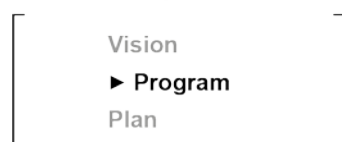




Göteborgs
Stad

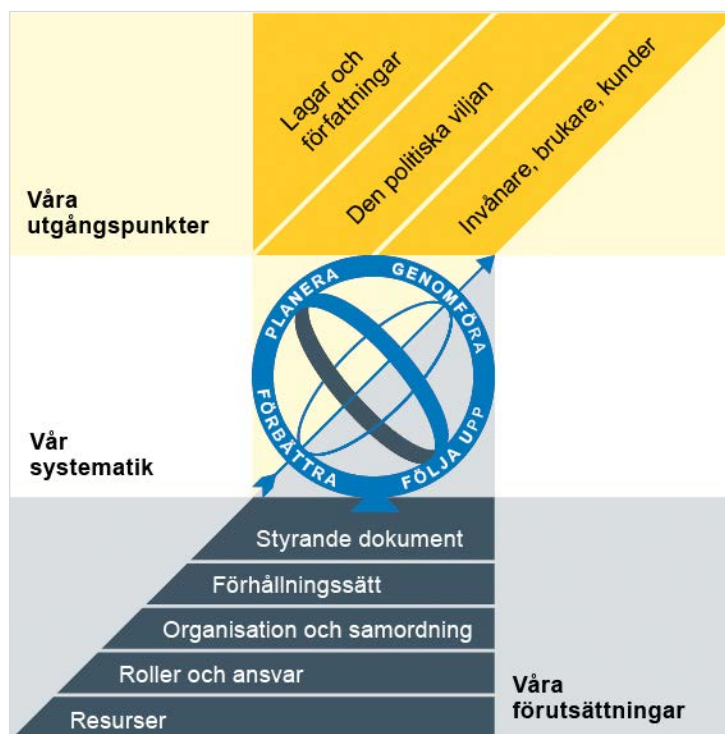
Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 2030

Planerande styrande dokument



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.

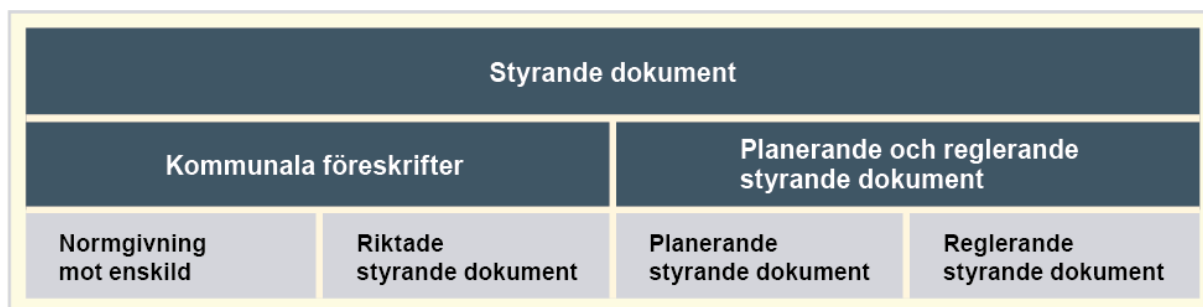


Om Göteborgs Stads styrande dokument

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.



Dokumentnamn: Göteborgs Stads program för besöksnäringens utveckling fram till 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

Inledning	3
Syftet med detta program	3
Vem omfattas av programmet.....	3
Bakgrund	3
Koppling till andra styrande dokument	4
Uppföljning av detta program	4
Programmet	5

Inledning

Syftet med detta program

Göteborg & Co är stadens bolag och samverkansplattform med näringslivet, akademien och övriga offentliga aktörer för destinationsutveckling och destinationsmarknadsföring. Av ägardirektivet framgår bland annat att bolaget ska: *”utarbета förslag om stadens mål för besöksnäringen inom turism, kultur och evenemang samt möten/kongresser/konferenser. Målet ska fastställas av kommunfullmäktige.”*

Göteborgs Stad har genom nämnder och styrelser, förvaltningar och bolag, en viktig roll som möjliggörare, som tar tillvara och uppmuntrar ambitioner och kreativitet bland de många små och stora aktörer som vill utvecklas. Detta program är ett uttryck för en ambition från stadens sida att driva utvecklingen vidare. Att i samverkan med besöksnäringens olika aktörer bidra till innovation och nytänkande för att skapa en ännu bättre stad att leva och verka i, samt att besöka.

Vem omfattas av programmet

Se ovan, ”Syftet med detta program”

Bakgrund

”Göteborgs Stads program för besöksnäringens¹ utveckling till 2030” beskriver hur Göteborgs Stad inom sin verksamhet kan bidra till att besöksnäringen i Göteborgsregionen fortsätter växa.

Med Göteborgsregionen avses i princip det geografiska område som omfattas av de 13 medlemskommunerna i Göteborgsregionens kommunalförbund (GR). I programmet används begreppet ”Destinationen Göteborg”. Med det menas hela regionen och dess reseanledningar. För en besökare utifrån är kommungränser inte relevanta. När besökaren ”reser till Göteborg” avses i regel ett besök inom Göteborgsregionen, men kan också omfatta ett större område.

Programmet tar sin utgångspunkt i den målbild som tagits fram gemensamt av Göteborgs Stad och representanter för besöksnäringens intressenter. Denna har i sin tur en förankring i den vision för Destinationen Göteborg som har formulerat sedan tidigare (se nedan). Det är nu Göteborgs Stads och respektive intressents uppgift att utforma strategier för hur den egna verksamheten kan bidra till förveckligandet av målbilden. Målbilden har dels ett kvantitativt fokus, del ett kvalitativt.

I föreliggande program redovisas ett antal övergripande ambitioner och ställningstagande från stadens sida som tillsammans med målbilden lägger grunden för de fem strategier som utgör stadens åtgärder för att bidra till besöksnäringens långsiktiga utveckling.

¹ Med besöksnäringen avses en sammansättning av flera branscher, där de största är hotell, restaurang och övrig logi, transporter samt varuhandel. Kultur, sport och rekreation är andra delar av näringen. Besöksnäringen är också i hög grad sammanlänkad med offentliga strukturer. (Tillväxtverket, United Nation Tourist World Organisation)

Koppling till andra styrande dokument

Inom Göteborgs Stad finns planer och program som berör och berörs av strategierna. Det gäller bland annat Strategi för utbyggnadsplanering, Grönplan, Trafikstrategi, Kulturprogram, Miljöprogram, Klimatstrategiskt program, Naturvårdstrategiska programmet och Friluftsprogrammet. Arbetet med det näringslivsstrategiska programmet och besöksnäringensprogrammet har tagits fram under samma period vilket möjliggjort avstämningar under arbetets gång.

Uppföljning av detta program

Stadens program för besöksnäringen syftar till att uppnå en hållbar tillväxt och en ökad livskvalitet för alla invånare i staden. För att det ska vara möjligt att nå målbilden om en fördubbling av turismen så krävs att många faktorer samverkar. Både sådana som Göteborg Stad kontrollerar och sådana som ligger utanför stadens kontroll.

Strategierna som beskrivs i programmet är tvärfunktionella, det vill säga de berör flera av Stadens verksamheter hos nämnder och bolagsstyrelser som en del i deras ordinarie uppdrag. Var och en av dem har ett ansvar att löpande beakta programmets strategier i sina respektive planer och strategier. Arbetet stäms regelbundet av och följs upp av Göteborg & Co med berörda nämnder och styrelser.

Inom respektive strategi finns områden som behöver konkretiseras. Göteborg & Co har huvudansvaret för att initiera och leda arbete med att utarbeta handlingsplaner i nära samverkan med berörda nämnder och styrelser.

Göteborg & Co samordnar och ansvarar också för uppföljningen av indikatorerna och effekterna som anges under rubriken "Vision och målbild" ovan. Uppföljningen sker med olika intervall. De kvantitativa målen följs upp årligen medan de kvalitativa målen följs upp i den stora attitydundersökning som görs var tredje år.

Programmet

Vision och målbild

Visionen för Destinationen Göteborg har, i samband med varje 3-årig affärsplanepå period, fastställts av Göteborg & Co:s styrelse med representanter från Göteborgs Stad, Göteborgsregionens kommunalförbund (GR) samt besöksnäringen. Dess lydelse har i princip varit samma sedan början av 1990-talet. Den nuvarande lydelsen, som fastställdes 2014 är att gemensamt sträva mot att:

”Göteborg ska vara ett förstahandsval bland storstäderna i Europa genom att vara: En av Europas mänskligaste och mest attraktiva storstadsregioner att leva och verka i, samt att besöka.”

Visionen, som i vardagen kan uttryckas ”bidra till ett levande Göteborg”, utgår från göteborgaren och pekar på att en attraktiv stad att besöka skapar värde för göteborgarna samtidigt som de i högsta grad bidrar till att skapa den eftersträlvade attraktiviteten. Det finns en koppling mellan målbilden nedan och visionen.

Stadens ambitioner och strategier tar sin utgångspunkt i besöksnäringens samlade vision och långsiktiga målbild. Därför har arbetet med stadens ambitioner och strategier föregåtts av strategiska samtal under 2016 mellan representanter för Göteborgs Stad, akademien och besöksnäringen i Göteborgsregionen, under ledning av Göteborg & Co, i syfte att samlas kring en målbild för Destinationen Göteborg fram till 2030. Resultatet av dessa samtal blev nedanstående övergripande målbild:

2030 har turismen² till Destinationen Göteborg fördubblats.

För att följa upp målbilden kommer följande indikatorer och effekter att mätas:

- Antalet kommersiella gästnätter³ totalt ökar från 4,5 miljoner 2015 till 9 miljoner 2030.
 - Detta innebär att tillväxten i gästnätter per år är ca 4,5 procent
- De internationella gästnätterna ökar från 1,35 miljoner till 3,6 miljoner (6,8 procent årlig ökning).
- 12 500 nya jobb på hel- eller deltid skapas (= 8 500 årsarbeten) under perioden.
- Omsättningen⁴ i besöksnäringen ökar från ca 24 miljarder kronor 2015 till ca 40 miljarder 2030.

För att nå målbilden om en fördubbling av turismen är attraktiviteten en avgörande framgångsfaktor. Hur invånare själva bedömer sin stad är ett explicit mått på en stads

² Turism omfattar människors aktiviteter när de *reser* till och *vistas* på platser utanför sin *vanliga omgivning* för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften. Med aktiviteter avses sociala, kulturella och ekonomiska, som utförs av personer som *reser* till *resmål* belägna utanför personens *vanliga omgivning*. (United Nation Tourist World Organization)

³ Gästnätter (kommersiella övernattningar) mäts i Sverige månatligen av SCB och är den mest pålitliga, tillgängliga och internationellt mest använda parametern för att mäta en destinations attraktivitet. Den förklarar inte allt, men ger en god uppskattning av en destinations turistiska utveckling. För Göteborgs Stad är antalet gästnätter inget självändamål, men en bra indikator som följs upp löpande och kan jämföras med andra destinationer både i Sverige och utomlands.

⁴ Med omsättning menas det sammanlagda transaktionsvärdet av varor och tjänster som konsumeras av besökarna till Destinationen Göteborg och bygger på en beräkningsmodell utifrån SCB:s satellitkonton.

attraktionskraft och till detta läggs besökarens bedömning. För att få en kvalitativ dimension till målbilden har därför kopplats ett antal indikatorer till följande formulering:

I en skandinavisk jämförelse ska Destination Göteborg uppfattas som mer attraktiv än övriga storstäder att besöka.

Detta följs således upp med att regelbundet följa en rad indikatorer som är kopplade till bilden av de skandinaviska storstäderna. I en stor undersökning som genomförs var tredje år på uppdrag av Göteborg & Co och omfattar både besökare och invånare i respektive storstad får de tillfrågade utifrån ett antal värdeord svara på hur de uppfattar och bedömer staden att besöka, staden att bo och leva i, stadens attraktivitet och hur mänsklig staden uppfattas. Vidare får de bedöma i vilken grad de uppfattas staden som tuff och hård.⁵

Betydelsen av besöksnäringen och dess utveckling för Göteborgs bästa

Besöksnäringen betraktas sedan flera år som en viktig och växande näring i svensk ekonomi och har under decennier varit en framgångsrik del av Göteborgsregionens strategier för tillväxt och attraktivitet.

Besöksnäringen har potential att fungera som en hävstång för att uppnå stadens ambitioner och mål inom flera områden. Det kan gälla stadens internationella relationer, men också flera viktiga verksamheter såsom utbildning, näringslivets utveckling, kulturliv, hållbarhet i alla tre dimensioner, integration och jämlikhet. Med detta synsätt så handlar besöksnäringen i stor utsträckning om samhällsutveckling i vid mening.

Utvecklingen av besöksnäringen ska alltid ske med göteborgarnas bästa för ögonen. Besöksnäringen skapar sysselsättning för tiotusentals människor inom servicesektorn i regionen. Den bidrar till att göra staden attraktiv med ett levande utbud av kultur, nöjen och fritidsaktiviteter som höjer livskvaliteten både för besökare, dem som funderar på att flytta hit och för alla göteborgare.

En stor del av det som gör Göteborg till en attraktiv och levande stad skapas således av besöksnäringen. Som näringsgren är den unik på så sätt att produktion och konsumtion är direkt knutet till samma plats. Attraktioner som exempelvis skärgården, Göteborgs

⁵ Indikatorer och gränsvärden för att följa stadens attraktivitet.

- **Staden som en stad att besöka** (Bas = besökare) Den positiva andelen ska vara högre än 70 procent och samtidigt vara lika eller högre än övriga storstäder. Dessutom ska andelen negativa vara mindre än 15 procent (2014 var andelen 92 procent respektive 2 procent).
- **Staden som en stad att bo och leva i** (Bas = boende) Den positiva andelen ska vara högre än 70 procent och samtidigt vara lika eller högre än övriga storstäder. Dessutom ska andelen negativa vara mindre än 15 procent (2014 var andelen 72 procent respektive 9 procent).
- 70 procent av boende och besökare ska ange att det mycket eller väldigt mycket förknippar Göteborg med värdeordet **Attraktivitet**. Dessutom ska andelen negativa vara mindre än 15 procent
- 70 procent av boende och besökare ska ange att det mycket eller väldigt mycket förknippar Göteborg med värdeordet **Mänsklig**. Dessutom ska andelen negativa vara mindre än 15 procent
- Färre än 30 procent av boende och besökare ska ange att de mycket eller väldigt mycket förknippar Göteborg med värdeordet **Tuff och hård**.

konstmuseum eller Liseberg går inte att kopiera eller flytta på utan vidare. De kan bara upplevas på ort och ställe. Men de måste hela tiden utvecklas för att stå sig i konkurrensen med naturupplevelser, konstmuseer och nöjesparker på många andra ställen.

Att utveckla besöksnäringen innebär i hög grad att skapa attraktivitet genom reseanledningar och tillgänglighet. Det sker genom att kreativa och innovativa lösningar och idéer tillåts få stort spelrum samt att underlätta för företag att växa.

Sysselsättningen inom besöksnäringen i Göteborgsregionen växer snabbare än många andra näringar⁶. Många nya arbetstillfällen av typen inestegs- eller förstagångsjobb skapas i serviceyrken där turismen utgör en betydande del av underlaget.

Det växande utbudet av kultur- och nöjesliv, handel och restaurang höjer livskvaliteten för alla invånare och ökar regionens attraktivitet; Exempelvis när övrigt näringsliv konkurrerar om kvalificerad arbetskraft eller för att studenter ska stanna kvar efter avslutad utbildning.

Destinationens utveckling är ett resultat av en målmedveten samverkan mellan det offentliga, det privata näringslivet och akademien. Det är också frukterna av såväl offentliga som privata investeringar och det är resultatet av en förmåga att ta vara på det som är unikt i vår del av världen och kombinera det med attraktioner, kulturupplevelser, evenemang och möten som utmanar och skapar nyfikenhet.

De tre delar som utgör Destinationen Göteborg omfattar privatturism, möten (kongresser och konferenser) och evenemang. Det är inom dessa tre segment som reseanledningarna skapas och som i sin tur bidrar till en levande stad.

Stadens mål och ambitioner

Göteborg ska vara en hållbar stad som är öppen för världen. Besöksnäringen är en naturlig och självklar del av detta. Att skapa en attraktiv destination för besökare är ett av de starkaste bidragen till en öppen och hållbar samhällsutveckling. I kommunfullmäktiges budget för 2018 anges också målet att göteborgarnas möjlighet att turista i sin egen stad ska öka. Målet har ett hållbarhetsperspektiv men syftar framförallt till att minska skillnaderna i livsvillkor och hälsa. Utöver sysselsättning bidrar en levande stad till social sammanhållning i Göteborg genom att skapa förutsättningar för möten mellan människor och skapa rörlighet mellan stadsdelar.

Målbilden om en fördubbling innebär en stor utmaning. Göteborgs Stad har en betydelsefull roll genom att dels utveckla de delar av besöksnäringen som staden själv råder över och dels att skapa förutsättningar för utvecklingen av hela besöksnäringen. För att besöksnäringen ska fortsatt spela en väsentlig roll för tillväxten behövs att stadens bolagsstyrelser och nämnder beaktar besöksnäringens behov och inkluderar dem i sina respektive planer och styrdokument där det är relevant.

Staden kan genom att upplåta stadsrummet och genom ägande och drift av anläggningar vara en möjliggörare och arrangör, eller genom satsningar på kulturutbud själv skapa

⁶ Antalet anställda inom hotell och restaurang har i Göteborgsregionen vuxit med ca 27% mellan 2009-2014 vilket innebär högst sysselsättningsstillväxt bland samtliga branscher. (BRG Näringsliv och Tillväxt 2016 baserat på SCB-statistik)

attraktivt innehåll. Göteborgs Stad är en del av besöksnäringen men den består till stor del av det privata näringslivet. Det är näringslivets ambitioner, innovationskraft och investeringsvilja som i samklang med det offentliga och akademien skapar besöksanledningar och förutsättningar för vistelse i staden vilket leder till attraktivitet, sysselsättningseffekter och hållbar tillväxt.

För att nå målbilden för besöksnäringens utveckling är det viktigt att stadens långsiktiga ambitionsnivå fastslås. Att Göteborgs Stad har formulerat sina ambitioner på en övergripande nivå borgar för att fler aktörer, både offentliga och privata, vill och vågar ta det avgörande beslutet att investera och satsa resurser just i Göteborg.

Nedanstående tre grundläggande ställningstaganden speglar de ambitioner som Göteborgs Stad har när det gäller att utveckla besöksnäringen:

1. Besöksnäringen utgör en viktig och växande näring väsentlig för stadens tillväxt och kommer att ha stor betydelse för det framtida samhällsbygget med att utveckla ett jämlikt Göteborg.

Ställningstagandet innebär att staden bekräftar besöksnäringens roll såväl nationellt som lokalt och att näringen genom sin struktur och sina affärsmodeller kan bidra till ökad sysselsättning inom näringen men också att den kan bidra till attraktivitet som gör att fler väljer att etablera verksamhet i regionen vilket leder till en ökad sysselsättning i andra delar av näringslivet. Vidare har besöksnäringen möjlighet att genom ett brett utbud av idrott och kultur bidra till en bättre livskvalitet och hälsa för stadens invånare.

2. Göteborgs Stad ska verka på nationell nivå för att skapa bästa förutsättningar för besöksnäringens utveckling.

Ambitionen innebär att det finns ett ansvar och vilja att ta upp utvecklingsfrågor på nationell nivå så att viktiga frågor för näringen aktualiseras på alla politiska nivåer. Dessa kan röra exempelvis infrastruktur, hållbara transporter, finansieringsmodeller och skattefrågor.

3. Göteborgs Stad har ambitionen att utveckla och vårda Göteborgs återkommande, ofta årliga, evenemang. Dessutom har staden ambitionen att med jämna mellanrum stå värd för, för Göteborg lämpliga, evenemang och möten med stort internationellt genomslag.

Ambitionen innebär att de årligen återkommande världsevenemangen betraktas som en central del av evenemangsportföljen och att de får förutsättningar för att kunna utvecklas vidare, bidra till Göteborgs attraktivitet samt kunna tjäna som förebilder för nya årligen återkommande evenemang med potential att bli världsledande.

Ambitionen innebär också en förståelse för att stora internationella evenemang och möten stärker bilden av Göteborg internationellt på ett sätt som är svårt att uppnå på annat sätt och att de bidrar till Göteborgs långsiktiga utveckling. Utöver det innebär ambitionen att det finns en förståelse för att den insats som staden i regel behöver göra ska ses som en långsiktig investering. Med jämna mellanrum avses för evenemang tidsperioden 5-15 år medan det för möten är årligen.

Hållbarhet

Hållbar destinationsutveckling omfattar ömsesidigt beroende miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet. Göteborgs och besöksnäringens samlade arbete med hållbarhets- och miljöfrågor är framstående och ses som en förebild internationellt. Målbilden för Destination Göteborg och om fördubbling behöver ske med göteborgarnas stöd och för göteborgarnas bästa. Besöksnäringen tillväxt ska vara hållbar i alla dimensioner och utvecklingen ska ske med beaktande av stadens långsiktiga mål och ambitioner vad gäller hållbarhet samt givetvis tillämpa nationella och lokala regler.

Hållbarhetsperspektivet ska inbegripas i handlingsplaner inom samtliga föreslagna strategier. Genom att tidigt i idé-, utvecklings- och planeringsprocesser beakta hållbarhetsaspekterna ökar möjligheterna att både bidra till en hållbar utveckling och skapa konkurrensfördelar mot andra destinationer.

Besöksnäringen står inför samma hållbarhetsutmaningar som samhället i stort – såväl internationellt som nationellt, regionalt och lokalt. Klimatutmaningen, integration och kompetensförsörjning, bevarande av levande och rika hav och naturmiljö är utmaningar som i allra högsta grad ligger i besöksnäringens intresse att hantera och lösa – de är grundförutsättningar för näringen.

Ett ökat antal gästnätter samt ett större utbud av evenemang och upplevelser kan antas innebära såväl lokala som globala hållbarhetsutmaningar som behöver uppmärksammas, förebyggas och hanteras. På vissa områden kan åtgärder på lokal och regional nivå skapa stor skillnad medan andra utmaningar kräver nationella och internationella överenskommelser och åtgärder.

Tjänstekonsumtion är ur klimatsynpunkt mindre negativ än andra typer av konsumtion. Besökare konsumerar i högsta grad upplevelser och tjänster. Hur besökaren väljer att konsumera varierar stort och påverkar klimatet i olika omfattning. Göteborgs Stad ska fortsätta att tillsammans med besöksnäringens intressenter verka för att till exempel öka besökarens vistelselängd och visa på de hållbara alternativen inom Destinationen. Genom certifieringsarbete och genom att även fortsatt utmana i alla hållbarhetsperspektiven driver Destination Göteborg mot att besökarens vistelse blir så klimatmässigt hållbar som möjligt.

Sveriges nationella klimatmål och Göteborgs Stads klimatmål syftar till att lämna fossilberoendet och bidra till den internationella överenskommelsen (Parisavtalet 2015) att hålla den globala uppvärmningen till klart under 2 grader, Idag beräknas turismen stå för ca 5 procent av de globala koldioxidutsläppen. På lokal nivå kan förutsättningar för att effektivt nyttja förnyelsebara energikällor för både näringsidkare, arrangörer och besökaren skapas

Den globala utmaningen för besöksnäringen, och för Göteborg med ett perifert geografiskt läge, är transporterna där flyget utgör den största utmaningen. Flygplanstillverkare, flygbolag, flygplatser och utveckling av förnybara flygbränslen har tillsammans med internationella och nationella överenskommelser bidragit till och kommer sannolikt fortsatt att bidra till minskade CO₂-utsläpp. Samtidigt pekar internationella prognoser på att flygtrafiken kommer att fortsätta öka. Göteborg kan inte ensamt ändra på flygets förutsättningar eller de globala reseströmmarna men kan lyfta fram hållbara transportalternativ där det är möjligt och verka för ett hållbart

transportsystem. Vidare kan Göteborgs Stad tillsammans med Västra Götalandsregionen arbeta för att erbjuda ett hållbart och fungerande lokalt och regionalt transportsystem till flygplatsen samt till reseanledningar inom Destinationen.

Biologisk mångfald och ekosystemtjänster kopplat till besöksnäringen handlar bland annat om rekreationsvärden, livsmedelsförsörjning och möjlighet att erbjuda lokalt producerad mat och dryck. Naturen och vad naturen ger samt kombinationen stad och natur är betydelsefulla delar att utveckla för Destinationens attraktivitet. Att besöksnäringens perspektiv inkluderats i stadens olika planer och program ger goda förutsättningar för att utveckla naturturismen på ett positivt sätt.

Även om turism har en hög grad av tjänste- och upplevelsekonsumtion kan avfallsmängder och nedskräpning förväntas öka. Förutom estetiska och trygghetsaspekter i stadsmiljön så påverkar nedskräpning även havets hälsa. En tydlig och enhetlig avfalls- och skräphantering i staden samt utveckling av cirkulära modeller och system kan vara möjligheter att förebygga och hantera ökade volymer på. Med fler evenemang, upplevelser och mötesplatser på fler ställen i staden finns också ökad risk för ohälsosamt buller. Såväl stadsplanering som planeringen av enskilda evenemang minskar riskerna

Utifrån det sociala hållbarhetsperspektivet är möjligheten att vara och uppfattas som en trygg och säker destination av yttersta vikt både för göteborgaren och för den som står inför att välja Göteborg som resmål. Ökade klyftor och segregation kan leda till otrygghet och ojämlikhet. Arbetet med en jämlik stad och att skapa trygga miljöer är därför också viktigt utifrån besöksnäringens perspektiv. Besöksnäringens sysselsättningspotential är tillsammans med möjligheter att bidra till en god start i livet och delaktighet är viktiga verktyg i arbetet för en jämlik stad. Stadens utbildnings- och kompetensförsörjningsinsatser riktade mot branschens bristyrken kan bidra till att minska utanförskapet och därmed till en mer jämlik och tillitsfull stad.

Många samtidiga besökare i de centrala delarna av staden ökar risken för trängsel och att medborgaren känner sig utträngd. Ett hela staden perspektiv på utvecklingen av Göteborg där stadsdelarnas unicitet ur ett besöks- och upplevelseperspektiv utvecklas är ett sätt att både avlasta de centrala delarna av staden och att bidra till en mer jämlik och nära stad. Att löpande följa utvecklingen och tidigt planera åtgärder skapar förutsättningar för att undvika eventuella problem.

Prioriterade områden för stadens bidrag till besöksnäringens utveckling

Staden kan bidra till målbildens uppfyllelse genom att skapa gynnsamma förutsättningar för innovation och kreativitet, så att besöksnäringen ska kunna växa. En destination behöver, för att kunna skapa hållbar tillväxt, stärka varumärket och bidra till attraktivitet, att staden tar en aktiv och offensiv roll i processerna och så långt det är möjligt beaktar besöksnäringens behov.

Fem prioriterade områden, i hög grad beroende av varandra, har identifierats som avgörande för att nå målbilden.

- **Investeringar**
- **Långsiktigt hållbara finansieringslösningar**
- **Samverkansformer för hållbar destinationsutveckling**
- **Stadsplanering**
- **Näringslivsklimat och tryggad kompetensförsörjning**

Varje område påverkar Destinationens attraktivitet och därmed besöksnäringens tillväxt. Genom att Göteborgs Stad har en strategi för vart och ett av de fem områdena så tar Staden på sig rollen som katalysator och plattform för samverkan. Här nedan beskrivs strategier för respektive område med exempel på vad de kan innebära.

Strategi 1: Göteborgs Stad ska verka för att säkerställa investeringar i de verksamheter som utgör motorer för besöksnäringens utveckling.

Det offentliga roll och handlingsförmåga har stor betydelse för utvecklingen av besöksnäringen på en destination. Detta beror på att det offentliga ofta både äger och driver den turistiska infrastrukturen – det vill säga museer, arenor, teatrar, kulturinstitutioner, kollektivtrafik, parker etcetera – som behövs för att öka både attraktivitet och tillgänglighet till en destination.

Göteborgs Stad råder över viktiga delar av besöksnäringen antingen genom att staden själv är ägare eller genom att staden styr över processer som har väsentlig betydelse när andra aktörer ska fatta beslut om investeringar i exempelvis ny kommersiell boendekapacitet såsom hotell och vandrarhem.

Stadens roll är dels att vara en katalysator och möjliggörare för de nyinvesteringar som är nödvändiga för att öka attraktiviteten och därmed kunna utvecklas och växa, dels att göra investeringar i tillgångar som Göteborgs Stad äger för att säkerställa deras långsiktiga brukbarhet och konkurrenskraft.

Ett stort tillskott av nya hotellrum i centrala lägen är angeläget för att kunna fortsätta växa. 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 och parker. Alla är viktiga för Destinationens attraktivitet på olika sätt och de kompletterar ofta varandra.

Till exempel är en arena mycket sällan en reseanledning i sig själv. Men utan denna är det omöjligt att skapa ett innehåll som attraherar besökaren. Och utan tillräcklig boendekapacitet att växa i så är det omöjligt att nå målet om att dubblera turismen.

Infrastruktur och bra tillgänglighet är andra förutsättningar för att kunna växa. Men det är inte vägarna, järnvägen eller flygplatsen i sig som attraherar besökaren, utan destinationens utbud av attraktiva upplevelser.

Alla delar hänger samman och utgör en helhet. Investeringarna är en grundläggande förutsättning för all tillväxt. Stadens möjlighet att påverka investeringsbesluten kan delas upp i tre kategorier:

1. Investeringar i stadens egna verksamheter och infrastruktur.
Detta gäller exempelvis arenor och anläggningar, kulturinstitutioner och museer, attraktioner och parker. Genom att Göteborgs Stad visar handlingskraft och framtidstro i att utveckla de egna verksamheterna som är motorer i att öka attraktiviteten, sänder det positiva signaler till andra aktörer inom besöksnäringen.
2. Investeringar i infrastruktur där besluten tas på regional/nationell nivå.
Göteborgs Stad kan agera på regional och nationell nivå för att förbättra tillgängligheten främst via järnväg, men även via väg, hav och flyg. Bra tillgänglighet är avgörande för all slags resande. Samhällets investeringar i infrastruktur blir därför en viktig pusselbit i det som skapar en attraktiv destination. Med Göteborgs geografiska läge är bra flygförbindelser nödvändigt för att kunna attrahera internationella besökare, evenemang och möten. Göteborg-Landvetter Airport har enorm betydelse för näringsliv, samhälle och besöksnäring i hela västra Sverige. Hållbara transporter behöver utvecklas vidare. Göteborgs Stad kan exempelvis bidra genom att verka för utveckling och användning av hållbara bränslen för bil och flyg samt genom att verka för hållbara transportalternativ för besökare från Skandinavien, Nord- och Centraleuropa. En fortsatt utveckling av Centralstationen är en viktig del för möjligheten till ett ökat hållbart resande med tåg och buss.
3. Besöksnäringens behov beaktas i de utvecklingsplaner som finns för staden.
Behovet av kommersiell boendekapacitet i centrala lägen är angeläget och ska vägas in vid planeringen av nya områden. Det offentliga äger ofta mark som kan exploateras samt är givare av viktiga tillstånd som t.ex. bygglov. Utöver detta finns en stor potential i hotelletableringar när det gäller att skapa attraktivitet i ett område och göra det levande under alla tider på dygnet. Det är en möjlighet som kan och bör utnyttjas i planeringsprocesser. Hotell och enklare boenden i fler delar av staden kan också skapa underlag för nya företag inom besöksnäringen i dessa stadsdelar.

Nyckelfrågor som blir framgångsfaktorer till 2030:

- Göteborgs Stad bidrar till att en betydande ökning av kommersiellt boende, i lägen med god tillgänglighet till centrum, kommer till stånd.
- Investeringar säkerställs i ny arena, Liseberg, kulturinstitutioner och andra av staden ägda motorer i besöksnäringen.
- Tillgängligheten förbättras till hela regionen.
- Förbättrade tågförbindelser med de tre skandinaviska huvudstäderna samt med Tyskland och norra Sverige.
- Fortsatt utveckling av flyglinjer med fokus på att ansluta destinationer som inte är rimliga att nå via tåg.

Strategi 2: Göteborgs Stad ska utarbeta långsiktigt hållbara finansieringslösningar för åtgärder som syftar till att utveckla destinationen och staden.

Göteborg har ambitionen att vara en ledande hållbar turist-, mötes- och evenemangsstad i norra Europa. Detta uppnås genom olika åtgärder, som exempelvis att aktivt värva och utveckla evenemang samt att värva större möten och utveckla nya exportmogna⁷ reseanledningar. Värvningen sker i hård internationell konkurrens då allt fler destinationer har insett värdet av evenemang och möten för att manifesteras sig och för att utveckla såväl näringslivet som akademien.

Även de årligen återkommande kultur och idrottsevenemangen är en viktig del i stadens evenemangsportfölj. 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.

För staden fungerar evenemang och möten även som kommunikativa plattformar för stadsutveckling, samhällsutveckling och kompetensutveckling.

Den offentliga finansieringen av arbetet med evenemang och möten utgör vanligtvis en grundläggande förutsättning vid alla typer av åtgärder och i alla led från värvning till genomförande. Rättighetsinnehavare av internationella möten och evenemang kräver allt oftare en färdig finansieringslösning för att en destination över huvud taget ska vara aktuell som kandidat.

Enstaka händelser som inte kunnat identifieras eller beslutas i förväg behöver hanteras i särskild ordning. Alla sådana potentiella framtida investeringar ska noggrant värderas utifrån stadens övergripande mål och långsiktiga effekter ska särskilt eftersträvas.

I Göteborg finns en lång tradition av ett gemensamt ansvar för evenemang och möten vad gäller såväl finansiering som engagemang. Olika delar av Göteborgs Stad har aktiverats och på så sätt skapat en bättre totalupplevelse för arrangör och besökare samt ett större värde för göteborgaren. Nämnder och styrelser har även fortsättningsvis ett ansvar att bidra till genomföranden som en del av sina ordinarie uppdrag.

Nyckelfrågor som blir framgångsfaktorer till 2030:

- Utvecklingen av finansieringsmodeller för årligen återkommande evenemang och liknande händelser samt för Göteborgs Stads möjlighet att kunna konkurrera om stora internationella evenemang och möten

Strategi 3: Göteborgs Stad ska utveckla samverkansformerna för hållbar destinationsutveckling mellan såväl stadens olika delar som med näringsliv och akademi.

Nära samverkan är en nyckelfaktor för att kunna bygga en attraktiv och framgångsrik destination. De olika delarna som tillsammans utgör Destinationen är många och har ofta olika ägare. Men precis som med instrumenten i en orkester så gäller det att samverka för att helheten ska fungera.

⁷ Med "exportmogena" menas att produkten ska vara tillgänglig för och anpassad till internationella besökare. Det gäller exempelvis språk, bokningsmöjligheter och öppethållande.

Göteborg är internationellt erkänt som föregångare gällande samverkan mellan såväl det privata, det offentliga och akademin som mellan de olika offentliga aktörerna inom besöksnäringen.

Det betyder till exempel att Göteborgs Stad uppträder som en samlad part i kontakten med externa aktörer. Det är en styrka och en fördel i konkurrensen med andra städer.

För att detta ska vara möjligt krävs ett nära samspel mellan stadens alla nämnder och styrelser och dess förvaltningar och bolag samt en förståelse för hur besöksnäringen fungerar. Staden har en viktig roll i att initiera, samla nätverket, leda och ständigt tillföra ny kunskap tillsammans med andra aktörer. Detta bygger förtroende samt skapar effektivitet i beslutsvägarna.

När en långväga besökare ”reser till Göteborg” avses i regel ett besök inom Göteborgsregionen, men kan också omfatta ett större område. Det innebär att samverkan med Göteborgsregionens medlemskommuner och med Västra Götalandsregionen genom Västsvenska Turistrådet för ömsesidig nytta även fortsättningsvis är väsentlig.

Nyckelfrågor som blir framgångsfaktorer till 2030:

- Stadens nämnder och bolagsstyrelser tar in besöksnäringsspektivet i relevanta planer i syfte att fördjupa samverkan mellan alla stadens delar.
- Göteborg & Co ansvarar för en väl fungerande samverkan - såväl inom Göteborgs Stad som med näringsliv, akademi, Göteborgsregionen och dess medlemskommuner, Turistrådet Västsverige och andra relevanta intressenter - som bygger på tillit och förtroende.
- Göteborg & Co ska ta ansvar för att sprida information om pågående stadsutveckling och relevant kunskap om besöksnäringsspörsmål till besöksnäringens intressenter.

Strategi 4: Göteborgs Stad ska i stadsplaneringen beakta besöksnäringens behov.

När Göteborgs stadsbild planeras för framtiden är det väsentligt att hänsyn tas till besöksnäringen i ett tidigt skede samt att besökarens perspektiv beaktas.

Det framtida Göteborg som ska byggas betyder att fler människor kommer att bo och arbeta i stadens centrala delar. Det innebär ett större underlag för och utbud av shopping, hotell, restauranger, kulturupplevelser och nöjen.

De nya stadsdelar som planeras kommer att skapa attraktiva miljöer för både göteborgare och besökare och bidrar på så sätt till Destinationens utveckling. I spänningsfältet mellan det gamla och det nya skapas spännande kreativa miljöer som behöver behandlas med varsamhet.

I planeringen av den framtida staden är det av stor betydelse att i konkurrensen om mark ta hänsyn till behovet av mark för nya hotell, attraktioner och mötesplatser. En av Göteborgs starka sidor är att det centralt i staden finns öppna platser som kan utnyttjas som mötesplatser eller för rekreation och aktiviteter. I de fall som Göteborg står värd för ett större evenemang, så utgör ibland dessa platser en del av arenan vilket gör evenemanget tillgängligt för fler och skapar en unik upplevelse. Denna tillåtande atmosfär utgör en konkurrensfördel.

De mötesplatser som finns i stadsrummet och i lämpliga naturområden ska vara flexibla på så sätt att de är utformade så att de enkelt kan anpassas till olika behov. Det innebär att staden i ordinarie planering och investering beaktar besöksnäringens behov, exempelvis genom att presumtiva evenemangsplatser förses med fasta installationer av el och vatten när andra planerade arbeten genomförs. Om Göteborg lyckas behålla och utveckla utrymmen i stadsrummet för evenemang är det ett effektivt medel i konkurrensen med andra städer och i vissa fall en överlevnadsfråga för de årligen återkommande evenemangen.

I dag finns det flertalet ytor i stadsrummet som antingen kan, eller med små medel skulle kunna användas till evenemang, som ger ett unikt uttryck för evenemanget. Detta måste ske med omsorg om de boende så att inte onödiga störningar uppstår.

Stadsutveckling innebär en avvägning mellan olika intressen. Göteborgs Stads olika program och strategier för stadsutveckling, trafik och mobilitet innebär både möjligheter och utmaningar för besöksnäringens utveckling. Exempelvis skapar ambitionen att förtäta Staden ytterligare möjligheter för en levande stad samtidigt som den hotar öppna ytor och kan försvåra framkomlighet och tillgänglighet.

Nyckelfrågor som blir framgångsfaktorer till 2030:

- Mötesplatser i stadsrummet planeras för att vara flexibla så att de kan anpassas till olika behov under både ”vardag och fest”.
- Stadsutvecklingen bedrivs, så långt möjligt/rimligt, med hänsyn till behovet av öppna ytor för evenemang samt besöksnäringens möjligheter att växa.
- Miljöer i staden förstärks som reseanledningar.
- Medvetenhet om att evenemangsverksamhet i boendeområden tillfälligt kan innebära en intressekonflikt vad avser buller och ljus.
- Mobilitet, tillgänglighet och framkomlighet säkerställs under den intensiva byggperiod som sammanfaller med programmets planeringsperiod.

Strategi 5: Göteborgs Stad ska aktivt verka för ett gynnsamt näringslivsklimat och en tryggad kompetensförsörjning.

Företagen inom besöksnäringen utgör en viktig del av näringslivet i Göteborg. Ett expanderande näringsliv med växande företag genererar mer affärsresande och att fler människor flyttar in vilket ökar efterfrågan på hotellboende, krogar, handel samt kultur- och nöjesupplevelser.

Ett tillåtande näringslivsklimat som uppmuntrar innovationer och frigör kreativitet skapar framgång för hela näringslivet i regionen. För besöksnäringen är ett generellt gott näringslivsklimat extra gynnsamt och det finns all anledning att samverka med övrigt näringsliv för att åstadkomma en positiv utveckling. Destinationens attraktivitet och stadens livskvalitet är viktiga argument i konkurrensen om arbetskraft för både offentliga och privata arbetsgivare.

Kompetensförsörjning är ett nyckelområde för besöksnäringen och där staden har möjlighet att göra insatser i samverkan med statliga myndigheter. Det kan handla om matchning av arbetssökandes kvalifikationer med marknadens behov, eller om att anordna utbildningar i nära dialog med besöksnäringen. Detta är en viktig del i en bättre integration av nya medborgare i samhället och gör att fler klarar sig utan försörjningsstöd.

I en stark expansion ökar kraven på myndigheternas enheter för tillstånd, bygglov, etableringar och så vidare. Hantering och bemötande från stadens sida ska vara professionellt och effektivt.

Nyckelfrågor som blir framgångsfaktorer till 2030:

- Staden verkar, genom Business Region Göteborg, för ett tillåtande näringslivsklimat vilket bidrar till hela näringslivets utveckling.
 - En kompetensförsörjning tillgodoser en växande besöksnäringens behov av arbetskraft.
 - Tillståndsgivande myndigheter samverkar för att effektivt hantera den tilltänkta expansionen.
 - Tydlig samverkan mellan besöksnäringen och övriga näringslivet i de insatser staden gör
-