

Strategisk analys av återkommande evenemang

-återrapport av uppdrag från ägardialog med Stadshus AB 2016-11-02

Inledning

Den 3 oktober 2016 genomförde Stadshus AB och Göteborg & Co ägardialog för klustret Turism, Kultur och Evenemang.

Stadshus beslöt på sitt styrelsemöte den 24 oktober 2016 om en handlingsplan från ägardialogen med 5 aktiviteter varav 4 riktades mot klustret. En av aktiviteterna formulerades enligt följande:

Strategisk analys av återkommande evenemang

Göteborg har förmånen att ett flertal av världens större återkommande idrottsevenemang för ungdomar genomförs här, till exempel Gothia Cup och Partille Cup.

Göteborg Co ska genomföra en strategisk översyn för hur staden kan delta i utvecklingen av dessa framöver, samt även återkomma med förslag på hur ytterligare evenemang kan utvecklas, så som E-sport.

Den 16 december 2016 redovisade tf. VD för styrelsen i Göteborg & Co förslag till genomförande av uppdraget. Styrelsen antecknade informationen.

Uppdraget är tudelat. Den första delen avser befintliga årligen återkommande evenemang. Göteborg & Co har gjort tolkningen att utifrån en kortfattad bakgrundsbeskrivning och utifrån de årligen återkommande evenemangens bidrag till Destinationen Göteborg redovisa övergripande målsättningar och konkreta områden där insatser är särskilt väsentliga.

Den andra delen av uppdraget uppfattar Göteborg & Co som en beskrivning av hur processen ser ut för att utveckla nya evenemang och lämna ett urval aktuella exempel.

Bakgrund

Göteborg är en av världens ledande städer när det gäller idrottsevenemang för ungdomar. Varje år samlas ca 80 000 ungdomar från mer än 100 länder fördelat på ca 40 olika idrottsevenemang. Gothia Cup (fotboll, 1600 lag, 40200 deltagare 2016) är störst följt av Partille Cup (handboll), Gothia Innebandy Cup (innebandy) och Göteborg Basketball Festival (Basket).

Ett evenemang som Gothia Cup bidrar enligt vedertagna modeller med 400-500 miljoner kr per år i turistekonomiska effekter.

De årligen återkommande evenemangen samverkar med flera av Göteborgs Stads förvaltningar och bolag samt med regionala aktörer. Samverkan sker i olika omfattning beroende på evenemangets storlek och behov.

De som i dagsläget främst berörs är:

- Idrott & Föreningsförvaltningen (IoFF) – uthyrning av planer, hallar samt skolboende.
- Göteborg & Co – utveckling samt marknadsföring
- Got Event – uthyrning av arenor
- Liseberg – sponsorsamarbete i form av inträde för deltagarna
- Social resursförvaltningen – trygghetsskapande arbete (fältassistenter)

- Trafikkontoret - tillståndsgivning
- Miljöförvaltningen tillståndsgivning

Regionala samarbetspartners:

- Västtrafik –transporter för deltagarna
- Polismyndigheten – förebyggande arbete avseende hot och säkerhet.

Liseberg AB väckte under våren 2015 frågan om deras sponsringsåtagande i form av fri entré för deltagarna i de årligen återkommande evenemangen är förenligt med statsstödslagstiftning och Göteborgs Stads sponsringspolicy. Göteborg & Co gjorde under hösten 2015 en kartläggning av stadens totala åtagande med de årligen återkommande evenemangen. Vid det tillfället återstod att ge Stadsjuristen i uppdrag att yttra sig i frågan kring Stadens följsamhet mot lagstiftning och Göteborgs Stads sponsringspolicy. Stadsjuristen lämnade sin rapport i mars 2016. Utifrån Stadsjuristens rapport beslöt styrelsen för Göteborg & Co att 1) Ge tf. VD i uppdrag att beakta Stadsjuristens slutsatser och rekommendationer och 2) Rekommendera styrelserna inom klustret Turism, Kultur och Evenemang att värdera sina sponsringsåtagande utifrån utredningens slutsatser och vid behov samverka med Göteborg & Co Kommunintressent AB för en helhetsbedömning. Bilaga 1.

Nulägesanalys

Konkurrens- och omvärldssituation

De stora årligen återkommande evenemangen i Göteborg har starka varumärken, är marknadsledande och har lång erfarenhet inom sina organisationer.

Göteborgs position som värd för evenemangen är stark men omvärldssituationen har inneburit att positionen försvagats. För 20 år sedan hade idrottsförbunden exklusiva rättigheter för att anordna idrottsevenemang och kunde neka privata aktörer. Genom förändrad EU- lagstiftning är konkurrenssituationen förändrad. Konkurrensen kommer inte längre enbart från idrottsföreningar och idrottsförbund utan även från privata aktörer, städer, regioner och nationer. Exempel Red Bull (actionsport), Stadium Sport Camp, Intersport Youth Basketball Festival (Ungern), DN-galan Youth (friidrott),

Evenemang som stöds av kommuner utvecklas starkt. Exempel på detta är Åhus Beachhandboll (75 lag 1997 till 2000 lag 2016) och OV Beachhandboll i Helsingborg (160 lag 2008, 1500 lag 2017). Kommuner med investeringsambitioner bidrar med marknadsföringsinsatser och subventioner av deltagaravgifter.

Många av konkurrenterna har Göteborgsevenemangen som förebild. Göteborgsarrangörerna arbetar kontinuerligt med resurskrävande utveckling för att bevara sin marknadsledande och kvalitetsledande position.

Göteborg och Göteborg Stads engagemang

Anläggningar och skolboende

Att evenemangen till stora delar genomförs i centrum är tillsammans med Göteborgs erfarenhet av att genomföra evenemang starka konkurrensfördelar. Heden är en nyckelresurs och att evenemangen beaktas i en utveckling av Heden är av central betydelse för fortsatt konkurrenskraft. Även fortsatt utveckling av Kviberg och evenemangsstråket med Valhalla Sporthallar är väsentliga för de årligen återkommande idrottsevenemangen.

Möjligheten att utnyttja skolor för boende har försämrats under senare år. Det beror till del på att friskolorna inte har skyldighet att upplåta skolor för boende under sommarmånaderna. Det beror också på att skolunderhåll upplevs prioriteras och planeras på ett sådant sätt att skolboende inte är möjligt aktuella period. Vidare har striktare brandskydds- och utrymningskrav inneburit att färre skolor kan tjäna som boendeanläggningar.

Även underhåll av planer och anläggningar upplevs idag i mindre utsträckning ske med prioritering av de årligen återkommande evenemangen.

Det finns en förståelse hos arrangörerna för förvaltningarnas grannliga avvägning mellan olika intressen. Fönstret för exempelvis underhåll är begränsat till ett fåtal veckor då den ordinarie verksamheten är begränsad eller stängd. Arrangören vittnar dock om bristande kommunikation och dialog om till exempel underhållsplanering, investeringar i infrastruktur, utveckling av evenemangsplatser m.m.

Samverkan

Göteborg & Co upplever att den i många stycken mycket goda samverkan med förvaltningar och bolag i samband med enstaka värvade evenemang inte alltid fungerar lika bra för de årligen återkommande evenemangen som inte får samma uppmärksamhet.

Det är arrangörerna som ska driva utveckling och förnyelse av sina arrangemang. Det kräver resurser och tid. Arrangörerna upplever att mycket av den tid som behöver läggas på nyutveckling för fortsatt konkurrenskraft istället krävs för dialogen med Göteborgs Stad.

Utöver det som Göteborgs Stad råder över upplever arrangörerna att Västtrafik, genom sina avtalsmodeller med trafikbolagen, ställer ekonomiska krav på arrangören som är svåra att möta utan att försämra konkurrenssituationen mot andra evenemang.

Trygghet och säkerhet

En annan viktigt grundläggande förutsättning för evenemangens attraktivitet är säkerhet och trygghet för gästande ungdomar. En upplevelse av ökad kriminalitet påverkar deltagarnas upplevelser negativt och på sikt också konkurrenskraften.

Attityd till evenemangen

Det är viktigt att alla de årligen återkommande idrottsevenemangen känner sig sedda men det är än mer väsentligt att de som gör ett stort internationellt avtryck upplever att Göteborgs Stad i handling ser dem som strategiskt viktiga för staden och inte enbart som en kund bland andra.

Genom sin storlek och sina starka varumärken är det möjligt för dem att överväga en annan geografisk hemvist än Sverige och Göteborg. Flera av dem har blivit erbjudna att byta evenemangsort för hela eller delar av evenemanget. Till exempel genomfördes Gothia Cup China i Shenyang, Kina, för första gången 2016 med 6000 deltagare från närmare 30 länder.

Evenemangens kompetensutveckling och resurser

Arrangörerna beskriver att det blir allt svårare att rekrytera kompetenta projektledare samt det stora antal funktionärer och volontärer som krävs för ett genomförande. Det sker en viss koordinering och arrangörerna ser stora möjligheter i att utöka samarbetet ytterligare.

Strategisk målsättning årligen återkommande ungdomsevenemang

De årligen återkommande evenemangen anknyter till och bidrar till flera av fullmäktiges mål. Evenemangen bidrar till folkhälsa och väcker intresse för idrottslivet bland ungdomar. De bidrar till att Göteborgaren turistar i sin egen stad. Flera av dem är tydliga i sitt arbete med mångfald, jämlikhet och jämställdhet. Gothia Cup omfattar sedan flera år Kim Källström Trophy som riktar sig till unga fotbollsspelare med funktionsvariation.

I affärsplanen för Destinationen Göteborg 2015-2017 lyfts vidareutveckling och nyttjandet av de årligen återkommande evenemangen fram som en av delstrategierna för evenemangsstaden. Det formuleras på följande sätt:

Framhålla evenemangens betydelse för destinationen

Göteborg har en ovärderlig tillgång i de stora och årligen återkommande evenemangen och det är viktigt att tydligare kommunicera värdet för evenemangsstadens hållbara utveckling och framgång.

Bättre nyttja evenemangen för destinationsmarknadsföring

Utveckla och utöka nyttjandet av de årligen återkommande evenemangen som skyltfönster och plattformar för nationell och internationell destinationsmarknadsföring.

De årligen återkommande ungdomsevenemangen är, ur ett destinationsperspektiv, ett betydande verktyg för utveckling och tillväxt. De årligen återkommande ungdomsevenemangen är strategiskt viktiga av framförallt följande skäl:

- stärker Göteborgs varumärke.
- positionerar Göteborg som världsledande inom området.
- skapar varje år tusentals nya unga ambassadörer för Göteborg.
- innebär att investeringar som arrangörerna gör i utveckling och kompetensutveckling stannar i Göteborg.
- jämfört enstaka evenemang är de kostnadseffektiva och bidrar återkommande till stora turistekonomiska effekter.
- Göteborgs Stads investeringar i anläggningar har ett långsiktigt värde för evenemangen och för Göteborgarna.

- bidrar till en stark och blomstrande idrotts- och kulturevenemangsbransch som lägger grunden för att kunna värva de enstaka världsevenemangen.
- bidrar till folkhälsan och till ett intresse för idrott.

Den strategiska övergripande målsättningen för Göteborgs är att de årligen återkommande ungdomsevenemangen är en central del av evenemangsportföljen och att de för förutsättningar för att kunna utvecklas vidare, bidra till Göteborgs attraktivitet samt kunna tjäna som förebilder för nya årligen återkommande ungdomsevenemang med potential att bli världsledande.

Genom rätt bemötande, planering och investeringar kan Göteborgs Stad bidra till att arrangörerna ser Göteborg som en självklar plats för dem där de kan växa och utvecklas ytterligare. Det är genom arrangörernas kompetens, entreprenörskap och engagemang deras idéer förverkligas.

Särskilda utvecklingsområden

Konkret kan Göteborgs Stad stödja de årligen återkommande idrottsungdomsevenemangen genom följande åtgärder.

Kommunicera och förankra inriktning och strategi till berörda förvaltningar och bolag.

Arrangörernas upplevelse av att inte vara sedda behöver brytas och engagemanget för de årligen återkommande behöver upplevas vara lika stort som för de enstaka evenemangen. Det finns ett behov att proaktivt tydliggöra, konkretisera och förankra vad de årligen återkommande evenemangen betyder för Göteborg och på vilket sätt berörda förvaltningar och bolag behöver beakta dem i sitt bemötande och i sin planering. Motsvarande kommunikation och dialog behövs med Västra Götalandsregionen i syfte att lösa kollektivtrafikfrågan.

Exempel på områden som berörs:

- Grundläggande principer för omhändertagande och förståelse för evenemangens betydelse för Göteborg och regionen.
- Förhandling och avtal med friskolor så att boendekapaciteten säkerställs.
- Planering av underhåll och investering i kommunens skollokalerna.
- Planering och underhåll och investeringar i idrottsanläggningar.
- Långsiktigt strategisk planering av behov och utbyggnad av anläggningskapacitet.

Koordinera och projektleda stadens insatser

Arrangörerna längtar efter en(1) sammanhållande kontaktpunkt för utveckling och kommunikation. Den handlar inte om den operativa planeringen utan om en roll som har till uppgift att koordinera, förenkla och kvalitetssäkra Göteborgs Stads löpande samverkan med evenemangen.

En sådan funktion är eftersträvansvärd och skulle kunna underlätta för arrangörerna och skapa utrymme för deras utvecklingsarbete för fortsatt konkurrenskraft.

Det är väsentligt att en sådan funktion har en generell bred kunskap om evenemang samt en djup förståelse för de årligen återkommande evenemangens behov utifrån ett förvaltnings- och utvecklingsperspektiv.

Göteborg & Co har inte denna roll idag men kommer att inom ramen för utveckling av samverkan verka för att bolaget kan ta denna roll.

Koordinera stadens finansiering

Göteborgs Stads samlade finansiella överenskommelser med respektive evenemang är sammansatt och består av hyressättningar, marknadsinvesteringar, sponsorsarbeten och investering i infrastruktur. En samlad bild av åtagandet satt i relation till Göteborgs Stad samlade målbild för samarbete med respektive evenemang skulle sannolikt bidra till ett ökat värde för såväl staden som arrangören.

En gemensam inriktning och strategi för de årligen återkommande evenemangen behöver följas av en sammanhållen planering av medel för infrastruktur (planer, hallar, skolboenden o.s.v.).

Utöver det behövs marknadsinvesteringar för utveckling av evenemangen utifrån deras målbilder, visioner och behov.

Nya evenemang

I Göteborgs Stadshus uppdrag ingår att lämna förslag på hur ytterligare evenemang kan utvecklas, så som E-sport. Göteborg & Co redogör nedan för det systematiska arbetet med att identifiera och möjliggöra etablering av nya evenemang. Göteborgs evenemangsutbud skall vara varierat och mångfacetterat. Det ska stärka bilden av Göteborg och bidra till hållbar tillväxt.

Idéer för potentiella årligen återkommande evenemang identifieras på två sätt.

- 1) Systematisk omvärldsbevakning och marknadsförstudier som genom ett urvalsförfarande leder fram till att Göteborg & Co söker upp arrangörer och initierar nya samarbeten.
- 2) Rättighetsägare eller arrangörer söker kontakt med Göteborgs Stad genom Göteborg & Co för att presentera en idé eller ett färdigt evenemangskoncept.

Tillsammans med arrangören utvecklas idén vidare samtidigt som den succesivt utvärderas. I utvärderingen av ett evenemangs förutsättningar för att bli årligen återkommande är nyckelfrågorna följande:

- Att det finns en strategisk plan för hållbar finansiering och hållbart genomförande.
- Att evenemanget tillför något nytt till stadens befintliga utbud.
- Att tidpunkten för evenemanget är satt med hänsyn tagen till konkurrens från andra evenemang.
- Att val av plats/arena är långsiktigt hållbar.
- Evenemanget bör vara i mindre skala inledningsvis för att sedan växa kontrollerat.

I samarbetet med arrangören representerar bolaget Göteborgs Stad med ansvar att ha ett utpräglat helhetstänk och fokus på hållbarhet. Nyckelfrågorna kan ibland vara en stor utmaning för arrangörer som med stor entusiasm vill förverkliga sin idé. Genom Göteborg & Co rådgivning och stöd bibringas arrangören professionalitet och tålmod i de processer som krävs för att förverkliga en idé.

Göteborg & Co roll är att vara möjliggörare. Det sker genom stöd och rådgivning som bland annat kan omfatta;

- val av lämplig arena/plats,
- navigering till myndigheter och förvaltningar samt stöd i tillståndsansökningar,
- marknadsföring och PR,
- budget och vägledning till att finna sponsringssamarbeten och offentlig finansiering,
- organisationsstruktur, planering och/eller genomförande av hela evenemanget samt,
- att bidra till att etablera goda relationer och ett bra samarbete mellan arrangören och evenemangets intressenter.

Att etablera ett evenemang som årligen återkommande är komplicerat och kräver mycket av evenemanget och arrangören. Majoriteten av både arrangörer och idéer har inte de förutsättningar som krävs vilket innebär att Göteborg & Co avböjer samarbete eller avråder arrangörer från att gå vidare med sin idé. Arrangörerna får alltid konkret feedback om varför evenemanget inte är aktuellt för samarbete, varför det inte passar Göteborg, vilka brister upplägget har etc. Alla arrangörer är välkomna att återkomma när de påtalade områden arbetats igenom.

Göteborg & Co har kontinuerligt en dialog med ett flertal arrangörer. Bland dem kan, som exempel, nämnas följande offentliggjorda som har ambitioner att bli årligen återkommande; Gothenburg Street (skate) planerat första genomförande i september 2017, Westgames (e-sport och skate) planerat första genomförande i december 2017 och Scandinavian Man (Mode) planerat första genomförande i juni 2018.

Diarenummer:

Handläggare: Max Markusson
Tel:
E-post: max.markusson@goteborg.com

Stadens åtagande vid årligen återkommande evenemang med särskilt fokus på sponsringsåtagande

Förslag till beslut i styrelsen för Göteborg & Co Kommunintressent AB

- 1) Ge tf VD i uppdrag att beakta Stadsjuristens slutsatser och rekommendationer.
- 2) Rekommendera styrelserna inom klustret Turism, Kultur och Evenemang att i värdera sina sponsringsåtagande utifrån utredningens slutsatser och vid behov samverka med Göteborg & Co Kommunintressent AB för en helhetsbedömning,

Ärendet

Liseberg AB väckte under våren 2015 t frågan om ifall deras sponsringsåtagande mot årligen återkommande evenemang är förenligt med statsstödslagstiftning och Göteborgs Stads sponsringspolicy. Göteborg & Co gjorde under hösten 2015 en kartläggning av stadens totala åtagande med de årligen återkommande evenemangen fungerar och som ett heltäckande exempel beskrevs samarbetet med Gothia Cup. En statusrapport presenterades muntligt vid Kommunintressents styrelsemöte 20 oktober 2015 och vid det tillfället återstod att ge Stadsjuristen i uppdrag att yttra sig i frågan kring Stadens följsamhet mot lagstiftning och Göteborgs Stads sponsringspolicy. Stadsjuristen lämnade sin rapport i mars 2016

Stadsjuristens rapport ger stöd för att stadens investeringar och sponsringsåtagande i idrottsevenemang är förenliga med lagstiftning och Stadens sponsringspolicy. Stadsjuristen menar att enskilda verksamheters sponsringsåtagande kan ses i en större helhet där stadens samlade investering/sponsring ställs i relation till Stadens samlade nytta och att det är utifrån

en sådan bedömning som ett eventuellt otillåtet statsstöd och följsamhet mot Stadens sponsringspolicy ska bedömas.

Stadsjuristen rekommenderar Staden att fortsätta att utveckla och använda bedömningsmodeller för investeringar i evenemang som är objektiva, tillförlitliga och verifierbara.

Stadsjuristen sammanfattar i sin rapport rättsläget enligt följande.

”Av EUF-fördraget, kommunallagen och Göteborgs Stads sponsringspolicy följer att Göteborgs Stads verksamheter får ekonomiskt stödja idrottsliga evenemang. Detta kan ske genom sponsring. En förutsättning är dock att investeringen/sponsringen är rimlig och kan motiveras utifrån nyttan med evenemanget och vad ett motsvarande evenemang skulle kosta att få till Göteborg. Om flera av Göteborgs Stads verksamheter stödjer evenemanget måste den samlade insatsen bedömas och jämföras med ett tänkt ”marknadpris” på evenemanget. Göteborgs Stad måste säkerställa att man på ett objektivt, tillförlitligt och transparent sätt kan redovisa hur ett evenemang värderats utifrån jämförande analyser m.m. I en sådan redovisning ska endast nyttan som är kopplade till det offentliga roll som ekonomisk aktör beaktas. Det är särskilt viktigt för investeringar som beräknas överstiga 200 000 euro på en treårsperiod.

Sponsring är en delvis sidoordnad företeelse men ingår ibland som en integrerad del i investeringen i ett evenemang, Av sponsringspolicyn följer att sponsring ska vara affärsmässig för Göteborgs Stad.

Hur Göteborgs Stad väljer att agera i samband med sponsringsöverenskommelser kan få skattemässiga effekter. De skattemässiga effekterna faller utanför uppdraget för promemorian men det rekommenderas att det inför större överenskommelser görs en särskild utredning för att säkerställa att oönskade skatteeffekter undviks

Stadsjuristen skriver i sin avslutande rekommendation

Det rekommenderas att Göteborgs Stad fortsätter att utveckla och använda bedömningsmodeller för investeringar i evenemang som är objektiva, tillförlitliga och verifierbara. Om sponsring ska ingå som en del i investeringen, ska den överskjutande delen av sponsringsbeloppet ingå i beräkningen. Bedömningsmodellen bör vara utformad så att man genom den kan visa att Stadens utgifter står i proportion till nyttan för kommunmedlemmarna och är rimliga med hänsyn till jämförbara evenemang.

Ekonomiska konsekvenser

Föreslagna beslut har i sig inga ekonomiska konsekvenser och Stadsjuristens rapport innebär inte att de affärsmässiga bedömningarna behöver förändras utifrån ett Hela-staden-perspektiv. Det är dock viktigt att i sammanhanget erinra om att det som ur ett Hela-staden perspektiv är proportionerligt inte nödvändigtvis är proportionerligt ur den enskilda verksamhetens

perspektiv varför det kan finnas anledning att ta hänsyn till summan av åtaganden när avkastningskrav och eventuella utdelningsmål fastställs för verksamheterna.

Olika Perspektiv

Barnperspektivet

Många av de årligen återkommande evenemangen är fokuserade på barn och ungdomar. Genom denna typ av evenemang manifesterar evenemangsstaden vikten av barn och ungdomars roll för utvecklingen inom evenemang. Evenemang som t.ex. Gothia Cup och Partille Cup ger även många av stadens barn och ungdomar en meningsfull tillvaro på sommarlovet. Både som anställd, spelare eller besökare.

Jämställdhetsperspektivet

Evenemangen är öppna för både flickor och pojkar, alla deltar på lika villkor och med samma förutsättningar. Alla deltagare är olika, men har idrotten som gemensam nämnare.

Mångfaldsperspektivet

Många av de årligen återkommande evenemangen, och i synnerhet de internationella storevenemangen utgör en mötesplats för världens ungdomar, oavsett religion, hudfärg eller nationalitet. Det är mötet mellan göteborgaren och lagen och deltagarna från världens alla hörn som gör turneringen unik. Evenemangen är plattformar för integration och möten mellan olika kulturer, åldersgrupper och samhällsklasser från hela världen.

Miljöperspektivet

De större årligen återkommande evenemangen som t.ex. Gothia Cup har ofta ett utbrett hållbarhetsarbete, särskilt med fokus på den sociala dimensionen. För evenemangsstaden i stort ska de därför se som förebilder. Tillsammans med internationella välgörenhetsorganisationer och företrädare inom näringslivet drivs ett stort antal projekt som fokuserar på barn och ungdomars rättigheter så som rätt till rent vatten, utbildning m.m.

Omvärldsperspektivet

De internationella årligen återkommande evenemangens deltagare och besökare är globala varumärkesbärare för staden Göteborg. Flera deltagare har i vuxen ålder återvänt till staden för att studera, bosätta sig eller i affärs-syfte. Det är ett verkligt bevis på att evenemangen fungerar som en bra marknadskanal för staden.

Bilagor

-

Expedieras

Got Event AB
Stadsteatern AB

Liseberg AB
Göteborgs Stadshus AB
