängden påverkas i hög grad av marknadsmixen, särskilt andelen internationella gäster. På medellång sikt bedöms vistelselängden öka något i takt med växande privatturism och öppningen av vattenlandet, som väntas bidra till längre vistelser. Samtidigt bedöms den relativt högt satta målnivån till 2030 vara svår att nå fullt ut.

Kommentar Antal inhemska gästnätter

Svenska gästnätter återhämtade sig snabbt efter pandemin och ökade kraftigt under de senaste åren. Volymerna närmade sig därmed tidigt det tidigare satta målvärdet om 4,2 miljoner. Under 2025 var de svenska gästnätterna på hotell, stugor och vandrarhem cirka 14 procent högre än 2019.

Utvecklingen har drivits av större evenemang och en stark weekendturism, i kombination med ett pressat ekonomiskt läge för svenska hushåll. Hög inflation, höga räntor och en periodvis svag svensk krona har gjort utlandsresor dyrare, samtidigt som ett osäkert omvärldsläge ökat intresset för semester i Sverige. Göteborg har dessutom under de senaste åren varit ett relativt prisvärt alternativ jämfört med andra nordiska storstäder, till följd av priskonkurrens mellan hotellen. Nya destinationshotell med upplevelseinnehåll har också bidragit till attraktionskraften.

Framåt bedöms svenskarnas intresse för att semestra i Sverige vara fortsatt stabilt. Trenden att resa mer utanför högsäsong väntas hålla i sig, vilket innebär möjligheter för Göteborg. Ökad geopolitisk osäkerhet talar fortsatt för resmål nära hemmet, samtidigt som Göteborgs mildare sommarklimat jämfört med populära medelhavsdestinationer stärker attraktiviteten. Lovperioder bedöms ha fortsatt god potential, särskilt efter att vattenlandet öppnar, medan demografiska förändringar kräver ett mer strategiskt arbete med målgruppsmix och reseanledningar. Samtidigt kvarstår konkurrensen från närliggande destinationer och sol- och baddestinationer, särskilt utanför sommaren.

Mot bakgrund av att utfallet 2025 redan ligger nära 2030 års mål föreslås en uppjustering av målvärdet till 4,5 miljoner svenska gästnätter år 2030. Bedömningen är att målet är ambitiöst men realistiskt, även om tillväxttakten väntas avta från redan höga nivåer.

Kommentar Andel besökare som upplever Göteborgsregionen som en hållbar destination
Indikatorn har ökat kraftigt i den senaste uppföljningen och överträffar redan 2030-målet. Utfallet drivs i högre grad av yngre åldersgrupper och kvinnor.

Det går inte att bedöma i vilken utsträckning förbättringen kan kopplas till synliggörande av hållbara konsumtionsalternativ. Uppfattningen påverkas sannolikt även av externa faktorer såsom samhällsdebatt och ökad hållbarhetsmedvetenhet. Här spelar även jämförelser med andra destinationer som i högre grad förknippas med utmaningar kring överturism, trängsel och klimatpåverkan, roll.

Mot denna bakgrund är det viktigt att aktivt värna och upprätthålla bilden av Göteborg som en hållbar destination samt att successivt fördjupa förståelsen för vad som påverkar bilden av destinationen.

3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong*	2019: 3,3 miljoner 2025: 3,9 miljoner (prognos)	2025: 3,3 miljoner 2030: 3,6 miljoner 2030 nytt förslag: 4,4 miljoner
Antal evenemang utanför högsäsong**	2019: 37 2025: 54	2025: 37 2030: 42 2030 nytt förslag: 55
Antal möten utanför högsäsong**	2019: 40 2025: 43	2025: 40 2030: 45 2030 nytt förslag: 50

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

**Avser perioden januari t.o.m. maj samt september t.o.m. december, dvs. utanför högsäsongsmånaderna juni, juli och augusti. Källa: Göteborg & Co/Gothenburg Convention Bureau.

Kommentar Antal Gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong
Utfallet för antalet gästnätter utanför högsäsong överstiger målvärdet tydligt. Detta förklaras främst av att återhämtningen efter pandemin gått betydligt snabbare än vad som antogs när målvärdena sattes 2022. Åren efter pandemin präglades av en svag svensk krona, hög inflation och en osäker omvärld med flera parallella kriser. Det gjorde

utlandsresor dyrare för svenska hushåll samtidigt som Sverige blev mer prisvärt för internationella besökare.

Redan under 2023 ökade gästnätterna utanför högsäsong betydligt och låg cirka 10 procent över nivåerna före pandemin, i hög grad drivet av den svenska marknaden. Under 2024 tog även det internationella resandet fart utanför sommarmånaderna, en utveckling som fortsatte under 2025. De utländska gästnätterna ökade med cirka 20 procent i januari-november 2025 jämfört med samma period 2019. Mot denna bakgrund föreslås att målvärdet justeras i linje med den långsiktiga tillväxttakten för det totala antalet gästnätter, till 4,4 miljoner gästnätter utanför sommarmånaderna 2030. Det förutsätter en något starkare tillväxttakt under lågsäsong än under sommaren.

Kommentar Antal evenemang

Indikatorn baseras på data från Göteborg & Co och avser evenemang som genomförs utanför besöksnäringens traditionella högsäsong (juni - augusti). I beräkningen ingår publika evenemang med fysiska inslag som ligger utanför destinationens ordinarie utbud. Löpande föreställningar på teatrar eller seriespel i olika idrotter ingår alltså inte, då dessa sker inom ramen för det ordinarie lokala kultur- och föreningslivet.

Under pandemin minskade antalet evenemang kraftigt, men därefter har utvecklingen vänt och antalet evenemang har återhämtat sig i takt med en ökande efterfrågan. Under 2025 noterades 54 evenemang utanför högsäsongen, vilket är den högsta noteringen hittills under programperioden. Det är också över det uppsatta målvärdet för 2030. Mot denna bakgrund föreslår Göteborg & Co att målvärdet höjs till 55 evenemang utanför högsäsong.

Kommentar Antal möten

Indikatorn för möten utanför högsäsong omfattar möten med minst 200 delegater, som genomfört minst en övernattnings på destinationen. I definitionen ingår endast möten där bolaget haft en aktiv eller rådgivande roll i beslutsprocessen.

Under pandemin minskade antalet möten kraftigt. Men sedan 2023 har utfallet legat tydligt över det uppsatta målvärdet för 2030, och 2025 års utfall 43, indikerar en stabil återhämtning och en fortsatt hög efterfrågan. Mot bakgrund av den stabila ökningen av antalet möten på destinationen bedömer bolaget att målvärdet bör justeras upp till 50 möten per år utanför högsäsong.

4. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
NPS* invånare	2021: 54 2024: 36	2025: 57 2030: 60
Andel invånare som anser att besöksnäringens utbud tillför värde för dem**	2021: 87% 2024: 75%	2025: 88% 2030: 90%

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

**Källa: Invånarundersökning

Kommentar NPS invånare och andel invånare som anser att besöksnäringens utbud tillför värde för dem

Målet följdes upp i en undersökning bland invånarna i Göteborgsregionen under 2024. Nästa mätning sker 2027. Utfallet för båda indikatorerna var lägre 2024 än 2021. Den negativa trenden går inte att förklara genom en enskild faktor, utan är sannolikt ett resultat av flera samverkande, externa faktorer.

Under pandemin var invånarnas inställning till utbudet mer positiv. Efter pandemin har invånarna påverkats av flera parallella kriser i omvärlden som geopolitiska konflikter, klimatkris och ett instabilt ekonomiskt läge. Detta har skapat ökad oro och en generellt mer negativ syn på framtiden. Samma mönster syns i besökarundersökningen 2023. Andelen kritiker har ökat bland invånarna, särskilt bland yngre vuxna och barnfamiljer som är mer konjunkturkänsliga. Nöjdheten hos invånarna har minskat inom alla delar av utbudet, men särskilt inom evenemang. En trolig bidragande orsak är att större konserter på Ullevi uteblev under 2024.

Upplevelsen av att utbudet tillför värde har försvagats genom att fler gått från positiva till neutrala svar. Andelen neutrala svar ökade från 11 procent 2021 till 18 procent 2024. Bland de neutrala finns fler män, fler i åldern 31–45 år och generellt fler kritiker. Eftersom utvecklingen i stor utsträckning påverkas av externa faktorer är det utmanande att bedöma indikatorns framtida utveckling. Utvecklingen behöver följas noga för att nå målen till 2030. Om det generella ekonomiska läget stabiliseras finns goda förutsättningar för att framtidstro och optimism i samhället ökar, vilket i sin tur sannolikt påverkar invånarnas bild av besöksnäringens utbud i positiv riktning.

5. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
Antal anställda i besöksnäringens-intensiva branscher*	2019: 29 200 2024: 39 700	2030: 31 000 2030 Nytt förslag: 43 000
Förslag ny indikator: Antal årsarbetskrafter inom turism i Göteborgsregionen	2023: 14 661	2030: tbd

**Enligt utvalda SNI-koder.*

Källa: Business Region Göteborg

Källa: Tillväxtverket, Turismräkenskaper

Kommentar Antal anställda i besöksnäringens-intensiva branscher

Definitionen “besöksnäringens-intensiva branscher” omfattar i huvudsak besöksanledningar, boendeanläggningar, restauranger samt arrangörer och förmedlare. Totalt ingår 31 branscher, vilka redovisas i bilaga till destinationsutvecklingsprogrammet. Branscher som indirekt gynnas av turism, såsom detaljhandel och transportsektorn, ingår inte.

Mellan 2019 och 2025 har antalet anställda inom de här branscherna ökat med drygt 10 000 personer och uppgår i dag till närmare 40 000 anställda. Utfallet ligger därmed tydligt över det nuvarande målvärdet för 2030. Mot bakgrund av den kraftiga ökningen av gästnätter under programperioden är utvecklingen av antalet anställda förväntad. I takt med fortsatt allmänekonomisk tillväxt och en växande besöksnäring är det rimligt att anta

att sysselsättningen inom branschen fortsätter att öka även framöver och därför föreslås en justering av målvärdet upp till 43 000 anställda.

Kommentar Antal årsarbetskrafter inom turism i Göteborgsregionen

Tillväxtverkets turismräkenskaper innehåller sedan 2025 ny statistik kring turismens ekonomiska effekter. Detta är utgångspunkten i förslaget om tre nya indikatorer; antalet årsarbetskrafter, total turismkonsumtion (mål 6) och exportvärde (mål 6). I dagsläget finns endast data som avser 2023, vilket föreslås som basår. För att kunna sätta relevanta målvärden för 2030 inväntar bolaget Tillväxtverkets data för 2024 och 2025, den kommer under 2026. Besöksnäringen kännetecknas av en hög andel deltidsanställningar och tydliga säsongsvariationer. För att bättre fånga branschens faktiska resursutnyttjande föreslås att årsarbetskraft som turismen genererar läggs till som indikator. Måttet fångar den samlade arbetsvolymen och bedöms vara ett relevant komplement till antalet anställda.

6. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 5,1 miljoner 2025: 6,1 miljoner (prognos)	2025: 5,1 miljoner 2030: 5,6 miljoner 2030 nytt förslag: 6,7 miljoner
Genomsnittlig belägningsgrad på hotell i Göteborgs stad*	2019: 72,5% 2025: 67% (prognos)	2025: Strax under 70% 2030: Strax under 70%
Antal övernattningar på campingplatser*	2019: 418 000 2024: 476 200	2025: 430 000 2030: 460 000 2030 Nytt förslag: 500 000
Antal övernattningar genomförda i privatuthyrda stugor och lägenheter via förmedlingssajter i storstadsområde Göteborg**	2019: 277 000 2024: 380 600	2025: 300 000 2030: 340 000
Antal företag (arbetsställen) verksamma i besöksnäringens intensiva branscher***	2019: 11 500 2024: 12 400	2025: 12 000 2030: 13 000
Förslag ny indikator: Antal internationella gästnätter på kommersiella boende-anläggningar****	2019: 1,4 miljoner 2025: 1,9 miljoner (prognos)	2030: 2,2 miljoner
Förslag ny indikator: Total turismkonsumtion i Göteborgsregionen*****	2023: 32,61 mrd sek fasta priser	2030: tbd
Förslag ny indikator: Turismexport i Göteborgsregionen*****	2023: 10,97 mrd sek fasta priser	2030: tbd

*Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

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

**** Enligt utvalda SNI-koder. Källa: Business Region Göteborg.*

***** Källa: Tillväxtverket. Kommersiella boendeanläggningar avser här hotell, stugor och vandrarhem.*

****** Källa: Tillväxtverket, Turismräkenskaper*

Kommentar Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar

Antalet gästnätter i Göteborgsregionen återhämtade sig redan 2022 och ökade kraftigt under 2023. Utvecklingen drevs främst av internationella marknader samt av ett ovanligt starkt evenemangssår. År 2024 visade att destinationen har en stark attraktionskraft även utan stora Ullevikonserter. Gästnätterna ökade ytterligare (+1,3 procent jämfört med 2023). Utvecklingen har fortsatt under 2025. Gästnätterna ligger 19 procent över 2019 års nivå under perioden januari-november, jämfört med cirka 4 respektive 5 procent i storstadsregionerna Stockholm och Malmö.

Målet föreslås att höjas från 5,1 till 6,6 miljoner gästnätter 2030, vilket motsvarar en ökning med ca 30 procent jämfört med 2019. Det är ett optimistiskt scenario och innebär en genomsnittlig årlig tillväxt på cirka 3 procent till 2030. Hotellutbudet väntas öka med ytterligare 450, eventuellt upp till 670 nya rum, till 2030. Målsättningen stöds även av en starkt framtidstro inom den lokala besöksnäringen. Inför vintersäsongen 2025 låg framtidstron på den högsta nivån sedan Göteborg & Co började mäta förväntningar på utvecklingen inom näringen.

Målet bedöms som rimligt även ur ett marknadsperspektiv. Enligt Oxford Economics väntas den intraeuropeiska turismen öka med cirka 35 procent jämfört med 2019. Förutsättningarna stärks också av en ökad internationell efterfrågan. Antalet internationella gästnätter var exempelvis cirka 35 procent högre under 2025 jämfört med 2019.

Kommentar Genomsnittlig belägningsgrad på hotell i Göteborgs stad

Efter en period av kraftig utbyggnad av hotellkapaciteten är det normalt att belägningsgraden sjunker, även vid ökad efterfrågan. Göteborgs hotellkapacitet har ökat markant under programperioden. I juli 2025 fanns nästan 2 300 fler bokningsbara hotellrum i Göteborgs stad jämfört med juli 2019, en ökning om cirka 25 procent. Mot denna bakgrund ska utvecklingen av belägningsgraden främst tolkas som en effekt av kapacitetsökningen snarare än av svag efterfrågan. Det tar normalt tid innan marknaden fullt ut absorberar en så omfattande hotellutbyggnad. En ytterligare faktor är att fler gäster inte automatiskt leder till fler belagda rum, utan belägningsgraden påverkas också av besökarprofilen. När fritidsresandet växer snabbare än affärsturismen ökar gästnätterna mer än antalet belagda hotellrum. Detta då fritidsresenärer som barnfamiljer och par delar rum, medan affärsresenärer i regel bokar egna rum även om de reser i sällskap. Målet bedöms vara realistiskt att nå till 2030, givet den förväntade kapacitetstillväxten och den antagna utvecklingen av gästnätter. Göteborg har störst tillväxtpotential under för- och eftersäsong. Men det är framför allt lågsäsongen, november-april, som behöver stärkas för att nå en mer jämn årsbeläggning.

Göteborgs belägningsgrad är redan relativt hög maj–oktober. Under juli–september är hotellen i princip fullbelagda, med en genomsnittlig beläggning över 80 procent (2025).

Vid hög beläggning stiger ofta priserna, vilket ökar priskänsligheten hos besökaren. Detta leder till att en del efterfrågan söker sig till billigare alternativ runt om i regionen eller till andra icke-kommersiella boendeformer.

De planerade och aviserade hotelletableringarna, motsvarande upp till cirka 670 nya rum som väntas tillkomma under resten av programperioden, bedöms på kort sikt dämpa beläggningsutvecklingen. Mot slutet av programperioden, i samband med att vattenlandet Oceana öppnar, finns dock förutsättningar för en stärkt beläggningsutveckling.

Kommentar Antal övernattningsplatser på campingplatser

SCB ansvarar för statistiken över övernattningsplatser på campingplatser. Mellan 2019 och 2024 ökade antalet campingövernattningsplatser på destinationen med närmare 14 procent, från cirka 418 000 till 476 000 övernattningsplatser. Utfallet ligger därmed över det nuvarande målvärdet för 2030. För 2025 finns i nuläget endast preliminära uppgifter, som indikerar en nedgång med några procent jämfört med föregående år.

Enligt branschorganisationen Svensk Camping befinner sig campingnäringen sedan flera år i en positiv utvecklingsfas. Camping är en vanlig boendeform bland internationella besökare under sommarhalvåret och i 18 av Sveriges 21 län är camping det största semesterboendet under denna period. Boendeformen är särskilt betydelsefull i kommuner utanför storstadsregionerna. Den norska och tyska marknaden spelar en central roll, även om svenska gäster fortsatt utgör majoriteten av campingövernattningsgästerna.

Mot bakgrund av den starka och kontinuerliga ökningen av campingövernattningsplatser under den aktuella programperioden föreslås målvärdet justeras uppåt till 500 000 övernattningsplatser. Det motsvarar en ökning med knappt 9 procent.

Kommentar Övernattningsplatser i privatuthyrda stugor etc.

Statistiken för övernattningsplatser i privatuthyrda stugor och lägenheter hämtas från Eurostat, som definierar storstadsområdet Göteborg som kommunerna Göteborg och Partille. Det innebär att det enbart är övernattningsplatser i dessa två kommuner som ingår i sammanställningen. Statistiken baseras huvudsakligen på information från plattformarna Airbnb, Booking.com, Tripadvisor och Expedia Group.

Den senast tillgängliga statistiken avser 2024 och visar en kraftig ökning. Under året registrerades drygt 380 000 gästnätter, vilket överstiger det uppsatta målvärdet för 2030 om 340 000 gästnätter. Den procentuella ökningen uppgick till cirka 5 procent under 2024 jämfört med föregående år, vilket är högre än tillväxten för kommersiella gästnätter mellan 2023 och 2024.

I takt med en ökande internationell efterfrågan stärks privatuthyrningens roll som ett alternativ till kommersiella boendeformer. Samtidigt är antalet gästnätter via korttidsuthyrning generellt lägre i Sverige, jämfört med andra länder, vilket i huvudsak kan förklaras av skillnader i regelverk kopplade till bostadsmarknaden. Sammantaget pekar utvecklingen på en fortsatt uppåtgående trend.

Kommentar Antal företag (arbetsställen) verksamma i besöksnäringens intensiva branscher

Definitionen av besöksnäringens intensiva branscher avgränsas primärt till reseanledningar, boenden, restauranger samt arrangörer och förmedlare. De är totalt 31 till antalet och listats i bilaga till destinationsutvecklingsprogrammet. Branscher som drar nytta av turism, bland annat detaljhandel och transportörer, är inte inkluderade.

Mellan 2019 och 2024 har antalet företag inom berörda branscher ökat med cirka 900 företag. Utfallet ligger därmed cirka 600 företag under det uppsatta målvärdet. Företag inom dessa branscher kännetecknas generellt av små ekonomiska marginaler och är särskilt känsliga för förändringar i efterfrågan och konjunkturläge. Mot denna bakgrund är det rimligt att anta att antalet företag fortsätter att öka i takt med den allmänna ekonomiska utvecklingen samt en växande besöksnäring och fler gästnätter.

Kommentar Antal internationella gästnätter på kommersiella boendeanläggningar

Flera internationella bedömningar visar att det globala resandet väntas öka betydligt även fortsättningsvis under de kommande åren. Trots fortsatt geopolitisk och ekonomisk osäkerhet pekar flera makroekonomiska indikatorer på att hushållens konsumtion stärks, där internationella resor prioriteras av fler. Enligt uppskattningar från Tourism Economics (december 2025, på uppdrag av European Travel Commission) väntas det intra-europeiska resandet öka med cirka 6 procent per år i genomsnitt fram till 2029. Samtidigt var den relativa tillväxten av internationella gästnätter i Göteborgsregionen mer än dubbelt så hög 2025 jämfört med före pandemin. Norden har samtidigt stärkts som attraktiv besöksregion, med ökat intresse för mindre kända destinationer, lägre trängsel och fler vill upptäcka mer avlägsna, icke-huvudstäder. Parallellt satsar flera större aktörer, inklusive Göteborg & Co, på att stärka destinationens internationella position. Sammantaget talar detta för att internationella gästnätter är en strategiskt relevant indikator i destinationsutvecklingsprogrammet och att en målsättning om 2,2 miljoner internationella gästnätter till 2030, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt på cirka 3 procent under perioden 2026–2030, framstår som realistisk givet nuvarande trender och inriktning.

Kommentar Total turismkonsumtion i Göteborgsregionen

Tillväxtverkets turismräkenskaper innehåller sedan 2025 ny statistik kring turismens ekonomiska effekter. Detta är utgångspunkten i förslaget om tre nya indikatorer; antalet årsarbetskrafter (mål 5), total turismkonsumtion och exportvärde. I dagsläget finns endast data som avser 2023, vilket föreslås som basår. För att kunna sätta relevanta målvärden för 2030 inväntar bolaget Tillväxtverkets data för 2024 och 2025, den kommer under 2026.

Turismkonsumtionen utgörs både av företagets utgifter för arbetsresor och av hushållens utgifter för privatresor. Total turismkonsumtion är summan av inkommande turism från andra delar av landet, inkommande turism från utlandet och inomregional turism, fasta priser i 2022 års prisnivå. Indikatorn kompletterar kvantitativa mått som antalet gästnätter, är direkt kopplad till förutsättningarna för investeringar, sysselsättning och långsiktig utveckling inom besöksnäringen och föreslås därför som ny indikator.

Kommentar Turismexport i Göteborgsregionen

Turismexport avser den del av turismkonsumtionen som genereras av utländska besökare genom köp av varor och tjänster i Göteborgsregionen. Turismexport innebär nytt kapital in i den lokala ekonomin och är ett vedertaget mått på internationell konkurrenskraft och föreslås därför som ny indikator.

7. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
Näringslivet och akademins upplevelse av besöksnäringens förmåga att stärka regionens attraktionskraft	tbd	2030: tbd

Kommentar

Hittills under programperioden har Göteborg & Co prövat olika mätmetoder. Utmaningen har varit att nå en bred målgrupp utanför besöksnäringen och samtidigt göra rimliga avgränsningar. En undersökning är under utveckling och planeras att genomföras första gången 2026.

8. Hållbarhetsarbete i världsklass

Indikatorer	Basår och nuläge	Målvärde
GDSI hållbarhetsranking*	2019: #1 2025: #2	2030: Årligen topp 3 placering
Andel miljöcertifierade hotellrum i Göteborgs stad**	2019: 95% 2025: 96%	2030: 98%
Andel miljöcertifierade konferensanläggningar i Göteborgs stad**	2019: 100% 2025: 100%	2030: 100%
Antal hållbarhetscertifierade evenemang och möten	2019: 15 2025: 6	2030: 40

*Källa: GDSI

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

Kommentar GDSI hållbarhetsranking

Global Destination Sustainability Index (GDSI) är ett internationellt benchmarkingsystem som jämför destinationers hållbarhetsprestanda. Rankningen baseras på nära 80 indikatorer som sammantaget belyser en destinations hållbarhetsarbete ur ekologiska, sociala och ekonomiska dimensioner. Göteborgs framgång inom GDSI är ett bevis på destinationens systematiska hållbarhetsarbete inom besöksnäringen, hos anläggningar och hotell, samt att staden arbetar strategiskt med styrning av hållbarhetsfrågor. Göteborg placerade sig på förstaplats i GDSI sju år i rad, mellan 2016 och 2023. Under de två senaste mätningarna har Göteborg rankats som tvåa, strax bakom Helsingfors.

Kommentar andel miljöcertifierade hotellrum

Indikatorn baseras på hotell med fler än 50 rum. Den redovisade andelen avser andel hotellrum som uppger att de innehar minst ett giltigt miljöcertifikat för sin verksamhet. Exempel på certifieringssystem som omfattas är Svanen, Green Key, och SUSA Miljödiplomering. Under 2025 uppgick andelen certifierade hotell till 96 procent, vilket är något högre än motsvarande nivå 2019.

Kommentar Andel miljöcertifierade konferensanläggningar

För konferensanläggningar har avgränsningen gjorts till anläggningar som är specifikt inriktade på möten, vilket innebär att konferenshotell inte ingår i underlaget.

Det redovisade utfallet avser den andel konferensanläggningar som uppger att de innehar minst ett giltigt miljöcertifikat för sin verksamhet. Exempel på certifieringssystem som omfattas är Svanen, Green Key och SUSA Miljödiplomering. Under 2025 hade samtliga konferensanläggningar miljöcertifikat, vilket har varit fallet vid samtliga år under programperioden.

Kommentar Antal hållbarhetscertifierade evenemang och möten

Indikatorn mäter antalet diplomerade/certifierade evenemang på destinationen utifrån de vedertagna nationella och internationella standarderna SUSA eventdiplomering, Greentime Hållbart Evenemang och ISO 20121 ledningssystem för hållbarhet vid evenemang.

Under 2025 noterades totalt sex certifierade möten och evenemang. Detta innebär en tydlig minskning jämfört med 2019 och ligger långt under det uppsatta målvärdet om 40 möten. Antalet certifierade möten har under programperioden inte överstigit tio per år.

De ekonomiska incitamenten för arrangörer att certifiera sina möten och evenemang är i dagsläget begränsade. Certifieringsprocessen innebär ofta att tid, kompetens och resurser behöver avsättas, utan att detta nödvändigtvis motsvaras av direkta ekonomiska fördelar för arrangören. I flera europeiska städer erbjuds riktade ekonomiska stöd till arrangörer som väljer att certifiera sina möten eller evenemang. Detta pekar på en tydlig europeisk trend mot mer strategisk och samordnad offentlig finansiering av möten och evenemang, där ekonomiska incitament används för att driva hållbarhetsarbete och stärka destinationers konkurrenskraft på den internationella marknaden.

Sammanfattande slutsatser och förslag till justeringar

De dryga två åren som programmet varit i funktion har präglats av att stärka kännedom och förståelse för programmet och dess innebörd, och av en stark tillväxt för destinationen Göteborg. Bolaget ser goda möjligheter att ytterligare förbättra programarbetet, stärka involveringen och nyttja potentialer under den resterande programperioden genom att:

- Stärka kopplingen mellan programmets mål och handlingsplanernas aktiviteter
- Stärka involveringen och utveckla en djupare samverkan med i första hand de stadsutvecklande förvaltningarna.

Utvecklingen inom bärande indikatorer, exempelvis gästnätter och arbetstillfällen, har gått i mycket snabbare takt än vad som prognostiserades 2022. Av alla storstadsregioner är Göteborg den destination som återhämtat sig snabbast efter pandemin. Denna utveckling gör att bolaget ser optimistiskt på destinationens tillväxt under den resterande programperioden. För att bättre spegla och följa tillväxten föreslås ett antal målvärden för 2030 justeras upp, och ett antal nya indikatorer tillföras:

Höjda målvärden 2030 för sju befintliga indikatorer

- Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendanläggningar
- Antal gästnätter på kommersiella boendanläggningar utanför högsäsong
- Antal övernattningar på campingplatser
- Antal evenemang utanför högsäsong
- Antal möten utanför högsäsong

- Antal anställda i besöksnäringens intensiva branscher
- Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar

Tillföra fyra nya indikatorer

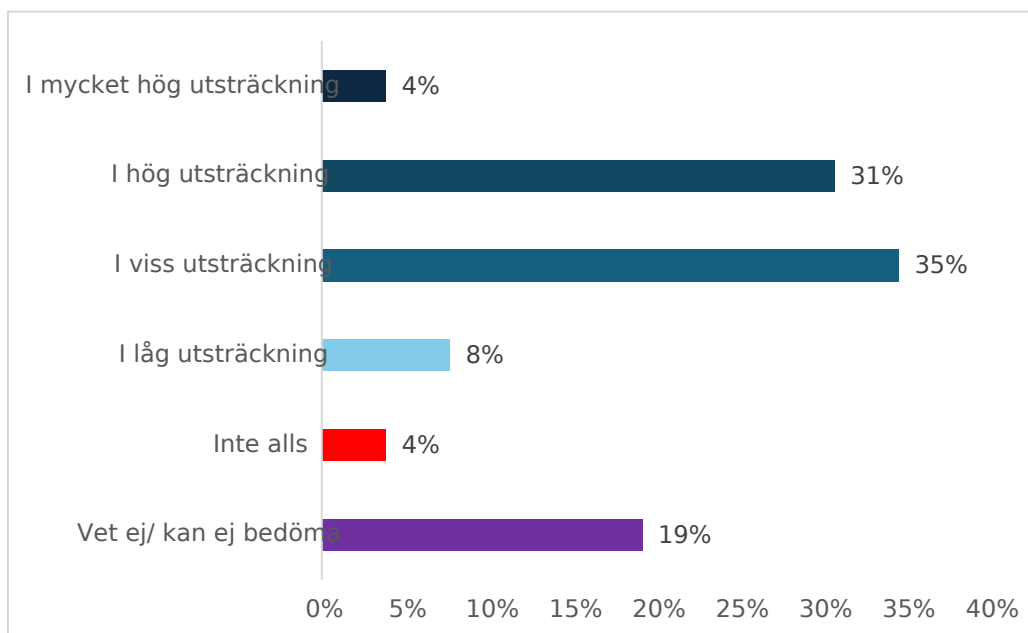
- Antal internationella gästnätter på kommersiella boendeanläggningar
- Total turismkonsumtion i Göteborgsregionen
- Turismexport i Göteborgsregionen
- Antal årsarbetskrafter inom turism i Göteborgsregionen

Förslag till Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030, med justerade målvärden och indikatorer enligt ovan, biläggs detta tjänsteutlåtande.

Peter Grönberg, VD

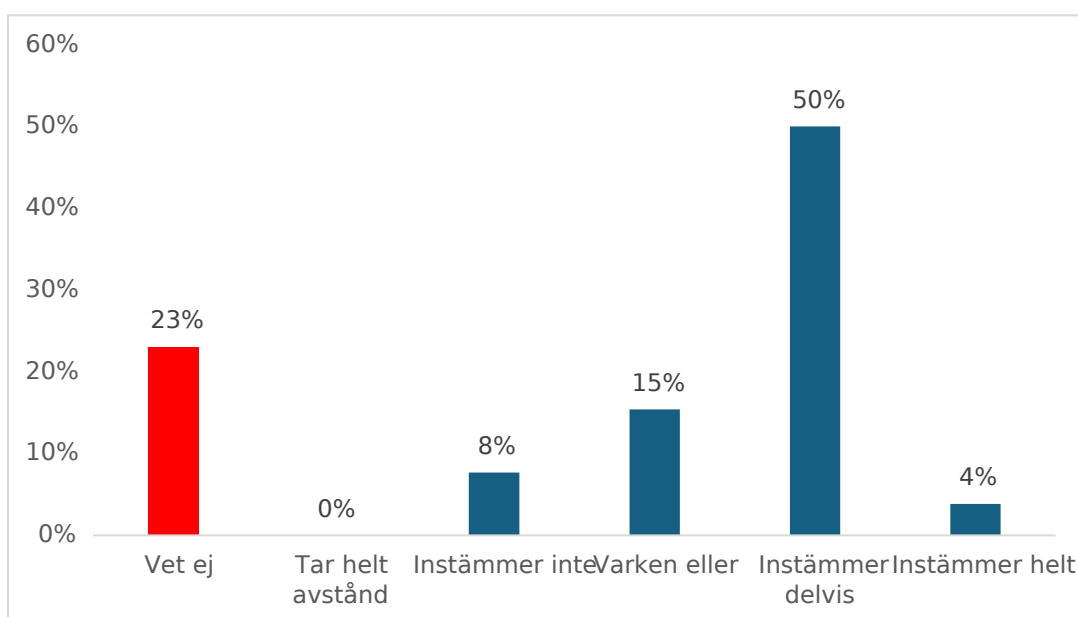
Sammanställning enkätsvar om destinationsutvecklingsprogrammet, hösten 2025

1. I vilken utsträckning bidrar destinationsutvecklingsprogrammet till att besöksnäringens behov och perspektiv beaktas i ert arbete och uppdrag?



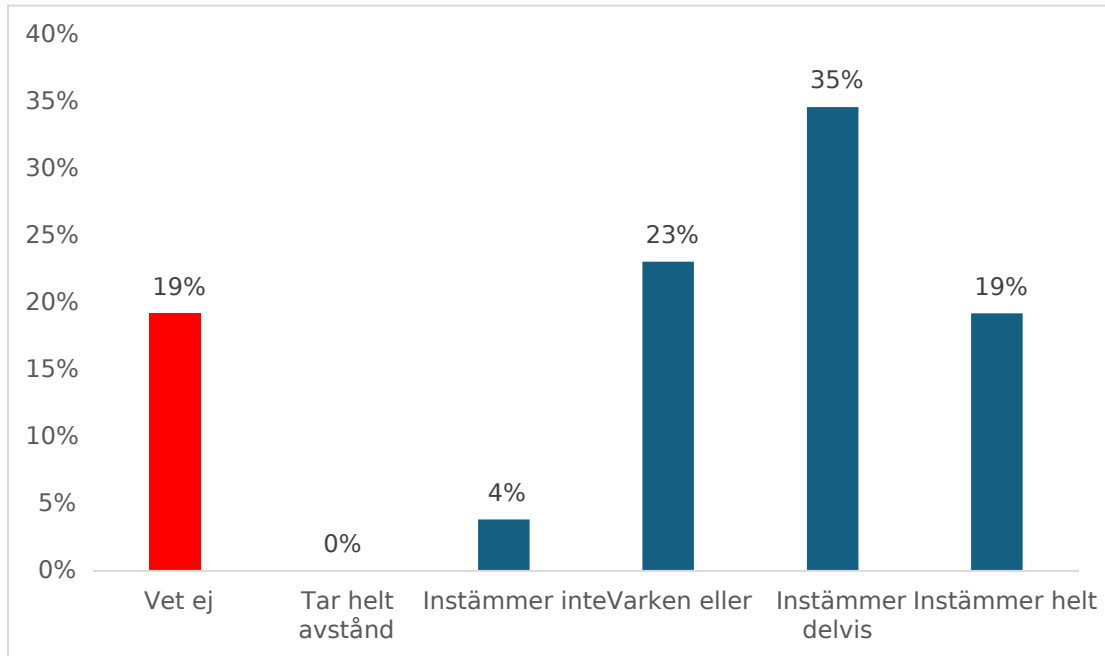
2. I vilken grad instämmer du i följande påstående?

”Destinationsutvecklingsprogrammet visar hur min förvaltning/mitt bolag kan bidra till en hållbar destinationsutveckling.”



3. I vilken grad instämmer du i följande påstående?

"Destinationsutvecklingsprogrammet hjälper min förvaltning/mitt bolag att förstå hur viktig besöksnäringen är för Göteborgs attraktionskraft."





Göteborgs
Stad

Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030

Hållbar destination 2030

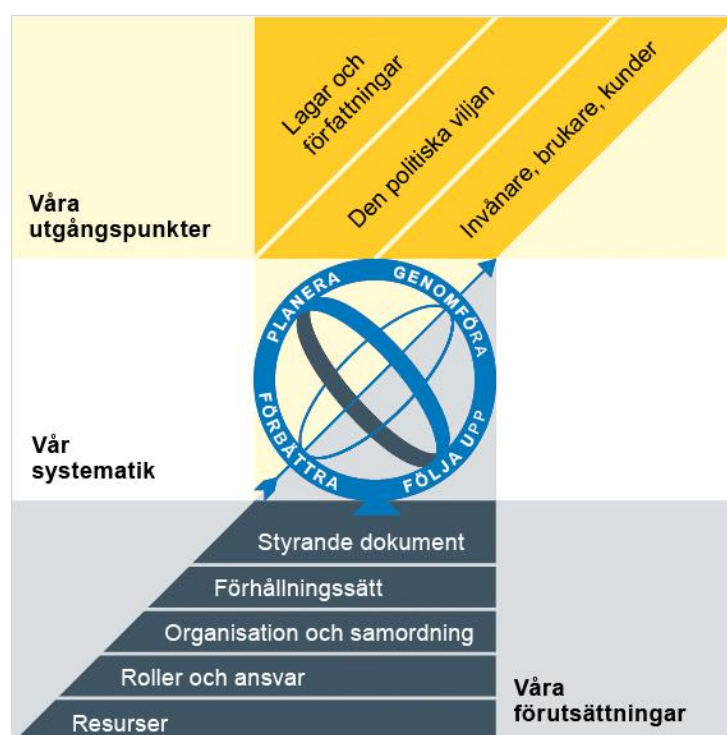


Planerande styrande dokument

Vision
► Program
Plan

Göteborgs Stads styrsystem

Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.



Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Dokumentnamn: Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030			
Beslutad av: [Nämnd/styrelse/befattning]	Gäller för: [Text]	Diarienummer: [Nummer]	Datum och paragraf för beslutet: [Text]
Dokumentsort: [Dokumentsort]	Giltighetstid: [Giltighetstid]	Senast reviderad: [Datum]	Dokumentansvarig: [Funktion]
Bilagor: [Bilagor]			

Innehåll

Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030	0
Inledning	4
Syftet med detta program	4
Vem omfattas av programmet	4
Bakgrund	4
Koppling till andra styrande dokument	4
Samverkan mellan stadens program och planer	5
Stödjande dokument	6
Genomförande av detta program	7
Uppföljning av detta program	7
För en växande och välmående destination	8
Turism och besöksnäring – begrepp och förutsättningar	8
Göteborg - en destination i utveckling	9
Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg	9
Besöksnäringens utmaningar och möjligheter	10
Hållbar destinationsutveckling	11
Delningsekonomi	12
Digitalisering	12
Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden	12
Agenda 2030 och destinationens utveckling	13
Målbild, mål och strategier för en hållbar destination	15
Programmets målbild: Hållbar destination 2030	15
Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier	16
Programmets mål och indikatorer	17
Perspektiv: Besöka	17
Perspektiv: Leva	20

Perspektiv: Verka	21
Strategier	25
Strategi 1: Utveckla och skapa förutsättningar för attraktiva upplevelser och reseanledningar	25
Strategi 2: Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur	26
Strategi 3: Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring	28
Strategi 4: Agera föregångare och möjliggöra innovation	29

Inledning

Syftet med detta program

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

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

Vem omfattas av programmet

Destinationsutvecklingsprogrammet är ett av Göteborgs Stads styrdokument och gäller för stadens berörda nämnder och bolagsstyrelser. Programmet gäller för åren 2023 till 2030.

Bakgrund

Göteborg & Co styrelse har i uppdrag att, i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser, initiera och leda arbetet med att förverkliga och implementera programmet. Göteborg & Co har också i uppdrag att utveckla handlingsplaner samt att en gång per mandatperiod utvärdera programmet och vid behov föreslå anpassningar och förändringar.

Detta program är en reviderad version av Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling mot 2030. Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030 har utarbetats av Göteborg & Co. Ett antal aktörer och intressenter från besöksnäringen, akademien, näringslivet och offentliga verksamheter från stad och region, har bidragit till och deltagit i arbetet med revideringen.

Koppling till andra styrande dokument

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

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

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

De styrande dokument som programmet har kopplingar till innehåller sammantaget ett stort antal mål. Potentiella målkonflikter mellan detta program och övriga styrande dokument omhändertas inom ramen för implementeringen av detta program.

Samverkan mellan stadens program och planer

Förutsättningarna för destinationens och besöksnäringens utveckling är beroende av många av stadens verksamheter. De delar som Göteborgs Stad kan påverka och bidra till omfattar fler aspekter än de som omhändertas i detta programs strategier. Några av besöksnäringens viktigaste nyckelfrågor styrs utifrån andra av stadens program, där bland annat Göteborg & Co medverkar med ansvar för att stärka och driva destinationens och besöksnäringens behov och roll. Exempel på sådana nyckelfrågor är kompetensförsörjning, trygghetsfrågor och kulturområdet:

Kompetensförsörjning är en av besöksnäringens stora utmaningar på både kort och lång sikt. Besöksnäringen är en bred jobbskapare som attraherar människor med olika erfarenhet, bakgrund och utbildning. En effekt av coronapandemin är att besöksnäringen har stora problem som personal- och kompetensbrist, behov av utbildning, kompetensutveckling och förbättrade arbetsvillkor i branschen. Kompetensförsörjning är ett strategiskt område i Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program 2018–2035 och dess handlingsplaner. Besöksnäringens behov och perspektiv är inkluderat i programmets område Kompetensförsörjning, där Göteborg & Co ingår i arbetsgruppen som leds av Business Region Göteborg. Övriga medverkande i arbetsgruppen är AB Framtiden, Chalmers, Förvaltningen för arbetsmarknad och vuxenutbildning, Förskoleförvaltningen,

Grundskoleförvaltningen, Göteborgsregionen, Göteborgs Universitet, Socialförvaltningen centrum, Stadsledningskontoret och Utbildningsförvaltningen. Insatsområden ur programmets handlingsplan där besöksnäringen är i särskilt fokus är exempelvis: kompetensomställning, utveckling av samverkan skola – näringsliv, utveckling relevanta utbildningar som besöksnäringen efterfrågar på alla nivåer, och stärka möjligheten till fortbildning och kontinuerligt lärande på arbetsplatserna. Fokus är även på att stärka besöksnäringen som en attraktiv och trygg arbetsgivare, med behov förbättrade arbetsvillkor och förtydligade karriärmöjligheter.

Göteborgs Stads kulturprogram och destinationsutvecklingsprogrammet har ett tydligt beroende av varandra. Exempelvis genom kopplingar mellan kulturprogrammets tre områden (perspektiv) konstopolitik, kulturpolitik och kulturplanering och destinationsutvecklingsprogrammets mål och strategier. I förslag till Göteborgs Stads plan för kulturprogrammet 2023-2026 är Göteborg & Co därför omnämnda som både ansvariga och delansvariga i ett antal insatser. De båda programmen delar även målgrupper. Kulturlivets aktörer och utövare är viktiga producenter och medskapare av destinationens samlade innehåll och utbud. Ett tillgängligt och mångfacetterat utbud bidrar till mer jämlik tillgång till kultur och därigenom skapas mening både för den enskilde och för större målgrupper. Ett levande kulturliv ökar destinationens attraktionskraft för besökare, invånare och näringsliv. De tre programmen (kulturprogrammet, näringslivsstrategiska och destinationsutvecklingsprogrammet) relaterar alla, på olika sätt, till goda villkor för kulturen. Det handlar exempelvis om frågor som fler arbetstillfällen i branschen, tillgången till arenor, platser, sammanhang och monetärt stöd, kulturens kraft och potential samt besökare och invånares behov av att uppleva och utöva kultur. Samverkan mellan dessa tre program pågår inom ramen för respektive handlingsplaner med arbetsgrupper där förutsättningar för utveckling inom ovanstående områden är i fokus.

Trygghetsfrågan har en stor påverkan på destinationen Göteborgs attraktivitet för såväl besökare som invånare. Göteborgs Stads trygghetsskapande och brottsförebyggande program syftar till att skapa förutsättningar för ett strukturerat och långsiktigt arbete som anpassas till samhällsutvecklingen och bedrivs samordnat och kunskapsbaserat mot aktuella läges- och problembilder. Destinationen ska upplevas som en trygg plats att besöka och vistas på. Ett framgångsrikt trygghetsskapande och brottsförebyggande arbete är därför av stor vikt för en hållbar destinationsutveckling.

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

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

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

Stödjande dokument

Förutom styrdokument finns internationella och nationella publikationer, rapporter, projekt och utredningar som på olika sätt har bäring på programmet och kan ge fördjupad kunskap om destinationsutveckling och besöksnäringen.

- Göteborgs Hotellrapport 2021, Annordia AB

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

Genomförande av detta program

Göteborg & Co har i uppdrag att stärka och utveckla besöksnäringen inom Göteborg och Göteborgsregionen samt bidra till besöksnäringens utveckling i Västra Götalandsregionen. Göteborgs Stads nämnder och styrelser har en viktig roll och ansvar inom ramen för de sammanhang och verksamheter som staden själv råder över. För att nå måluppfyllelse i programmet är samverkan mellan Göteborgs Stad och näringsliv, invånare, akademi, samtliga GR-kommuner och andra städer en förutsättning.

Göteborg & Co ansvarar för att samordna, leda och driva arbetet med att förverkliga och implementera Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030. Bolagets roll är att leda och koordinera arbetet inom och mellan programmets strategier. Arbetet sker gemensamt i nära samverkan med berörda nämnder, styrelser och andra aktörer. Arbetet drivs utifrån programmets målbild, men kan variera i upplägg och metod utifrån egenskaper i respektive strategi. Det kan exempelvis handla om frågeställningar där ett etablerat arbete eller samarbete redan finns, medan andra områden är helt nya och där arbetet behöver byggas från grunden. Göteborg & Co stöttar nämnder och styrelser i att utveckla arbetet med programmets målsättningar i den ordinarie verksamheten, såväl som att i förekommande fall säkerställa framtagandet av gemensamma handlingsplaner.

Nämnder och styrelser som benämns som “viktiga aktörer” är i olika grad särskilt berörda av, och råder över, områden som är centrala för strategins framdrift. Detta innebär att de, utifrån sitt grunduppdrag, över tid aktivt ska delta i det gemensamma arbetet med programmet.

Uppföljning av detta program

Göteborg & Co ansvarar för att en gång per mandatperiod utvärdera programmet. I samband med denna utvärdering redovisas programmets måluppfyllelse. Programmet består av fyra tvärgående strategier som bidrar till programmets övergripande målbild samt formulerade mål. Utifrån bolagets ansvar att leda och driva arbetet med programmet samlar Göteborg & Co, vid behov, in information till programmets indikatorer och begär underlag från stadens verksamheter.

För en växande och välmående destination

Turism och besöksnäring – begrepp och förutsättningar

Begreppen *turism* och *besöksnäring* blandas ofta ihop. Detta kan förklaras av att turism finns tydligare definierat, medan besöksnäring är betydligt svårare att definiera och avgränsa. FN-organet UNWTO definierar turism som människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning, för kortare tid än ett år. Vistelsens syfte ska vara fritid, affärer eller annat.¹

För begreppet besöksnäring finns ingen enskild vedertagen definition utan organisationer och destinationer väljer att uttrycka sig något olika. Att definiera begreppet besöksnäring är med andra ord svårt, men det finns tydliga skillnader från begreppet turism. Besöksnäringen definieras generellt inte utifrån vem kunden är eller var kunden kommer ifrån utan utifrån vad kunden erbjuds, det vill säga upplevelser. Besöksnäringens ekosystem omfattar såväl olika upplevelser som den infrastruktur som möjliggör för människor att ta del av upplevelser, så som tåg, kollektivtrafik, hotell, arenor och anläggningar. Därtill kommer leverantörer och arrangörer som paketerar upplevelserna och utvecklar bokningssystem som gör det enkelt för konsumenter att ta del av utbudet. I detta ekosystem är alla viktiga för helheten. En annan skillnad mellan begreppen är att invånare är en viktig målgrupp för besöksnäringen, då de nyttjar och bidrar till ekosystemet lika väl som turister. Besöksnäringen ingår i det allt oftare förekommande och något vidare begrepp som kallas upplevelseindustrin. Begreppet omfattar en lång rad branscher som på olika sätt bidrar till att skapa och iscensätta upplevelser, där upplevelsen fungerar som en stärkande del av, eller för, en produkt eller ett varumärke.²

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

Att skapa en attraktiv destination bidrar till en öppen och hållbar samhällsutveckling. En destinations utveckling vilar på en god samverkan mellan det offentliga, det privata näringslivet, ideella organisationer och akademien. Destinationens hållbarhetsarbete är beroende av stadens hållbarhetsarbete när det gäller grundläggande service, infrastruktur och andra hållbara insatser. En framgångsrik samverkan mellan stadens verksamheter och besöksnäringens olika aktörer är en förutsättning för och bidrar till en hållbar destination 2030.

¹ UNWTO www.unwto.org

² Ola Bergström, *Vägar till hållbar tillväxt – En förstudie om framtidens upplevelseindustri i Västsverige*, (2021)

Göteborg - en destination i utveckling

Destinationen Göteborg består av samtliga 13 kommuner i Göteborgsregionen. Destinationens besöksnäring har under flera decennier visat stabil tillväxt och fungerat som en hävstång för kommunernas utveckling inom hållbarhet, internationella relationer, utbildning, sysselsättning, näringslivsutveckling, kulturliv och integration. Göteborg vill fortsätta att växa som destination och utveckla ett levande utbud av kultur, nöjen och fritidsaktiviteter som höjer värdet för besökare, företagare och invånare. Innehållet i de 13 kommunernas sammansatta utbud kompletterar varandra och stärker hela destinationens attraktionskraft.



Före pandemin visade besöksnäringen i Göteborg en stadig tillväxt under många år. Andelen internationella gästnätter låg stabilt på omkring 30% av totalen och affärsresandet stod för ungefär hälften av övernattningsarna.³ De primära målgrupperna återfinns i vår närregion, det vill säga Sverige, Norge och Danmark. Bland andra viktiga målgrupper kan nämnas Tyskland och Storbritannien.

Göteborgs Stads rådighet över besöksnäringen i Göteborg

Detta program ska stötta destinationens utveckling med sikte på en stark och hållbar tillväxt fram till år 2030. Utveckling av destinationen förutsätter en stark samverkan mellan offentliga verksamheter på såväl kommunal som regional nivå, näringsliv, ideella organisationer, akademi och invånare. En gränsöverskridande samverkan som ser till hela destinationens gemensamma bästa har varit en del av Göteborgs framgång. Göteborgs Stad råder i olika utsträckning över viktiga delar av destinationens besöksnäring. Staden äger resurser som bidrar till besöksnäringen, bedriver näringsverksamhet i stadens regi och styr över samhällsutvecklande processer. Stadens nämnder och styrelser gör det möjligt för andra aktörer att utveckla verksamheter och företag och bidra med kreativa och innovativa lösningar. Därmed är alla en del av en helhet som utgör destinationens attraktivitet.

³ SCB, Inkvarteringsstatistik.



För att bredda delaktigheten och fördjupa kunskapen kring hur staden kan bidra till destinationens hållbara utveckling, behöver nämnder och styrelser i Göteborgs Stad på ett aktivt sätt samverka med varandra och med näringslivet, i besöksnäringens frågor. Samverkan bör ske i såväl det dagliga arbetet som på en långsiktigt strategisk nivå. Samverkan ska omfatta och inkludera hela destinationen, det vill säga samtliga 13 kommuner i Göteborgsregionen och ska vila på begrepp som innovation, experimenterande och omställning.

Besöksnäringens utmaningar och möjligheter

I den globala ekonomin är besöksnäringen en basnäring för städer, regioner och nationer. Synen på besöksnäringen har förändrats och näringen har en allt tydligare roll i samhällsutvecklingen vad gäller att bidra till hållbar tillväxt. Möjligheterna finns framför allt i storstadsregioner som genom sin storlek har de förutsättningar i form av infrastruktur, tillgänglighet och utbud av produkter och tjänster som krävs i konkurrensen.⁴ Precis som andra näringar behöver besöksnäringen anpassa sig till trender och omvärldsfaktorer som påverkar konsumenters behov och beteenden. Dessa förändringar och förflyttningar påverkar besöksnäringens grundläggande strukturer och innebär såväl nya utmaningar som nya möjligheter, för besöksnäringens hela ekosystem. Utvecklingen av nya reseanledningar och anpassning till trender och förändring är en nyckelfråga för att destinationen ska vara attraktiv och valbar, hela året om.

Det globala utbrottet av covid-19 under 2020 har givit tydliga och allvarliga effekter på besöksnäringen över hela världen. En effekt är att sedan tidigare kända fenomen som hemester, e-handel och utvecklingen av digitala upplevelser och möten har förstärkts och accelererats.

Pandemin har orsakat långtgående ekonomiska effekter för besöksnäringens aktörer där många företag varit beroende av stödåtgärder för att undvika konkurs samt behövt säga upp personal och därmed tappat kompetens. Kompetensbristen medför negativa effekter på servicenivå och bemötande och är därmed en stor påverkansfaktor kring kundernas

⁴ UNWTO www.unwto.org

och besökarnas upplevelser. Det i sin tur påverkar destinationens attraktionskraft. Besöksnäringen ses traditionellt som en inestegsbransch, lämplig för personer som tar sin första anställning eller befinner sig en bit ifrån arbetsmarknaden. Detta innebär flertalet utmaningar kopplat till rekrytering och språk, och branschen anses inte vara en långsiktig arbetsgivare med karriärmöjligheter.

Branschens sätt att möta utmaningarna kan vara nya lösningar och förändring av arbetsledning och personalplanering, exempelvis att kockar blir mer av en arbetsledare och lägre kvalificerad personal används till de enklare delarna av matlagning. Flera aktörer har även startat egna utbildningar i syfte att knyta till sig kompetenser och bygga en personalstyrka utifrån det egna behovet.

Branschen ser även ett behov av att stärka sitt rykte som en attraktiv arbetsgivare. Att göra företagen till bättre och tryggare arbetsgivare, att förbättra villkor och arbetsrätten och att visa på branschens många möjligheter till olika yrken och till en lång karriär är långsiktiga och utmanande nyckelfrågor för besöksnäringens framtid.

2020-talet väntas präglas av ekonomisk instabilitet som kan påverka näringens möjligheter att investera i innovation och kompetensutveckling. Oroligheterna som bröt ut i Europa under våren 2022 och medföljande konjunkturskiftningar bidrar också till ökad osäkerhet kring såväl näringens som hushållens ekonomiska situation.

Hållbar destinationsutveckling

När det gäller turism och besöksnäring finns också några generella och inneboende målkonflikter att förhålla sig till. Turism är till viss del förknippat med aktiviteter kopplat till resande vilket innebär påfrestningar för miljön, exempelvis genom koldioxidutsläpp från fossildrivna transporter. Utmaningen att ställa om till en fossilfri transportsektor gäller för hela samhället – lokalt, regionalt, nationellt och globalt - och är oerhört viktigt för hela turism- och besöksnäringen. Samtliga transportslag behövs och fyller olika behov. Alla transportslag behöver närma sig nollutsläpp. Detta konstateras även i den nationella strategin för hållbar turism och växande besöksnäring.⁵ Samverkan och insatser på systemnivå är nödvändigt för att hantera den stora utmaningen. Ett attraktivt och lättillgängligt utbud av hållbara transportlösningar och att besökare väljer dessa är andra viktiga faktorer för en hållbar turismutveckling. En annan potentiell målkonflikt ligger i invånares perspektiv och behov i förhållande till besökarperspektivet. Det kan handla om trängsel och överturism som kan leda till sociala spänningar, fysiskt slitage och nedskräpning på utsatta platser. Det kan också handla om avvägningar kring hur offentlig mark och platser används och exploateras. Att kontinuerligt lyssna av invånares upplevelse av turism- och besöksnäringens konsekvenser liksom att involvera och öka delaktigheten i utvecklingen av plats och destination är avgörande för att förebygga och hantera denna utmaning. Genom att tydligare definiera den lokala och regionala befolkningen som viktiga målgrupper för besöksnäringen kan destinationen och näringens aktörer växa och utvecklas på ett sätt som förebygger eller minimerar de negativa konsekvenserna av målkonflikterna.

Ett hållbart förhållningssätt inom destinationsutveckling skapar värden tillbaka till destinationen och dess invånare. Göteborgs Stads arbete med hållbar utveckling och Agenda 2030 bygger på ett aktivt deltagande från såväl näringsliv som offentlig

⁵ Näringslivsdepartementet. *Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring (2021)*

verksamhet för att gemensamt nå de lokala och globala mål som är kopplade till de tre hållbarhetsdimensionerna; social, ekonomisk och ekologisk.

Människors ökade medvetenhet kring den egna konsumtionens miljö- och klimatavtryck kan komma att leda till färre långväga resor, vilket stärker möjligheterna till ökad konsumtion av upplevelser på nära håll. Medvetenheten leder också till konsumenters ökade förväntningar på hållbara alternativ gällande exempelvis boende, transport och hållbara upplevelser, sett ur alla tre hållbarhetsdimensioner.

Delningsekonomi

Upplevelser och tjänster utgör en växande andel av hushållens konsumtion. Önskan om att utnyttja tillgångar mer optimalt driver på utvecklingen inom delningsekonomi. Inom besöksnäringen märks detta genom användarvänliga digitala plattformar för att boka privat boende, transporter, upplevelser, med mera. Detta innebär till viss del ökad konkurrens för destinationens kommersiella aktörer som får se en del av intäkterna gå till förmedlare av dessa tjänster. Samtidigt möjliggörs en ökad kapacitet för destinationen som helhet under högsäsong och i samband med större evenemang då exempelvis hotell ofta är fullbelagda. Det gör också att näringens aktörer får möjlighet att locka fler, även mer priskänsliga besökare.

Digitalisering

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

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

För näringens aktörer handlar det om att i större utsträckning kunna erbjuda digitala lösningar som komplement till de fysiska vilket kräver nya samarbetspartners och kompetensutveckling. Nya tekniska lösningar som möjliggör interaktiva hybridupplevelser väntas ständigt introduceras på marknaden. Hybridformatet innebär en livehändelse med deltagare både fysiskt på plats och digitalt på distans, som har möjlighet att interagera, oavsett var de befinner sig.⁶

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

Nya målgrupper, reseanledningar och beteenden

Under pandemins utbrott i början av 2020 märktes en ökad medvetenhet bland besökare kring smittorisker och högre krav på hälsa och hygien vid till exempel resor och evenemangsbesök. Ett förändrat köpbeteende märks också, då många har vant sig vid att

⁶ Göteborg & Co, *Hybridupplevelser för evenemang och möten*.

planera med kort varsel, vilket påverkar framförhållningen vid bokning, samt har höjt förväntningar på generösa avbokningsvillkor hos arrangörer.

Fler har fått upp ögonen för hemester och semester i närregionen, vilket tros påverka mixen av besökare som kommer till destinationen även i framtiden samt deras förväntningar på destinationens utbud. Till exempel har intresset för och utbudet av naturupplevelser ökat kraftigt varför destinationer, särskilt storstadsregioner, behöver bredda sitt utbud både i form av paketering och genom kommunikation. När fler väljer att besöka sin närmiljö kommer även besökarnas önskemål och behov av variation att förändras. Detta är något som påverkar exempelvis de stora kulturinstitutionerna och det fria kulturlivets förutsättningar att bedriva verksamhet. Samverkan mellan det offentliga, privata aktörer, kultur- och idrottsföreningsliv kring insikter och analys är en förutsättning för en hållbar utveckling av destinationens utbud. Utvecklingen mot ett minskat affärsresande kommer att kräva ett förstärkt fokus på privatsegmentet för destinationen som helhet, men särskilt för de aktörer som tidigare varit beroende av affärsresenärer så som exempelvis hotell. Konkurrensen hårdnar och det blir viktigare att positionera sig och utveckla erbjudanden och tjänster som appellerar till de målgrupper man vill attrahera. Det krävs även ett utökat utbud av reseanledningar för att locka privatresenärer under andra tider än traditionella semestersäsonger.

Agenda 2030 och destinationens utveckling

FN:s globala hållbarhetsmål är ett betydelsefullt gemensamt ramverk för att uppnå ett långsiktigt hållbart samhälle, både på global och lokal nivå. I de 17 mål som utgör Agenda 2030 integreras de tre hållbarhetsdimensionerna; social, ekonomisk och ekologisk. Målen är på olika sätt beroende av, och direkt kopplade till, varandra. De kan påverka, förstärka eller stå i konflikt med varandra.

Destinationens utveckling utifrån programmets målbild och strategier innebär både positiva effekter och ett ökat tryck på samhälle och miljö. Utgångspunkten för programmet är att bidra med största möjliga positiva påverkan och samtidigt bidra till att minska de negativa effekterna. Genomförandet av Göteborgs Stads program för destinationsutveckling mot 2030 ska hantera båda perspektiven samt både, direkt och indirekt, bidra till uppfyllelsen av Agenda 2030.

Samverkan är en viktig utgångspunkt för de globala hållbarhetsmålen. Stadens rådighet att på egen hand styra utvecklingen är i många fall begränsad. Destinationens utveckling bygger på att dess aktörer verkar i samma riktning. På så sätt skapas förutsättningar för en högre påverkansgrad, vilket också borgar för större möjlighet att bidra till måloppfyllelse i Agenda 2030 och nå programmets målbild om att vara en hållbar destination 2030. Programmets mål och strategier bidrar framför allt till följande mål:



Programmet bidrar indirekt till ytterligare fyra mål. Dessa mål är, liksom ovan mål, kritiska för programmets genomförande men där det huvudsakliga bidraget sker genom, och i samverkan med, andra program och planer i staden.



Målbild, mål och strategier för en hållbar destination

Den internationellt vedertagna definitionen av hållbar utveckling⁷ definierar att utgångspunkten är att en hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. En balans mellan den sociala, den ekologiska och den ekonomiska dimensionen ska eftersträvas. Att arbeta med hållbar destinationsutveckling är nödvändigt för att stärka destinationen långsiktigt. Den globala coronapandemin har ytterligare tydliggjort vikten av att destinationer kombinerar långsiktiga strategier med flexibilitet för att på ett framgångsrikt sätt möta besöksnäringens utmaningar och möjligheter.

Göteborg är en hållbar stad öppen för världen. Destinationen Göteborg ska vara välkomnande och inkluderande där varje människa ska känna sig trygg och respekterad. Besöksnäringen är beroende av invånarnas välmående och acceptans, av en hälsosam livsmiljö och naturens tjänster. Arbetet med hållbar destinationsutveckling ska ge förutsättningar för många olika typer av ekonomiskt stabila verksamheter och bidra till tillväxt. Befintliga aktörer ska kunna se möjligheter, nya etableringar ska välkomnas och innovationer ska uppmuntras. Såväl fysiska som digitala aktörer är viktiga för besöksnäringens framtid.

Internationellt är destinationen Göteborg en föregångare inom hållbar destinationsutveckling. Exempelvis har Göteborg under fem år i rad (2016–2019⁸, 2021) rankats som världens mest hållbara destination i Global Destinations Sustainability Index (GDSI). 2021 utsåg Lonely Planet Göteborg till den bästa, hållbara staden i världen att besöka. Denna ledande position är hårt konkurrensutsatt från flera destinationer, främst i Europa. Städer som Köpenhamn, Zürich, Glasgow och Sydney har uttalat höga ambitioner och utmanar Göteborg. GDSI utgår från följande beskrivning av en hållbar destination:

“Sustainable Destinations are places that actively account for the current and future economic, social and environmental impacts of their events and tourism industry, while engaging and listening to the needs of the host communities, the environment, visitors, and the industry. They have collaboratively developed a long-term and regenerative vision, and take the lead as stewards and catalysts in making a better place to visit, meet, and thrive in”⁹.

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

Programmets målbild: Hållbar destination 2030

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

⁷ Förenta nationerna. [Bruntlandkonventionen](#). 1987

⁸ [Global Destination Sustainability Award](#). På grund av pandemin gjordes ingen officiell benchmark 2020.

⁹ GDSI [The Global Destination Sustainability Movement \(gds.earth\)](#)

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

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

Dessa huvudinriktningar delas i sin tur upp efter tre perspektiv; besöka, leva och verka.

Besöka	En besökare kan komma från staden, närregionen eller vara hitrest som turist.
Leva	En invånare bor i någon av de 13 kommunerna. Perspektivet inkluderar även destinationens attraktivitet som bostads- och studieort.
Verka	Avser näringsliv, kultur- och föreningsliv samt offentliga aktörer på destinationen, verksamma såväl inom som utanför besöksnäringen.

Inom varje perspektiv bryts målbilden ned i mätbara mål där hänsyn tagits till de tre hållbarhetsdimensionerna. För respektive mål finns indikatorer, där nuläge och målvärde anges. Förutom målbild och mål innehåller programmet fyra tvärgående strategier. Arbetet i strategierna relaterar och bidrar på olika sätt till de tre perspektiven och dess mål.

Sammanfattande bild över programmets perspektiv, mål och strategier

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 miljö- och 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 attraktiva upplevelser och reseanledningar - Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur - Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring - Agera föregångare och möjliggöra innovation		

Programmets mål och indikatorer

Nedan presenteras programmets mål och indikatorer, med nuläge och målvärde.

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

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

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

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

Justering av målvärden och tillägg av indikatorer har genomförts efter halvtidsutvärdering 2025/2026.

Perspektiv: Besöka

1. Alla ska känna sig välkomna till destinationen Göteborg

Destinationen Göteborg ska vara en välkomnande och inkluderande destination där varje besökare känner sig trygg och får ett respektfullt bemötande, oavsett kön, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsnedsättning, ålder, trosuppfattning eller könsöverskridande identitet/uttryck. Alla ska ha möjlighet att röra sig fritt och delta i destinationens breda utbud av upplevelser och deltagandet ska ske utan rädsla för att utsättas för brott eller diskriminering. De hinder som förhindrar människor att ta del av destinationens mångfacetterade utbud av upplevelser och tjänster bör därför förebyggas. Det gäller både människors fysiska förutsättningar och ekonomiska möjligheter att ta del av besöksnäringens utbud. Målet är en helt tillgänglig destination - både fysiskt,

psykosocialt och socioekonomiskt. Göteborgs Stads uppsatta mål inom ökad jämlikhet, tillgänglighet, jämställdhet, antirasism och icke-diskriminering bidrar till att destinationen blir en mer attraktiv och tryggare plats att besöka.

Anledningen till att destinationen Göteborg väljs varierar mellan olika besökare. För att stärka destinationens möjligheter att attrahera nya besökare och öka besökarnas nöjdhet är det därför viktigt att erbjuda något för alla smaker och intressen, oavsett vem besökaren är eller vilka förutsättningar besökaren har. Att kontinuerligt följa upp ändrade konsumtionsmönster på destinationen utifrån exempelvis kulturområdet och analysera resultatet i relation till insikter om hur kulturlivet kan växa och utvecklas, bidrar till kunskap om kulturens attraktionskraft, effekter och möjligheter för destinationen.

För att alla ska kunna ta del av upplevelseutbudet behövs god tillgång till anpassad information om destinationens samlade utbud av upplevelser och tjänster. Att synliggöra destinationens breda utbud av upplevelser bidrar till inkludering.

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

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

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

** Besökarindex är ett sammanvägt mått baserat på svenska besökares känsla av trygghet på destinationen, attraktiviteten i utbudet, tillgången på information samt det upplevda bemötandet under vistelsen. Källa: Besökarundersökning.

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

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

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

från närregionen som inte behöver göra en lika lång resa för att ta sig till destinationen Göteborg.

Det bör även finnas förutsättningar att göra klimatsmarta konsumtionsval och ta del av hållbara upplevelser väl på plats. Det förutsätter dels ett ökat hållbarhetsengagemang hos näringens aktörer, dels att hållbara alternativ tydligt kommuniceras för att uppmuntra besökaren att konsumera mer hållbart under hela sin vistelse. Det kan till exempel handla om att övernatta på ett miljöcertifierat hotell, äta på restauranger som serverar lokalproducerad ekologisk mat, nyttja kollektivtrafiken för att ta sig runt eller delta på evenemang som aktivt valt bort engångsartiklar. Att erbjuda hållbara konsumtionsalternativ som standard och tydligt kommunicera dessa till besökare bidrar till upplevelsen av en hållbar destination.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Genomsnittlig vistelselängd på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 1,66 nätter 2020: 1,66 nätter 2021: 1,63 nätter	2025: 1,69 nätter 2030: 1,71 nätter
Antal inhemska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 3,6 miljoner 2020: 2,1 miljoner 2021: 3,0 miljoner	2025: 3,8 miljoner 2030: 4,5 miljoner
Andel besökare som upplever Göteborgsregionen som en hållbar destination **	2021: 57%	2025: 65% 2030: 70%

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

** Källa: Besökarundersökning.

3. Destinationen Göteborg har ett attraktivt utbud året runt

En attraktiv destination behöver kunna erbjuda ett varierat utbud av reseanledningar året runt, både för att locka turister att besöka destinationen och för att tillgodose invånarnas önskemål om ett rikt utbud av upplevelser att ta del av lokalt. För Göteborgs del är det viktigt att öka utbudet av upplevelser och reseanledningar under andra tider på året än sommarmånaderna juni, juli och augusti (högsäsong). Att till exempel arrangera idrottsevenemang, konserter, konstutställningar, vetenskapliga kongresser och publika mässor är ett effektivt sätt att driva besöksströmmar till destinationen, oavsett säsong. Ett rikt utbud av reseanledningar ökar möjligheterna att locka såväl privat- som affärsresenärer att besöka destinationen samt att få dem att förlänga sitt besök, exempelvis genom att kombinera olika typer av upplevelser under vistelsen.

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

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar utanför högsäsong*	2019: 3,3 miljoner 2020: 1,7 miljoner 2021: 2,1 miljoner	2025: 3,3 miljoner 2030: 4,4 miljoner
Antal evenemang utanför högsäsong**	2019: 37 2020: 9	2025: 37 2030: 55
Antal möten utanför högsäsong**	2019: 40 2020: 5	2025: 40 2030: 50

* Källa: SCB Inkvarteringsstatistik.

**Avser perioden januari t.o.m. maj samt september t.o.m. december, dvs. utanför högsäsongsmånaderna juni, juli och augusti. För definition av vilka möten och evenemang som avses, se bilaga, kapitel 1. Källa: Göteborg & Co/Gothenburg Convention Bureau.

Perspektiv: Leva

4. Besöksnäringen tillför mervärde för invånarna

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

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

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

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
NPS* invånare	2021: 54	2025: 57 2030: 60
Andel invånare som anser att besöksnäringens utbud tillför värde för dem**	2021: 87%	2025: 88% 2030: 90%

*NPS = Net Promotor Score. Ett mått som mäter rekommendationsgrad och nöjdhet i målgruppen. Invånarna har fått svara för om de kan rekommendera andra att besöka destinationen. Källa: Invånarundersökning.

** Källa: Invånarundersökning.

5. Antalet arbetstillfällen i besöksnäringen ökar

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

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

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal anställda i besöksnäringens intensiva branscher*	2019: 29 200 2020: 28 300	2025: 29 500 2030: 43 000
Antal årsarbetskrafter inom turism i Göteborgsregionen	2023: 14 661	2030: tbd

*Enligt utvalda SNI-koder, se förtydligande i bilaga, kapitel 1.

Källa: Business Region Göteborg

Källa: Tillväxtverket, Turismräkenskaper

Perspektiv: Verka

6. Besöksnäringen växer i takt med en växande efterfrågan

En ekonomiskt hållbar destination kännetecknas av ett lokalt näringsliv med god lönsamhet som skapar arbetstillfällen och genererar skatteintäkter. En balans mellan efterfrågan och utbud uppnås när näringsens aktörer driver efterfrågan genom nya reseanledningar, ökad tillgänglighet samt ett stärkt destinationsvarumärke. Detta samtidigt som etablerade och nya aktörer ges förutsättningar att utvecklas i ett näringslivsklimat där entreprenörskap och innovation uppmuntras.

Under lång tid har gästnätter på kommersiella boendeanläggningar använts som det främsta måttet på besöksnäringens utveckling. I takt med att fler besökare önskar övernatta på andra sätt, exempelvis i privatuthyrda bostäder, gästhamn eller på camping, finns behov att komplettera med andra mått för att mäta besöksnäringens utveckling. Det är samtidigt viktigt att det kommersiella boendebudet fortsatt tillgodoser efterfrågan som kan fluktuera över säsonger och veckodagar. För hotell används belägningsgraden (kapacitetsutnyttjande hotellrum) som ett vedertaget mått på hur väl utbudet tillgodoser efterfrågan. En genomsnittlig årlig belägningsgrad på över 70% på destinationsnivå har

historiskt antytt att det under perioder råder kapacitetsbrist, dvs. att det inte finns tillräckligt antal lediga hotellbäddar i staden för att möta efterfrågan. En destination bör därför sträva efter att ha en genomsnittlig årlig belägningsgrad strax under 70% för att på helårsnivå ha en god balans mellan utbud och efterfrågan på hotell.

Indikatorer	Nuläge	Målvärde
Antal gästnätter på kommersiella boendeanläggningar*	2019: 5,1 miljoner 2020: 2,5 miljoner 2021: 3,5 miljoner	2025: 5,1 miljoner 2030: 6,7 miljoner
Genomsnittlig belägningsgrad på hotell i Göteborgs stad*	2019: 72,5% 2020: 36% 2021: 44,5%	2025: Strax under 70% 2030: Strax under 70%
Antal övernattningar på campingplatser*	2019: 418 000 2020: 220 000 2021: 389 000	2025: 430 000 2030: 500 000
Antal övernattningar genomförda i privatuthyrda stugor och lägenheter via förmedlingssajter i storstadsområde Göteborg**	2019: 277 000	2025: 300 000 2030: 340 000
Antal företag (arbetsställen) verksamma i besöksnäringens intensiva branscher***	2019: 11 500 2020: 11 600	2025: 12 000 2030: 13 000
Antal internationella gästnätter på kommersiella boende- anläggningar****	2019: 1,4 miljoner 2025: 1,9 miljoner	2030: 2,2 miljoner
Total turismkonsumtion i Göteborgsregionen*****	2023: 32,61 mrd sek fasta priser	2030: tbd
Turismexport i Göteborgsregionen*****	2023: 10,97 mrd sek fasta priser	2030: tbd

*Källa: SCB Inskvarteringsstatistik.

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

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

**** Källa: Tillväxtverket. Kommersiella boendeanläggningar avser här hotell, stugor och vandrarhem.

***** Källa: Tillväxtverket, Turismräkenskaper

7. Besöksnäringen stärker övrigt näringsliv och akademi på destinationen

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

Göteborgsregionen är en av Europas mest snabbväxande regioner och befinner sig i en utvecklingsfas som innebär stora investeringar i form av forskning och utveckling. Här kan besöksnäringen fungera som ett verktyg där internationella möten, konferenser och evenemang används för att profilera styrkeområden och visa upp Göteborgs unika

kompetenser. Besöksnäringen kan nyttjas som en kommunikativ plattform för att uppnå strategiska mål i samverkan med näringsliv, akademi och offentlig sektor. Göteborgs varumärke som en destination där kunskap värdesätts stärks, samtidigt som destinationen ytterligare etableras som en mötesplats och kunskapshubb för akademi och näringsliv.

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

8. Hållbarhetsarbete i världsklass

Destinationens hållbarhetsarbete förutsätter att hela näringens engagemang inom alla tre dimensioner. Den globala klimatutmaningen påverkar besöksnäringen i stor omfattning och förväntningarna ökar på att näringslivet ska agera. Parallellt med denna utveckling riktas ökat fokus på företagets arbete med social hållbarhet. Att öka antalet aktörer i besöksnäringen som är anslutna till tredjepartsaktörers certifieringar driver hållbar utveckling i hela näringen. Givet de ambitioner som finns inom Göteborgs stad har destinationen goda förutsättningar för att bedriva ett hållbarhetsarbete i världsklass.

Göteborg har sedan en tid tillbaka positionerat sig som internationellt ledande inom hållbar destinationsutveckling. Framgången är ett resultat av ett engagerat och aktivt hållbarhetsarbete. Positionen bekräftas i Global Destination Sustainability Index (GDSI) där Göteborg har varit i topp samtliga fem år som rankingen genomförts. GDSI är ett internationellt benchmarking-system som rankar destinationers hållbarhetsprestanda och syftar till att bidra till utvecklingen av mer hållbara platser, städer och regioner att besöka, verka och leva i. Indexet utvecklas och hanteras av organisationen Global Destination Sustainability Movement (GDSM), som i sin tur är uppbackat av etablerade internationella besöksnärsorganisationer så som International Congress and Convention Association (ICCA) och City Destinations Alliance (City DNA)¹⁰ Indexet är ett viktigt verktyg i konkurrensen om internationella möten och evenemang. Verktyget speglar destinationens arbete med hållbarhet ur samtliga tre dimensioner samt stadens ledning, styrning och utveckling av destinationen. GDSI kan ses som en god indikation för arbetet mot programmets övergripande målbild - Hållbar destination 2030. Indexet, vars innehåll revideras regelbundet, pekar på väsentliga områden och insatser och blir på så sätt även ett utvecklingsverktyg för destinationens aktörer.

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

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

* Källa: GDSI.

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

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

Strategier

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

För att tydliggöra hur målbilden ska nås har fyra strategier formulerats. Strategierna är tvärgående och bidrar på olika sätt till såväl den övergripande målbilden som till de formulerade målen. Utöver samverkan är digitalisering och kommunikation centrala byggstenar och framgångsfaktorer i alla fyra strategier. De nämnder och styrelser som benämns som "viktiga aktörer" är i olika grad berörda av, och råder över, betydelsefulla områden inom aktuell strategi. Destinationens framgång vilar också på samverkan med många andra aktörer utanför Göteborgs Stad, från såväl offentlig sektor, som näringsliv, ideella organisationer, akademi och invånare - regionalt och nationellt. Konflikter av olika slag uppstår återkommande och det är centralt för en framgångsrik samverkan att hantera dem så att de inte blir ett hinder för genomförandet. Strategierna förväntas ha kapacitet att hantera uppkomna konflikter.

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

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

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

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

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

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

Det gör Göteborgs Stad genom att:

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

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

Strategi 2: Stimulera utvecklingen av besöksnäringens infrastruktur

Inom destinationsutveckling utgörs besöksnäringens infrastruktur av exempelvis arenor och anläggningar för möten, mässor, boende, kultur, idrott, handel och restauranger, samt parker, vägar och transporter. Det innefattar också tillgång till natur, ren luft och rent vatten. Att investera i en välbalanserad och genomtänkt infrastruktur, med moderna och flexibla anläggningar och arenor, är en förutsättning för att Göteborg ska kunna möta en

ökad och förändrad efterfrågan. Infrastrukturen är således ett grundfundament för besöksnäringens hållbara tillväxt och en förutsättning för destinationens starka konkurrenskraft.

God tillgänglighet till destinationen via land, vatten och luft är grundläggande för att möjliggöra besök. Klimatpåverkan från olika transportmedel utgör en av besöksnäringens största utmaningar och transporter behöver utvecklas till att närma sig nollutsläpp. Att öka tillgängligheten till och attraktiviteten för utsläppssnåla färdssätt är också av vikt för att möjliggöra internationella och nationella besökare att ta sig till destinationen på ett hållbart sätt. Som offentlig aktör på en destination, finns möjligheter att stödja expansionen av hållbar infrastruktur. Till exempel genom att samverka regionalt, nationellt och internationellt för bättre förutsättningar för smidigt, hållbart resande och smart bokning för internationella resor med tåg liksom multimodala resor. Andra insatser gör Göteborgs Stad genom att stödja och ställa krav på exempelvis transportaktörers, arenaägares eller konferensanläggningars hållbarhetsarbete. Göteborg Stad kan stimulera utvecklingen av och skapa incitament för hållbara resor, såväl till som på destinationen. och inkludera besöksnäringens och besökarens perspektiv, i stadens och regionens arbete med smart mobilitet och omställningen till ett fossilfritt, elektrifierat transportsystem. Staden kan även uppmuntra aktörer till val av förnybara energilösningar; så som förnybar el till anläggningar, mässor och evenemang.

Kollektivtrafiken inom destinationen är en nyckelfråga för ett jämlikt utbud och likvärdig tillgänglighet, för invånare och besökare. En välutvecklad kollektivtrafik på land och vatten bidrar till god mobilitet och framkomlighet som möjliggör för aktörer att etablera sig och för fler besökare från närregionen och invånare att ta del av hela destinationens utbud. En nära samverkan mellan Göteborg Stad och Västra Götalandsregionen kring utvecklingen av en hållbar och välfungerande kollektivtrafik är därför av stor vikt för att möjliggöra för fler besökare från närområdet.

Den digitala infrastrukturen tillgängliggör destinationen och binder samman destinationens utbud. Digitala plattformar möjliggör utvecklingen av nya intäktsmodeller för hybridupplevelser och digitala evenemang och tillgängliggör fysiskt otillgängliga upplevelser. En destinations digitala infrastruktur är även ett verktyg för att exempelvis förutse besöksströmmar, öka säkerheten och styra informationsflöden.

Offentliga investeringar kan vid sidan om, eller i samverkan med, privata investeringar bidra till att utveckla destinationens attraktivitet och skapa förutsättningar för besöksnäringens utveckling och konkurrenskraft. Offentliga aktörer kan genom att beakta både medborgarnas och besöksnäringens behov genomföra samhällsnyttiga investeringar som både ökar livskvaliteten för medborgarna och skapar hållbar tillväxt inom besöksnäringen.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Utveckla stadens utbud av arenor, scener och anläggningar för såväl idrott som kultur, för bredd och spets, för daglig verksamhet och enstaka eller återkommande evenemang och möten.
- Stimulera och främja utvecklingen av hållbara transporter och omställningen till hållbart resande.

- Verka för att möta efterfrågan på nya hotellrum och andra kommersiella boendeformer som camping och gästhamnar.
- Stimulera utvecklingen av destinationens infrastruktur och agera på regional och nationell nivå för att förbättra destinationens tillgänglighet via järnväg men också via väg, vatten och flyg samt kollektivtrafik.
- Stärka och utveckla destinationens digitala infrastruktur som en förutsättning för en attraktiv, konkurrenskraftig och smart destination.

Viktiga aktörer: Business Region Göteborg, Stadsbyggnadsnämnden, Stadsfastighetsnämnden, Stadsmiljönämnden, Göteborg Energi AB, Göteborgs hamn, Got Event AB, Göteborgs Spårvägar AB, Göteborgs stads parkering AB, Higab AB, Idrotts- och föreningsnämnden, Intraservice, Kulturnämnden, Liseberg AB, Renova AB och Göteborg & Co AB.

Strategi 3: Stärka samspelet mellan stadsutveckling och besöksnäring

Göteborg befinner sig i det största utvecklingssprånget i modern tid och ska göra plats för 150 000 nya invånare till 2035. Ur ett besöksnäringssperspektiv innebär en växande region ett allt större kundunderlag och därmed utbud. Attraktiva, trygga och tillgängliga miljöer samt välskötta offentliga rum och arkitektur av hög klass bidrar till destinationens ökade attraktionskraft. Nya stadsdelar, områden eller byggnader kan utgöra en besöksanledning i sig. Evenemang, publika mässor och möten kan fungera som kommunikativa plattformar för stads- och platsutveckling.

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

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

För en destination är det en stor fördel att det finns centralt och strategiskt belägna platser, universellt utformade för rekreation, aktiviteter och möten mellan människor. Det

gör evenemang tillgängliga för fler och skapar en unik upplevelse och bred synlighet, vilket är en omtalad konkurrensfördel för exempelvis Göteborg som evenemangsstad. För många av destinationens årligen återkommande stora internationella idrottsevenemang är nyttjandet av stadsrummets ytor avgörande för evenemangens varumärke och utveckling. Vid genomföranden av evenemang ställs krav på berörda aktörer att planera för och hantera stora besöksflöden på ett säkert och tryggt sätt och med god framkomlighet och tillgänglighet.

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

Genom en nära och aktiv samverkan mellan olika offentliga instanser och besöksnäringens aktörer finns förutsättningar för att utarbeta hållbara lösningar och för att stärka samspelet mellan besöksnäring och stadsutveckling.

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Ta hänsyn till besöksnäringens förutsättningar och beakta besökarperspektivet i arbetet med stads- och platsutveckling.
- Stärka och inkludera invånar- och lokalsamhällesperspektivet inom destinationsutveckling samt balansera platser utveckling i takt med dess bärkraft och förmåga.
- Nyttja besöksnäringens utbud för att öka områdets attraktivitet vid etablering och utveckling av exempelvis stadsdelar, platser och miljöer.
- Förbättra samordningen och förtydliga riktlinjerna kring planering och nyttjandet av centralt och övrigt strategiskt belägna platser lämpliga för evenemang, såväl enstaka som återkommande.
- Verka för att förbättra och förenkla processer gällande tillstånd för besöksnäringens relaterad tillfällig verksamhet exempelvis evenemang, serveringar och konstutställningar.

Viktiga aktörer: Business Region Göteborg, Stadsbyggnadsnämnden, Stadsfastighetsnämnden, Stadsmiljönämnden, Göteborgs stads parkering AB, Got Event AB, Higab AB, Idrotts- och föreningsnämnden, Kretslopp- och vattennämnden, Kulturnämnden, Miljö- och klimatinämnden, Renova AB och Göteborg & Co AB.

Strategi 4: Agera föregångare och möjliggöra innovation

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

Göteborg ska vara en kreativ testmiljö för metoder och innovativa affärsmodeller som bidrar till hållbar tillväxt. På detta sätt skapas fler arbetstillfällen i regionen samtidigt som destinationens attraktionskraft ökar. Innovativa affärsmodeller är också en förutsättning

för att destinationen ska kunna minska besöksnäringens miljö- och klimatpåverkan. Allt detta möjliggörs genom en bred samverkan.

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

Fördjupad kunskap om besökarens rörelse- och konsumtionsmönster kan bidra till övrigt hållbarhetsarbete inom staden gällande till exempel trygghetsskapande aktiviteter, förbättrad tillgång till kultur och rekreation, renhållning samt transport- och trafikplanering. En ökad samverkan mellan besöksnäringens aktörer och staden i dessa frågor stärker besöksnäringens påverkan och bidrag till samhällsutvecklingen.

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

Det gör Göteborgs Stad genom att:

- Bidra till att nationellt och internationellt positionera destinationen Göteborg avseende utbildning och forskning inom besöksnäring, destinationsutveckling och upplevelseindustri.
- Medverka i utvecklingen av metoder och system för analys av resmönster, drivkrafter och konsumtionsbeteende hos besökare och invånare.
- Sprida kunskap till besöksnäringens aktörer i syfte att inspirera till affärsutveckling och ett utökat hållbarhetsengagemang i hela destinationen.
- Verka för utökad samverkan och nya partnerskap mellan offentliga och privata aktörer, såväl lokalt som internationellt, i syfte att bidra till innovation.
- Uppmuntra och stödja processer som leder till att möten och evenemang kan agera testmiljöer för lösningar och som verktyg för att katalysera samhällsnytta.
- Uppmuntra och stödja nya etableringar inom besöksnäringen och synliggöra besöksnäringen i regionala och nationella stödstrukturer för näringslivsutveckling och innovation.

Viktiga aktörer: Arbetsmarknad och vuxenutbildning, Business Region Göteborg, Got Event, Göteborgs Stadshus AB, Intraservice, Johanneberg Science Park AB, Kulturnämnden, Lindholmen Science Park AB, Miljö- och klimatnämnden, Nämnden för demokrati- och medborgarservice, Göteborg & Co AB.

Bilaga 1. Fördjupningsmaterial Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2023–2030

1. Fördjupningsmaterial: Programmetts mål och indikatorer	2
Källor	2
Definitioner	2
2. Specifikation programmetts bidrag till Agenda 2030	6
3. Exempel på programmetts övergripande kopplingar till andra styrande dokument	9

1. Fördjupningsmaterial: Programmets mål och indikatorer

Följande utgör fördjupningsmaterial gällande avsnittet mål och indikatorer i *Göteborgs Stads program för destinationsutveckling 2022–2030*. Inom ramen för programmet har åtta mål med totalt 21 indikatorer formulerats. Dessa indikatorer möjliggör uppföljning för att säkerställa måluppfyllnad gällande den övergripande målbilden “Hållbar destination 2030”.

Nedan redogörs för vilka källor som ligger till grund för indikatorernas presenterade nuläge. Slutligen listas ett antal definitioner av begrepp som förekommer i programmet.

Källor

I de fall data inte funnits tillgänglig via interna eller externa källor har egna undersökningar genomförts för att fastställa ett nuläge. Dessa undersökningar är genomförda under sommaren/hösten 2021. Det har gjorts dels en undersökning med invånare i Göteborgsregionen (i programmet benämnd Invånarundersökning), dels en undersökning med svenska besökare (i programmet benämnd Besökarundersökning). Båda undersökningarna har genomförts via webbenkät med ett slumpmässigt urval av svenskar i åldern 18–75 år. Besökare definieras som personer som besökt destinationen någon gång under de senaste tre åren. I båda undersökningar uppgick antalet svarande till strax över 1000 personer. Svaren i undersökningarna kan utöver underlag till indikatorer i programmet, även ge ytterligare mer fördjupad information om besökares och invånares upplevelse av besöksnäringen på destinationen. Denna information kommer att utgöra underlag i arbetet med handlingsplaner kopplade till programmet.

Samtlig statistik som avser övernattningar på kommersiella boendeanläggningar så som hotell, stugbyar och vandrarhem är hämtad från SCB:s Inkvarteringsstatistik som månatligen redovisar bland annat antalet genomförda gästnätter, kapacitetsutnyttjande för hotellrum, genomsnittlig vistelselängd samt besökarnas nationalitetsfördelning. SCB ansvarar även för sammanställningen av statistik gällande övernattningar på campingplatser.

Statistik avseende övernattningar i privatuthyrda stugor och lägenheter kommer från Eurostat och är vid tiden för detta programs framtagande att klassas som experimentell, varför det kan komma att ske förändringar i hur statistiken presenteras i framtiden. Eurostat definierar storstadsområdet Göteborg som kommunerna Göteborg och Partille. Det är med andra ord övernattningar i dessa två kommuner som ingår i Eurostats sammanställning av statistiken och den indikator som presenteras. Statistiken baseras i nuläget primärt på data från plattformarna Airbnb, Booking.com, Tripadvisor och Expedia Group.

Definitioner

Nedan förklaras några av de begrepp som går att finna under programmets avsnitt för mål och indikatorer. Begreppen är listade i bokstavsordning.

Beläggingsgrad

Med beläggingsgrad menas i vilken grad de tillgängliga rummen på destinationen under en period varit belagda av gäster. För hotell är beläggingsgraden ett vedertaget mått på hur väl utbudet tillgodoser efterfrågan. En genomsnittlig årlig beläggingsgrad på över 70% på destinationsnivå har historiskt antytt att det under perioder råder kapacitetsbrist, det vill säga att det inte finns tillräckligt antal lediga hotellbäddar för att möta efterfrågan vid toppar. En destination bör därför sträva efter att ha en genomsnittlig årlig beläggingsgrad strax under 70% för att på helårsnivå ha en god balans

mellan utbud och efterfrågan på hotell. Nivån om 70% kan komma att behöva justeras i framtiden för att möta eventuella förändrade resmönster, exempelvis om nedgången i affärsresandet skulle visa sig vara bestående.

Besökarindex

Besökarindex är ett sammanvägt mått av fyra frågor som ställs till besökarna i Besökarundersökningen avseende den upplevda känslan av; trygghet, tillgång till information, attraktiviteten i destinationens utbud samt bemötandet på destinationen. Dessa fyra frågeställningar har, efter rensning för dem som svarat "vet ej" vägts samman till en indikator - Besökarindex. Värdet kan som lägst ligga på -100 och som högst 100. Vid analys av underlaget tas även hänsyn till bakgrundsvariabler så som exempelvis kön, ålder, etnisk bakgrund och ekonomisk situation för ökad förståelse för hur olika besökare upplever destinationen. Därtill ställs i samma undersökning frågor om hur nöjda besökarna är med destinationens utbud inom ett antal utvalda områden (till exempel boende, transporter, aktiviteter, nöjen, mat) som ytterligare kan öka förståelsen för besökarnas upplevelse av destinationen samt synliggöra förbättringsområden.

Besöksnäringens intensiva branscher

I programmet finns indikatorer avseende antalet anställda i besöksnäringens intensiva branscher samt antalet företag verksamma i besöksnäringens intensiva branscher. Med denna definition avses företag med verksamheter inom nedan listade SNI-koder. Definitionen av besöksnäringens intensiva branscher avgränsas primärt till reseanledningar, boenden, restauranger samt arrangörer och förmedlare. Branscher som drar nytta av turism, bl.a. detaljhandel och transportörer, är inte inkluderade.

Bransch
55.101 hotell med restaurang
55.102 konferensanläggningar
55.103 hotell utan restaurang
55.201 vandrarhem m.m.
55.202 stugbyar m.m.
55.300 campingplatser m.m.
55.900 andra logier
56.100 restauranger och barer
56.210 cateringföretag för enskilda evenemang
56.299 övriga cateringföretag
79.110 resebyråer
79.120 researrangörer
79.900 turistbyråer o.d.
84.125 myndigheter som administrerar program för kultur, miljö, boende
90.010 producenter av konstnärliga, litterära och artistiska verk
90.020 stödföretag till artistisk verksamhet
90.030 enskilda artister, författare, journalister m.fl.
90.040 teater- och konserthusföretag o.d.
91.020 museer
91.030 kulturminnesinstitutioner
91.040 botaniska trädgårdar, djurparker och naturreservat
93.111 skidsportanläggningar
93.112 golfbanor, golfklubbar

93.113 motorbanor
93.114 trav- och galoppbanor
93.119 sporthallar, idrottsplatser och andra sportanläggningar
93.120 sportklubbar och idrottsföreningar
93.191 tävlingsstall
93.199 professionella idrottsutövare, sportarrangörer, sportadministratörer
93.210 nöjes- och temaparker
93.290 övriga fritids- och nöjesanläggningar

Evenemang (definition avser indikator om evenemang utanför högsäsong)

I programmet finns en indikator avseende evenemang utanför högsäsong. De evenemang som ingår i denna definition baseras på statistik från Göteborg & Co som avser evenemang som genomförs utanför den traditionella högsäsongen för besöksnäringen (juni - augusti). De evenemang som ingår i beräkningen är publika evenemang med fysiska inslag som ligger utanför destinationens ordinarie utbud. Evenemang så som löpande föreställningar på teatrar eller seriespel i olika idrotter ingår alltså inte i sammanställningen då dessa ordinarie evenemang sker inom ramen för det lokala kultur- och föreningslivet. De evenemang som omfattas i sammanställningen är hållbara evenemang som tillför staden identifierade värden utifrån ett destinationsperspektiv. Det handlar om exempelvis gästnätter, biljetintäkter, medialt genomslag och arbetstillfällen, såväl som varumärkesstärkande värden. Evenemangen varierar stort i inriktning, upplägg, innehåll, deltagarantal och besökare. Det kan vara både enstaka och årligen återkommande evenemang. Exempel på evenemang som omfattas av indikatorn är musikfestivaler, stadsfestivaler som drar en större publik, större konserter, mästerskap, motionslopp och ungdomscuper.

GDSI hållbarhetsranking

Global Destination Sustainability Index (GDSI) är ett internationellt benchmarkingsystem som rankar destinationers hållbarhetsprestanda. Indexet utvecklas och hanteras av organisationen Global Destination Sustainability Movement, som är uppbackat av etablerade internationella besöksnäringensorganisationer såsom International Congress and Convention Association (ICCA) och European Cities Marketing (ECM). Syftet med GDSI är att bidra till och säkerställa att städer och regioner blir mer regenerativa, robusta och välmående platser att besöka, leva och verka i. Idén om ett index föddes på ett branschmöte i Göteborg 2010 och 2016 lanserades GDSI i Skandinavien. Idag använder drygt 70 destinationer från alla kontinenter ramverket för hållbar destinationsutveckling. Indexet har även integrerat FN:s globala mål för hållbar utveckling i ramverket.

Destinationens och besöksnäringens utveckling samspelar med stadens utveckling och insatser. Ur ett hållbart destinationsperspektiv är GDSI därför ett relevant verktyg som både förutsätter och speglar denna samverkan i de fyra områden som mäts:

- stadens miljömässiga hållbarhet
- stadens sociala hållbarhet
- besöksnäringens aktörers hållbarhet
- ledning, styrning och utveckling av destinationen

Indexet, som revideras regelbundet, pekar på väsentliga områden och insatser och blir på så sätt även ett utvecklingsverktyg. Att använda ramverket för destinationsutveckling ska gynna hela det lokala

turismekosystemet; från besökare, till invånare, till leverantörer och lokala myndigheter och bygger på samverkan mellan destinationens aktörer för att skapa mätbar förbättring och en robust destination. Ramverket omfamnar även besöksnäringens möjligheter till att bidra till övrigt näringsliv liksom samverkan för att skapa långsiktigt positiva samhällseffekter.

Förutom samverkan på destinationen, skapar ramverket förutsättningar för att stödja och driva på aktörernas eget hållbarhetsarbete. GDSI ger också möjligheter till att synliggöra destinationen och goda exempel och lösningar i ett internationellt perspektiv.

Indexet blir allt viktigare i den internationella konkurrensen om möten, kongresser och evenemang liksom ur ett positionerings- och marknadsföringsperspektiv. Som relativt liten destination i världen stärker en bra placering i indexet destinationens konkurrenskraft.

Hållbarhetscertifierade evenemang och möten

Indikatorn mäter antalet diplomerade/certifierade evenemang på destinationen utifrån de vedertagna nationella och internationella standarderna SUSAs eventdiplomering, Hållbart Evenemang och ISO 20121 ledningssystem för hållbarhet vid evenemang. Observera att detta exkluderar flertalet internationella märkningar där vi saknar uppgifter. Indikatorn bör därför inte tolkas som att den ger en heltäckande bild av antalet evenemang och möten på destinationen som är hållbarhetscertifierade.

SUSAs eventdiplomering (SUSAs kravstandard för event 1:2022) samt certifieringen Hållbart Evenemang (som drivs av Greentime) baseras på de globala målen för hållbar utveckling, Agenda 2030 samt på oberoende tredjepartsrevision. ISO 20121 – ledningssystem för hållbara evenemang är ett certifierat ledningssystem. I standarden specificeras krav på ledningssystemet för hållbarhet vid evenemang eller evenemangsrelaterade aktiviteter. Evenemangsorganisationens processer och ledning av arbetet för att förbättra hållbarheten genom hela evenemangscykeln behandlas. Även för denna certifiering görs revision av oberoende tredje part, till exempel ett certifieringsorgan såsom Rise

Miljöcertifierade hotellrum/konferensanläggningar

Indikatorerna som avser andelen miljöcertifierade hotellrum och konferensanläggningar i Göteborgs stad bygger på uppgifter från anläggningarna som samlats in och sammanställts av Göteborg & Co (Gothenburg Convention Bureau) under perioden april-juli 2021. Samtliga hotell med över 50 rum har tillfrågats och för konferensanläggningar har en begränsning gjorts till att enbart inkludera de anläggningar som är dedikerade till möten, inte konferenshotell. Andelen som presenteras är den andel av hotellrummen/konferensanläggningarna som själva uppger att de innehar något miljöcertifikat för sin verksamhet. Några exempel på utförare av certifikaten är Svanen, Green Key, Krav, Susa Miljödiplomering och ISO 20121.

Möten (definition avser indikator om möten utanför högsäsong)

De möten som inkluderas i indikatorn för möten utanför högsäsong är möten med minst 200 delegater och där delegaterna gjort minst en övernattningsnatt på destinationen. Endast möten där Gothenburg Convention Bureau (Göteborg & Co) har varit drivande eller rådgivande i beslutsprocessen eller inkommande möten där Gothenburg Convention Bureau haft en aktiv roll ingår i definitionen för denna indikator. Gothenburg Convention Bureau prioriterar i sitt arbete möten som skapar hållbar tillväxt och som gagnar den lokala forskningen. Sammanställningen omfattar främst internationella och nationella vetenskapliga möten, politiska möten samt större företagsmöten med genomförande utanför den traditionella högsäsongen för besöksnäringen (juni - augusti). Utöver att generera gästnätter och turistekonomiska effekter, har möten positiva effekter på destinationen kopplat till bland annat kunskapsspridning, kompetenshöjning och talangattraktion, samt bidrar med långsiktiga värden för samhället samtidigt som de är varumärkestärkande för destinationen.

NPS

En av de indikatorer som används för uppföljning av mål inom perspektiven Besöka respektive Leva är NPS (Net Promotor Score). Detta är ett väletablerat mått för att mäta nöjdhet. Med NPS ställs en central fråga; om personen är villig att rekommendera andra att besöka destinationen. De svarande får ange sin rekommendationsgrad på en skala från 0–10. Värdet för NPS kan teoretiskt variera mellan –100 (lägst) till 100 (högst) och värdet som presenteras är summan av den andel som svarat 9 eller 10 på skalan minus den andel som svarat 0–6. NPS är ett vedertaget mått som används av många varumärken, företag och destinationer, såväl nationellt som internationellt. Det möjliggör för enskilda näringsidkare på destinationen att jämföra sin egen kundnöjdhet med den för destinationen som helhet.

2. Specifikation programmets bidrag till Agenda 2030

Specifikation mål och delmål

SDG:s Mål och Delmål med koppling till Besöksnärsprogrammet	
SDG 8: Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla	direkt
8.4 Fram till 2030 successivt förbättra den globala resurseffektiviteten i konsumtionen och produktionen samt sträva efter att bryta sambandet mellan ekonomisk tillväxt och miljöförstöring, i enlighet med det tioåriga ramverket för hållbar konsumtion och produktion, med de utvecklade länderna i täten.	direkt
8.9 Senast 2030 utarbeta och genomföra politik för hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.	direkt

SDG 11: Göra städer och bosättningar inkluderande, säkra, motståndskraftiga och hållbara	direkt
11.4 Stärka insatserna för att skydda och trygga världens kultur- och naturarv.	direkt
11.6 Till 2030 minska städernas negativa miljöpåverkan per person, bland annat genom att ägna särskild uppmärksamhet åt luftkvalitet samt hantering av kommunalt och annat avfall.	direkt
11.7 Senast 2030 tillhandahålla universell tillgång till säkra, inkluderande och tillgängliga grönområden och offentliga platser, i synnerhet för kvinnor och barn,	direkt

äldre personer och personer med funktionsnedsättning.	
11.a Främja positiva ekonomiska, sociala och miljömässiga kopplingar mellan stadsområden, stadsnära områden och landsbygdsområden genom att stärka den nationella och regionala utvecklingsplaneringen.	direkt

SDG 12: Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster	direkt
12.5 Till 2030 väsentligt minska mängden avfall genom åtgärder för att förebygga, minska, återanvända och återvinna avfall.	direkt
12.6 Uppmuntra företag, särskilt stora och multinationella företag, att införa hållbara metoder och att integrera hållbarhetsinformation i sin rapporteringscykel.	direkt
12.7 Främja hållbara offentliga upphandlingsmetoder, i enlighet med nationell politik och nationella prioriteringar.	direkt
12.b Utveckla och genomföra verktyg för att övervaka hur en hållbar utveckling påverkar en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.	direkt

SDG 17: Stärka genomförandemedlen och återvitalisera det globala partnerskapet för hållbar utveckling	direkt
17.16 Stärka det globala partnerskapet för hållbar utveckling och komplettera det med partnerskap mellan flera parter som mobiliserar och utbyter kunskap, expertis, teknik och finansiella resurser, för att bidra till att målen för hållbar utveckling nås i alla länder, i synnerhet utvecklingsländer.	direkt
17.17 Uppmuntra och främja effektiva offentliga och offentlig-privata partnerskap samt partnerskap inom det civila samhället vilka bygger på erfarenheterna från andra partnerskap och deras finansieringsstrategier.	direkt

SDG 5: Uppnå jämställdhet och alla kvinnors och flickors egenmakt	Indirekt
--	----------

5.2 Avskaffa alla former av våld mot alla kvinnor och flickor i det offentliga och privata rummet, inklusive människohandel, sexuellt utnyttjande och andra typer av exploatering	Indirekt
---	----------

SDG 10: Minska ojämlikheten inom och mellan länder	Indirekt
10.2 Till 2030 möjliggöra och verka för att alla människor, oavsett ålder, kön, funktionsnedsättning, ras, etnicitet, ursprung, religion eller ekonomisk eller annan ställning, blir inkluderade i det sociala, ekonomiska och politiska livet.	Indirekt

SDG 13: Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och dess konsekvenser	Indirekt
13.2 Integrera klimatåtgärder i politik, strategier och planering på nationell nivå.	Indirekt

SDG 14: Bevara och nyttja haven och de marina resurserna på ett hållbart sätt för en hållbar utveckling.	indirekt
14.1 Till 2025 förebygga och avsevärt minska alla slags föroreningar i havet, i synnerhet från landbaserad verksamhet, inklusive marint skräp och tillförsel av näringsämnen.	indirekt

SDG 15: Skydda, återställa och främja ett hållbart nyttjande av landbaserade ekosystem, hållbart bruka skogar, bekämpa ökenspridning, hejda och vrida tillbaka markförstörelsen samt hejda förlusten av biologisk mångfald	indirekt
15.5 Vidta omedelbara och betydande åtgärder för att minska förstörelsen av naturliga livsmiljöer, hejda förlusten av biologisk mångfald och senast 2020 skydda och förebygga utrotning av hotade arter.	indirekt

3. Exempel på programmets övergripande kopplingar till andra styrande dokument

Styrande dokument	Fastställare	Giltighet	Anknytning till program för besöksnäringens utveckling 2022-2030	Koppling till strategier i program för besöksnäringens utveckling
Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram	KF	2021–2030	Tvärgående strategier som inbegriper att driva på utvecklingen av hållbara transporter, utvecklingen av hållbart byggande samt att skapa förutsättningar för att leva hållbart. Strategierna omfattar vidare att agera föregångare, planera för en grön och robust stad och driva på utvecklingen av cirkulär ekonomi.	1, 3, 4
Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program	KF	2018–2035	Syftar till att bedriva en mark- och lokalförsörjning med insikt om näringslivets etablerings- och expansions-behov. Att erbjuda bra lokaler och verksamhetsmark i rätt lägen och att stärka och utveckla strategiska lägen som möter näringslivets behov av tillväxt. Programmet har vidare som fokus att utarbeta en välutvecklad process för att attrahera investeringar och stödja företagsetableringar. Vidare innefattar dess strategier att stödja omställningen till en smart stad genom att tillvarata digitaliseringens möjligheter. Programmet syftar till att Göteborg ska vara en attraktiv plats att verka och bo i, samt att besöka, och att marknadsföra staden genom att utveckla berättelsen om Göteborg. Vidare finns målsättning om att förenkla stadens processer ur ett näringslivsperspektiv.	1, 2, 3, 4

			Programmet syftar till att stärka näringslivets förutsättningar för innovation, att tillvarata och attrahera kompetens samt att positionera staden som en ledande testmiljö för hållbara lösningar.	
Göteborgs Stads program för en jämlik stad	KF	2018–2026	Programmets mål och strategier inbegriper god och likvärdig tillgång till service i hela staden samt ett jämlikt basutbud av hälsofrämjande arenor och mötesplatser. Programmet syftar till samverkan för jämlik tillgång till hållbara livsmiljöer och att stadens fysiska miljöer ska skapa förutsättningar för socio-ekonomisk integration, trygghet och samman-hållning. Programmet syftar vidare till att utveckla en strukturerad och strategisk samverkan med akademi, näringsliv och civilsamhälle.	2, 3, 4
Kulturprogram för Göteborgs Stad	KF	2013–2021	Programmet syftar till att främja delaktighet, interkulturell dialog och människors lust och motivation att ta del av och utöva konst och kultur. Programmet syftar vidare till att skapa en attraktiv livsmiljö i staden. Programmets tre områden; konstpolitik, kulturpolitik och kulturplanering beskriver kulturlivets aktörer som producenter och medskapare, kring utbud och jämlik tillgång till kultur.	1, 2, 3

Göteborgs Stads innovationsprogram	KF	2018–2023	Programmets mål omfattar att Göteborgs Stad har ett strukturerat arbetssätt som säkerställer effekt och nytta i gemensamma prioriteringar där innovation är ett verktyg, att medarbetare i Göteborgs Stadsförvaltningar och bolag har goda förutsättningar att vara innovativa och utveckla verksamheten och att Göteborg ska vara erkänd som innovationsledande stad. Programmet belyser vidare att innovation skapar nytta för boende, besökare och näringsliv och bidrar till ett jämlikt och hållbart Göteborg	3, 4
Göteborgs Stads Grönstrategi - för en grön och tät stad	Park- och natur-nämnden	2014–2035	Strategins målsättningar handlar om att Göteborg är en tät och grön stad där de offentliga platserna bidrar till ett rikt och hälsosamt stadsliv. Strategin lyfter vikten av att säkerställa god tillgång till parker och naturområden och skapa ett varierat innehåll i parker och naturområden.	1, 3, 4
Göteborgs Stads Trafikstrategi för en nära storstad	Trafik-nämnden	2014–2035	Programmets strategier för stadsrum innefattar mål om att omdisponera gaturummet och skapa mer yta där människor vill vistas och röra sig.	1, 2, 3
Översiktsplan för Göteborgs Stad	KF väntas fatta beslut om förslag till ny Översiktsplan under våren 2022.	2022–2050	Planen belyser att de ökande turistströmmarna behöver mötas av ett större utbud av boende i olika former och prisklasser. Andra nödvändiga investeringar handlar om arenor och anläggningar, infrastruktur och transporter, kulturutbud och kommersiella ytor, naturupplevelser mm som alla är viktiga för besöksstadens attraktivitet på olika sätt. Planen belyser vidare att den nära tillgången till parker, natur och vatten bidrar till ökad hälsa och människors känsla av välmående. Kollektivtrafiken	2, 3

			behöver säkerställa god mobilitet, tillgänglighet och framkomlighet till evenemangsplatser och attraktioner. Fysisk planering för besöksnäringen i Göteborg innebär i hög grad att skapa attraktivitet genom reseanledningar och tillgänglighet.	
Göteborgs Stads Fördjupad översiktsplan centrum	KF väntas fatta beslut om förslag till ny Översiktsplan under våren 2022.	2022–2050	Planen belyser att det finns en stark koppling mellan kulturella och kreativa företag och besöksnäringen, där upplevelsen och verksamheten kan vara direkt bunden till en plats och de största kundgrupperna är turister och privatpersoner. Planen talar vidare om vikten att främja en tillåtande atmosfär när det kommer till spontana och återkommande kulturyttringar, festivaler och evenemang	2, 4